

BT France modélise son offre de sécurité

'managée'

BT commence à récolter sérieusement les fruits de sa stratégie mise en place il y a plus de 3 ans au sortir de la crise des télécoms opérateurs (en 2002/2003): une offre de services élargissant le champ d'intervention d'un opérateur télécoms.

Après la mobilité, BT propose depuis peu une offre de services de sécurité managée. Les premières retombées sont positives, comme en témoignent les premiers clients dont MWBrands ou encore une grande banque française.

Fatiha Morin, responsable du portefeuille Sécurité de BT France, cite une étude de Gartner: le marché des services de sécurité managés connaît une croissance de 20% par an. Et 60% des entreprises seraient disposées d'ici 2008 à externaliser leur service de sécurité. Une tendance corroborée par le Yankee group: d'ici à 2010, 90% des entreprises auront choisi l'externalisation pour la gestion de leur sécurité!

Intox ou pas (vu de l'Hexagone) il faut surtout se demander : « *Mais pourquoi -et comment?* »

BT s'estime légitime parmi les acteurs clés du domaine. Une étude de Technographics (mars 2006) compare l'Europe et l'Amérique du Nord, sur la question: *Quel fournisseur envisagez-vous pour externaliser votre problématique sécurité?* 43% et 37% des entreprises, respectivement (donc Europe versus Amérique), désignent d'abord un opérateur de services orienté réseau, puis 32% et 17% un intégrateur réseau, puis 31% et 28% un fournisseur de services IT ou un intégrateur système.

BT souligne qu'il a pris cette orientation « services » sciemment il y a déjà plusieurs années pour se positionner comme une « société de services pour réseaux IT (*Network IT service company*).

Le fait est que l'opérateur historique britannique, après avoir satellisé son activité mobiles (O2), a su négocier sa réorientation vers les services -en commençant précisément par le créneau de la mobilité, pour lequel il est devenu comme un opérateur virtuel international, c'est à dire qu'il a construit, de toutes pièces, une offre de services télécoms mobiles via un guichet unique. Et la démarche a rencontré un réel succès, coïncidant avec l'**extension du 'nomadisme'** dans les moyens et grands comptes.

Pour la sécurité, BT a donc choisi une démarche similaire.

Il a retenu **4 briques fondatrices** pour ses prestations 'sécurité':

-un service de supervision des pare-feux personnels (*Managed personal firewall*),

-un autre sur l'authentification (*Managed strong authentication*), -un troisième sur les réseaux privés virtuels IP (*Managed VPN SSL/IPSEC*)

-un quatrième sur les accès nomades (*MobileXpress*).

Pour y parvenir, BT s'est allié aux champions du domaine: Check Point Software, BlueCoat, Cisco,

SenSage ou encore WebSense.

Ce n'est pas tout: parmi ses mesures tactiques, l'opérateur a eu la bonne idée de procéder à des acquisitions très ciblées, en particulier celle de **Counterpane Internet Security (*)** -jeune société britannique créée en 1999, qui, précisément, s'était spécialisée dans l'externalisation de la sécurité – à commencer par la **gestion des log-in** sur des serveurs extérieurs contractuellement sécurisés.

Bref, la formule prend. Les grandes références pleuvent, y compris en France, auprès de Saint-Gobain, Sanofi, l'institut Pasteur, Renault... Et tout récemment une des toutes premières grandes banques (référence en cours d'officialisation) et le spécialiste des produits de la mer **MWBrands** (avec les marques Petit Navire, H.Parmentier, John West, Mareblu...), groupe qui possède un site industriel à Douarnenez (* cf. ci-après).

Et de découvrir que l'un des objectifs de ce partenariat avec BT est de parvenir à... la **certification ISO**, bien sûr. En s'appuyant, entre autres, sur des expériences mutualisées.

(*) *Au sein de BT, cette start-up est devenue 'Maintenant BT Counterpane'. Counterpane Internet Security c'est avant tout Bruce Schneier, gourou mythique et visionnaire, spécialiste du chiffrement et auteur prolifique. Spécialiste de l'infogérance de la sécurité, Counterpane s'occupe de la surveillance des réseaux et des équipements de nombreux grands comptes à travers le monde. La société observe également le trafic de plusieurs centaines de réseaux (550), dans 38 pays, afin d'anticiper sur les menaces.*

Le témoignage de MW Brands (*)« L'un des points forts de l'offre, c'est que la même configuration, les mêmes modules ont été installés sur tous les sites, où qu'ils se trouvent – en France, en Angleterre, Irlande, Italie, Portugal, Seychelles, Ghana », explique Stéphane Dupuy, directeur technique de MWBrands... »Les critères qui ont déterminé le choix de BT (contre Equant/France Télécom – Orange, et contre T-Systems/Deutsche Telekom) ne font pas mystère: probablement, une offre financière très attractive (le montant, une partie en investissement initial et des mensualités, ne peut pas encore être établi – ou divulgué). Mais également une offre « sans couture » (relativement).MWBrands possède des sites de production à Douarnenez, au Portugal, au Ghana, aux Seychelles -pour lesquels BT avait la bonne réponse, semble-t-il. L'opérateur, autour de son coeur de réseau MPLS peut ouvrir des VPN IPSEC, avec pare-feu managés à distance en même temps que les procédures d'authentification. Pour MWBrands, cette architecture était la plus adéquate, à partir d'un *data center* unique en Angleterre.BT a répondu vite, semble-t-il, et en apportant les bonnes « briques »: – sécurité managée des postes clients: authentification forte, pare-feu personnel, réseaux VPN IPSEC – sécurité managée des sites de production: pare-feu – sécurité managée des accès à Internet: pare-feu et 'proxy cache' + filtrage d'URL + anti-virus + analyse des codes malicieux – sécurité managée de la messagerie: anti-virus, anti-spam, anti-spoof.L'ensemble encadré par une équipe dédiée avec une couverture internationale et des engagements SLA (*service level agreements*).__ _(*) **MWBrands en chiffres** MWBrands a été constitué en 2006 par le rachat de la branche Seafood du groupe Heinz constitué des marques Petit Navire (« Le Bon Goût du Large »), H. Parmentier en France, Mareblu en Italie, John West en Irlande et au R.U. Leader européen de la conserve de poisson, MWBrands est implanté en France sur 4 sites, où il emploie plus de 500 personnes. Egalement installé en Angleterre, en Irlande, en Italie, au Portugal, au Ghana et aux Seychelles, le groupe, avec environ 5.500 personnes, pèse environ 450 Meuros. MWBrands compte 640 utilisateurs informatiques, dont 200 utilisateurs itinérants équipés pour la plupart de services de communications mobiles 3G avec *roaming* international si nécessaire.**N.B.:** BT a mandat pour travailler avec les opérateurs mobiles de la place (Orange, SFR-Vodafone, Bouygues...) mais également avec les agrégateurs (comme iPass). Mais là, pas de contrats de services SLA... C'est l'offre MobileXpress de BT qui s'applique ici.