

EDI

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION INFORMATIQUE

CHANNEL • VAR • SSII • MSP • GROSSISTES

Mars 2014 - Numéro 36 - 10 €

Tests p. 74

- Fujitsu Lifebook U904
- QNAP TS-870 Pro



Focus p. 94

Les App Stores pour les pros se mettent en vitrine

Actus grossistes p. 98

Terra Computer prêt à s'envoler dans le cloud



Spécial salons p. 30

Tous les comptes-rendus des manifestations du mois

- I.S.E. à Amsterdam
- Big Retail Show à New York
- Distree EMEA à Monaco
- Microsoft Tech Days à Paris

Entretien p. 46

« La part du channel doit encore augmenter »



Brieuc Courcoux, Directeur des partenaires d'Oracle France

Portrait p. 13



Véronique di Benedetto, DG d'Econocom France: Professeur d'énergie

IT Partners p. 16

Une foule d'annonces portées par l'optimisme



Dossier spécial p. 50

Paroles de revendeurs

Une foule d'annonces portées par l'optimisme

À l'ouverture des portes le 4 février, l'édition 2014 d'IT Partners montre la bonne ambiance qui règne dans la distribution IT. Des milliers de revendeurs se pressent sur les stands pour trouver des moyens supplémentaires de développer leur business auprès d'exposants ravis et fiers de présenter leurs nouveautés.

Par Thierry Bienfait, Alain Godet, Benoît Huet, Pierre-Antoine Merlin, Vincent Verhaeghe.

La réussite de l'édition 2014 d'IT Partners ne fait pas de doute. À commencer par sa mise en place. Entièrement repensé, le plan du salon fait l'unanimité auprès des exposants et des visiteurs. La grande entrée centrale permet d'embrasser du regard les cinq grands secteurs où sont répartis les stands, et passer de l'un à l'autre est plus simple. À une condition : se frayer un passage car, le premier jour, les allées sont trop bien garnies, ce qu'on prendra comme un signe positif de l'implication des revendeurs à se déplacer sur un tel événement. Les chiffres fournis par Reed Expositions France, l'organisateur du salon IT Partners, le confirment. En cumulé, 12 432 professionnels de la distribution étaient présents au cours des deux journées.



Kilian Thomas

Disneyland Paris ouvre ses portes à quelque 12 000 visiteurs présents au cours des deux journées du salon IT Partners 2014.

L'entrée arbore fièrement les couleurs de votre magazine l'E.D.I., l'essentiel de la distribution informatique, éditeur du Guide visiteur et fidèle partenaire presse.

Des revendeurs venus d'horizons très variés puisque nous avons pu constater une fréquentation aussi importante dans les secteurs habituels tels que les infrastructures ou le document que dans les réseaux et télécommunications, un domaine dans lequel Reed a dédié de nouveaux moyens comme des ateliers dédiés réalisés en collaboration avec le CDRT.

LES REVENDEURS ATTENTIFS À L'ÉVOLUTION DU BUSINESS

« C'est grâce à la confiance du marché que nous bâtissons année après année un événement en adéquation avec ses évolutions et les exigences de nos clients », se réjouit Laurent Eydieu, le directeur de la division Nouvelles Technologies de Reed Expositions France.

Les visiteurs semblent afficher plutôt de l'optimisme pour 2014. La fédération EBEN (Entreprises du bureau et du numérique) qui interroge traditionnellement ses adhérents au moment du salon note ainsi que 65% d'entre eux jugent le contexte des affaires plutôt favorable. Ils sont aussi nombreux à envisager de recruter en 2014. La grande majorité des exposants que nous avons interrogés ont, de leur côté, souligné la véritable implication des revendeurs qui semblent beaucoup plus à l'écoute sur les notions de changement et de transformation de leur business. De quoi augurer une année 2014 sous le signe de la reprise, en attendant la dixième édition d'IT Partners.



Antoine Harmel

Asus regarde du côté B to B

Si Asus a forgé sa réputation auprès du grand public non seulement par ses portables et ses PC de bureau, mais aussi par la commercialisation de pièces détachées, elle prendra en parallèle une orientation beaucoup plus B to B. Plusieurs produits ont été présentés sur le salon avec, notamment, les portables PU301 ou PU500CA, des produits fonctionnant sous Windows 7 Pro,



un système qui, selon la marque, reste le choix principal des professionnels. « Pour développer notre activité professionnelle, nous comptons sur une force de vente cross BU capable de vendre des produits sur les deux canaux

simultanément. Grâce à notre réputation, certaines portes commencent à s'ouvrir », explique Benjamin Colin, responsable commercial channel d'Asus France. Courant 2014, Asus proposera également des PC de bureau à vocation professionnelle, voilà qui sera une première pour le constructeur. Outre les revendeurs traditionnels, Asus visera aussi les VAR et, à plus long terme, les corporate resellers.

