

# Symantec pose ses piliers stratégiques

**La Haye (Pays-Bas)** – C'est lors de sa réunion annuelle que John Thompson, le p-dg de Symantec a réitéré les défis de l'entreprise. Lors de la convention **Symantec Vision Managefusion** regroupant la presse internationale et nombre de clients et partenaires de l'éditeur, le chef de file de l'éditeur a pu exposer sa stratégie.

Dans un contexte de crise économique, John Thompson est conscient du risque qui plane sur l'ensemble des sociétés, y compris la sienne. Il assène : « *je ne vais pas vous dire que nous sommes immunisés contre cette crise, **les temps sont durs économiquement parlant**. Cela dit, il y a toujours un besoin de sécuriser les infrastructures et son système. Voilà pourquoi je préfère dire que **nous ne sommes pas immunisés** contre tout cela* ». Le p-dg entend par là que la politique d'acquisition de l'éditeur va se poursuivre dans les années à venir, sans pour autant en préciser la teneur.



>>>John Thompson, CEO Dès lors, Symantec s'appuie sur sa fusion avec **Altiris**, un des leaders des gestionnaires de parcs de PC, réalisée en janvier 2007 pour un coût estimé à **830 millions de dollars**. Une « *convergence des compétences* » selon les mots de John Thompson qui conduit à un nouveau (en tout cas dans son appellation) programme de prévention de perte des données sensibles ou *Data Loss Prevention* (DLP). La suite du DLP de Symantec est chargée d'identifier toutes les données d'une société et de les **vider de tout malware le plus rapidement possible**.

Une politique de prévention des pertes donc qui entre dans une optique de stratégie de gestion des risques de l'information. Explications de Michael Wolfe, vice-président des solutions DLP : « *Les menaces sont toujours de plus en plus importantes mais nous souhaitons laisser nos **clients prendre une part active dans leur protection**. C'est l'information sur les menaces qui prime ou sur la manière de l'acquérir plutôt que la façon de protéger* ». Un « retour client » plus important, tout comme un système de reconnaissance automatique des spams malveillants par les utilisateurs, une couleur, un goût, presque une odeur de **cloud computing**...

Cela dit, Symantec annonce qu'il **baissera le prix de ses logiciels** dans les mois à venir, sans doute pour coller au mieux à une baisse prévisible des budgets sécurité des entreprises.

Une kyrielle d'objectifs donc pour l'éditeur américain en cette fin d'année. Reste à savoir s'il pourra

tenir tous les paris qu'il s'est lancé, mais à vaincre sans périls ne triomphe-t-on pas sans gloire ?