

LES ENJEUX INFORMATIQUES AU SEIN DE LA COMMUNAUTÉ MOBILE

Aspects à prendre en compte par les directeurs techniques
lors du déploiement de l'infrastructure informatique
permettant la prestation de **services mobiles**



Ce livre blanc repose sur une étude menée auprès d'opérateurs de réseaux mobiles et de fournisseurs de services et de contenus opérant dans la communauté mobile.

RÉSUMÉ

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

FirstPartner, organisme de recherche situé au Royaume-Uni, a mené une étude qualitative pour étudier les facteurs commerciaux, les exigences en termes de connectivité et les stratégies d'hébergement et de colocation pour les prestataires de services et de contenus mobiles, et pour les opérateurs de réseaux mobiles." Des entretiens approfondis ont été menés auprès d'opérateurs de réseaux, ainsi que de prestataires de contenus et de services, notamment dans les secteurs de la publicité et des paiements mobiles, de la prestation de contenu et d'applications, des services de géolocalisation, de messagerie et de machine-à-machine (M2M).

La demande croissante pour les services mobiles, que ce soit dans les secteurs des médias, du divertissement, de la vente au détail ou encore des services financiers, crée à la fois des opportunités commerciales et des enjeux informatiques.

Reposant sur une étude menée par FirstPartner auprès de fournisseurs de services « mobile-centric » et d'opérateurs de réseaux, ce livre blanc passe en revue les enjeux auxquels doivent faire face les directeurs techniques au sein de la communauté mobile. Nous étudions l'importance de la latence, et donc de la connectivité, pour les entreprises dont la clientèle est internationale et proposant des services en temps réel. Nous analysons les différentes attitudes des entreprises, qu'elles en soient à leurs débuts ou bien implantées sur le marché, face à l'utilisation des services de cloud public.

Nous en avons conclu que les entreprises « mobile-centric » ne sont pas toujours totalement conscientes de l'impact des décisions qu'elles prennent concernant les déploiements de l'infrastructure informatique et qu'il s'avère important d'analyser et de comprendre l'importance des déploiements d'infrastructure hybride (soit un mix de services de cloud public et privé, soit une combinaison d'hébergement traditionnel en interne et cloud). Nous pensons également que des membres de la communauté mobile risquent de ne pas profiter de la formidable opportunité d'optimisation de la connectivité, de réduction des coûts et d'amélioration de la flexibilité que peut apporter la colocation de l'infrastructure dans les data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom.

LA RUÉE VERS LES SERVICES MOBILES

DANS CETTE PARTIE

La croissance rapide des réseaux et services mobiles a changé les règles du jeu :

- Les acteurs bien implantés sur le marché doivent faire face à la concurrence de nouveaux entrants
- Les nouveaux entrants n'ont pas de temps à perdre
- Tout le monde doit répondre aux attentes de plus en plus élevées des utilisateurs
- La communauté des prestataires de services mobiles devient chaque jour un peu plus complexe

Désormais, les smartphones et les tablettes sont les écrans principaux de nombreux consommateurs et Gartner prévoit que d'ici la fin 2013, les téléphones portables détrôneront les PC comme périphérique le plus commun pour accéder au web dans le monde entier.¹