La grande première d'eParts

Bien que d'origine française, eParts, distributeur spécialisé en pièces détachées pour imprimantes mais aussi pour postes clients et serveurs, est beaucoup moins connu que son concurrent presque homonyme Europarts. Pour développer son image auprès des revendeurs, eParts participe pour la première fois de sa jeune histoire au salon IT Partners. L'occasion pour les revendeurs de découvrir un catalogue de près de 8000 pièces dont 3000 sont disponibles en J + 1. « Beaucoup de marques nous font déjà confiance, et nous livrons en Europe mais aussi en Afrique et au Moyen-Orient », explique **Tanguy Berard**, directeur général d'eParts et fondateur de la société en 2009 avec Damien Thiaudière. Le grossiste travaille notamment avec HP, Lexmark, Canon, Brother et Kyocera et n'exclut pas prochainement d'ajouter les consommables à son catalogue. La société eParts a affiché en 2013 un chiffre d'affaires de plus de 26 millions d'euros pour un effectif de 16 personnes.



Kilian Thomas

Iris allège les factures

Le spécialiste de la dématérialisation Iris lance à destination du marché des PME une solution tout-en-un de reconnaissance de factures. Cette offre en pack regroupe un scanner, Iriscan Pro 3 WiFi ou Iriscan Pro 3 Cloud, le logiciel Iriscapture for Invoices et la GED Dokmee fournie par Office Gemini, ainsi que trois heures de support téléphonique pour la prise en main. Le système sera proposé à la vente par Office Gemini et commercialisé entre 1 990 € HT et 4 490 € HT, pour une à cinq licences.



Développez votre business, devenez partenaire Ciel

Leader sur son marché, Ciel accompagne les petites entreprises en leur proposant des solutions de gestion simples et performantes ainsi qu'un éventail de services offrant une véritable valeur ajoutée.

Rejoignez notre réseau, devenez Partenaire Ciel !

Etre partenaire Ciel, c'est bénéficier d'un accompagnement commercial et marketing privilégié au service de votre développement.

Contactez-nous dès aujourd'hui 01 55 26 33 40

La protection électrique Eaton s'intègre dans la virtualisation

L'offre d'Eaton ne se limite pas aux onduleurs. Le fournisseur propose désormais de les apparier à des baies informatiques fonctionnant avec des réglottes de prises intelligentes qui se branchent à l'arrière (les ePDU, pour *Enclosure Power Distribution Unit*). Un logiciel compatible avec les principaux systèmes de virtualisation y est associé lequel contrôle ces équipements et communique avec les serveurs à protéger. Ainsi, en cas de coupure électrique, l'onduleur Eaton peut migrer des serveurs virtuels d'une machine physique vers une autre.

Dès lors, la solution devient plus globale et s'intègre parfaitement avec les plates-formes VMware, Hyper-V, Red Hat, Citrix, etc.



Bitdefender se renforce dans le SaaS

IT Partners fut l'occasion pour les Éditions Profil de présenter la nouvelle version de Cloud Security, une solution de sécurité proposée dans un modèle SaaS qui facilite le déploiement de la part des revendeurs auprès de leurs clients en gérant une console unique de licences et de management. « D'ici à fin 2014, nous estimons que TPE et PME auront majoritairement adopté le SaaS pour la sécurité, et de plus en plus de revendeurs ont choisi de le proposer à leur catalogue. Nous sommes aussi en discussion avec des services providers et des hébergeurs », explique **Stéphane Pacalet**, directeur général d'Éditions Profil – Bitdefender. Parmi les nouvelles fonctions intégrées à la dernière version de Cloud Security, on signalera le support de MacOS ainsi qu'une refonte totale de l'interface utilisateur. Dans les semaines qui viennent devrait s'ajouter une couche mobile avec l'intégration d'outils de Mobile Device Management.



Kilian Thomas

Dell sélectionne ses partenaires

Après une stratégie de distribution volontariste auprès des petits revendeurs (lire l'E.D.I n° 35), Dell annonce sur IT Partners une nouvelle initiative qui vise cette fois-ci davantage les revendeurs les plus impliqués dans la marque, et notamment les VAR de proximité. Baptisée GeoPartner, elle consiste à découper le territoire français en zones de deux ou trois départements et à sélectionner sur cette zone des partenaires aptes à proposer les solutions Dell aux entreprises locales. Entre 200 et 250 revendeurs seront sélectionnés sur des critères géographiques, bien sûr, mais aussi sur leur

capacité à vendre une grande partie du catalogue Dell, que ce soit du poste client, du serveur ou des solutions de stockage, de sécurité et même d'impression.

