

www.edi-mag.fr

EDI

VOLUME - CHANNEL - VAR - SSII

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION INFORMATIQUE

Février 2011 - Numéro 5

Entretien p.82



« Nos produits garantissent de la valeur à notre réseau »

Agnès Van de Walle, directrice de la division IT de Samsung.

Reportage p.78

EMC, un poids lourd du stockage

Zoom sur... p.98

Le tactile sur le bout des doigts



Techno & solutions p.104

SaaS, IaaS, PaaS : le cloud dans tous ses états

Actus grossistes p.122

Ingram Micro construit son offre en téléphonie

Tests p.86

Lexmark Genesis, l'impression prend de la hauteur



2011

Objectif

Croissance



20 pages de dossier qui prouvent que distribution informatique rime encore avec marge. p.40



Passionné d'industrie et de management, **Laurent Salsé** est fondateur et dirigeant de la société FitNet Application.
laurent.salse@fitnetapplication.com

Revendeurs / fournisseurs : le cloud change la donne

Avec l'essor du cloud computing, on peut se demander si le modèle historique des relations entre fournisseurs et revendeurs va rester stable ou s'il va subir un profond bouleversement. Une enquête minutieuse incite à pencher pour le deuxième terme de l'alternative.

Pour bien comprendre la révolution qui est en marche, il faut revenir sur ce qu'est le cloud. Loin d'être un concept aussi brumeux que de « l'informatique dans les nuages », comme certains se plaisent à le dire, il consiste à distribuer des services informatiques sur Internet. C'est très simple, et pourtant inédit. Mais le résultat est là : il n'a jamais été aussi facile d'accéder à des solutions informatiques sophistiquées que depuis que les fournisseurs se sont décidés à les exposer sur le Web. Cette rupture est non seulement technologique, mais aussi commerciale. Le cloud fait la promotion du « modèle locatif à la demande », aux dépens de la « vente de licences ». Ce nouveau mode de distribution ne permet donc plus d'amortir ses coûts commerciaux dès la signature du contrat. Il impose de définir une nouvelle stratégie commerciale pour la promotion et pour la distribution. Certains l'ont compris avant les autres. Aux États-Unis, en moins de dix ans, des « pure players » du cloud se sont hissés aux premières places du secteur. Ils ont su s'imposer, en vendant des abonnements mensuels aux TPE/PME, exclusivement par téléphone et Internet.

La dynamique commerciale s'auto-entretient

Ces nouveaux leaders, installés tout en haut du nuage, sont en bonne position pour activer le second levier d'accélération que leur offre Internet. Car en imposant un standard technologique, et en permettant l'exposition en libre-service de leurs solutions avec API, code source et documentation, Internet favorise l'interconnexion. Ces fournisseurs sont gagnants. Car plutôt que de bâtir de toutes pièces des réseaux coûteux de revendeurs, ils peuvent s'appuyer sur l'intérêt que trouvent de petits fournisseurs à s'intégrer à leurs propres solutions. Les réseaux de revendeurs, à défaut d'être clairement identifiés, deviennent des écosystèmes de fournisseurs indépendants, où chacun est prescripteur-revendeur des solutions de l'autre. Une dynamique commerciale auto-entretenu se crée et se perpétue. Mais le plus époustoufflant réside sans doute dans la rapidité du phénomène. Les « grands » d'hier, bardés d'offres tout aussi étendues qu'éblouissantes,

ont du mal à suivre. Après avoir investi plusieurs centaines de millions de dollars dans le développement d'offres SaaS pour PME, ils constatent que les ventes tardent à décoller. Croyaient-ils renouveler les succès d'antan en habillant simplement leurs solutions d'un nouveau voile 100% web estampillé « cloud computing » ?

Faute de combattants sur le terrain, les équipes commerciales en quête de juteuses commissions sur la vente de licences risquent donc de faire chou blanc. On peut se demander s'ils parviendront à remettre en question leur organisation commerciale, afin d'adopter les nouveaux modes de revente que propose Internet, mais sans s'aliéner leurs revendeurs historiques.

Un impératif : se démarquer de l'hypermarché du web

Du coup, les SSII, qui avaient été jusque-là des prescripteurs de solutions en tous genres, se retrouvent, tels les commerçants de quartier, en concurrence directe avec l'hypermarché du web. Les responsables métier et les directeurs informatiques n'ont plus peur d'étudier les offres disponibles sur Internet. Certains oublient même de consulter leurs prestataires habituels pour leurs nouveaux projets... La probabilité est donc très forte que les prestataires de services vivent prochainement, eux aussi, une profonde transformation. Les plus audacieux tenteront peut-être de devenir eux-mêmes des fournisseurs de solutions verticales pré-configurées. Ils les commercialiseront directement sur les infrastructures du cloud. Les plus conservateurs, eux, devront développer des « expertises métier ou industrie ». Et déployer des ensembles clés en main de solutions interconnectées.

Qu'ils se rassurent, toutefois. Les compétences requises pour construire de telles offres ne sont pas aussi difficiles à acquérir que celles imposées par les grands éditeurs d'hier pour être certifié « expert solution ». Car Internet a une vertu : la standardisation des technologies. En maîtrisant un ou deux langages de programmation, chacun peut s'auto-certifier expert en cloud computing ! L'évolution technique a du bon. Ne serait-ce que parce qu'elle en libère les acteurs. ●