

France

En adoptant d'avantage la dimension Client, la France devrait combler son retard en matière d'assurance qualité et d'automatisation.

Régis Curien

Responsable Digital Assurance & Quality Engineering – Sogeti France

World Quality Report

2020-21 | 12^{ème} EDITION

En 2019, nous avons constaté que la France avait pris du retard dans le développement de ses capacités en matière de Test et d'Assurance Qualité (QA). Les efforts qu'elle avait déployés cette année-là pour combler ce retard, se sont poursuivis et ont commencé à porter leurs fruits en 2020.

Nous avons également noté une appétence particulière pour la gestion des jeux de données, l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) et la sécurité, précipitées par l'avènement de l'épidémie COVID-19 et de ses bouleversements.

De manière générale, il a été constaté que les objectifs des tests et de l'assurance qualité restent des marqueurs élevés pour bien plus que la moyenne des répondants. Les Français, quant à eux, accordent une importance bien plus marquée aux objectifs, tels que la détection des défauts logiciels avant la mise en service qui est qualifiée « d'essentielle » (pour 87 % des Français interrogés), tout comme la contribution à la croissance de l'entreprise (84%), l'accélération des mises en service (78%) et l'automatisation des tests (75%). Le seul objectif, ayant reçu une note inférieure à la moyenne en France, est celui de garantir la satisfaction des utilisateurs finaux (pour 64 %, contre une moyenne de 70 % pour l'enquête). Il s'agit probablement là d'un signe de manque d'orientation client et d'un usage trop important d'indicateurs tournés vers l'interne.

Cette évaluation est cohérente vis-à-vis de la perception des compétences. En effet, les réponses à l'enquête démontrent que les Français sont confiants de leur niveau de compétences techniques dans des domaines de l'automatisation des tests, les outils du pipeline CI/CD ou d'environnement de tests et de données de test, mais beaucoup moins dans leurs compétences relationnelles, leur sens commercial, la collaboration et la connaissance des processus commerciaux.

En ce qui concerne l'importance des objectifs de la stratégie informatique dans son ensemble, les chiffres sont à nouveau plus élevés que la moyenne pour l'amélioration de la sécurité (pour 81 % des Français interrogés) et la rapidité de mise sur le marché (76 %), et inférieurs à la moyenne pour l'amélioration de l'expérience client (69 %).

À bien des égards, les Français sont plus confiants que la plupart des personnes interrogées dans le cadre de notre enquête quant à la réalisation de leurs objectifs en matière

de développement d'applications. Les trois quarts (75 %) d'entre eux estiment que leurs tests couvrent tout ce qui est nécessaire ; près des deux tiers (64 %) estiment que l'automatisation de bout en bout est en place ; et près de la moitié (47 %) estiment que leurs tests sont efficaces en termes de rapidité et de coût. En revanche, un nombre inférieur à la moyenne (45 %) estiment que leurs exigences sont clairement définies. Or, il semble difficile d'être confiant dans une couverture de test, si les exigences qui illustrent le risque potentiel à tester, ne sont pas bien connues. Dans une question ultérieure, pas moins de 80 % des Français déclarent avoir atteint leurs objectifs de qualité, ce qui est surprenant également si l'on considère que les exigences n'ont peut-être pas été correctement définies.

Agilité et DevOps, deux vecteurs importants à travailler

Les répondants français reconnaissent qu'ils sont confrontés à des défis dans l'application des tests au développement agile. Près des deux tiers (65 %) expriment des difficultés à gérer de façon cohérente les outils dont ils ont besoin pour les tests automatisés ; la moitié (50 %) déclarent que leurs équipes agiles manquent d'expertise professionnelle en matière de tests ; et presque autant (48 %) déclarent avoir des difficultés à estimer l'effort de test dans leurs projets agiles. La mise en place d'une approche efficace du test agile n'est donc pas encore acquise et nécessite toujours des efforts importants.

La France n'économise pas ses efforts pour accélérer et optimiser les tests agiles, y-compris avec le "shift-left" et le "shift-right". Près des deux tiers (64 %) des personnes interrogées dans le pays déclarent qu'elles préparent et exécutent, presque toujours, les tests le plus tôt possible, et un pourcentage étonnamment élevé de 63 % déclarent qu'elles testent moins pendant le développement, et se concentrent davantage sur le contrôle de la qualité et les tests de production.

L'une des plus grandes différences entre la France et les autres pays est apparue lorsque nous avons demandé à quelle fréquence les entreprises surveillent et examinent de manière proactive les logs de production, pour détecter les incidents et les tendances de performance, afin d'identifier

les problèmes d'application et les défauts potentiels, avant même que les utilisateurs finaux ne les remarquent.

