

HP Technology Forum : une stratégie SOA à double fond

Las Vegas – Mark Lajeunesse, un canadien dont seul le nom trahit une très ancienne filiation française, est le directeur du programme SOA d'HP. Il nous décrit la stratégie SOA de son groupe.

« C'est une direction mondiale intégrée à la division des services et qui intervient dans trois domaines : le consulting et l'intégration ; la gestion des services généralement outsourcée ; et le technique. Nous l'avons créée il y a deux ans. Elle propose sept services et dispose de cinq centres de compétences, dont un en France. »

Disposez-vous de votre propre offre ?

« Depuis notre création, nous sommes agnostiques dans notre approche, et nous n'avons pas intégré d'offre. Depuis le premier mai, nous avons acquis Mercury et nous disposons désormais d'une solution SOA pour la gestion de la qualité et de la gouvernance. Mercury nous apporte le testing et le 'positioning', HP apporte la gestion et des services additionnels de 'proof of concept' dans nos COE (Centers of Excellence). »

Vous êtes aussi un des acteurs d'ITIL. Cela devrait influencer votre stratégie SOA ?

« ITIL, via ITSM, est très opérationnel, c'est pourquoi nous en sommes encore éloignés sur la SOA. Mais dans le futur, nous ferons converger les deux approches. »

Comment gérez-vous votre offre SOA ? »

« Nous apportons le conseil stratégique et les produits. En matière de solutions SOA, nous avons trois partenaires stratégiques, SAP, Oracle et Microsoft, qui fournissent la plate-forme. HP s'appuie bien évidemment également sur certains acteurs de référence du marché, dont BEA, Tibco sur la finance, JBoss et Red Hat. »

« Nous avons des relations avec les acteurs majeurs du marché afin de proposer à nos clients des solutions matérielles adaptées, à l'exemple de nos serveurs eSOA pour SAP. »

« HP pratique également depuis un an une approche de verticalisation métier, avec le franchissement d'une première étape par une spécialisation sur quatre secteurs : manufacturing(industrie), finance, CME(communiqué, médias et entertainment) pour couvrir en particulier les télécoms, et les sciences de la vie, pour répondre semble-t-il à une forte demande de la part du secteur public et gouvernemental. »

« Nous expérimentons également la construction de stacks(ensembles d'offres). Mais notre priorité demeure la qualité, ce que Mercury et ses outils de test nous apporte, en complément de nos centres de services. »

« Le marché arrive à maturité, nous commençons à introduire des applications critiques. Les entreprises dépassent le stade du 'proof-of-concept' et investissent sur le service. »

Et les solutions SOA hébergées ? Comme toujours lors de ce Forum notre interlocuteur ne s'engage pas sur cette question, ce qui cache certainement une véritable réflexion stratégique sur le sujet. Tout juste Mark Lajeunesse se contentera-t-il de nous glisser : *« Il y a une demande, c'est à voir. »*

Du service pour vendre du produit Décidément, HP suit au plus près le modèle d'IBM...Rappelons que chez ce dernier le service est devenu un modèle économique à part entière, mais qui permet également de prolonger l'activité des autres divisions, matériel et logiciel, ce qui facilite la composition d'offres extraites du catalogue général de la compagnie. Une différence essentielle, cependant, on ne le cache pas chez IBM ([*lire notre interview d'Eric Cabos, directeur du secteur public d'IBM France*](#)), tandis que l'on doit encore le deviner chez HP. Sauf qu'il s'agit d'un secret de polichinelle dont s'amuse jusqu'aux dirigeants du groupe que nous rencontrés. Que Mark Lajeunesse ne puisse nous divulguer le chiffre d'affaire de son service SOA (sauf de nous glisser qu'il représente quelques centaines de millions de dollars), ce n'est pas surprenant, la concurrence n'a pas savoir sur un sujet aussi stratégique. C'est aussi probablement complexe à calculer, car il ne s'agit pas de simples licences de logiciels, car l'adoption de SOA passe également par des changements parfois profonds de l'infrastructure, ainsi que par des développements multiple. Mais pour bien comprendre l'implication de la SOA dans la stratégie d'HP, nous citerons quelques chiffres que Mark Lajeunesse a bien voulu nous lâcher : un contrat de SOA a été signé en Asie, pour 5 millions de dollars. 1 million a été dédié aux logiciels, 1 million aux services (ingénierie, intégration, développement, etc.), et trois millions au hardware. Pour résumer, SOA est vital pour les géants de l'informatique car elle fait vendre du matériel. A bon escient ? C'est un autre problème...