

MÉCANIQUES ET EXPERTISES

La structuration du marché du cloud ne peut se passer d'acteurs chargés du bon déroulement de la migration hors site. Les distributeurs jouent le rôle d'accompagnateurs, et souhaitent n'écarter aucun revendeur des modèles de transformation.

Par Frédéric Bergonzoli

Pas un grossiste ne manque de rappeler que la proximité avec les partenaires est l'une de ses vertus. Une présence d'autant plus essentielle qu'en matière de cloud, le channel ne dispose pas toujours de l'expertise nécessaire pour mener de bout en bout les projets des entreprises. Mis à part quelques revendeurs autonomes parmi lesquels

des MSP ou des VAR intégrateurs expérimentés, les partenaires du grossiste sont souvent démunis. Entre le choix d'un type de cloud adapté, la nécessité d'assurer une continuité fluide des activités, et l'impérieuse sécurisation des données où qu'elles se trouvent, ils s'en remettent encore à l'expérience et aux connaissances du distributeur.

Ils comptent aussi sur leurs outils d'automatisation, *alias* la marketplace, pour faciliter la gestion de leurs propres clients. Ces portails de plus en plus élaborés sont au cœur des mécaniques de déploiement et de facturation. Ils savent se fondre totalement dans les activités des revendeurs en se transformant en Marketplace as a Service. ■

ITANCIA S'ADAPTE AUX MODÈLES D'APPROCHES DE SES PARTENAIRES

Avec des offres entièrement packagées ou des briques de UCaaS, le distributeur adresse une large frange de revendeurs.

« Nous proposons le cloud de trois façons. La première est l'offre de cloud public des éditeurs Avaya, Unify et Alcatel, qui englobe trafic, communications unifiées et collaboratif. Elle s'adresse aux partenaires qui veulent travailler en mode agent. La deuxième offre est également fondée sur du cloud public, mais elle ne propose les services collaboratifs de ces fournisseurs qu'en modèle hybride. Elle vise les intégrateurs qui exploitent ces solutions hybrides avec une infrastructure on-premise



et une couche de collaboration appelée par le cloud. La troisième est Izycloud, une offre UCaaS de cloud privé qui repose sur de l'hébergement de PBX virtualisés, le trafic restant à la charge du partenaire », détaille

Mathieu Galvaing, directeur des ventes.

Le VAD agrège ces offres autour de sa marketplace ICS (Itancia Cloud Services), en association avec des matériels et accessoires de communications unifiées, eux-mêmes disponibles à l'achat ou en mode Device as a Service. Des prestations d'accompagnement à la mise en service et de conciergerie sont, en outre, disponibles. ■

INGRAM MICRO VALORISE SA PLACE DE MARCHÉ CLOUDBLUE

Le distributeur entretient un écosystème dédié aux principales déclinaisons du cloud, qu'il s'agisse d'accompagner la transformation de ses partenaires, ou de consolider leurs activités.

Ingram Micro Cloud s'articule autour de la plate-forme CloudBlue, une marketplace qui permet aux revendeurs de commander des produits en ligne, de provisionner les services et de gérer

la facturation de leurs clients à travers des outils automatisés. « Nos trois piliers sont l'offre Microsoft Workplace pour le poste de travail et l'usage du collaboratif, en particulier Teams, le IaaS pour adresser l'on-premise vers le cloud, et, enfin, la partie Dynamics. À côté de ce socle, nos partenaires ont accès aux solutions d'Adobe, d'Acronis et de DocuSign. En France, une trentaine de solutions sont disponibles sur notre

marketplace mais un catalogue de 250 éditeurs peut être déployé », indique **Franck Charvet, directeur ventes cloud.** Également éditeur de sa marketplace, le VAD met CloudBlue à disposition de MSP et d'intégrateurs système qui cherchent à commercialiser leurs propres offres. Sur près de 10 000 partenaires en France, 2 000 environ réalisent leurs transactions à travers cette place de marché CloudBlue. ■

