

HP Discover 2012 : Meg Whitman pousse les solutions big data, avec Autonomy et Vertica

Francfort. – Devant un parterre de quelque 9000 participants, **Meg Whitman**, CEO de HP a réitéré la même idée déjà éprouvée à Discover 2012 aux États-Unis, en juin dernier : faire intervenir une star, et un de ses fans, pas moins que **Jeffrey Katzenberg** le sémillant patron de Dreamworks, célèbre firme de dessins animés, le père d'Alex le Lion – à l'instar d'une autre star, feu Steve Jobs d'Apple.

Le business du dessin animé présente, il est vrai, de belles images de... dynamisme. L'effet témoignage en direct (avec extraits de films, souvent époustouflants) a encore bien fonctionné : un public conquis sur le champ par l'évocation des prouesses de cette industrie, coqueluche de Hollywood : un film comme Alex le Lion pèse à lui seul 200 téraoctets de données, 500.000 fichiers pour 130.000 frames... avec 5 ans de production !

Jeffrey Katzenberg a redit toute sa confiance en l'avenir de Hewlett Packard (qui, soit dit en passant, a su tirer parti de l'héritage de DEC en la matière).

Le filon porteur des Big data

À l'heure où le géant de l'informatique endure de fortes turbulences (marge brute en chute, baisse de 70% de l'action depuis 2010...), Meg Whitman a tenu des propos sobres et mesurés.

Elle a notamment profité de la thématique du jour, **Big data**, pour redire toute sa confiance en la filiale Autonomy, à l'origine d'une polémique récente sur les chiffres comptables présentés lors de son acquisition (valorisée au prix colossal de 10 milliards de dollars, pour une firme de 500 employés). «*Une enquête a été diligentée aux États-Unis et au Royaume-Uni*» (siège d'Autonomy), a-t-elle précisé.

«*HP reste engagé à 100% dans le développement d'Autonomy (...), et dans son «incroyable technologie, capable d'apporter de la croissance à HP*», a souligné Meg Whitman, qui a également évoqué la forte et lucrative orientation du groupe dans les services – un levier stratégique pour le rétablissement et le renouveau de la compagnie.

L'un des défis, selon elle, est d'«*aller encore plus vite pour transformer les innovations en produits*». Mais elle a également tenu à redire toute sa confiance en la capacité des équipes de HP à réussir avec les «*meilleurs produits, services et solutions qui soient*».

Sur la situation financière de HP, Meg Whitman a notamment affirmé: «*Nous générons plus de cash flow que Coca Cola*».

L'héritage de Vertica et Autonomy

Comment tirer de la valeur de la masse d'informations dont peuvent disposer les entreprises ? Comment gérer, et donner du sens à des volumes colossaux d'informations ? Comment les traiter le plus rapidement possible, sans que cela coûte des fortunes en ressources informatiques ?

HP répond à ces questions en étoffant un plus son offre, qui repose sur l'héritage de deux acquisitions stratégiques récentes : Vertica et Autonomy (offre eDiscovery, moteur IDOL), la première de ces deux filiales ciblant les données structurées et la seconde celles non structurées.

Ici à Francfort, sur Discover 2012, deux dirigeants de ces deux filiales, **Colin Mahony** (Vertica) et **Andrew Joiner** (Autonomy) ont présenté, de concert, un lot de nouvelles annonces.

Il est intéressant de noter que HP mentionne un espace intermédiaire, celui des données semi-structurées, celles collectées à partir de capteurs et de machines (codes à barres, RFID, etc.), qui se positionnent donc entre :

- . les données structurées, celles traitées dans des bases de données, avec des champs bien établis,
- . les données non-structurées, images, vidéos, e-mails, textes, etc.

On a également retenu la différence « culturelle » entre les États-Unis et l'Europe s'agissant de l'utilisation des milliards de données provenant des consommateurs ou citoyens. Outre-Atlantique, on fait d'abord confiance à l'anonymisation des données, dirons-nous pour résumer.

Les nouvelles solutions annoncées ce jour s'inscrivent dans le contexte de l'infrastructure convergente de HP (*Converged Infrastructure*).

Pour la configuration et le déploiement des systèmes Big Data, HP étend son offre **HP AppSystems** qui s'appuie sur l'open source *Apache Hadoop*, sur la plateforme analytique de HP Vertica et sur *eDiscovery*.

La suite **Autonomy Legal Performance** apporte une plateforme «cloud complète»: elle vise à aider les organisations à organiser la gouvernance autour des diverses formes d'informations. Cette plateforme est animée par le moteur *IDOL (Intelligent Data Operating Layer)* d'Autonomy. Elle assure l'indexation automatique des données, l'archivage, avec eDiscovery, et la gestion de l'historisation des documents et des contenus de l'entreprise.

Un service proactif pour SAP

HP annonce également Proactive Care for SAP qui optimise les infrastructures supportant des solutions SAP. L'analyse de très larges volumes de données est accélérée – ce qui permet de dégager des tendances sur les applications, de planifier et de mesurer les ressources nécessaires.

HP Vertica Analytics Platform 6.1

La version 6.1 de HP Vertica Analytics Platform, ciblant précisément les applications de Big Data, vise à «*optimiser et monétiser le Big Data*» en s'appuyant sur des packs analytiques, des améliorations de performances, une intégration renforcée avec Hadoop, et la simplification des déploiements sur

du cloud public comme Amazon EC2.

Le géant mondial annonce également une solution pour les opérateurs télécoms: **HP Telco Big Data & Analytics**. Elle permet d'exploiter les données issues de sources variées, dont leurs abonnés utilisateurs de mobiles, en dégagant des profils d'utilisation et des préférences, autant de données immédiatement exploitables.

HP propose également un **atelier d'analyse de stratégie Big Data**, l'idée étant de proposer des solutions pour tirer parti des données collectées par les entreprises et les aider dans la prise de décisions. L'atelier permet de vérifier aussi le bon alignement de l'IT avec les objectifs de l'entreprise. Il aide à discerner des facteurs de réussite critiques pour les stratégies d'infrastructures de Big Data, tout en veillant à faire respecter la protection des données et la conformité avec les diverses réglementations sur les données.

Autre nouveauté, la suite **Autonomy Marketing Performance** apporte une plateforme *cloud* complète contribuant à faire gagner des parts de marché, à optimiser les dépenses marketing, à renforcer le chiffre d'affaires sur les canaux de distribution, etc. Dans ces solutions figure, par exemple, l'incitation au paiement électronique ou encore l'analyse des contenus Web, jusqu'à l'analyse de la satisfaction des clients à partir des informations fournies par les centres d'appels ou les réseaux sociaux.

«Au cours des prochaines années, le retour sur l'information va devenir l'indicateur le plus important de la réussite des organisations» a expliqué **George Kadifa**, VP exécutif de l'activité Software de HP.

Galerie software :