

J-P Wagner, HP Emea: 'Nous misons beaucoup sur les services'

Londres – « La vision de Mark Hurd (le CEO de HP) est très claire. Les quatre divisions – PC, imprimantes et produits grand public, serveurs et services – doivent s'appuyer les unes sur les autres », explique Jean-Paul Wagner (*). A cette stratégie, la division Services de HP répond bien: « Notre mission, c'est la recherche, pour le design, la fabrication et l'exécution. Sur ce dernier point, la typologie de notre action porte sur le conseil à l'intégration, la mise en place et l'infogérance. » Une mission qui a permis à HP de se hisser à la troisième place dans le monde des services, derrière IBM et EDS, avec un chiffre d'affaires de 17 milliards de dollars, sur les 80 milliards que réalisent le groupe. Mais Jean-Paul Wagner tient à rappeler qu'HP est « leader par la taille, puisque, dans ce trio, HP est le seul à adresser quasi uniquement l'infrastructure ». « Notre principal apport, c'est de gagner du temps. Nous aidons à rebâtir les architectures, à assurer la transition. Nous accompagnons l'installation en amont avec 'Factory Express', sur les réseaux avec notre expertise pour l'introduction de nouveaux 'switchs'. » HP s'appuie en particulier sur sa filière d'intégration à destination des grands comptes, son offre multi-vendeurs jusqu'à l'infogérance et surtout sa maîtrise des 'process'. Mais la division peut surtout compter sur ses 50.000 employés... « Notre expertise et notre expérience nous permettent aussi de dispenser des conseils en économie. Par exemple, lors de notre collaboration sur le film d'animation Shrek, dans notre centre de Palo Alto, nous avons consommé plus d'énergie que la ville entière. » Cette expérience, par exemple, a entraîné une prise de conscience de la nécessité de réduire la facture de 'data center'. « Nous avons réduit de 40 % la dispersion de l'énergie, et augmenté de 60 % la performance du refroidissement. Au premier niveau nous avons réorganisé le 'data center', ce qui nous a permis de réduire la consommation de 18 %. Au second niveau, nous avons revu le domaine applicatif. Nous avons revu la répartition géographique des fermes. Quant à la virtualisation, elle nous a permis de rééquilibrer les applications. » Mais qu'elle est la vision du futur de la division services d'HP ? « Sur les services, nous cherchons à nous placer sur un niveau qui suit l'applicatif, de type clustering. Sur le 'software', nous appuierons la stratégie de la société. Sur la R&D (recherche), notre approche restera 'cross business' afin d'accompagner les quatre business du groupe. » Et la verticalisation sur laquelle se sont largement engagés les concurrents d'HP ? « Non ! Ce peut être une stratégie complémentaire des services, mais notre échelle d'investissements ne reprend pas ce modèle. La rentabilité du groupe progresse sur nos quatre segments, nous maintenons notre croissance. Notre objectif le plus important porte cependant sur les services. » La verticalisation, c'est le rôle des partenaires... « Notre premier niveau d'approche partenariale, c'est le 'Global Delivery'. Par ce biais, nos machines sont produites et préparées dans nos usines avant d'être fournies à nos partenaires. Avec eux, nous pratiquons le 'local' en frontal client. Le 'nearshoring' à distance sur les grandes régions mondiales, par exemple nos 'call center' en Tunisie ou à Dublin, ou notre 'data center' pour l'Europe. Ou encore le 'off shoring' pour notre production en Inde, par exemple. » __ (*). Jean-Paul Wagner n'est pas un inconnu en France... Avant d'exercer la fonction de vice-président Emea de la division Technology Services d'HP, il avait siégé au conseil d'administration de HP France et occupé le poste de dg du groupe Technology Solutions.