

# Marco Landi, Polycom : « Devenir numéro 1 de la collaboration »

« Je suis tout à fait nouveau dans la collaboration », concède humblement Marco Landi qui a été nommé président de Polycom EMEA début 2015. Après une carrière dans l'informatique mobile (RFID, Wifi, scanner, terminaux embarqués pour la chaîne d'approvisionnement) chez Motorola Solutions, notamment, Marco Landi déclare avoir été séduit par la vision du marché que Peter Leav, l'actuel PDG de Polycom (et ancien collègue de Symbol, société rachetée en 2008 par Motorola) lui a présenté. Une vision que le responsable Europe expose à son tour à *Silicon.fr* en vidéoconférence depuis son bureau londonien.

***Silicon.fr* – Comment se positionne Polycom face à un secteur de la téléprésence et de la vidéoconférence régulièrement présenté en recul par les analystes ?**

**Marco Landi** – Si les revenus reculent avec la compression des prix sur le matériel, le marché reste en croissance en volume même si on ne peut pas parler d'explosion. Mais je pense que les outils de collaboration qui redéfinissent la façon de travailler présentent des opportunités de croissance. Car nous sommes poussés par différents facteurs de croissance, particulièrement à travers le positionnement de Microsoft avec Lync et Skype for Business qui est en train de changer la vision de ce marché et redéfinit la collaboration en entreprise en unifiant la voix, la vidéoconférence, la messagerie instantanée, le partage de documents... Au lieu de redéfinir la vidéoconférence en soi, ce positionnement redéfinit le modèle collaboratif au sein des entreprises. Je pense que l'opportunité de développement se trouve à ce niveau.

**Pouvez-vous d'ailleurs nous préciser le sens du partenariat récemment signé avec Microsoft autour de Skype for Business ?**

Microsoft a en effet annoncé qu'il basculerait, à terme, toute son offre de communications unifiées dans Skype for Business. Polycom est le premier et le seul fournisseur de matériel complètement intégré avec l'offre Lync aujourd'hui. Polycom va de la même manière s'intégrer à Skype for Business, c'est le sens du partenariat que nous avons signé. On parle d'intégration plus que d'interopérabilité car on peut déjà interopérer avec plusieurs plates-formes, IBM ou même Cisco. Dans le cas de Skype for Business, on parle d'intégration complète, ce qui signifie que les produits de communication Polycom sont techniquement certifiés et parfaitement supportés par les logiciels de Microsoft.

**La stratégie de Polycom passe-t-elle par un élargissement des marchés ?**

Oui, la stratégie est d'élargir le marché de la vidéo au-delà des grandes entreprises, vers les PME. C'est notamment le sens du RoundTable 100 (ex [CX8000](#), NDLR), une caméra montée sur un boîtier Polycom, exclusivement fabriquée et vendue pour Microsoft. C'est l'exception qui permet de s'adresser au marché des petites entreprises qui installent le système sans support informatique, ni nécessiter de plate-forme. L'idée est d'inviter la petite entreprise à utiliser la vidéo comme première étape avant d'élargir son utilisation dans l'entreprise avec des extensions.

## **C'est donc une vision à la fois technique et commerciale que vous partagez avec Microsoft ?**

Je pense qu'il y a des stratégies à partager avec Microsoft pour attaquer l'ensemble du marché de la petite entreprise à la grande mais il y a aussi des stratégies qui nous sont propres. La première est effectivement d'élargir le marché à l'ensemble des entreprises. La deuxième est ce que j'appelle la verticalisation de l'application de la vidéo. On constate que la vidéo n'est plus seulement utilisée pour les meeting des grands patrons à l'international mais dans des applications plus spécialisées dans le secteur comme la santé, l'éducation, l'énergie, la maintenance industrielle... C'est dans ce cadre d'utilisation qu'on aboutit à des retours sur investissement beaucoup plus rapide, entre 3 et 10 fois, que lorsque l'entreprise cherche à faire des économies de coûts sur les voyages. Par exemple, Alain Afflelou utilise la vidéoconférence pour former et entraîner à distance ses franchisés aux techniques commerciales. Un autre exemple parmi nos clients est celui d'un hôpital qui se sert de la vidéo pour consulter à distance des spécialistes pour interpréter des analyses médicales avant les interventions chirurgicales. Cela permet de gagner entre une demi heure et 1h30 de temps d'attente par rapport à l'époque où le spécialiste devait se déplacer sur place. On le voit, ce n'est pas tant l'économie des déplacements mais bien le gain de productivité qu'apporte la vidéoconférence. Je pense que l'opportunité est là. Il faut utiliser la vidéo pour augmenter la productivité.