« Typiquement, il s'agit de revendeurs comptant de 5 à 20 employés et qui adressent des PME de moins de 100 personnes, explique Alexandre Brousse, responsable channel de Dell France. Pour les aider, nous proposons à ces partenaires une Welcome Box grâce à laquelle ils accéderont à des produits de démonstration, de la PLV, mais aussi une entrée privilégiée à des leads. » Dell mettra également en relation ses équipes commerciales dédiées aux clients finaux avec ces revendeurs pour faciliter la recherche de projets.



Kilian Thomas

Ciel en pleine croissance

L'année 2013 a été profitable pour Ciel dont le C.A. augmente de 16% et même de 29% depuis septembre. « Les nouvelles réglementations fiscales et bancaires obligent les entreprises à faire évoluer leurs logiciels. Pour autant, un marché énorme reste à conquérir puisque près de 70% des TPE et PME ne disposent pas d'un véritable logiciel de gestion », souligne Philippe Leroy, directeur commercial de Ciel. L'éditeur récolte les fruits de la nouvelle organisation, avec un redécoupage en trois niveaux de certification qui favorise les revendeurs fidèles. On compte 300 certifiés sur les 3 000 actifs mais Ciel veut doubler ce nombre à fin 2014.



Kilian Thomas

Une petite caméra Axis Full HDTV

Présent sur les stands de ses grossistes Tracor Europe, ACTN et Tech Data Azlan, Axis Communications dévoile ses nouveaux produits axés SMB. Parmi ses modèles phares, la M3026 est une caméra minidôme extérieure antivandalisme avec LED infrarouges intégrées. Également mise en avant durant IT Partners, la nouvelle M1025 apparaît tout particulièrement adaptée aux solutions de vidéosurveillance pour le retail. D'une conception toute simple, cette petite caméra intérieure se distingue essentiellement par le capteur 2 Mpx HDTV 1080p qu'elle renferme. On peut, en outre, y intégrer des cartes MicroSD.



Lenovo, *business as usual* en attendant IBM

« Nous sommes les leaders sur le marché du PC et comptons bien le rester », toute la stratégie de Lenovo est résumée dans cette phrase de **Laurent Caron**, directeur channel et SMB du fabricant qui suit un axe tracé sur la mobilité



et les produits hybrides, et surtout marque sa volonté d'adresser aussi les marchés verticaux en travaillant en étroite collaboration avec des éditeurs indépendants aptes à proposer des applications métier ajoutant de la valeur au produit. « Dans une stratégie 100 % tournée vers l'indirect,

notre rôle consistera également à mettre en relation les revendeurs et les ISV pour proposer des projets globaux », poursuit-il. En attendant la validation du rachat de la branche serveurs x86 d'IBM, Lenovo compte aussi beaucoup sur ses gammes actuelles de serveurs ainsi que sur ses stations de travail pour accompagner son channel dans le développement de ses marges.

Mozy repousse les limites de la sauvegarde en ligne

Mozy lance officiellement sur IT Partners la nouvelle génération de sa solution de protection des données. Désormais, l'offre Mozy se définit à la fois comme une sauvegarde, une synchronisation de fichiers sur des périphériques et un accès aux données en mobilité, le tout regroupé en un seul service dans le cloud. Elle comporte de nouveaux outils administratifs destinés aussi bien aux PME qu'aux grandes entreprises. Ces fonctions ont notamment pour intérêt d'améliorer l'environnement d'administration ainsi que la gestion du stockage. En outre, une activation sans clé permet aux entreprises utilisatrices d'en simplifier les déploiements.

Urban Factory facilite l'échange entre terminaux mobiles



L'Urban Factory Kit de Connexion quatre-en-un est l'un des produits grâce auxquels Urban Factory réalise ses meilleures ventes. Ce lecteur de cartes SD et MicroSD s'adapte à la plupart des tablettes et smartphones disposant d'un port microUSB. Sa version « non Apple » permet de télécharger des images dans ces appareils mais également d'extraire ce type de contenus de leur carte mémoire. La synchronisation et la recharge sont aussi au programme.

Alcatel-Lucent recrute en infrastructures réseaux

Présent sur le stand du grossiste Itancia, Alcatel-Lucent affiche de grandes ambitions. L'équipementier mise notamment sur le développement de son offre autour des technologies SDN (Software Defined Networking). Dans cet objectif, le groupe recrute des partenaires susceptibles de commercialiser ses produits d'infrastructure destinés au marché du campus convergé et du data center. Les intégrateurs candidats pourront bénéficier du programme d'accompagnement Alcatel-Lucent EPP (Enterprise Partner Program) pour monter en compétences afin de maîtriser des fonctions avancées de programmabilité de réseaux, et de proposer des services à forte valeur ajoutée, en matière d'infrastructures LAN et data center, tels que les déploiements et la distribution d'applications temps réel.



