

Communications unifiées : la révolution

Cloud

Perçue comme un outil d'amélioration de la collaboration et de l'efficacité des collaborateurs, cette brique IT s'impose comme la clé de voute des activités de l'entreprise en télétravail. Et elle connaît une transformation en profondeur.

Jamais, par le passé, l'activité des entreprises n'a été aussi intimement liée à l'efficacité de ses outils de communication et de collaboration qu'à l'occasion de la crise sanitaire du [Covid-19](#) et des mesures de confinement. La mise en télétravail forcé de millions de salariés a démontré de manière éclatante les besoins en termes d'outils de collaboration performants et s'il est une technologie qui a su s'imposer largement lors de cette crise, c'est le cloud, en particulier [les services d'UCaaS](#) (Unified Collaboration as a Service).

Alors que les VPN des entreprises étaient engorgés et les accès aux applications internes difficiles, les services cloud ont répondu présents. Les entreprises qui avaient basculé leur messagerie sur Microsoft Office 365 ont [intensifié les usages](#) de la suite Cloud Microsoft, faisant bondir le trafic sur cette période. Même constat chez Cisco, dont la consommation du service de visioconférencing WebEx a été multipliée par quatre en Europe. Même [Zoom](#), un pure player jusqu'alors peu répandu en France, a connu un succès fulgurant, passant en quelques semaines de 10 millions d'utilisateurs à 300 millions par jour!

Unifier la communication

Fournisseurs cloud, opérateurs et services OTT (Over the Top) tels que Zoom sont au coude à coude, notamment pour séduire les entreprises, et cette crise sanitaire mondiale va accélérer le basculement du marché des communications unifiées vers le cloud.

Avant la pandémie, une étude Markets and Markets annonçait une croissance annuelle mondiale de 9,5 % pour les services UCaaS sur la période 2019-2024, celui-ci étant amené à passer de 15,8 milliards de dollars à 24,8 milliards.

Si, chez Orange Business Services, on souligne que le marché du bon vieux PABX est loin d'être mort, ce virage vers le cloud est bel et bien engagé. L'opérateur propose un catalogue complet d'offres portant sur la téléphonie, la vidéo, mais aussi le support des contact centers comme l'explique Vannina Kellershohn, vice-président Enriched Interactions & Collaboration Business Unit chez [OBS](#) : « Nous constatons chez nos clients que la transformation digitale accroît le besoin de répondre aux besoins de leurs clients et donc la mise en place de contact centers omnicanaux. Cela implique de développer en interne la collaboration. Nous sommes de plus en plus amenés à amplifier ce lien entre communications unifiées et contact center. »

Ainsi, OBS a déployé sa solution Contact Center Access pour un GAFa pour que ce dernier puisse proposer 11000 numéros verts dans une centaine de pays.

OBS peut miser sur le Cloud Orange pour proposer des services hébergés, sur des partenariats

avec Cisco, Microsoft et Genesys, mais aussi en tant que [deuxième ESN du marché français](#), une puissante force de frappe en termes d'intégration. Orange s'engage ainsi auprès de ses clients sur des SLA de bout en bout, et un accompagnement à l'international grâce à un réseau mondial et des points de présence pour la voix sortante dans 140 pays. Face au glissement du marché vers le cloud, tous les acteurs traditionnels de la téléphonie ont dû se repositionner.

Ainsi, [Mitel](#) est présent sur le segment des ETI jusqu'aux grands comptes, grâce à une infrastructure dédiée à chaque client, avec [MiCloud Flex](#). Son offre de cloud privé bénéficie d'un socle logiciel issu de nombreuses années de R & D de Mitel dans le domaine des communications unifiées et collaboratives (UCC).

L'offre s'appuie sur MiVoice Business pour la partie call control, MiCollab pour la brique UCC et MiContact Center pour la partie centres de contacts.

En outre, Mitel a signé un partenariat stratégique avec Google et il est désormais possible d'exploiter MiCloud Flex sur Google Cloud Platform. Le Canadien estime que son approche lui permet d'offrir une plus grande richesse fonctionnelle face aux offres standardisées de type « out of the box » des pure players Internet, ainsi qu'une meilleure maîtrise de la solution par l'entreprise.

Un virage vers le cloud

De son côté, Panasonic a fait le choix de s'allier à un pure player de l'UCaaS, l'Irlandais Blueface, une start-up récemment rachetée par Comcast. Jean-Claude Fonteneau, responsable commercial de Panasonic France explique la démarche du Japonais : « Le cloud Blueface, rebaptisée UC Line nous permet de proposer une offre UCaaS à nos revendeurs qui vont adopter la communication unifiée. Cela répond au boom de la fin du RTC et leur permet d'accompagner les petites entreprises dans ce changement de technologie comme les utilisateurs dans les nouveaux usages de la téléphonie, notamment le télétravail. »

Un autre acteur historique du secteur, Avaya, a dû opérer ce virage vers le cloud. François Rachez, directeur avant-vente chez Avaya souligne : « Le marché est maintenant orienté vers des solutions 100 % logicielles. On est passé d'un marché de produits à un marché de solutions avec une mer de services cloud proposés en pay per use. Nos solutions peuvent néanmoins être déployées en on-premise si c'est un choix d'entreprise, ou dans le cloud, c'est ce que nous appelons le Cloud Your Way. »

En parallèle, l'équipementier a fait évoluer ses terminaux pour favoriser la convergence avec les softphones. On peut ainsi installer des applications Android sur les terminaux Vantage et, pour Avaya, l'avenir de la télécommunication sur le poste de travail sera le webphone. On se passera alors du softphone. Face aux géants des télécoms, les pure players cloud misent sur la globalisation des marchés qui leur donnent une vitrine mondiale.

