

IBM va-t-il devenir le seul fournisseur de solutions SSD ?

Les disques SSD (solid state drive, appelés aussi disque flash) affichent des performances deux à trois fois supérieures aux disques traditionnels, avec une consommation électrique et un besoin de refroidissement beaucoup moins élevés, et pour des capacités de stockage de plus en plus conséquentes. Un argument qui fait mouche à l'heure du Green Computing. Cependant, le prix facial reste élevé, bien qu'il faille considérer réellement tous les coûts dans une stratégie globale de stockage.

Chez IBM, fabriquerez-vous vous-mêmes vos disques flash à moyen terme?

Pour la fabrication des disques flash, nous préférons nous appuyer sur des spécialistes qui font cela à grande échelle. D'une part, ils maîtrisent parfaitement ces procédés ; d'autre part, nous ne voyons pas réellement quelle valeur ajoutée nous pourrions apporter à nos clients en le faisant nous-mêmes. Alors, autant nous appuyer sur ce savoir-faire et miser sur une réelle valeur ajoutée.

Dans ces conditions, en quoi votre offre SSD serait-elle différente de celle de vos concurrents ?

Une approche SSD ne se résume pas à remettre ce type de matériel entre les mains du client. Déployer du SSD entraîne également des modifications ou des évolutions sur tous les éléments de stockage : les systèmes d'exploitation, le logiciel, l'administration, etc. Suite à nos expériences dans le cadre du [programme QuickSilver](#), nous pouvons raisonnablement envisager une disponibilité sur le marché de tout ce spectre dans neuf mois à un an, mais pas avant. De toute façon sur le marché du SSD, IBM est le seul aujourd'hui à pouvoir fournir une réelle solution SSD à ses clients...

Quelles solutions proposez-vous pour une intégration du SSD dans une stratégie de stockage incluant des disques, de la bande, etc.

Après quelques années durant lesquelles nous avons un peu ralenti nos investissements sur les systèmes d'exploitation de stockage, et il nous fallait revenir rapidement dans la course. Pour cela nous avons mené deux types de stratégies : développer nous-mêmes des technologies et des solutions, ou racheter des spécialistes. Sur ce point, nous avons acquis la société XIV qui nous a apporté une excellente technologie, certainement la meilleure [[rachat](#) en début d'année 2008]. L'enjeu majeur qui nous différencie concerne la simplicité d'administration de nos solutions. En effet, nos clients ne souhaitent plus dédier une dizaine de personnes qui passent leur temps à écrire des scripts !