WD fait passer Arkeia à la vitesse supérieure

Connu pour ses disques durs et ses NAS, WD propose aussi une solution de sauvegarde logicielle, sous forme de licence ou d'appliances. Baptisée Arkeia, elle est issue du rachat, début 2013, de l'éditeur français éponyme. Outil polyvalent capable de gérer plus de deux-cents plates-formes, WD Arkeia



intègre la notion de backup hybride dans le cloud en combinant une sauvegarde des environnements (postes clients, serveurs, machines virtuelles...) à la fois en local avec une réplication dans le nuage. « C'est un processus qui réclame une énorme optimisation et une forte compression des données car la bande passante est souvent limitée », explique **Bill Evans**, General Manager Business Storage Solution de WD. La version 10.2 d'Arkeia ajoute des fonctions d'optimisation sur la restauration des blocs libres qui amélioreront non seulement les performances mais aussi l'espace de stockage disponible.



Kilian Thomas

Lexmark optimise les marges des revendeurs

Le spécialiste de l'impression Lexmark propose plusieurs services qui amèneront les revendeurs à optimiser leurs prestations et à développer leurs marges auprès des clients finaux. Via la GED, d'abord grâce à un accord avec l'éditeur Zeendoc qui intègre les solutions de ce dernier à plusieurs multifonctions de Xerox, incluant notamment la notion de coût par numérisation extrêmement rémunérateur. En outre, Lexmark démontré un système d'authentification et de d'identification des utilisateurs y compris lorsqu'ils se connectent à la multifonction à partir d'un poste mobile. Les documents à imprimer relatifs à chaque utilisateur sont stockés dans un cloud opéré par Lexmark: de quoi incorporer l'impression mobile à la gestion des quotas. Un service gagnant pour les revendeurs puisque l'abonnement pour chaque utilisateur est de 8€ par mois avec une marge de plus de 30%.

CloudSystem recrute à tout va

Piloté par son directeur associé Thomas Beerens, CloudSystem recrutera 40 à 50 partenaires certifiés d'ici à la fin de l'année. Pour cela, l'entreprise met en avant la qualité de ses services d'infrastructures et son interface qui fait office de véritable outil décisionnel (avec de nombreux paramètres). CloudSystem cible deux types de partenaires : les intégrateurs et les éditeurs, et pour accélérer leur développement, CloudSystem se propose de former directement les commerciaux de ses partenaires.

Accent débarque en France

Le grossiste et assembleur marocain DBM fait une entrée remarquée sur IT Partners, avec sa marque Accent qu'il souhaite introduire sur le marché hexagonal. C'est sur son offre de tablettes Android et Windows 8.1 que le grossiste met essentiellement l'accent. Fort d'une part de marché supérieure à celle de Samsung dans son pays d'origine, DBM souhaite proposer une alternative économique et performante aux marques traditionnelles. Outre leur design plutôt réussi, les tablettes Transformer 10,1 et 11,6 pouces sous Windows 8.1 constituent notamment une offre attractive, avec des prix allant de 300€ à 500€, housse-clavier comprise. À ce niveau de prix, Accent amène la tablette Windows au prix du portable, et devrait faire rapidement son trou en France si l'on en croit l'accueil enthousiaste des revendeurs sur le salon. À côté des tablettes, la marque Accent comprend également des PC, des portables, des phablets, un smartphone et un terminal point de vente. Enfin, le grossiste est à la recherche d'un grossiste, des contacts ayant été pris sur le salon et une décision devant intervenir prochainement. Affaire à suivre...

Philips Speech stocke les dictées numériques dans le cloud

Extension du portfolio des solutions de dictée numérique professionnelle Philips, proposé par Speech Processing Solutions, la nouvelle offre SpeechLive permet d'échanger à travers le Cloud les fichiers audio issus de ces périphériques.

Présentée sur le stand Dicma, cette plate-forme d'hébergement des dictées affranchit ceux et celles qui utilisent les dictaphones Philips de la problématique du stockage de ces dictées sur leur poste de travail ou leur serveur. Vendu en ligne, le système fonctionne avec une simple connexion internet pour partager à distance les données enregistrées sur un dictaphone numérique, après l'avoir branché à un ordinateur. Mais SpeechLive rend également possible ce dépôt dans le cloud et ce processus collaboratif depuis un smartphone, avec une connexion aux réseaux mobiles Edge, 3G ou WiFi.



En France, Acer obtient de bons résultats

Malgré des chiffres moyens au niveau mondial, Acer se porte plutôt bien en Europe et particulièrement en France, avec une croissance de 15% sur l'IT (hors tablettes) sur le Q4 2013. Plusieurs produits sont annoncés sur IT Partners dont le nouveau smartphone Liquid Z5, un modèle 5 pouces au positionnement agressif puisque proposé à 200€ TTC seulement, ainsi que la tablette sous Android Iconia A1-830, un modèle 8 pouces à 189€ TTC. Sur la partie notebook, la marque propose une version professionnelle de son fameux **Aspire S7** équipée en l'occurrence d'une puce TPM et de Windows 8.1 Professionnel. Par ailleurs, le programme Acer Promise qui fait bénéficier, en cas de panne sur un TravelMate, d'une réparation sans frais et d'un remboursement de 50% de sa valeur a été reconduit jusqu'au 30 juin 2014.