Ainsi Fuze, éditeur basé à Boston, propose notamment un service de communication unifiée intégrant la téléphonie, la visioconférence, chat, webinar, call center avec une couche analytique et d'intelligence artificielle au-dessus.

« Nous sommes opérateurs dans 58 pays pour un service délivré dans 110 pays », explique Guillaume Dethan, Regional Vice-President France de Fuze. « L'intérêt pour l'entreprise, c'est que

nous sommes le seul point de contact. Le DAF dispose d'une seule facture avec un prix par mois et par utilisateur tout compris pour tous les pays que nous couvrons. »

L'offre OTT est loin de ne s'adresser qu'aux start-up et aux PME, puisque Foncia vient de la déployer auprès de 10000 collaborateurs sur 650 sites et en 14 mois seulement. Même chose pour Hays, avec un déploiement de 10000 collaborateurs dans 23 pays.

Les suites collaboratives donnent le ton

Si les analystes ont identifié une multitude de nouveaux acteurs sur le marché des services UCaaS, le secteur des communications unifiées doit désormais se structurer autour d'acteurs de poids venus du monde du desktop, Microsoft et, dans une moindre mesure, Google.

Les suites de services Cloud Office 365 et G Suite intègrent de nombreux outils bureautiques collaboratifs, mais aussi de communication instantanée, de téléphonie et de visio. Les équipementiers et éditeurs de solutions collaboratives doivent donc se positionner face à ces acteurs devenus incontournables dans leur pré carré. « Après l'âge d'or de la téléphonie traditionnelle, avec des acteurs tels qu'Alcatel, Avaya ou même Cisco, Microsoft est venu bouleverser le marché avec ses offres Office 365 », indique Stephan Schaaff, CX & Digital Workplace Senior Manager chez NTT France.

Les usages de Teams ont explosé lors de la crise du Covid-19 et de plus en plus d'entreprises se posent la question de migrer leur téléphonie vers Teams. « L'essentiel de notre travail sur la Digital Workplace porte aujourd'hui sur les outils collaboratifs avancés de type Teams et des échanges en temps réel de types Chat, voix, vidéo ou meetings. » précise-t-il.

Autre évolution notée par cet ancien de Dimension Data, société de services qui a rejoint NTT, avec Arkadin, le rôle croissant du mobile qui commence à s'imposer en tant que terminal unique du collaborateur : « Nous commençons à voir des entreprises remettre en cause l'idée que chacun doit disposer d'un numéro de téléphone fixe et se contenter du portable. Le mobile et une solide plateforme de collaboration apparaissent de plus en plus comme un package suffisant, c'est une réflexion de plus en plus fréquente. »

Illustration de cette tendance, Poly (équipementier, fruit du rapprochement de Plantronics et de Polycom, opéré en mars 2020) équipe certains de ses équipements de touches Microsoft Teams et propose aussi l'Elara 60, une base pour smartphone qui permet de recharger l'appareil, de brancher un casque et même d'ajouter un clavier/ écran téléphonique classique.

« Le smartphone devient le téléphone par défaut des collaborateurs, depuis, notamment, la recrudescence du télétravail », souligne Fabrice Berthelot, directeur régional des ventes chez Poly France. « Les métiers demandent aux DSI d'équiper les collaborateurs pour télétravailler, afin que ceux-ci puissent être aussi efficaces à la maison qu'au bureau. C'est un marché en pleine expansion et les grèves de décembre, puis le confinement dû au coronavirus n'ont fait qu'accélérer la demande. »

Nouvelles salles de réunion pour nouveaux usages

La réflexion sur la Digital Workplace du collaborateur impacte aussi la manière dont se tiennent les réunions. On constate ainsi la multiplication dans les entreprises de huddle room, des petites salles conçues pour accueillir trois à quatre personnes autour d'une solution de collaboration.

Olivier Josephson, directeur exécutif chez Accenture explique : « Les études montrent qu'il y a environ 32 millions de salles de visio dans le monde. Elles ne vont pas disparaître et le besoin de rassembler les gens dans une pièce existera toujours.

Toutefois, les technologies propriétaires vont disparaître progressivement. Surface Hub de Microsoft, par exemple, est une solution bien plus simple et flexible d'utilisation que ces locaux et pour un investissement très limité. » À la différence des grandes salles de visio, ces pièces peuvent être équipées d'écrans tactiles à l'image de la Surface Hub 2S qui permet de placer Teams au centre de la réunion.

Avaya propose une gamme complète de solutions pour huddle room qui, à la différence de la Surface Hub, permet d'utiliser une TV tactile quelconque. Dans une récente étude, Forrester a estimé le retour sur investissement de la collaboration unifiée à 30 millions de dollars sur trois ans pour 5000 collaborateurs. Le ROI est gigantesque et justifie de repenser les outils de collaboration mis à la disposition du personnel.

Crédit photo de Une : @Mitel