



Tribune Les messieurs Jourdain de l'informatique à la demande

IBM a lancé il y a quelques mois une vaste campagne de communication, qui fédère l'ensemble de son offre de systèmes et de services sur un thème unique : "l'informatique à la demande", ou *On Demand Computing* en version originale. Dans la foulée, ses grands concurrents HP et Sun ont déployé des discours ambitieux, l'un derrière l'expression "Adaptive Enterprise" et l'autre déclinant son "Utility Computing", un concept difficile à exprimer en français de manière concise mais qui recouvre la même réalité : il s'agit de bâtir pour les entreprises des systèmes d'information flexibles, non seulement dans leur architecture technique mais dans leur coût d'exploitation, en ne leur faisant payer que ce qui est réellement utilisé selon une mesure acceptée par tous.

Si l'on y regarde de plus près, sans se laisser éblouir par ce verbiage techno-marketing anglo-saxon, on constate que ces grands constructeurs amé-

ricains n'ont rien inventé et ne font que remettre au goût du jour et à leur sauce quelque chose qui existe depuis plus de vingt ans.

Car c'est bel et bien en France, il y a bientôt vingt ans, qu'est née l'informatique à la demande. Et elle s'est créée avec le Minitel, lorsque celui-ci a induit un nouveau marché : l'externalisation de services en ligne. En effet, c'est au milieu des années 1980 que les vepécistes, les banques, les compagnies d'assurances, pour ne citer que les pionniers, ont lancé leurs premiers services Minitel. Ces entreprises se sont rapidement aperçues que ces services en ligne interactifs, directement au contact des clients, étaient sujets à de fortes variations de trafic : c'est dans le mois précédant Noël que les vepécistes prennent le plus de commandes, c'est en début et en fin de mois que les services bancaires sont le plus utilisés, c'est lors de sinistres ou de catastrophes naturelles que les compagnies d'assurances doivent informer un grand nombre de

Pierre Col est directeur marketing & communication du groupe Jet Multimédia, le pôle hébergement et services à valeur ajoutée de LDCOM Networks.



clients dans des délais très courts. L'évidence s'est alors imposée : il est préférable d'externaliser ces services, auprès d'un prestataire qui va les facturer au prorata de l'usage qui en est fait par les utilisateurs. Et, dans cette logique, le Minitel apportait un avantage supplémentaire : le mode kiosque permet de partager une rétrocession financière versée par l'opérateur télécoms entre le fournisseur du service, qui en reçoit la plus grosse part, et son hébergeur, qui voit sa prestation technique rémunérée en fonction du trafic réalisé par les services de ses clients, trafic qui est globalement corrélé au volume de prestation de service qu'il a effectué pour les héberger dans de bonnes conditions.

Cette méthode de facturation à l'usage de l'hébergement

de services Minitel s'est naturellement étendue aux services Audiotel et téléphoniques, puis à l'hébergement de sites Internet. La facturation d'une telle prestation tient en effet compte du nombre de serveurs hébergés, du niveau de qualité de service souhaité par le client et de la bande passante Internet utilisée par ses sites et applications e-business, un paramètre directement lié à leur trafic et à leur fréquentation.

On le voit donc, comme M. Jourdain faisait de la prose sans le savoir, les grands hébergeurs, présents depuis quinze ans sur le marché français, faisaient de l'informatique à la demande sans en avoir conscience. Merci aux constructeurs anglo-saxons de nous l'avoir expliqué! ☺

PIERRE COL