Kilian Thomas



Fujitsu oriente le canal de distribution vers deux axes de croissance

L'ultramobilité et les solutions d'infrastructure pour PME sont les deux principaux vecteurs de croissance identifiés par Fujitsu dans l'informatique. Pour le premier, l'entreprise japonaise met le focus sur sa nouvelle offre de tablettes hybrides semidurcies et étanches, avec notamment la Stylistic Q704 à base de Windows 8. Elle compte également faire le buzz autour de la sortie du Lifebook S904, un ultraportable d'une autonomie de vingt-quatre heures. Par ailleurs, dans l'infrastructure, Fujitsu propose aux partenaires des solutions tout-en-un, préconfigurées et prêtes à l'emploi. Parmi celles-ci, son Cluster-in-a-box intègre serveur et stockage, en environnement Windows Server 2012.

Kodak Alaris opte pour plus de proximité avec les revendeurs

À l'issue de sa première année fiscale, Kodak Alaris annonce une nouvelle politique commerciale. Celle-ci prévoit notamment d'accompagner directement les revendeurs afin



de mieux les aider à promouvoir leurs projets autour de l'offre du fournisseur. Parmi ses produits, la série i3000 fait son apparition : ces nouveaux scanners, à l'ergonomie très étudiée, intègrent tout d'abord une vitre flatbed, permettant de scanner à plat. Leur vitesse de numérisation atteint 60 ppm ou 90 ppm, selon le modèle. Enfin, ces machines se distinguent par la présence d'une double rangée de LED pour chaque face qui procure une qualité d'image optimale.

Vade Retro Cloud veut rendre les partenaires autonomes



La solution de protection de messagerie Vade Retro Cloud est désormais accessible dans 28 pays. Commercialisée via un modèle two-tiers (grossiste Cris Réseaux), cette solution a déjà séduit – selon son directeur général, **Georges Lotigier** – une centaine de revendeurs actifs. L'éditeur qui souhaite accélérer son développement a récemment lancé un programme de certification dont l'objectif principal est de rendre le revendeur autonome sur le paramétrage et la gestion de la solution Vade Retro Cloud – bien sûr accessible en mode SaaS.

GFI MAX en croissance brique par brique

Véritable couteau suisse de la sécurité, l'offre logicielle GFI MAX s'étoffe avec l'arrivée d'un module de Service Desk pour la gestion des demandes de supports et les remontées d'incidents avec un système de tickets que seuls des produits beaucoup plus complexes et plus coûteux comme Autotask fournissaient jusqu'alors. « Cela complète parfaitement notre offre qui nous permet de fidéliser les clients brique par brique en leur proposant des modules adaptés à leur besoin », explique le président d'Aubelio, **Maurice Bensoussan**, qui distribue GFI MAX en France. Rappelons que GFI MAX regroupe des solutions de backup, d'antivirus ainsi qu'un outil de protection du courrier électronique, le tout accessible par une console unique administrable à distance. Le distributeur et l'éditeur visent surtout les MSP pour proposer ces solutions qui combinent valeur ajoutée et revenus récurrents.



Keyyo mise en priorité sur la distribution indirecte

L'opérateur de téléphonie sur IP Keyyo entend développer sa stratégie indirecte afin d'accroître son activité. Pour ce faire, il met à la disposition des partenaires l'intégralité de ses offres de téléphonie fixe ou mobile et d'accès internet, autour des technologies Trunk SIP, Centrex et VGA, à son nom ou en marque blanche. Alors que, jusqu'ici, elle ne représentait qu'un tiers de son chiffre d'affaires, « Keyyo se donnera les moyens d'augmenter significativement la part de la distribution indirecte dans son chiffre d'affaires », indique la société.

Vers des solutions cloud métier



L'hébergeur Corey mise avant tout sur le Cloud métier sécurisé pour se différencier de ses concurrents. C'est pourquoi l'axe de développement du réseau de distribution de Corey s'oriente surtout vers les éditeurs de solutions métiers en mode SaaS. Pour Camille Cacheux, directeur général de Corey, l'accompagnement et la mise à disposition d'outils pour les développeurs (concept DevOPs) que fournit l'hébergeur aux éditeurs font la différence. Et, pour accentuer cette verticalisation des offres, Corey parie sur ses labellisations obtenues comme l'agrément Asip, le PCI DSS ou RGS pour les marchés publics.

