

Intel nous refait le coup du 'Inside' dans le Cloud

Souvenez-vous de la marque **Intel Centrino**... Apposée sous la forme d'un autocollant sur un ordinateur portable, elle confirmait à l'acquéreur du PC la présence d'un équipement composé et fabriqué par le fondeur, processeur Intel orienté mobilité, chipset Intel sur la carte mère, et support du réseau Wi-Fi.

Un sacré coup médiatique réussi, qui certes faisait référence à un équipement précis signé Intel, mais également consolidait l'image de la marque qui prenait place à côté de celle du fabricant de l'ordinateur.

On a rarement vu une opération de co-branding menée à une aussi grande échelle, et avec autant de succès dans le temps, depuis plus d'une décennie. **La première génération d'architecture Centrino a été introduite en 2003**, sous le surnom de Carmel. Quatre générations de plateformes Centrino se sont succédé (Carmel, Sonoma, Napa et Santa Rosa), jusqu'à l'arrivée de Centrino 2 en 2008, la cinquième génération nommée Montevina. Puis sont venus Calpella, Huron River, Chief River, et enfin la neuvième génération Shark Bay en 2013.

Autre exemple de marque imposée par Intel, le célèbre **Intel Inside**, matérialisé par un logo bleu portant les deux mots entourés d'un cercle non fermé. C'est en anticipation des 30 ans d'Intel que son directeur marketing de l'époque – nous sommes en 1991 -, a créé la marque 'Intel Inside' et le logo. Ils seront accompagnés dès 1993, date du trentième anniversaire, du désormais célèbre jingle musical joué au xylophone.

Distinguer les Cloud 'amis'

Et voici qu'Intel veut nous refaire le coup de l'Intel Inside, mais dans le Cloud, et avec la **marque Intel Cloud Technology**. Celle-ci fonctionne comme un sticker apposé sur un PC, mais déclinée sous la forme d'un programme de partenariat visant des fournisseurs de Cloud 'amis', c'est-à-dire prêts à communiquer sur la présence de processeurs Intel dans les serveurs qui équipent leurs datacenters.



« Les clients Cloud veulent connaître les technologies sur lesquelles leurs applications s'exécutent car cela a un impact direct sur leur business », estime **Jason Waxman**, vice-président de la division datacenter

d'Intel. « *Pour la première fois, les utilisateurs pourront choisir en toute transparence les technologies optimales pour exécuter leurs applications dans le Cloud.* »

Il s'agit bien d'un programme mis en place par Intel, donc très probablement accompagné d'**avantages divers, notamment financiers**, qui vise à mettre fin à l'anonymat qui règne sur les serveurs accueillant les services hébergés dans le nuage, la plupart des utilisateurs ignorant les processeurs sur lesquels tournent leurs applications.

Faire face à AMD et ARM

C'est également l'occasion pour Intel de valoriser la présence de ses puissants processeurs pour serveurs **face à l'émergence de nouveaux processeurs low cost et basse consommation** conçus par ses concurrents AMD et ARM. Une manière de rappeler que, face à ces produits d'entrée de gamme, des serveurs Intel Cloud Technology embarquent des **processeurs Intel Xeon** plus performants et optimisés pour la virtualisation. Ou encore d'affirmer que les serveurs sur lesquels sont hébergées les applications dans le Cloud utilisent les mêmes technologies matérielles que les équipements internes de l'entreprise.

16 fournisseurs de Cloud ont répondu positivement au programme de co-branding d'Intel (dont les français OVH, Cloudwatt, Online.net et Canopy, la filiale Cloud d'Atos). Associés à la marque Intel, ils pourront également affronter leurs concurrents qui portent la marque Amazon, le géant du Cloud ayant initié voici quelques mois un programme identique visant à promouvoir sa présence au sein d'offres de partenaires. Ensemble, ces 16 entreprises cumulent un chiffre d'affaire dans le cloud d'environ 3 milliards de dollars.

En complément :

[Stéphane Nègre, Intel : «Certains opérateurs de Cloud veulent un accès plus direct à nos technologies»](#)