

Bruno Buffenoir (HP) : « Nous n'avons pas peur de prendre le marché à contre-pied »



Silicon.fr : Quelles sont aujourd'hui les spécificités de l'offre HP auprès des grandes entreprises et votre différenciation par rapport à vos grands concurrents ?

Bruno Buffenoir : L'ADN de HP est avant tout technologique. Notre proposition de valeur s'appuie sur notre capacité d'innovation, d'intégration et notre capacité à proposer des solutions complètes – de l'environnement des utilisateurs aux usines de traitement de l'information que sont les datacenters en passant par les réseaux – pour accompagner la transformation de nos clients de bout en bout. Le service étant une composante d'accompagnement afin d'aider les clients à tirer parti de cette technologie.

Silicon.fr : **Pourtant le discours dominant, centré sur la montée en puissance des directions métier dans les décisions IT, tend à minimiser le rôle de la technologie pour mettre en avant les usages... N'êtes-vous pas en train de passer à côté de ce phénomène ?**

B.B. : Les quatre piliers mis en avant par notre PDG Meg Whitman – Cloud, Big Data, mobilité, sécurité – relèvent des usages. L'ensemble de notre innovation y est relié. Nous avons tout à fait conscience que les entreprises recherchent un service le plus intégré possible. Mais, dans ce contexte-là, la technologie a toujours un rôle à jouer. On n'a pas peur de prendre le contre-pied du marché sur ce sujet.

Car, si on modélise la façon dont on va devoir exploiter la technologie pour répondre à ces nouveaux usages, on se rend compte que les technologies actuelles ne vont pas pouvoir faire face à ces enjeux. Que ce soit en termes de consommation électrique, de surface au sol, de capacités de stockage, de complexité d'administration. C'est ce sur quoi HP a travaillé et a anticipé en termes de R&D et d'acquisitions de sociétés. Et nous commençons à introduire des innovations de rupture.

C'est le cas du serveur Moonshot (Lire [HP Moonshot : un nouveau format de serveurs "cartouches" ARM ou Intel](#)), au format cartouche et pré-intégré en fonction de certains usages (Web, ERP, Big Data, etc.). A l'occasion de son lancement, on a parlé de « rephysicalisation » des environnements, une nouvelle forme de contre-pied. Même si cela ne vient pas remettre en cause le mouvement de fond vers la virtualisation, Moonshot permet d'aborder certains usages de façon différente, avec un modèle basé sur la diffusion de box. La combinaison de la virtualisation et de cette nouvelle approche va apporter la souplesse attendue par les entreprises.

La seconde rupture concerne les technologies de stockage Memristor, offrant une miniaturisation à l'extrême. La troisième révolution majeure concerne la photonique, utilisant des transmetteurs optiques pour accélérer les flux entre composants. Cette technologie est déjà intégrée dans nos switchs réseau pour datacenters.

Silicon.fr : Jusqu'au milieu des années 2000, le marché français des technologies était rythmé par de grands contrats d'externalisation. Ont-ils disparu ?

B.B. : Ces contrats sont, sur le papier, très alléchants, mais s'avèrent très complexes à gouverner pour les deux parties. Leur nombre tend donc à diminuer, même s'il reste des deals à plusieurs centaines de millions d'euros : la plus grosse affaire en France sur notre année fiscale 2012 est de cet ordre-là.

Dans son ensemble, le marché a basculé vers un modèle où la gouvernance reste à taille humaine, avec le « selective sourcing » consistant à délimiter des périmètres bien précis avant d'externaliser. Cela contraint les entreprises à mettre en place une gouvernance multi-partenaires, mais leur offre davantage de souplesse, en leur permettant de remplacer un partenaire tout en conservant d'autres sociétés qui donnent satisfaction.

Silicon.fr : Est-ce que, dans le cadre de ces renouvellements, vous observez une mutation vers le Cloud ?

B.B. : Clairement. On retrouve la segmentation classique (Saas, IaaS, PaaS) dans les sollicitations qui nous parviennent, avec des contrats tournés applicatifs, d'autres où les entreprises recherchent une plate-forme pour accueillir les applications et d'autres encore qui visent à mettre en place une architecture de référence ouverte sur des capacités de débordement dans le Cloud public. Et les DSI nous demandent désormais d'intégrer l'existant, à savoir les VM que les utilisateurs ont déjà déployées en dehors de l'entreprise. Il faut que les environnements AWS ou OVH existants fassent partie du catalogue de service. En la matière, la posture des DSI a radicalement changé : il y a peu, ces derniers refusaient de prendre en compte ces initiatives des utilisateurs.

80 % des dossiers que nous traitons aujourd'hui – sur le mid-market ou auprès des grands comptes – concerne du Cloud privé, avec capacité de débordement, sur nos plates-formes à Grenoble ou chez des partenaires comme SFR. Sur les 25 projets de ce type qui sont passés au cours de l'année, nous en avons remporté entre 15 et 20.

Silicon.fr : Le marché du Cloud est aussi animé par les prestataires. Quelle est la place de HP sur ce segment ?

B.B. : Au cours de l'année passée (à cheval sur 2012 et 2013, NDLR), notre chiffre d'affaires sur ce

marché a connu une croissance de 75 %, avec des clients comme Numergy, Free, LinkByNet, mais aussi des sociétés comme Criteo ou des spécialistes du Saas. Nous accompagnons également nos revendeurs historiques dans leur mutation vers un modèle de services ; c'est le cas par exemple avec Antemeta ou Cheops. Nous allons d'ailleurs renforcer nos investissements auprès des hébergeurs, mais aussi des start-ups avec une initiative dédiée via laquelle nous allons leur mettre à disposition des moyens aux différentes étapes de leur évolution.

Silicon.fr : en début d'année, la filiale française envisageait un marché du PC en légère croissance jusqu'en 2015. On en est loin. Avez-vous été surpris par l'ampleur et la rapidité du retournement ?

B.B. : Oui, nous avons été surpris, même si nous souffrons moins que la moyenne du marché. Entre la rentrée et Noël, nous allons mettre sur le marché des technologies pour accompagner les nouveaux usages, avec des modèles hybrides réunissant les fonctions d'un client lourd et ceux d'un terminal mobile. Notre réponse à ce tassement réside donc dans une multiplication des facteurs de forme des terminaux, tout en homogénéisant notre gamme sur la base des nouveaux design maison.

Et la stratégie consiste à proposer des facteurs de forme différents selon que l'on adresse l'entreprise ou le consommateur final, tout en autorisant une intégration entre les deux mondes. Côté entreprises, nous nous appuyerons sur Windows 8, tandis que dans le B2C, la stratégie sera fortement axée sur Android. Le gros avantage de ce dernier réside dans sa capacité d'intégration aux SI.

Silicon.fr : N'est-ce pas une façon de pointer du doigt la responsabilité de Microsoft dans l'effondrement du PC ?

B.B. : Non, c'est plutôt une forme de reconnaissance des différents standards se déployant sur le marché.

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – HP : du garage à la multinationale](#)