Sony baisse le rideau en beauté sur le Vaio

Nouvelles très contrastées pour Sony en ce début février. Lors d'IT Partners, le fabricant japonais fait la démonstration remarquée de sa magnifique tablette PC Vaio Tap 11 sous Windows 8, la plus fine du monde avec 9,9 mm d'épaisseur, et le 6 février au lendemain même du salon, le patron du groupe annonce son intention de céder sa branche Vaio, avec à la clé, la bagatelle de 5 000 suppressions de postes. Humainement, un coup dur pour les équipes de la marque présentes sur IT Partners qui, deux jours durant, n'ont pas ménagé leurs efforts commerciaux. D'après ses dirigeants, Sony ne serait jamais parvenu à trouver sa place sur le marché du portable et préfère abandonner que miser sur des produits pourtant superbes.



G Data mène l'offensive

Jérôme Granger, PR Manager de G Data nous annonce la version 13 de sa suite de sécurité professionnelle. Deux nouveautés: l'intégration de la technologie de détection CloseGap, qui remplace le moteur Avast; et la présence de l'outil Module Mobile Device Management qui contrôle les appareils Android connectés au réseau. Intégrés dans la console de gestion centralisée au même titre que les PC, ces équipements sous Android sont ainsi protégés contre les risques. À propos des nouveautés liées au réseau de distribution, l'éditeur allemand parie sur une approche commerciale plus agressive. Ainsi, il reprend à sa charge le reste de licences en cours de ses concurrents pour ceux qui souhaitent cesser leur collaboration. Enfin, pour compenser la disparition des ventes en boîte et pour conserver un lien physique avec les produits, G Data invente le format carte de crédit pour Internet Security. Ainsi, via un flash code, les clients téléchargent la solution en toute sécurité.



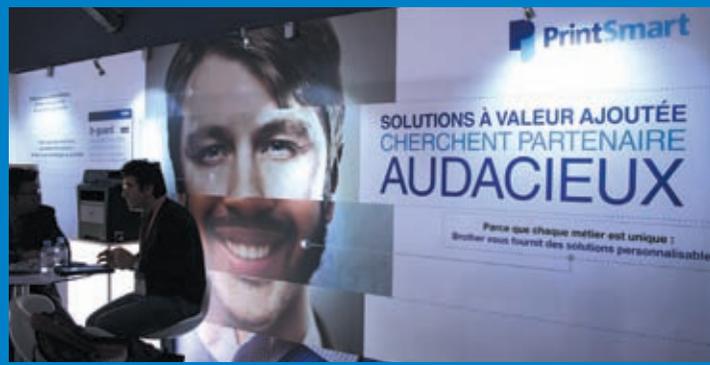
Kilian Thomas

WaveSoft met le cap à l'ouest

Disposant de bureaux à Montpellier, Annecy et Orsay, WaveSoft étend sa couverture territoriale en ouvrant un bureau à Nantes afin de disposer d'un point d'attache sur le grand ouest. L'éditeur français spécialisé en solutions de CRM et gestion et qui connaît déjà un beau succès fête ses dix ans cette année. Il annonce aussi la version 16 de sa solution pour laquelle il prévoit des évolutions dans les mois à venir, et sur lesquelles nous reviendrons dans un prochain numéro de l'E.D.I.

Brother cherche des intégrateurs d'applications métier

L'élargissement de l'activité du groupe nippon se traduit par l'implantation d'un stand Brother dans l'espace réseaux et télécommunications d'IT Partners. Un positionnement qui s'explique par la volonté du constructeur de recruter des partenaires intégrateurs capables de développer des applications métier pour ses offres Print Smart et The World is your office. La première correspond à des services d'impression autour de sa gamme de multifonctions, incluant des prestations de type MPS ainsi qu'à une boutique d'applications métier interfaçables avec ses produits. Le second concept porte sur le bureau mobile tel que le conçoit Brother, autour de ses outils de webconférence, de ses lunettes à réalité augmentée ou de ses imprimantes et de ses scanners pour utilisateurs nomades.



Kilian Thomas

Microsoft expose son nouveau modèle économique

Devices and services: c'est selon cette nouvelle orientation de Microsoft que le stand de l'éditeur a été structuré. Le groupe a ainsi profité d'IT Partners pour mettre en avant sa stratégie autour de ses pôles terminaux et services. Le géant américain accélère sa réorganisation en poussant une offre de périphériques connectés enrichis par les services cloud qu'il propose pour les entreprises. Pour mieux faire passer le message, le fournisseur de la tablette Surface et Windows Phone a mis en valeur Windows Azure, Office 365 et autres briques CRM Dynamics Online ainsi que les appareils de ses partenaires OEM. Par ailleurs, la firme a présenté les promotions qu'elle met en place pour les clients finaux, telles que des offres de remboursement jusqu'à 6 500 € sur Office 365, sur Windows 8 Pro et sur Windows Server.



