

Villeroy & Boch met un pied dans le Cloud avec OVH

Villeroy & Boch est connu dans le monde entier pour son travail de céramique allant de la salle de bain jusqu'aux arts de la table. La société franco-allemande est présente dans de nombreux pays et dispose aussi de sites webs. Elle a pris depuis quelques années le virage du e-commerce avec le développement de sites dédiés. En 2014, la question de l'hébergement de certains sites s'est posée, nous indique Pascal Rheinert, responsable des systèmes d'information et des services e-business de Villeroy & Boch.

« En 2014, nous nous sommes aperçus d'un problème de temps de réponse dans la prise de commande sur notre site de e-commerce. Les responsables des ventes et du marketing ont constaté que le passage d'ordre pour acheter un produit était trop long. Ils nous ont donc demandé plus de ressources », cadre le dirigeant. Un problème, car le provisionnement de ressources prend du temps dans le cadre d'un hébergement traditionnel.

Un opérateur proche et global

Une absence de flexibilité qui a amené Villeroy & Boch à réfléchir sur une solution plus adaptée aux besoins. L'idée du Cloud fait donc son chemin avec comme objectif « *uniquement un apport de ressources, CPU, RAM et accès à Internet* », précise Pascal Rheinert. Un appel d'offre est lancé à la mi-2014. « *Trois partenaires ont répondu mais sans nous apporter ce que nous demandions, se souvient le dirigeant en ne citant pas les noms. Notre choix s'est finalement porté sur l'offre Dedicated Cloud d'OVH.* »

Et de donner les raisons de cette décision : « *La distance était un élément important par rapport au siège de l'entreprise pour des questions de support* », admet Pascal Rheinert. Nonobstant, il souhaitait aussi que « *le prestataire opère au niveau mondial et que ses infrastructures Cloud soient certifiées ISO 27001, ainsi que SOC 1 et 2* ». La présence d'OVH au Canada et aux Etats-Unis est un plus pour la firme franco-allemande qui mise beaucoup sur l'international et sur l'outre-Atlantique en particulier.

Un premier pas concluant

Le DSI est resté néanmoins prudent dans un premier temps. Il avoue que « *nous avons pris une formule avec 18 CPU, 200 Go de RAM et 3 To de stockage, ce n'est pas beaucoup, mais il y a eu un temps d'apprentissage entre les équipes* ». Plutôt que de reprendre l'existant, Villeroy & Boch a fait le choix de repartir de zéro avec des problématiques de migration de nouvelles plages d'adresse IP. « *Cela a été un défi pour ouvrir les firewall, donner des accès à des partenaires et aux salariés, ainsi qu'aux techniciens* », constate le responsable IT en avouant qu'il y a eu « *beaucoup de dialogue entre Roubaix et Saarbrücken* ».

Et d'ajouter avec franchise que « *tout ne s'est pas bien passé, il y a eu quelques défections dans le hardware, nous souhaitons une meilleure optimisation du côté d'OVH* ». Pour autant, les deux parties ont réussi à résoudre les problèmes, au point que de 25 serveurs migrés dans le Cloud d'OVH, Villeroy

& Boch ambitionne d'en déplacer 50 *in fine*. En matière de timing, la migration a débuté en décembre 2014 par le site client, puis les sites e-commerce mondiaux et les portails des professionnels ont suivi en mai 2015. En juin 2015, elle s'est achevée par le site chinois.

Et les résultats sont au rendez-vous en gérant de manière plus flexible les pics de charge lors des grands événements commerciaux comme les soldes. L'ajout de hosts supplémentaires se fait en quelques minutes depuis l'espace client. Sur le plan technique, la DSI de Villeroy & Bloch peut administrer le cluster de serveurs de manière autonome sur le Cloud dédié en s'appuyant sur l'environnement VMware via vSphere et vCenter proposés en mode as a service.

Et de nouvelles ambitions

Le leader de la céramique ne compte pas s'arrêter là et regarde d'autres services. « *Nous avons testé le service de CDN d'OVH. Nous utilisons Akamai mais, pour des questions de coûts, nous regardions une alternative. Pour l'instant, les premiers tests avec OVH ne sont pas concluants sur les temps de réponse pour le site d'e-commerce. Il n'y a pas d'amélioration* », constate Pascal Rheinert.

Par contre, il semble plus intéressé par l'implantation d'OVH aux Etats-Unis et son datacenter au Canada. « *Tout comme nous disposons d'une instance en Europe pour tous les sites, on peut envisager d'avoir potentiellement une instance en Amérique du Nord* », précise-t-il. L'idée étant d'avoir toujours le meilleur temps de réponse pour les sites de e-commerce. OVH est donc prévenu sur ses forces et sur ses faiblesses.

A lire aussi :

[Sigfox et OVH s'unissent dans l'Internet des objets](#)

[OVH enfin crédible auprès des DSI ?](#)