

# EMC, UN POIDS LOURD

**Paradoxalement moins connu que d'autres acteurs du secteur, EMC est le leader incontestable du stockage pour les produits de milieu et de haut de gamme.** Un constructeur qui, tout en étant tentaculaire suite à un grand nombre d'acquisitions, reste focalisé sur la technologie, le produit et l'infrastructure IT.

Si on interrogeait au hasard une centaine de visiteurs d'IT Partners en leur demandant de citer deux ou trois acteurs majeurs du marché du stockage, il y a fort à parier que bien peu mettraient EMC dans leur classement. Et pourtant, malgré ce déficit de notoriété, EMC est l'un des constructeurs affichant les meilleurs résultats, et depuis de nombreuses années.

La maison mère d'origine américaine fut fondée en 1979 et elle affichait pour 2010 environ 17 milliards de dollars de chiffre d'affaires et une représentation dans plus de 80 pays. La filiale française fut lancée, pour sa part, en 1988 et emploie 800 personnes. Elle est présente sur l'ensemble du territoire via 9 agences et dispose de 2 centres de R&D, EMC mettant un fort accent sur l'innovation. «*EMC est un pure player qui ne fait que concevoir et vendre du produit*», souligne Christian Hiller, président directeur général de la filiale française. Le fait est que les revenus liés aux services ne représentent que 10% du CA. Le reste est réparti à 50% sur le hardware et, plus étonnant, à 40% sur le software.

«*C'est effectivement peu connu mais EMC est le 6<sup>e</sup> éditeur de logiciels mondial*». Mais que ce soit pour le matériel, le logiciel ou le service, le métier d'EMC, c'est la donnée. Cela va du stockage, secteur historique pour l'entreprise avec ses solutions de back-up ou de déduplication, mais englobe aussi la virtualisation, l'archivage, la protection et la sécurisation, la dématérialisation et même la business intelligence (BI). Dans la plupart des cas, EMC



EMC collabore avec des entreprises de toutes tailles, des PME aux multinationales, dans tous les secteurs d'activité, publics ou privés.

a choisi d'attaquer de nouveaux domaines en acquérant des entreprises spécialisées, que ce soit des start-up ou des entreprises déjà bien établies. Ainsi depuis 2003, ce sont près de 50 acquisitions qui ont été effectuées. Avec au passage quelques pépites comme VMware, RSA ou Iomega qui sont entrées dans le giron d'EMC respectivement



Christian Hiller, président directeur général d'EMC France.

en 2004, 2006 et 2008. Cette diversité permet au constructeur de proposer une solution adaptée aux besoins de chaque client, mais uniquement sur les problématiques d'infrastructures. «*Nous ne souhaitons pas nous transformer en EMC Global Services pour devenir une sorte d'IBM-like. Notre stratégie consiste à vendre nos solutions matérielles et logicielles et laisser nos partenaires y ajouter du service pour leur permettre de dégager plus de profit*», explique Christian Hiller. Pour autant, EMC n'est pas un constructeur entièrement axé sur l'indirect.

«*Aujourd'hui 60% de notre business se fait au travers de notre réseau de partenaires*», explique Jean-Yves Pronier, directeur marketing d'EMC France. En effet, pour certains clients grands comptes (banques, entreprises du CAC40, institutions publiques...), le constructeur garde le plus souvent la main. Mais que ce soit

sur le direct ou l'indirect, il cultive toujours la notion de proximité et de contact auprès de ses clients finaux. «*L'adaptabilité et la réactivité sont des facteurs clés de la satisfaction du client*», explique Christian Hiller. «*Quel que soit le problème qui peut se poser, il doit être résolu dans les plus brefs délais et il m'arrive parfois de répondre moi-même directement à un client. S'il y a une panne, on la répare d'abord et on vérifie seulement après si le client était ou pas sous contrat de maintenance. L'ADN d'EMC France est le même que celui d'une start-up. Une start-up de 800 personnes...*».

## Partenariat et catalogue étendus pour 2011

Jusqu'à fin 2010, le catalogue d'EMC était constitué de produits visant le haut et le milieu de gamme avec un ticket d'entrée de plusieurs dizaines de milliers de dollars pour les solutions «*basiques*». Avec réussite puisque sur la France,

# DU STOCKAGE

EMC phagocyte près de 60% de parts de marché sur le stockage externe haut de gamme, loin devant Hitachi (environ 25%) et IBM (environ 15%). Pour autant, il ne veut pas se reposer sur ses lauriers. Le 18 janvier dernier, le constructeur a en effet annoncé une nouvelle gamme de produits qui va lui permettre de toucher une clientèle qui jusque-là n'était pas vraiment visée : celle des PME. Baptisée VNX et destinée à remplacer les produits CLARiiON et Celerra, cette gamme de solutions de stockage comprendra des produits de moins de 10000 dollars, une grande première pour EMC. VNX comblera ainsi le fossé qui existait entre les solutions les plus haut de gamme d'Iomega et les produits estampillés EMC. Et ce ne sera pas sans incidences sur le réseau de partenaires d'EMC. «*Le fait d'étendre le spectre de notre catalogue va non seulement nous permettre d'adresser de nouveaux clients mais aussi de nouveaux partenaires avec lesquels nous ne travaillions pas jusqu'à présent*», précise Jean-Yves Pronier. EMC collabore sur une base régulière