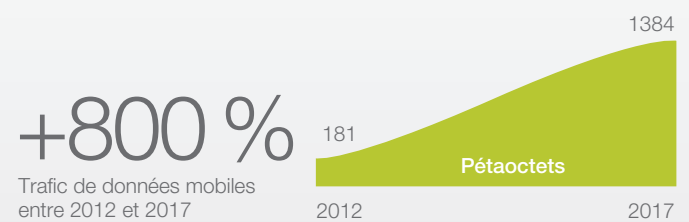
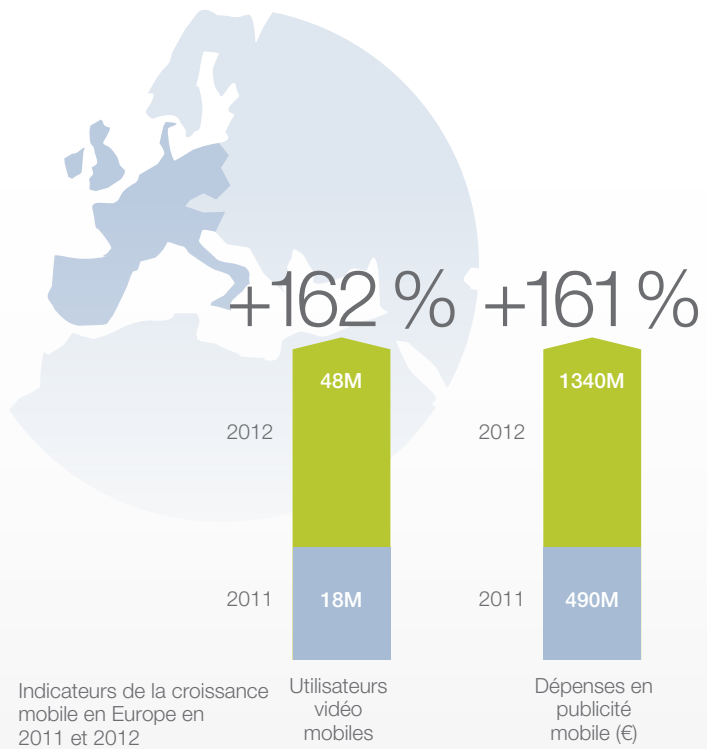
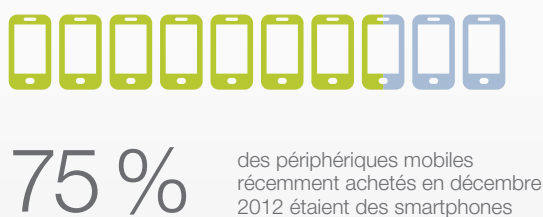
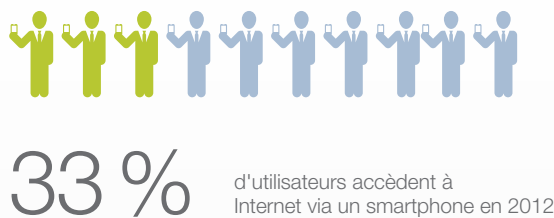
Cette croissance rapide de l'utilisation des services mobiles représente des opportunités considérables pour les nouveaux entrants et force les acteurs bien implantés sur le marché à revoir leurs stratégies et leurs business models. Il est également plus difficile, notamment pour les nouveaux entrants, de trouver un équilibre entre les pressions liées au développement de produits et le besoin de se développer rapidement pour répondre aux demandes en plein boom.

Pour les consommateurs et les entreprises, l'utilisation de plus en plus importante de l'informatique mobile et l'amélioration constante du matériel informatique font que l'on s'attend à un service de grande qualité, quel que soit le périphérique ou le réseau utilisé.

La complexité croissante de la communauté de prestation de services mobiles (voir la figure 2) entraîne des difficultés supplémentaires pour un certain nombre d'acteurs de la sphère mobile, notamment ceux des secteurs de la diffusion média, des paiements et de la publicité, qui dépendent tous d'un réseau interconnecté et interdépendant de partenaires pour fournir efficacement leurs services.

Figure 1 :

