

REPORTAGE Trend Micro, un éditeur en phase avec la sécurité p. 40

www.edi-mag.fr @MagazineEDI

Nouvelle
Formule

EDI

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION INFORMATIQUE

CHANNEL • VAR • SSII • MSP • GROSSISTES

Septembre 2014 - Numéro 41 - 10 €

Tests p. 110

CubeX,
l'impression 3D
au banc d'essai



Techno & Solutions p. 124

Le data center, laboratoire
de la techno écologique

Tendances p. 42

L'IT en 2020, épisode 2

Actualités p. 24

- Keyyo toujours plus indirect
- HP entre dans l'IT 2.0
- Kyocera insiste sur le service
- EMC mise sur le flash
- BlackBerry se remet en question



Eric Thomas, directeur marketing de Keyyo

Entretien p. 38

« Le marché
de l'éducation est un
secteur prometteur »



Jim Marshall, P-D. G. de Promethean



PORTRAIT p. 20

Siegbert Wortmann,
l'homme tranquille
de Terra Computer

ÉVÈNEMENT p. 14

Microsoft se développe
selon cinq nouveaux axes

Dossier p. 44

**Gagner
sa vie en
revendant
du cloud**

Cliquez sur les coins pour
tourner les pages

Ne plus afficher

Une publication **PARTENAIRE Média** N° ISSN : 2112 - 6534

MAGAZINE

CHANNEL

VAR & ESN

CONVERGENCE

GROSSISTES



« *Le point clé du cloud, c'est la maîtrise du ratio coût/performance.* »

Stéphane Duproz, D. G. pour la France de TeletcityGroup

NOUS SOMMES L'UN DES RARES À ASSURER LA FACTURATION À LA MINUTE

CLOUD SOUVERAIN

Didier Renard, président de Cloudwatt

Pour que les acteurs du channel gagnent leur vie en revendant du cloud, ils doivent d'abord compter sur un environnement stable. C'est le cas avec Cloudwatt, qui propose une offre fondée sur la souveraineté et l'indépendance, mais aussi, et peut-être surtout, sur la performance et le prix. À ce propos, nous sommes l'un des rares à assurer une facturation à la minute pour les serveurs. Google, et peut-être Cloudsigma en Suisse, font de même. Autre point différenciant : nous sommes *full indirect* et ne travaillons pas avec les grossistes. Notre cible, ce sont les revendeurs intégrateurs de taille intermédiaire. On en vise une quarantaine cette année.

« Notre intervention se situe en amont : sur l'organisation, les *best practices* et l'impact interne.

Michel Rathier, fondateur d'Altix Solutions



DE NOUVELLES PRESTATIONS SONT DEVENUES ENVISAGEABLES

FABRICANT D'IMPRIMANTES

Benjamin Claus, Manager Business Development Solutions & Services chez Kyocera Document Solutions France

L'intérêt pour l'impression dans le cloud est poussé par la demande du client. C'est très net depuis quelques années : le marché se relance par ses attentes. Du coup, les partenaires réfléchissent à de nouvelles prestations, difficilement envisageables auparavant, facilement récurrentes, et facturables. Cette tendance s'accroîtra. Avec la dématérialisation du serveur d'impression, la sécurité change de camp : les clients considèrent qu'ils sont plus en sûreté dans le cloud qu'en traditionnel.

« *Le train du cloud est en marche. Il sera difficile de ne pas monter dedans.* »

Nicolas Leroy-Fleuriot, P.-D. G. de Cheops Technology

NOUS ŒUVRONS POUR RASSURER LES VAR ET LES INTÉGRATEURS ENCORE RÉTIFS

FOURNISSEUR

Mathieu Dulac, Sales Director Strategic solutions chez Alcatel Lucent

Travaillant à 100 % en indirect, nous sommes particulièrement attentifs à ce que nos revendeurs gagnent de l'argent avec le cloud. Dans ce domaine, tout est fait pour rassurer les VAR et les intégrateurs qui seraient encore rétifs. Par exemple, avec la poursuite de notre programme partenaire Enterprise Partner Program, lancé il y a dix-huit mois. Il constitue en quelque sorte la pierre angulaire de notre approche. Celle-ci est assez simple et se résume presque en un point à retenir : l'avenir de cette industrie est à l'hybridation. C'est vrai sur le plan technologique, c'est vrai sur le plan des usages présents et futurs. Il n'y a plus de monolithe, ni de fonctionnement en silos. On se dirige vers un mode de fonctionnement hybride. Et cette marche vers l'hybridation nous mène vers la base installée. Enfin, la maîtrise de cette dernière chez le client, la capacité à la faire évoluer et à inventer de nouveaux services, constituent le meilleur moyen d'intégrer le cloud dans une stratégie marketing et commerciale.



OPENSTACK, C'EST LA GRAMMAIRE D'ACCÈS UNIVERSEL AUX RESSOURCES

CONSTRUCTEUR

Jean-Marc Defaut, directeur de l'activité cloud de HP France

Voilà sept ou huit ans, nous considérons déjà l'informatique à la demande comme une priorité. C'est vrai plus que jamais. Les partenaires doivent s'habituer – ils prennent leurs



marques dans une certaine mesure – à proposer des services disruptifs. Car le cloud réduit le time-to-value, c'est-à-dire le délai requis pour qu'une solution commence à produire de la valeur. De fait, les intégrateurs et les VAR se cloudifient et deviennent ainsi des brokers de services. Et Openstack, que HP a été l'un des premiers à adopter en l'intégrant comme API dans son bus de communication, facilitera grandement les choses. Je ne crains pas d'affirmer qu'OpenStack, c'est la grammaire d'accès universel aux ressources.