

EDI

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION IT

CHANNEL • VAR • ESN • MSP • INTÉGRATEURS • GROSSISTES

Février 2017 - Numéro 65 - 10 €



PORTRAIT P.14

Emmanuel Fromont

Président EMEA d'Acer

L'acquis et le futur



ENTREPRISE P.38

Sony, l'innovation chevillée au corps



GRAND DÉBAT P.42

LE CHANNEL FACE AU CLOUD

ENTRETIEN P.34



Sudheesh Nair

Président de Nutanix

« L'hyperconvergence
deviendra
une commodité »

MOUVEMENTS

Avast

KEVIN CHAPMAN

Directeur général division PME



Avast Software annonce l'arrivée de Kevin Chapman au poste de VP senior et directeur général de sa division opérationnelle dédiée

aux PME. Il s'occupera en particulier de la vente et de la logistique.

Econocom

FLORIANE BRISABOIS

Directrice de la communication Groupe



Econocom nomme Floriane Brisabois au poste exposé de directrice de la communication Groupe. Elle remplace Laura Barracco,

qui devient DGA de la ligne métier Technology Management & Financing. Floriane Brisabois a pour mission « d'asseoir et de développer la visibilité et l'image de marque du groupe Econocom, devenu un acteur européen de premier plan dans la transformation digitale des entreprises ».

Honor Europe (groupe Huawei)

EVA WIMMERS

Présidente



Honor est sans doute moins connu que sa maison-mère, l'industriel de l'informatique et des télécoms

Huawei, mais cette filiale est en pleine expansion. Ainsi Eva Wimmers devient présidente de Honor Europe. Fait remarquable, c'est la première dirigeante de Huawei à ne pas être d'origine chinoise. Elle devra, entre autres, accentuer la signature de partenariats de contenus « via différents canaux ».

Acronis

THORSTEN SCHWECKE

Directeur général Allemagne, Suisse et Autriche



Thorsten Schwecke dirige Acronis pour l'Europe germanophone. Il est responsable des produits et des services. Son arrivée

correspond à un moment charnière puisque, en sus du cloud, cet éditeur de sécurité est impliqué dans le règlement européen sur la protection des données.

RÉSEAU

OPÉRATEUR INTERNET, SAYSE PRÉCONISE LE SD-WAN AVEC VIGUEUR

Trois ans seulement après sa création, la toute jeune entreprise Sayse a tenu à dresser un premier bilan de son activité.

« Nous sommes en avance sur notre feuille de route, constate avec fierté Benoît Huard, cofondateur de Sayse.

Depuis le début, nous demeurons à ce jour, le premier opérateur internet SD-WAN français. » Une position acquise dans une certaine discrétion, néanmoins enviable. Pour asseoir son développement, le groupe vient d'emménager dans des locaux à Boulogne-Billancourt, en lieu et place de ses anciens bureaux de Vélizy. Et surtout, il a fait entrer, l'été dernier, un investisseur à son capital. « Cela n'a pas été facile. Il a fallu trouver quelqu'un qui ne soit pas seulement financier, et pas uniquement soucieux de rentabilité à court terme. Nous avons fini par trouver l'investisseur – minoritaire

– qu'il nous fallait. Cet engagement porte sur une durée de sept ans. »

Sur le terrain, Sayse continue à se concentrer inlassablement sur son métier de base : inciter les entreprises à passer au SD-WAN. « Elles sont encore nombreuses à empiler boîtiers, routeurs et UTM en vue de pallier les dysfonctionnements réseau. Or, le SD-WAN est à la fois plus fiable et moins onéreux que le MPLS. C'est dire que dans ce domaine, le marché est à peu près infini. » Et maintenant, que va-t-il se passer ? Pour Benoît Huard, plusieurs priorités s'imposent. D'abord, « il faut envisager de passer du stade de pionnier à celui de leader. On ne peut pas se contenter de gérer indéfiniment un monopole de fait ». Pour y parvenir, la société entend communiquer plus et mieux, selon un rythme et des modalités qui



Benoît Huard, cofondateur de Sayse

restent à définir. D'autant que Sayse vise maintenant l'expansion internationale. Cette dernière cible directement les destinations lointaines, sans passer par la case Europe. Déjà, deux agences commerciales sont sur le point d'ouvrir : à Hongkong et à Moscou. Deux autres devraient suivre, outre-Atlantique celles-là. L'une devrait être établie sur la côte est (New York), et l'autre sur la côte ouest (Los Angeles). De quoi élargir l'horizon et les perspectives de Sayse. ■

CLIENT LÉGER

IGEL TECHNOLOGY DÉVELOPPE SON CHANNEL ET DOPE LES MARGES

Avec une baisse d'environ 11 % sur les trois premiers trimestres de l'année (en France mais aussi au niveau mondial), le marché du client léger est loin d'être florissant, mais reste un secteur à fort potentiel de valeur pour le channel. « Le problème c'est que les chiffres des cabinets d'étude se focalisent sur le matériel sans tenir compte des aspects logiciels de ce marché pourtant les plus prometteurs », explique Fred Milon, directeur commercial Europe du sud d'IGEL Technology, constructeur allemand challenger de ce marché face aux deux géants HP et de Dell EMC. En termes de software, IGEL développe, par exemple, son propre système d'exploitation, basé sur Linux, mais propose aussi des outils avancés comme l'Universal Dekstop Converter (actuellement dans sa version 3 en 64 bits) apte à transformer quasiment tout PC ou portable en client léger. « Mais notre point fort est la console

centrale UMS grâce à laquelle une entreprise ou un intégrateur gère son parc de ses clients légers, y compris ceux d'autres marques quand ils disposent de notre agent UMA ». IGEL (« hérisson » en allemand) se pique de viser



Fred Milon, directeur commercial Europe du sud d'IGEL Technology

les sociétés de 100 à 200 postes environ, et s'appuie pour cela sur une dizaine de partenaires en France, adressés via des grossistes. Un chiffre insuffisant que la marque veut multiplier par cinq. Pour cela, elle va bénéficier de la signature d'un nouveau contrat de distribution avec Feeder. « Un choix logique car Feeder est bien implanté sur des marchés porteurs pour les clients légers comme la santé. » Deux autres distributeurs référencés également Feeder, A2L et Arrow. La marque fait tout pour maximiser les marges des partenaires : elle assure elle-même la fabrication et l'intégration depuis l'Allemagne, mais aussi la logistique. « Le déploiement des solutions peut se faire à distance sans aucune intervention du revendeur, d'où une marge nette conséquence dopée, qui plus est, par l'ajout de services complémentaire comme la gestion via la console ou la maintenance en J+1 », conclut Fred Milon. ■