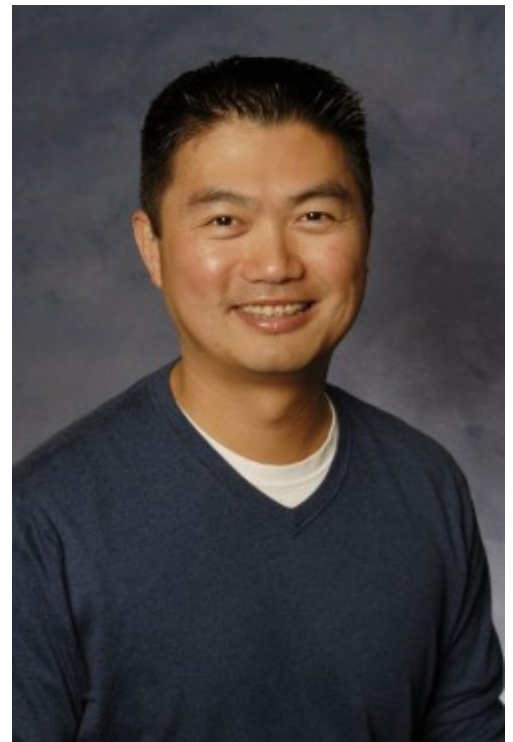


Darwin Chen (Kingston Technology): «Le marché du SSD se trouve dans les notebooks»

« Le SSD est la prochaine catégorie de produits stratégiques pour Kingston Technology », assure **Darwin Chen**, vice président produits flash et SSD depuis 2003 au sein du constructeur spécialisé dans les modules mémoire. Pour l'entreprise californienne, le Solid State Drive (ou disque dur à technologies flash) représente un levier de développement stratégique. « 2010 constitue un tournant critique pour le SSD », justifie le responsable. Selon lui, les niveaux de performances et de qualités sont aujourd'hui mûrs pour le marché professionnel.

« Le temps de démarrage du système à partir d'un SSD est divisé par plus de deux, et le lancement d'une application est optimisé jusqu'à 40% », rappelle-t-il pour qualifier l'avantage des supports à mémoire flash face au traditionnel disque électromagnétique. « Le SSD apporte une hausse des performances comme aucun autre composant. »



Des performances dont s'emparent les constructeurs de serveurs de stockage pour faire évoluer leurs offres (que ce soit chez [IBM](#), [Sun Microsystems](#) ou un acteur alternatif comme [Intelligence](#)). Mais pour Kingston, le marché est ailleurs, dans les PC portables précisément.

120 millions de notebook à renouveler

Darwin Chen avance plusieurs raisons. Le vieillissement du matériel devrait entraîner le renouvellement de 50 millions de notebooks de plus de 3 ans et 71 millions de plus de 4 ans. Or, les entreprises continuent de réduire les dépenses informatiques (ou de les concentrer sur les

serveurs) et sont donc tentées de prolonger de longs mois la vie des PC internes. Pour Kingston, le SSD s'inscrit comme une solution alternative fiable et efficace aux renouvellement complet d'un PC. Le changement de disque coûtant nettement moins cher qu'un investissement dans une machine complète. Et paradoxalement, la fiabilité s'en trouve accrue par l'absence de pièces mécaniques qui réduit considérablement le risque de pannes (contrairement au disque traditionnel vieillissant, surtout en situation de mobilité).

Kingston a déjà convaincu quelques clients. Notamment American Airline. « *La compagnie a investi 639 000 dollars pour mettre à jour la mémoire et installer des SSD de 1800 notebooks* », cite en exemple Darwin Chen. Soit 355 dollars par PC. Ce qui fait dire à notre interlocuteur qu'ils ont « *économisé l'achat de 1800 nouveaux notebooks* ». Certes. Mais est-ce intéressant financièrement sachant que les entreprises seront amenées à basculer vers Windows 7.

Un argument que réfute là-aussi Darwin Chen. Selon lui, même les PC sous Windows XP peuvent bénéficier de la mise à jour matérielle. Et ce d'autant que la gamme VSSDNow V+ de Kingston intègre la commande TRIM, incluse par défaut dans Windows 7, laquelle optimise la suppression des données et maintient les performances du SSD dans la durée. Autrement dit, de quoi tenir jusqu'en 2014, année de [fin du support de Windows XP](#) par Microsoft.

«

Les utilisateurs n'ont pas d'énormes besoins de stockage local»

Reste que les prix, toujours élevés des SSD ne permettent pas d'offrir au marché de grandes quantités de stockage. A quoi bon?, interroge Darwin Chen, « *les utilisateurs en entreprise n'ont pas d'énormes besoins de stockage local* ». Toujours plus connectés au Net, les utilisateurs travaillent de plus en plus en mode cloud avec des applications et données déportées sur le réseau. Ce qui limite les besoin de grands volumes de stockage sur la machine.

De plus, les prix des SSD sont en chute libre. Le Go est passé de 3,75 dollars en 2008 à 2 dollars en 2009 et ne devrait pas dépasser le 0,6 dollar en 2013 contre 0,28, 0,12 et 0,04 dollar respectivement pour les disques durs traditionnels. Une différence négligeable selon Darwin Chen en regard des avantages procurés. « *Les bénéfices que vous tirez du SSD restent attractifs même si le prix reste plus élevé que celui des disques durs.* »

Tout est donc en place du côté de Kingston pour faire de 2010 l'année du SSD. Et s'emparer d'un « *créneau non occupé* ». Celui de la mise à niveau matérielle à l'heure où constructeurs et OEM placent encore le SSD comme une option pour les PC haut de gamme. Selon les analystes, les SSD devraient passer de 5 millions d'unités vendues en 2009 à près de 20 millions en 2011 (pour des revenus respectif de 6 et 25 milliards de dollars). Une croissance exponentielle sur laquelle Kingston compte bien surfer.

125 000 SSD en 2009

Kingston, a commencé à développer les technologies flash en 2003 avec les clés USB. En 2009, la part flash de son activité a généré 1,35 milliard de dollars sur un chiffre d'affaires total de 4,5 milliards. Avec seulement 125 000 unités distribuées, le SSD a participé à la hausse de 100 millions de dollars du chiffre d'affaires par rapport à 2008. En 2010, Darwin Chen estime que les SSD représenteront 10% du volume total en Go des supports de stockage qu'aura commercialisé le fabricant.