

Communiqué de Presse

Siège 20 Avenue Louis Blériot Orlytech F 91781 Wissous Cedex
Téléphone +33 (0)1 49 75 86 00 Fax +33 (0)1 49 75 86 29
S.A. au capital de 5 000 000 € – R.C.S. Créteil B 401 898 457 000 – SIRET 401 898 457 00023 – APE 721 Z



Dimension Data mesure l'impact de la stratégie d'achat multi fournisseurs sur les infrastructures informatiques

Selon Dimension Data, les services providers ne pourront garantir leur survie et se développer qu'à condition de pouvoir offrir des services à forte valeur ajoutée tout en prenant en considération la maturation des pratiques de sourcing.

Paris, le 13 mars 2008 – Dimension Data France, acteur majeur dans le domaine des technologies de l'information et des réseaux d'entreprises, dresse un panorama des conditions actuelles du marché du multisourcing.

Les dernières évolutions technologiques obligent les fournisseurs de services informatiques à revoir leurs modèles de services.

Pour Scott Petty, directeur de la division Services de Dimension Data, l'arrivée récente de nouveaux acteurs sur le marché des services informatiques a engendré une concurrence féroce entraînant une baisse spectaculaire des prix. En conséquence, les services informatiques se sont largement démocratisés, engendrant une formidable pression sur les marges.

Scott Petty ajoute que les sociétés informatiques ont bien compris que pour garantir leur survie, elles devaient absolument évoluer en passant de la simple vente de produits à la vente de services associés. Mais un autre changement d'envergure touche également le paysage des services informatiques : la maturation des pratiques de sourcing.

« Les modèles classiques d'externalisation ne sont plus satisfaisants pour des entreprises qui recherchent désormais des prestataires pouvant contribuer à leur efficacité stratégique et capables de les accompagner dans le développement de solutions ciblées sur leurs problématiques métier. »

« Sous l'effet de ces facteurs, les modèles d'externalisation ou d'internalisation totale sont de moins en moins en vogue. Les entreprises leur préfèrent désormais les stratégies de sourcing sélectif ou de « multisourcing », stratégies dans lesquelles elles contractualisent avec plusieurs partenaires, chacun d'entre eux étant reconnu comme une référence du marché sur un segment de services bien particulier. »

Les ventes de solutions technologiques impactées par l'avènement du multisourcing

Selon M. Petty, l'avènement du multisourcing conduit les entreprises à identifier les domaines pour lesquels il est stratégique d'investir dans leur propres compétences et ceux pour lesquels l'option de l'externalisation s'avère plus pertinente. Les ventes de produits technologiques sont impactées de manière significative par la montée en puissance du multisourcing, à l'heure où les entreprises cherchent à minimiser les investissements élevés que représentent les infrastructures informatiques.

« Dans les contrats d'externalisation, le partenaire de services assume souvent le risque lié aux infrastructures et en prend donc le contrôle. Cette tendance ne fait qu'accentuer les difficultés des fournisseurs classiques de produits et de services en modifiant de manière profonde et durable leur interaction avec les clients. explique M. Petty. « Il est donc essentiel et stratégique que les fournisseurs de services anticipent au mieux l'évolution du marché du sourcing », ajoute-t-il.

Pour M. Petty, toute société de service doit prendre le temps de réfléchir au positionnement qui lui permettra de tirer pleinement parti de l'attractivité croissante du multisourcing. Et ce, tout en veillant à préserver ses revenus dans un contexte marqué par une baisse importante des marges sur les ventes de produits technologiques. En d'autres termes, les sociétés de service doivent étendre leur offre de services et revoir les modalités de commercialisation et de diffusion de ces services.

« La priorité doit être donnée aux services à forte valeur ajoutée, c'est-à-dire à ceux qui permettent aux clients d'atteindre leurs objectifs métier, et non pas seulement leurs objectifs technologiques. »

Le nouveau cheval de bataille des sociétés de services informatiques : La capacité d'innovation et d'amélioration permanente :

« Les clients exigent désormais toujours plus d'innovation de leurs partenaires. Une société de services ne doit plus seulement veiller au bon fonctionnement des infrastructures de ses clients mais doit également disposer des compétences nécessaires pour faire évoluer ces infrastructures et les actualiser en continu », indique M. Petty. « Dans les conditions actuelles du marché, ces sociétés de services ne pourront garantir leur survie et se développer qu'à condition de pouvoir offrir des services à forte valeur ajoutée – et notamment d'innover et d'optimiser les environnements technologiques de leurs clients », ajoute-t-il.

« Pour toutes les sociétés de services informatiques qui souhaitent capitaliser sur l'envolée du multisourcing, la flexibilité est incontournable. À l'heure actuelle, les stratégies de sourcing ne laissent aucune place aux modèles d'engagement rigides : les partenaires de services informatiques se doivent donc de proposer à leurs clients tout un éventail d'options évolutives, afin que ceux-ci puissent être libres de s'engager sur les services dont ils ont besoin dès aujourd'hui, tout en étant certains de pouvoir souscrire demain à d'autres services en fonction des évolutions de leur métier.», indique M. Petty.

Plusieurs sociétés de services informatiques ont déjà intégré les règles du multisourcing à leur mode de fonctionnement. Ces acteurs s'efforcent d'assouplir leurs offres et les dotent de nouvelles fonctionnalités, soit directement, soit avec l'aide de partenaires. De plus, certains concluent également des alliances et des partenariats avec d'autres fournisseurs clés de solutions technologiques. Objectif : proposer au client un ensemble de solutions intégrées mais différenciées, en phase avec la dynamique du multisourcing.

« En donnant la priorité aux partenariats et à l'interopérabilité de leurs solutions, les sociétés de services se donnent les moyens d'offrir un éventail de fonctionnalités suffisamment large pour diffuser avec succès une offre complète de services de multisourcing », conclut-il.

A propos de Dimension Data

Avec plus de 10 000 collaborateurs dans plus de 40 pays au monde pour 3,8 milliards de dollars en 2007, Dimension Data (Code LSE : DDT), fournisseur spécialisé de solutions et de services informatiques, aide ses clients à concevoir, déployer et exploiter leurs infrastructures informatiques. Dimension Data applique son expertise dans les domaines des réseaux IP, de la téléphonie et la collaboration, de la sécurité, et des technologies dédiées aux centres de contacts. Dimension Data met également au service de ses clients ses qualités uniques de conseil, d'intégration et de gestion pour leur fournir des solutions complètes et personnalisées allant de l'intégration traditionnelle à des offres de service clef en main de multi-sourcing.

Contacts presse :

Vanessa Perez
Point Virgule - Relations Presse
+33 (0)1 73 79 50 74 / 06 09 38 63 00
vperez@pvirgule.fr

Aude Launay
Dimension Data France
LoB Manager – Converged Communications
+33 (0)1 49 75 86 00
aude.launay@eu.didata.com