

# VMware revoit à la hausse ses licences vSphere 5

VMware serait-il touché par le syndrome SAP? Le leader des solutions de virtualisation a changé sa politique tarifaire de licence. Laquelle pourrait coûter cher à ses clients les plus fidèles, les grosses entreprises friandes de virtualisation à grande échelle. A coup de licences vSphere, celles-ci pourraient perdre plusieurs milliers d'euros par an dans l'affaire, signale [l'Espresso.fr](http://l'Espresso.fr).

Mise en place pour calmer la colère des utilisateurs, la dernière rectification apportée à l'écosystème de virtualisation de VMware concerne des tarifs jugés prohibitifs. Un nouveau système de concession de licences a en effet vu le jour, en parallèle à la sortie de la cinquième version de vSphere. Il est plus exigeant, prenant en compte une kyrielle de caractéristiques propres à chacune des architectures qu'il pilote.

Ainsi, le nombre de processeurs embarqués influera, au même titre que la quantité de mémoire, non pas physique, mais allouée à la somme des machines virtuelles. C'est cette dernière nouveauté qui est au centre du conflit. Elle n'affecte toutefois, selon VMware, « que 20 % des utilisateurs ». En effet, la plupart des détenteurs de licences n'y verront aucune différence. Certains y gagneront même un peu. La version Standard passe ainsi de 24 Go à 32 Go de mémoire virtuelle. Mais les principales victimes se révèlent être les plus fidèles clients de l'éditeur. Il s'agit des grandes structures, qui mettent régulièrement à jour leurs serveurs.

Concrètement, vSphere 4 ne requérait que deux licences Entreprise+ pour faire tourner un serveur à 512 Go (répartis en deux modules). Avec vSphere 5, trois machines virtuelles de 96 Go chacune ne fonctionneront pas sans l'acquisition préalable de trois licences, à 4300 dollars l'unité. Assez pour convaincre les intéressés d'aller voir ailleurs ? Peu probable quand on connaît l'énergie à déployer pour choisir et mettre en place une solution de virtualisation et l'environnement applicatif qui va autour. Néanmoins, la concurrence, Microsoft au premier rang, pourrait profiter de l'aubaine pour attirer les nouveaux clients qui n'ont pas encore tranché leurs choix technologiques.