

Symantec consolide ses acquisitions et sa distribution

»

Notre stratégie est de proposer une protection globale en deux axes : la sécurité et la disponibilité», nous confie Nicolas Bonte, récemment nommé à la tête de la filiale française. « Nous adressons trois publics, le 'datacenter', les utilisateurs et le patron. » Par exemple, avec l'acquisition de Veritas, Symantec propose NetBackup pour fournir les architectures de sauvegarde et assurer la haute disponibilité des serveurs de données sur les clusters HP, Sun, IBM ou Dell. La messagerie est un autre axe privilégié, qu'il s'agisse des messageries traditionnelles, des messageries instantanées ou de la VoIP (voix sur IP). « 75 % de la propriété intellectuelle transite sur la messagerie», a tenu à rappeler Nicolas Bonte. Enfin la sécurité, que Symantec affirme couvrir avec une offre complète et automatisée.

Symantec consolide sa distribution Le plus grand chantier de l'éditeur porte sur la consolidation et la cohésion de son offre. Un chantier qui a débuté par la réunion des équipes des éditeurs acquis sous l'entité unique, qui en France regroupe 220 personnes, dont 60 sur le seul support. *« Nous avons trois priorités : être plus proche de nos clients et partenaires, avec un seul contact par client ; nos partenaires, relais de notre distribution 100 % indirecte, avec des consultants formés et certifiés, selon un modèle collaboratif ; la qualité globale de notre offre. »* L'écosystème de Symantec passe par plus de 3500 partenaires, pour lesquels l'éditeur met en place des programmes d'accréditation. Et même plus de 5000 avec la distribution – le grand public représente 27 % du chiffre d'affaires du groupe.

Symantec consolide son offre Concernant les applicatifs, Symantec doit faire face à un catalogue en parti construit artificiellement via les acquisitions, et qui ressemble plus à un assemblage parfois sans cohésion qu'à une offre construite. L'éditeur en est conscient et commence à prendre les mesures qui s'imposent. *« Notre focus est sur la fédération des applicatifs développés ou acquis. Nous l'avons déjà fortement engagée sur la messagerie. Notre objectif est de gérer et d'administrer l'ensemble de notre offre, mais cela risque de prendre encore quelques années. »* En attendant que cet objectif ambitieux soit atteint – il sera difficile d'assurer une cohésion totale entre les 130 applications développées ou acquises, et les futurs acquisitions ? Nicola Bonte rappelle le succès de son appliance *Symantec Manager Center 4.0*, développée en interne et destinée aux grands comptes, qui permet de remonter l'offre de sécurité implémentée dans l'entreprise (Symantec ou non) avec un moteur de corrélation qui analyse les logs et propose une nouvelle dynamique : *« Passer de l'événement à l'incident. »* *« Notre outil 'tracke' les événements et remonte les incidents. Cette approche nécessite qu'une politique de sécurité soit mise en place dans l'entreprise. C'est encore trop peu le cas dans les petites entreprises !. »*

Une logique d'acquisition à la visibilité encore opaque Symantec a la réputation d'acquérir des sociétés pour maintenir ou conquérir des parts de marché, mais aussi parfois de les jeter ensuite, à l'exemple de Seagate et de son pare-feu gratuit, et aujourd'hui disparu ! *« Cette opération Sygate a été mal perçue, car elle touche le monde du libre. Mais Symantec ne cherche pas des produits mais des technologies. Nous avons abandonné le firewall gratuit [Symantec n'est pas un philanthrope], mais nous avons conservé la technologie de Sygate, sa vraie valeur. »* Et de rappeler que trop de petits éditeurs aux produits innovants et intéressants ne disposent pas d'une surface financière suffisante pour retenir l'attention des grandes entreprises et leur proposer le support attendu. *« Nous les rachetons pour apporter ce support»* . Symantec au secours des petits éditeurs !

Quelle réponse apporter alors au manque d'innovation des grands éditeurs qu'ils compensent par l'acquisition de sociétés innovantes ? « Symantec développe peu. Nous préférons faire des acquisitions, c'est plus rentable. N'oublions pas non plus que nous consacrons 15 % de nos revenus à la R&D, 750 millions de dollars en 2005, qui en revanche porte essentiellement sur la mise à jour de nos produits. » Il reste qu'une part importante des ressources de l'éditeur est consacrée aux gros projets OEM. Même si Symantec a pu donner des signes de faiblesse, certes amplifiés par la presse, son business ne cesse en réalité de grossir. La protection et la sécurité figurent en haut des priorités IT des entreprises, Symantec compte bien continuer d'en profiter.