Kévin Thomas

Lancement officiel de Step par Samsung

Samsung a officialisé son nouveau programme partenaire baptisé Step (lire l'E.D.I n°35 p.42). « Ce programme partenaire mondial Step identifie désormais le marché B to B avec toutes les familles de produits associées à ce secteur », insiste Yachine Sulliman, responsable produit B to B chez Samsung. En termes d'avantages, Step donne ainsi droit à l'accès d'un portail où les revendeurs trouveront une multitude d'outils d'aide à la vente (fiches techniques, bannières, leaflets, etc.), ils bénéficient aussi de récompenses en fonction du chiffre d'affaires réalisé. Enfin, Samsung créera une école dédiée à la formation des partenaires.

3CX prône la générosité avec ses revendeurs



Le créateur du softphone PBX VoIP 3CX Phone System souhaite s'investir davantage sur le marché français et pour cela, il ne lésine pas sur sa générosité auprès de ses revendeurs. Ainsi, ces derniers peuvent bénéficier durant deux ans – via les grossistes Tiptel, Watsoft et Edox – d'une licence NFR (équivalent à 500 €) pour quatre appels, d'un support gratuit et francophone, de webinar ou encore de formations techniques. « Dès la première vente, la partenaire devient Preferred [ndlr: niveau 2 de la certification] et sa licence passe à huit appels », indique Kristel Aszody, responsable de clientèle chez 3CX France. L'objectif pour 3CX est de recruter 100 partenaires supplémentaires dans les six mois à venir, l'éditeur compte déjà une centaine de revendeurs actifs sur le territoire.

Plantronics mise sur l'innovation et son réseau de revendeurs

Pour faire face à un marché concurrentiel, Plantronics, le spécialiste des oreillettes et des casques audio innove et apporte une multitude de nouveautés technologiques autour de ses produits comme Smart Lock qui permet de verrouiller ou déverrouiller une session depuis un poste Cisco ou Smart Presence pour Microsoft Lync. D'autre part, le fabricant fournit, depuis plusieurs mois, un SDK qui permet à ses partenaires de développer des applications dédiées. Une vingtaine d'applications sont déjà opérationnelles selon Fabrice Berthelot, directeur de Plantronics France et Italie. En parallèle, Plantronics a refondu l'été dernier son programme partenaire Connect dont l'objectif est d'apporter plus de valeur aux revendeurs (suivi commercial, génération de leads, formation en ligne, etc.) en fonction de leur niveau de certification.



Interactive Technology mise aussi sur sa propre marque

Le spécialiste des centres de contact Interactive Technology a créé la marque Consistent en 2013 pour faire connaître son savoir-faire. En effet, selon Guillaume Trincherio, directeur associé de Consistent, la solution d'Interactive Technology était uniquement exploitée en marque blanche par des opérateurs comme Colt, SFR ou HubOne. Avec sa marque Consistent, l'entreprise veut désormais de faire connaître auprès des opérateurs, des intégrateurs et même des éditeurs. Consistent cible une clientèle de PME et d'ETI et, pour séduire les revendeurs, compte sur le mode de commercialisation (SaaS) libre (sans engagement) de sa solution.

Exertis se lance dans la valeur

Après la vente d'Altimate à Arrow ECS, le groupe irlandais Exertis aurait pu se limiter aux produits grand public, avec Banque Magnétique et Comtrade. C'était oublier ses activités valeur à l'étranger, comme le VAD télécoms Go Connect au Benelux. Et c'est ce dernier qui débarque sur IT Partners, sous le nom Exertis Solutions, BU d'Exertis Banque Magnétique. Spécialisé dans les communications unifiées, Exertis Solutions s'appuie sur les gammes pros de fournisseurs de Banque Magnétique, complétées par une offre dédiée. La structure est dirigée par Robin Peyrebrune, l'ancien responsable de l'équipe distribution de Jabra en France.

Recrutement chez Colt Technology Services

« En 2014, nous consolidons notre réseau de distribution », souligne Laurent Hullot-Wilm, directeur régional chez Colt Technology Services. C'est pourquoi, l'opérateur prévoit de recruter sur trois axes: deux nouveaux agents d'ici à la fin de l'année – au total, l'opérateur devrait en compter une dizaine – ; un ou deux franchisés supplémentaires qui viendront en complément d'Ipacs et de Foliatream; mais aussi de nouveaux revendeurs pour commercialiser les services cloud de Colt. L'opérateur met en avant, pour ces derniers et par rapport à certains de ses concurrents, la maîtrise des liens d'accès cuivre et fibre.

Une offre packagée simplifie l'offre Avaya pour le channel

Avaya met en place iConnect. Destiné à ses partenaires actuels et potentiels, ce programme tourne autour de trois axes : équiper les revendeurs-intégrateurs, les former et les accompagner dans la commercialisation de ses produits. Son portfolio comprend désormais une solution complète packagée, autour de son offre de communications unifiées IP Office (incluant la vidéoconférence et les réseaux), que l'équipementier télécoms propose au channel pour lui permettre de mieux adresser le marché du midmarket. « Une simplicité maximale en termes de déploiement et d'intégration a présidé à la conception de cette solution de bout en bout », déclare-t-on chez Avaya.



