

# Edouard de Fonclare (Avaya) : « Le monde de la téléphonie évolue vers celui de la collaboration »

Après l'annonce des nouveautés Avaya, avec [l'intégration de la vidéo dans l'offre client](#), nous revenons plus longuement sur la stratégie de l'équipementier en compagnie de son directeur France, **Édouard de Fonclare**.

**À regarder l'évolution de vos dernières solutions, il semble que la stratégie d'Avaya se concentre sur le collaboratif et la vidéocommunication. C'est une réalité aujourd'hui sur le marché ?**

C'est plus qu'une tendance. Les outils de communication unifiée arrivent très fort dans les entreprises. Je dirais que c'est l'évolution naturelle du monde de la téléphonie vers le monde de la collaboration grâce aux applications multicanaux et l'arrivée de la vidéo dans les communications unifiées.

**Pourquoi cet engouement autour de la vidéo ?**

Avant, la vidéo était déconnectée des systèmes de l'entreprise. Et son utilisation était relativement complexe. Aujourd'hui la vidéo s'intègre au SI et son usage va se développer. Mais à condition que ce soit simple. Je pense que, en matière de communications unifiées, la vidéo sera aussi facile à utiliser que la voix et l'e-mail. Et, surtout, elle sera accessible par tout le monde dans n'importe quel lieu. [L'acquisition de Radvision](#), finalisée le 9 juin dernier, nous permet de faciliter la mise en œuvre de la technologie dans les entreprises, y compris en mobilité, sur n'importe quel terminal, poste fixe, smartphones comme tablettes.

**Dans la mesure où la technologie de Radvision touche les terminaux des utilisateurs finaux, l'acquisition constitue-t-elle un pont vers des offres grand public pour Avaya ?**

Le B2C n'est pas notre marché, mais on constate une consomérisation des applications de l'entreprise. De fait, les différences entre les applications grand public et entreprise se réduisent. Et, pour Avaya, le lien tient dans la disponibilité de l'application de vidéocommunication sur l'Apple Store, donc accessible à tous. Il s'arrête là.

**Quels arguments avancez-vous face à vos concurrents comme Cisco, Polycom, Aastra, voire LifeSize, sur la vidéocommunication ?**

Avaya est présent dans le domaine de la communication unifiée avec un socle de téléphonie et de routage des appels extrêmement performant à travers l'offre d'intégration à Aura (architecture de gestion centralisée, NDLR) et des centres de contacts. Tout en cultivant cette notion d'interopérabilité et d'ouverture sur les terminaux non propriétaires. Nous avons donc la capacité à prendre en compte l'historique du client qui ne veut pas tout changer. La technologie Avaya permet d'aller vers les nouveaux médias tout en supportant le matériel existant qui sera changé au fil du

temps. Nous apportons donc une souplesse d'évolution qui accroche bien sur le marché par ces temps de crise économique.

Et puis, les clients estiment qu'il y a un duopole sur la vidéo (Cisco et Polycom, NDLR) et s'en lassent. Avaya arrive en tant que trublion avec une technologie de qualité, simple à mettre en œuvre, et offrant la capacité d'ouverture et de récupération des points de terminaux multi constructeurs. Le temps des mono technologies est fini. Avec Aura, nous avons initié le support de PABX de marques différentes. Avaya ne veut pas être enfermé dans un monde propriétaire.

[La suite en page deux.](#) **Justement, où en est le marché du poste fixe et IPBX/PBX ? Constitue-t-il toujours l'essentiel des revenus d'Avaya ?**

Il y a encore effectivement beaucoup de demandes classiques, mais de plus en plus de demandes avec des fonctions avancées de communications unifiées. Le client monte graduellement en puissance des fonctions, en se laissant la possibilité de rajouter une approche vidéo, et de communications unifiées. Ce que permet notre offre matériel serveur et cœur système Elite ou Aura, un socle qui supporte toutes les applications.

**Envisagez-vous des partenariats avec les opérateurs qui mettent de plus en plus en avant des offres de solutions de vidéocommunication ?**

Je pense que les opérateurs télécoms constituent un vecteur important de développement de notre offre. Ce sont des contacts importants pour promouvoir nos solutions en mode intégré ou en mode cloud. Le cloud s'imposera logiquement grâce à l'infrastructure hébergée par l'opérateur qui possède et le datacenter et les liens réseau. Ce sont donc des acteurs bien placés.

**Allez-vous développer une offre de services hébergés ?**

Nous allons proposer un service hébergé de communications unifiées pour les TPE/PME de 15-20 postes avec paiement à l'usage. Baptisée Avaya Life Engage elle a été lancée aux États-Unis. Nous élargirons l'offre, mais préférons avancer par étapes. Cette offre a vocation à être lancée en France.

**Le marché des PME est important pour Avaya ?**

Le marché de la communication unifiée affiche une faible croissance globale, mais il est très dynamique sur les PME. Notre offre IP Office est bien placée pour y répondre, notamment auprès des revendeurs grâce à sa facilité d'installation. Ce qui supprime la nécessité de revenir... la hantise des installateurs. Nous avons énormément travaillé sur les outils de config de ces machines. De plus, les petites entreprises représentent un business stable pour Avaya. D'où l'importance pour le revendeur de conclure rapidement sa vente et d'installer la solution rapidement pour facturer.

Nous allons descendre dans les TPE/PME via le cloud depuis IP Office qu'on vient enrichir avec une application en mode managé. C'est un grand changement dans le modèle économique et les PME devraient être très friandes de communications unifiées. En tant que fournisseur, Avaya se doit de devancer la tendance pour coller au marché. Au-delà de cette tendance, je pense personnellement que le marché de la PME est le plus porteur pour l'emploi et pour le développement du tissu économique.

**Avaya revendique environ 37 % du marché mondial des centres de contacts en termes de livraisons en 2011. Où se situe la France ?**

Nous ne communiquons pas sur les chiffres régionaux, mais je peux vous dire que c'est un peu moins. La France reste un pays très différent du reste de l'Europe à cause de la caractéristique de son historique où les présences d'Alcatel et Matra Communication ont longtemps préempté le marché. Mais c'est en train de changer.