

2019-20 11ème EDITION

# World Quality Report

France

**Bien que les entreprises françaises affichent un retard de maturité dans le domaine du Test et de l'Assurance Qualité, elles travaillent assidûment à le combler.**

**Remi Caudwell**

Head of Digital Assurance and Testing, Sogeti France

**La France a pris conscience de l'importance d'adopter de nouvelles méthodes et manières d'opérer les Systèmes d'Information. La mise en œuvre d'approches basées sur le Cloud qui accusait un retard occupe, désormais, le devant de la scène. L'adoption de l'agilité et du DevOps, en retrait par rapport aux autres pays, connaît une très forte accélération aussi bien dans le secteur privé que public.**

Dans le domaine du test logiciel, le manque de maturité par rapport aux autres pays pointé dans le rapport de 2018 persiste, en particulier dans le test agile. De nombreuses entreprises et institutions cherchent encore le modèle le plus pertinent à appliquer.

L'année 2019 a mis en exergue une plus grande disposition des entreprises à envisager de délocaliser certaines prestations de services à l'étranger. Cette tendance est récente pour la France, qui affichait jusqu'alors, un intérêt limité pour le sujet.

## L'impact de la concurrence

Selon les résultats de l'étude de cette année, l'un des principaux moteurs du changement, en relation avec le test et l'assurance qualité en France, est la concurrence croissante. En effet, les entreprises françaises, seules dans ce cas, ont pour première préoccupation la satisfaction de l'utilisateur final qui est un facteur clé pour attirer et fidéliser les clients. Nous constatons la même tendance sur les autres aspects de la stratégie informatique qui revêtent une importance accrue en France par rapport aux autres pays. Outre l'amélioration de l'expérience client, les autres attentes prioritaires concernent la sécurité et le besoin d'un niveau de qualité élevé des solutions logicielles.

Les grands challenges dans le développement des applications auxquels doivent faire face les entreprises en France sont similaires à ce qui est observé dans le reste du monde. Ainsi, les


trois principaux problèmes remontés concernent l'absence de stratégie d'automatisation bout en bout (allant de la conception au déploiement), les défis liés à la validation de la sécurité et la lenteur du processus de test. Il est à noter une différence notable portant sur le manque d'environnements de développement et de test : seuls 21% des répondants français mettent en avant cette difficulté contre une moyenne des réponses à 40%. Ceci s'explique par le fait que la France possède une forte culture d'utilisation d'environnements de test internes et que beaucoup d'entreprises ne sont pas encore passées au Cloud.

Nous constatons cette même spécificité parmi les défis liés au test d'applications clés, où seulement 22% des répondants français ont signalé un manque à cet égard, contre 32% pour l'ensemble de l'enquête. Les autres principaux défis en France en matière de test se révèlent être les mêmes que pour le reste du monde. Les deux défis les plus courants sont « ne pas avoir assez de temps pour tester » (50% en France) et « ne pas avoir le bon processus / méthode de test » (39%).

Pour la première fois, notre enquête a exploré la proportion de projets utilisant différentes formes de test. 22% des répondants français interrogés ont indiqué qu'ils testaient avant la mise en service avec de vrais utilisateurs et / ou mobiles. Si les tests, s'appuyant sur des périphériques physiques, sont assez courants, la pratique du « crowd testing » pour tester des scénarios réels n'est que de 20% en France. Ce chiffre est conforté par le fait que ce type de test ne fait pas partie des offres des grandes ESN mais reste plutôt l'apanage de sociétés spécialisées de taille plus réduite.

## L'accélération en matière de test et d'assurance qualité

Le décalage de maturité du test en France par rapport aux autres pays se traduit aussi par un écart significatif sur le temps



consacré aux activités de test et d'assurance qualité au sein des projets : 29% pour les projets agiles ou DevOps à comparer respectivement à 25% pour les projets agiles et 27% pour les projets DevOps en moyenne dans le monde. Ce même écart se constate aussi pour les projets en cycle en V.