Despec sous les sunlights

Plus connue comme grossiste en consommables, la société germanique Despec qui couvre la France à partir de sa filiale belge, ouvre son catalogue à l'occasion d'IT Partners. À côté des accessoires d'ergonomie de Bakker Elkhuisen (bras pour moniteurs, supports pour portables, claviers, souris, etc.) et des accessoires audio sous sa marque Zubehör, le grossiste a présenté une large gamme d'ampoules LED. Les produits FairLED (marque propre) visent l'entrée du marché. La gamme LEDvolution, une autre marque propre, bien visible sur le stand du grossiste, se positionne en concurrence frontale avec les marques A, pour un prix légèrement plus attractif. Enfin, Despec a référencé les ampoules du fournisseur anglais Aurora Lighting, qu'il réserve à des marchés de solutions avec des produits plus spécifiques.

La 4 G figure dans l'offre internet de Navista

L'opérateur Navista lance une offre internet 4G pro fixe. Pour Jean Vinegla, fondateur de Navista, c'est la première offre du marché à regrouper à la fois, dans un même boîtier, l'ADSL Pro, la SDSL pro, la fibre et la téléphonie 4G. Sa mise en service se fait dans un temps record (douze à quarante-huit heures de délai d'activation). À l'instar des autres solutions de l'opérateur, cette offre renferme un antivirus, un antispam, le filtrage web, la priorisation des flux (QoS) et la possibilité de créer un VPN. Le prix de l'abonnement à cette offre est proposé à partir de 10,72 €. Commercialisée en indirect, les revendeurs perçoivent, avec ce nouveau package, une commission sur la vente et une rétrocommission annuelle sur l'abonnement.

LE « DAVOS » DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

DEUXIÈME ÉDITION DU 10 AU 12 SEPTEMBRE 2014 À LA BAULE

Quel point commun réunit Amazon, Apple, ASOS ou en France iDTGV, Amorino ou encore Venteprivée.com ? ces champions de la croissance ont fait de l'Expérience Client un élément différenciateur de leur offre. Du 10 au 12 septembre 2014 se tiendra à la Baule la deuxième édition de l'événement* consacré à ce sésame. Deux questions à l'organisateur de la manifestation.

Que recouvre le concept d'expérience client et pourquoi y consacrer un forum ?

Un ensemble de services, d'attentions ou de détails qui vont faire de l'acte d'achat un moment fort, unique, et qui permet à la marque de consolider la relation avec son client. Une attente écourtée à la caisse, le design singulier de l'iPhone, le catwalk chez Asos, la livraison avant midi chez Amazon ou les ballerines personnalisées : autant d'innovations qui nécessitent parfois des outils technologiques particuliers et des processus novateurs, le click-and-collect en est un bon exemple.

Sur tous les canaux de vente ou de services clients (web, réseaux de magasins, centres de contacts), les entreprises ont désormais un seul et même objectif : concrétiser l'acte



Manuel Jacquinet
Éditeur du Magazine En-Contact et créateur de l'événement

aux États-Unis, les forums sur l'expérience client font salle comble. J'ai créé cet événement pour permettre à ceux qui souhaitent progresser, échanger et témoigner sur cette

d'achat ; avec comme seule alternative au low-cost de proposer une expérience d'achat "premium". Dans ce domaine, il faut l'avouer, les champions du monde sont pour la plupart anglo-saxons. Ils raflent tous les prix, et d'ailleurs

question de se rencontrer. La France a aussi ses spécialistes, ses chercheurs, ses précurseurs et ses champions dans ce domaine. « Expérience Client / The French Forum » va devenir, j'espère le « Davos de l'expérience client ».

Pourquoi avoir choisi d'organiser un tel forum en pleine récession et sous cet intitulé ?

La liquidation de Virgin, l'explosion du secteur des télécoms qui s'enfoncent dans une stratégie de guerre des prix, l'asphyxie du réseau des libraires français par Amazon sont porteurs du même message : **que vous soyez commerçant, en magasin, e-marchand ou patron d'une start-up ou d'une compagnie aérienne, l'expérience client, c'est maintenant !**



L'E.D.I dans tous ses états !

Dans notre numéro 35, nous avons intégré au magazine une série d'autocollants aux couleurs de l'E.D.I en proposant un défi à nos lecteurs : prendre les photos les plus originales mettant en scène ces autocollants. Dès IT Partners, de nombreux exposants et revendeurs se sont pris au jeu et ont rivalisé d'imagination pour ce défi amical. Merci à eux. En voici une sélection, n'hésitez pas à nous envoyer les vôtres à l'adresse photos@edi-mag.fr

