

1.1 LA DÉFINITION D'UN SERVICE INFORMATIQUE

1.1.1 Contexte de l'entreprise

Les attentes de l'entreprise vis-à-vis de son système d'information s'expriment d'autant plus fortement que l'informatique est omniprésente. Nous assistons à une prise de conscience collective du poids de l'information et tout particulièrement des technologies de l'information (*Information Technology* ou IT). Dans la suite de l'ouvrage nous utiliserons le terme générique informatique pour désigner les technologies de l'information et l'entité organisationnelle qui dans l'entreprise en a la responsabilité (direction informatique, direction des systèmes d'information (DSI)...).

Dans un contexte concurrentiel tendu, les orientations données à l'informatique ont changé la donne. Cela s'exprime par :

- Un *recentrage* très fort autour du métier de l'entreprise, source de profits et de différenciations.
- La mise en place d'une *approche industrielle* dans un milieu où la maturité et la culture ne sont pas totalement intégrées.
- La recherche d'une capacité à appréhender, comprendre et maîtriser le fonctionnement opérationnel de l'entreprise.

1.1.2 Besoins de l'entreprise

Nous pouvons classer les besoins informatiques de l'entreprise en trois catégories qui correspondent à des niveaux croissants d'attente :

- disponibilité des services informatiques,
- amélioration des métiers,
- avantages concurrentiels.

Comme le montre la figure 1.1, l'informatique respecte une hiérarchie des besoins analogue à celle décrite par Abraham H. Maslow¹ pour les besoins de l'homme. Un niveau doit être pleinement satisfait avant d'aborder le niveau d'ordre supérieur.

1. *Motivation and Personality*, Harper & Brothers, New York, 1954.

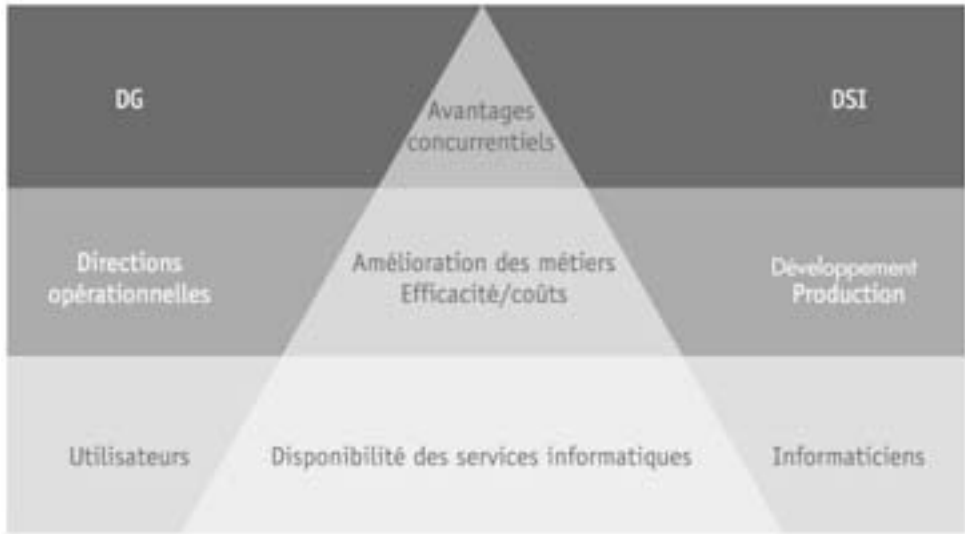


Figure 1.1 – Pyramide des besoins informatiques

Cette structuration montre que la disponibilité des services informatiques est un besoin fondamental (physiologique) de l'entreprise. En conséquence la gestion des services informatiques fait partie des fondamentaux que toute entreprise doit assurer.

1.1.3 Notion de service

Le terme **service** recouvre en français plusieurs acceptions :

- entité organisationnelle ou structure,
- produit délivré (dans notre cas, c'est de l'énergie informatique),
- action de servir l'autre,
- aide.

Dans notre propos, le terme *service* désigne toujours un service offert par une organisation à ses clients. Il n'a jamais de connotation organisationnelle.

Un **service** peut être défini par :

Une prestation immatérielle composable, manifestée de manière perceptible et qui, dans une condition d'utilisation prédéfinie, est source de valeur pour le consommateur et le fournisseur¹.

1. Définition élaborée avec la Commission de Normalisation de l'AFNOR – ITIL/ISO20000.

En pratique, la notion de service naît lorsqu'une organisation et son collectif passent du mode « centre de coûts » à celui de « centre de profits ». La première question est toujours : *Qu'est-ce que j'ai à vendre ?* La deuxième rétablit l'équilibre nécessaire : *Qu'est-ce que le client est prêt à acheter ?*

Un service est indissociable de son utilisation. D'ailleurs il n'est manifesté, et donc visible ou tangible, qu'avec l'acte de consommation. On peut par exemple faire un parallèle avec la mécanique : l'énergie potentielle d'un ressort comprimé se transforme en énergie cinétique lorsqu'il est utilisé. Il peut rendre alors le service d'animer un jouet.

Un service se **caractérise** entre autres par :

- un propriétaire,
- un contenu,
- un contexte d'exécution,
- un niveau de service,
- un profil de consommation (jour et week-end),
- un coût de production,
- un prix de vente,
- une classe,
- une typologie d'utilisateur,
- une nature : acte (push), récurrent, à la demande (pull),
- une durée,
- des composants (un service peut être composé d'autres services),
- le cas échéant, le service composé de rang supérieur dont le service en question est un composant,
- un niveau de risque technologique...

Derrière un service il y a des hommes. Des hommes qui le conçoivent, des hommes qui le produisent, des hommes qui le consomment. De manière évidente cela introduit de la subjectivité.

Ainsi, comme nous le montrons dans la figure 1.2, exemple d'application du cycle de vie de la Qualité de Service (QoS), un service est « **conçu** » selon une attente client (QoS attendue), « **fabriqué** » en tenant compte des contraintes de conception et opérationnelles (QoS voulue), « **produit** » selon des modalités de déploiement (QoS offerte) et, enfin, « **utilisé par le client** » qui en jugera au quotidien (QoS perçue).

Ce cycle vertueux de qualité (et non de sur-qualité) engendre des écarts sur le terrain qu'il faut analyser, comprendre et combler... Sans compter qu'il peut également être le service « **promu** », celui dont on fait la promotion, et introduire ainsi un décalage supplémentaire, entre le promis et le compris !