Nous avons déjà noté que les entreprises françaises utilisent plus d'environnements de test internes que dans la plupart des autres pays. Malgré cela, la gestion des environnements de test et des données de test demeure un challenge. Par exemple, en France, les données de test sont très majoritairement générées à partir des données de production ou de développements spécifiques, souvent propres à chaque projet, alors que des solutions industrielles de TDM (Test Data Management) sont davantage utilisées dans le reste du monde. Cela participe au constat du retard de la France dans l'industrialisation de ses processus de test et d'assurance qualité.

Nous pouvons également constater un écart de 8% avec la moyenne des répondants concernant les problèmes rencontrés pour atteindre un bon taux d'automatisation des tests. Les taux d'automatisation des tests en France sont faibles à l'heure actuelle comparativement aux autres pays, du fait, entre autres, du manque d'expertise pour savoir quoi automatiser et quels outils utiliser. Les deux tiers des entreprises françaises interrogées (66%) affirment en effet qu'elles manquent d'automatiseurs qualifiés et expérimentés, ainsi que des outils d'automatisation appropriés (également 66%). Les entreprises françaises utilisent généralement un plus petit nombre d'outils d'automatisation que les entreprises étrangères et, de ce fait, rencontrent plus de difficultés dans la mise en œuvre de l'automatisation de leurs tests.

Notre enquête met aussi en avant l'effet de l'adoption des méthodes agiles et DevOps sur la difficulté qu'ont les entreprises françaises à trouver les bonnes compétences. Tout comme leurs consœurs étrangères, elles recherchent des personnes

aux talents multiples, capables de concevoir, développer, tester et déployer, tout en possédant des connaissances métier et fonctionnelles, ce qui représente un véritable défi.

L'adoption de l'Intelligence Artificielle (IA) est un autre domaine où nous constatons un écart entre la France et les autres pays. Le nombre de projets d'IA et de projets d'apprentissage automatique (Machine Learning) est nettement inférieur à la moyenne. En revanche, le pourcentage moyen d'investissements dans ce domaine est plus élevé : 30% du budget informatique total est alloué aux projets comportant de l'IA en France contre 21% ailleurs dans le reste du monde. La France investit fortement pour rattraper son retard, tout particulièrement dans les ressources et les compétences. Plus de la moitié des répondants français (51%) déclarent compter sur leurs propres ressources pour l'IA, contre un total de 43% pour le reste du monde.

## Perspectives

Une analyse des réponses concernant les budgets corrobore l'image du marché français du test et de l'assurance qualité que nous avons illustrée dans cet article. Au cours des trois dernières années, 78% des entreprises du pays ont augmenté leurs dépenses de tests et d'assurance qualité, contre 87% dans le reste du monde, signe d'un retard d'investissement en matière d'industrialisation du test. Cependant, cet écart devrait se réduire, car les entreprises françaises envisagent de consacrer en moyenne 29% de leur budget informatique total à l'ensemble des tests, contre 27% en moyenne dans les autres pays.

Pour contrer l'intensification de la concurrence, les entreprises françaises accélèrent le rythme avec lequel elles adoptent de nouvelles méthodes de test plus rapides et plus puissantes. Cela leur permettra d'offrir des niveaux de qualité supérieurs à leurs clients tout en maîtrisant leurs dépenses de test et d'assurance qualité.

Capgemini 

sogeti  
Part of Capgemini 



Pour télécharger le World Quality Report 2019-20  
[www.worldqualityreport.com](http://www.worldqualityreport.com)

### Contact Micro Focus

If you desire more information about testing tools, please contact:

#### Riccardo Sanna

ADM Pre Sales Manager  
[riccardo.sanna@microfocus.com](mailto:riccardo.sanna@microfocus.com)  
+39 346 139 8055

In association with:

