

# SCO revoit sa stratégie Unix

Après un trimestre désastreux, qui a vu ses ventes de licences Unix chuter de plus de 99% à 11.000 dollars (

*lire notre article*), SCO se devait de réagir vigoureusement, et d'adopter un plan marketing agressif afin de renverser la vapeur. Ce plan arrive, moins d'une semaine après que SCO a annoncé ses résultats catastrophiques, et un an après la mise en place de sa précédente structure de vente, SCOSource. L'éditeur fait feu de tous bois : avec UnixWare 7.1.4 tout d'abord, puis Smallfoot, un Unix SCO empaqueté pour le marché des points de vente. SCOoffice Server, outil d'application collaboratives et d'email, est mis à jour en version 4.1. SCO annonce une prochaine version d'OpenServer, nom de code Legend, attendue pour le début 2005, ainsi que de nouveaux outils SCOX Web Services Substrate. Enfin, SCO prépare un nouveau plan marketing, de distribution et de support. « *Notre vision est à long terme, et nous connaissons les valeurs que nous pouvons apporter à nos clients maintenant et dans le futur* » a déclaré un porte paroles du groupe. SCO s'accroche à la seule valeur négociable de la société, les droits d'Unix. Mais enfermé dans de lourdes procédures contre IBM et Novell, a-t-il encore les ressources pour soutenir son plan de survie et palier la déficience de sa division SCOSource, pourtant destinée à la commercialisation de sa licence de propriété intellectuelle sur Unix ?