avec environ une centaine de partenaires actifs, principalement des VAR. La nouvelle mouture de Velocity – nom du programme partenaires du constructeur – et qui vient en parallèle de l'arrivée de VNX, doit permettre d'au moins doubler ce nombre. «*Nous avons organisé notre programme en cinq niveaux d'affiliation contre trois auparavant*», explique Frédéric Fimes, manager channel d'EMC France. A ainsi été créé pour les partenaires les plus modestes (moins de 70000 euros de CA dans l'année sur les produits EMC) le niveau Affiliate Elite qui, sur la base d'une certification passée en e-learning, leur permet de proposer des services en plus des produits. À l'autre bout

du spectre, le niveau de certification «*Signature*» proposé aux très gros partenaires (plus de 7 millions d'euros de CA) offrira la possibilité de centraliser leurs achats via un grossiste.

## Soutenir le réseau dans ses projets

L'objectif affiché d'EMC est de permettre à son réseau d'optimiser leur business et de dégager plus de profit en proposant du service additionnel. «*Le service permet en règle générale à nos partenaires d'augmenter leur chiffre d'affaires de 20 à 25% sur un projet donné*», constate Frédéric Fimes. D'où un arsenal étoffé de spécialisations qui vont permettre aux partenaires de mieux vendre leurs solutions à bases de produits EMC, dont celle appelée «*Consolidation*» spécifiquement prévue pour accompagner les gammes VNX. EMC cherche aussi à aider son réseau dès la genèse des projets. Il met pour cela à leur disposition un outil baptisé Deal Registration



Jean-Yves Pronier, directeur marketing d'EMC France.

au travers duquel un partenaire qui désire mettre en place un projet pour un client final peut se faire accompagner par EMC si le constructeur estime que le projet en question correspond bien aux critères requis. Dans ce cas de figure, le VAR est sûr de ne pas se retrouver en concurrence frontale avec un autre partenaire d'EMC et s'assurera en outre des marges arrière supplémentaires. Mais en 2011, EMC ira encore plus loin

en ajoutant via son extranet dédié un outil de génération de leads. «*Et pour nous, un lead, ce n'est pas juste l'e-mail d'un DSI chez un vague client potentiel*», précise Jean-Yves Pronier. «*Il s'agit d'un projet concret avec un budget et une solution associés*». Le constructeur complète son relationnel avec ses partenaires grâce à des allocations de budget marketing, qui peuvent d'ailleurs être utilisées pour de la formation des campagnes clés en main ainsi que des incentives. EMC est donc loin d'être un constructeur statique restant tranquillement assis sur son trône de leader du stockage haut de gamme. Son offre produits que ce soit par le biais de sa propre R&D ou via des acquisitions externes est en constante évolution. Mais d'autres types de relations permettent aussi à EMC de se développer comme les accord d'OEM avec Dell ou la création récente d'une joint-venture avec Cisco et VMware baptisée VCE dont le but est d'accélérer l'adoption de la virtualisation et du cloud privé au sein des entreprises. ●

## L'avis du partenaire, Cheops Technology, SSII



Cheops Technology est une SSII dirigée par Nicolas Leroy-Fleuriot. Elle emploie 360 personnes et atteint 60 millions d'euros à son dernier CA. Son activité est centrée sur trois domaines : tout d'abord l'infrastructure avec le design, la fourniture et la mise en œuvre de solutions de réseau-sécurité, de serveurs, de stockage, puis la modernisation technologique via le développement d'automates de migration et enfin l'infogérance notamment sur l'IaaS, Cheops disposant de son propre data center et de son offre de cloud computing iCod.

### Les points forts d'EMC

«*En tant que numéro un du stockage, la grande force d'EMC est d'être parvenu à adapter des solutions très haut de gamme vers des produits plus accessibles tout en conservant une grande homogénéité au niveau de l'installation, du mode de fonctionnement et des outils de gestion. Dans certains domaines comme la déduplication à la source avec Avamar ou à la cible avec Data Domain, ces produits EMC sont sans aucun doute les produits les plus performants du marché. Au-delà de ça, les produits EMC sont particulièrement fiables et en cas de problème, cette compagnie est l'un des fournisseurs les plus réactifs avec lesquels nous travaillons, pour ce qui est des interventions de maintenance. Je ne connais pas un client qui m'ait dit avoir été déçu par un produit EMC.*»

### Les points à améliorer

«*Si EMC est capable de faire des efforts financiers sur certains projets, ils sont moins généreux que certains concurrents en ce qui concerne les marges arrière. Je suis également, à ce jour, perplexe quant à l'arrivée de la joint-venture VCE entre EMC, Cisco et VMware. Les DSI aiment bien avoir le choix entre plusieurs solutions et le "one stop shopping" proposé par des acteurs aussi importants risque justement de réduire ce choix.*»