47% des répondants déclarent qu'ils le font toujours ou habituellement, contre 80% des français. Nous pensons que cela corrobore certaines de nos constatations précédentes : les entreprises françaises avouent qu'elles ne font pas assez de tests avant la mise en service et qu'elles accordent une surveillance plus accrue sur le terrain pour détecter les défauts. Notons également que le "shift-right" est une bonne pratique du DevOps.

Les français semblent lucides. Parmi les facteurs de succès critiques qu'ils mettent en avant pour l'adoption de l'agilité et du DevOps, les réponses les mieux notées sont le soutien managérial (jugé essentiel par 77% des répondants français), les priorités du métier (63%) et la culture (61%). L'environnement technologique a, quant à lui, obtenu une note bien inférieure à la moyenne mondiale pour 2 raisons : les équipes d'assurance qualité sont convaincues de posséder et de maîtriser les technologies, et qu'elles doivent être à la fois plus collaboratives et plus tournées vers l'extérieur.

IA et automatisation

Les répondants français semblent plutôt optimistes quant à leurs projets d'intelligence artificielle (IA) et de tests, même si, de notre expérience, cela reste un domaine relativement nouveau pour de nombreuses entreprises.

Malgré les chiffres élevés que nous constatons, la disponibilité des données et des environnements de test, et la pertinence de la stratégie d'automatisation, représentent des défis relativement importants. Les répondants reconnaissent toutefois avoir des problèmes d'accès aux bons outils d'automatisation (pour 45 % des répondants français, contre un chiffre global de 68 %).

En effet, de nombreuses entreprises françaises déclarent n'utiliser qu'un ou deux outils d'automatisation, ce qui n'est pas suffisant. Ce constat peut aussi expliquer en partie le fait que moins de la moitié (48%) d'entre elles estiment avoir suffisamment de temps pour construire et maintenir leurs tests automatisés.

Pour 71% des entreprises françaises qui ont fait le choix de progresser dans le domaine de l'automatisation de test, déclarent que la réduction de la durée du cycle de vie est un avantage important. Nous constatons effectivement que le temps de mise sur le marché est un facteur déterminant en France.

Le bénéfice le moins perçu - et de loin - est lié à la sécurité. Seulement 21 % des français interrogés, contre 62% de l'ensemble des répondants, estiment que l'automatisation des tests a réduit le risque global de sécurité ainsi que les problèmes liés à la sécurité dans leur code.

L'automatisation des tests de sécurité est clairement un parent pauvre. Par ailleurs, les préoccupations en matière de sécurité se sont largement accrues au cours des 12 derniers mois, en grande partie à cause de la pandémie : plus de la moitié (57%) des répondants français ont déclaré que leurs préoccupations avaient considérablement augmenté, contre un chiffre global de seulement 15%. Il y a fort à parier qu'un accent particulier va être mis sur ce sujet dans la période à venir.

Accélérer le rythme

Nous avons déjà noté dans cette analyse que les tests et l'assurance qualité en France sont souvent trop tournés vers l'interne. Mais la tendance semble s'inverser et l'épisode COVID-19 accélère ce changement. Ainsi, plus de la moitié (58 %) des français interrogés ont déclaré qu'ils allaient désormais se concentrer davantage sur la validation de l'expérience client et les tests d'utilisabilité.

Toutefois, cela reste mesuré. Si nos répondants français reconnaissent que, dans un monde post-COVID, ils auront besoin de construire une culture communautaire plus forte, de mesurer différemment la qualité du travail des équipes et d'améliorer leurs outils de collaboration, ils le font dans une moindre mesure que l'ensemble des répondants à notre enquête. S'il est bon de voir que les deux tiers (66 %) des Français interrogés sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils doivent responsabiliser davantage leurs équipes en matière de qualité, cela reste faible au regard de l'ensemble de notre enquête qui est de 80 %.

En conclusion : la France doit poursuivre ses efforts !

Si les équipes d'Assurance Qualité et de Test en France souhaitent atteindre les objectifs de l'automatisation, elles doivent redoubler d'effort pour s'intégrer, au plus tôt, dans le cycle de vie du développement et y inscrire la qualité dans chaque strate de leur démarche. Elles doivent également mieux considérer les besoins clients et des utilisateurs.

Pour plus d'informations sur les outils de test, veuillez contacter :

Régis Curien

Responsable Digital Assurance &
Quality Engineering – Sogeti France
regis.curien@sogeti.com

Téléchargez le rapport :
www.microfocus.com/wq
ou scanner le QR code

Riccardo Sanna

ADM Presales Manager
riccardo.sanna@microfocus.com
☎ +39 346 139 8055