## **Quels sont les freins, aujourd'hui, à l'adoption de la vidéo ?**

La simplicité de son usage même si des gros progrès ont été réalisés ces dernières années. Les interfaces sont assez différentes les unes des autres aujourd'hui. Certains produits ont été développés pour certaines utilisations. L'interface de la salle immersive est différente de celle que nous utilisons maintenant dans cette salle de réunion. On dit encore que pour lancer un meeting vidéo il faut appeler un technicien. Ce qui rend compliqué l'usage de la communication en vidéo. Alors on vise à établir une sorte de standardisation pour simplifier l'usage de la vidéo en utilisant une interface unifiée et intuitive pour pouvoir lancer une conférence vidéo aussi bien d'une salle de réunion que d'un laptop ou d'une tablette. On fait beaucoup de recherche là-dessus et je pense qu'on s'en approche avec notre solution Real Presence Platform ou Cloud Access mais on n'y est pas encore. On annoncera quelque chose en ce sens d'ici la fin de l'année ou au début de l'année prochaine.

## **Quelles autres évolutions peut-on attendre de l'offre Polycom ?**

Une fois le développement d'une interface d'utilisation réellement efficace, de nouvelles applications viendront s'ajouter aux fonctions de base pour élargir l'expérience utilisateur. Autour du partage de contenus, de l'analytique d'utilisation, de la diffusion en streaming... Mais au-delà de ce que l'on peut faire pour élargir l'expérience utilisateur, ce qui devient important est l'intégration des solutions de communications dans les applications métiers, comme Salesforce.com. Il faut établir des liens entre les applications horizontales et les applications métier, ce qu'on est en train de développer. On s'appuiera évidemment sur des partenaires pour cela. Il est clair qu'il faut aller dans cette direction mais nous n'avons pas encore établi de stratégie de partenariat aujourd'hui.

## **Comment voyez-vous évoluer l'adoption du Cloud ?**

On voit toujours des sociétés qui veulent conserver l'infrastructure sur site, pour des raisons de

sécurité, de contrôle ou autre. Mais il est clair que l'offre Cloud va se développer et qu'il faut répondre à cette demande. On propose déjà des solutions, pas forcément les meilleurs produits honnêtement, mais on y travaille. Notamment sur des offres de Video-as-a-service (Vaas) et des pilotes sont en cours. Des tests seront lancés d'ici quelques semaines en vue d'une présentation de nouvelles solutions d'ici la fin de l'année.

### **Cela implique-t-il un changement de modèle économique?**

Comme tous les constructeurs de matériel, Polycom se pose des questions sur une approche de services managés. Nous avons développé des offres de services à distance qui dépassent la seule question du Vaas pour proposer des services d'installation, de gestion du matériel, de la salle vidéo, sous-traités par nous et qui permettent au client de se concentrer uniquement sur l'utilisation. Nous développons un portfolio de services qui ira de la location au paiement par mois qui changera notre modèle économique. Je ne pense pas qu'on soit arrivé au modèle du paiement à l'utilisation à la minute mais il est clair qu'on peut proposer des services de gestion à distance, d'analyse des usages, de gestion de parc, de mise à jour des logiciels, de la plate-forme. On commence donc par la vente et la gestion des services avant d'aller vers la consommation à la demande. On se pose aujourd'hui la question de prendre un rôle plus important dans la gestion de l'infrastructure, certains clients nous le demandent aujourd'hui. On y travaille déjà avec certains de nos partenaires dont Orange.

### **Le développement de la 4G constitue-t-il un moteur de développement pour la vidéo mobile?**

Assurément. Aujourd'hui, je fais des appels vidéo depuis mon smartphone en 4G ou en Wifi, dans les bus ou les taxis... On parle de mobilité, de BYOD, de changement du lieu de travail, toutes ces choses là vont révolutionner la collaboration. Moi qui passe ma vie entre deux avions, mes salles de réunion sont les aéroports, les taxis où l'un de nos bureaux. Je suis un exemple typique de ces nouveaux usages où la salle de réunion va évoluer. Vers la fin de l'année, nous présenteront des choses qui donneront une nouvelle interprétation de l'idée du travail. Je ne peux vraiment pas vous en dire plus pour le moment.

### **Votre objectif est donc de faire de Polycom le numéro 1 de la vidéoconférence...**

Pas seulement sur la vidéo mais de la collaboration dans son ensemble. Nous poursuivons des investissements dans la téléphonie, sur nos produits phares qui ont fait notre succès comme les systèmes audio de pieuvre, dans le Vaas... Donc on ne s'arrête pas à la vidéo mais allons au-delà dans les outils de collaboration plus globalement avec, par exemple, des solutions de partage de documents, de tableau blanc interactif. Notre vision est vraiment d'aller vers tout ce qui englobe la collaboration.

---

### **Lire également**

[Steve Hope \(Polycom\) : «Mettre la vidéocommunication de qualité à portée de tous»](#)

[Yacine MAHFOUFI, Alcatel Lucent Entreprises « Il faut réveiller le marché des communications unifiées »](#)

[Vidéoconférence : le marché mondial recule de 13% sur un an](#)