CROISSANCE DE L'UTILISATION MOBILE EN EUROPE DE L'OUEST



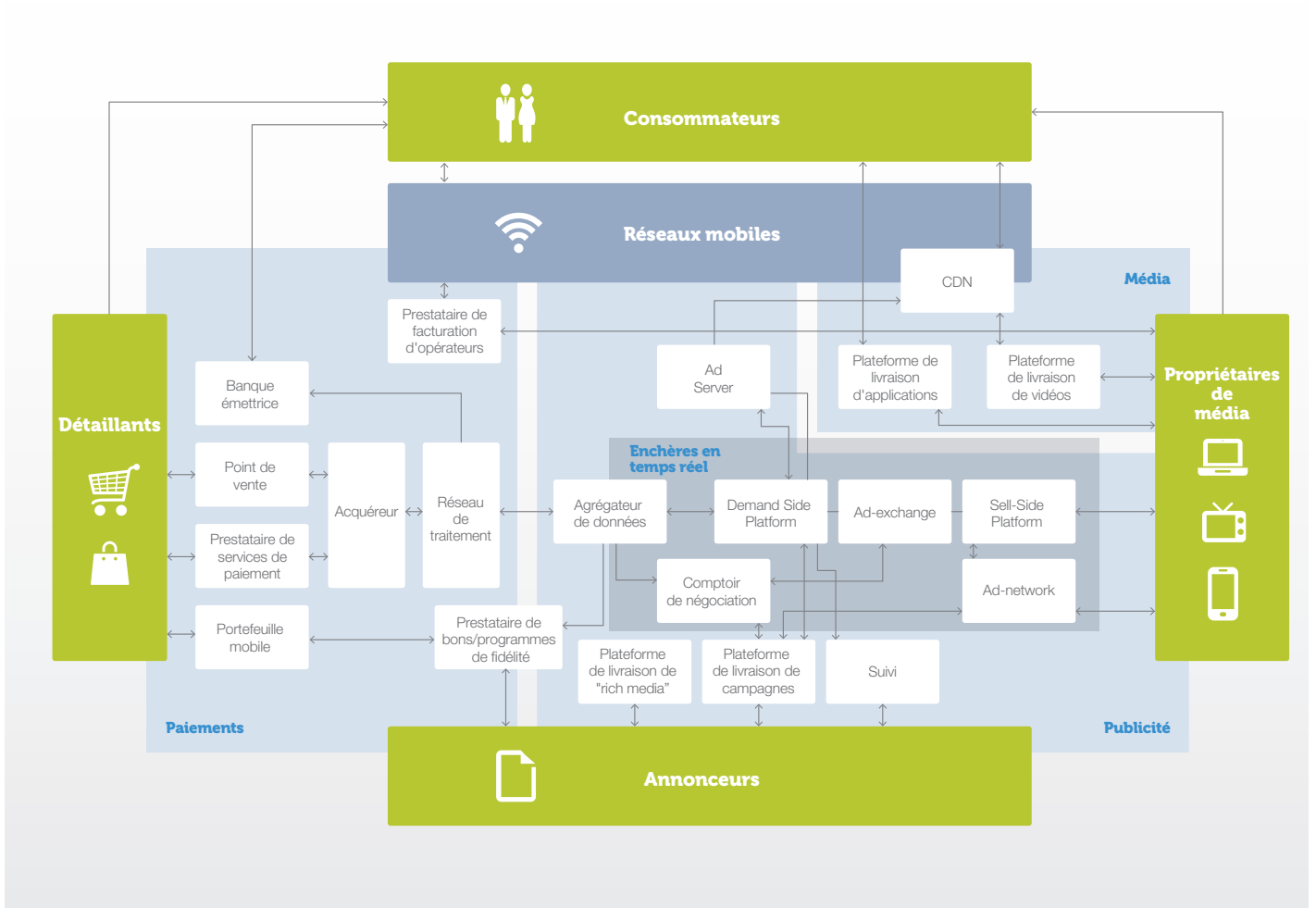
Sources

- Rapport 2012 de l'Ofcom sur le marché des communications internationales
- MobilLens de comScore
- Prévision des dépenses en publicités mobiles en Europe de l'ouest entre 2012 et 2017 par FirstPartner
- Cisco Visual Networking Index 2012-2017

¹<http://www.gartner.com/newsroom/id/2429815>

Figure 2 :

COMMUNAUTÉ DE PRESTATION DE SERVICES MOBILES : MÉDIA, PUBLICITÉ ET PAIEMENTS



LES NOMBREUX ENJEUX AUXQUELS DOIVENT FAIRE FACE LES DIRECTEURS TECHNIQUES

DANS CETTE PARTIE

Dans leur approche du déploiement de l'infrastructure informatique pour les services mobiles, les directeurs techniques doivent prendre en compte une série de facteurs :

- Une performance en temps réel, surtout pour les services où la latence joue un rôle critique
- Les exigences internationales et leur impact sur l'emplacement physique de l'infrastructure
- La protection des données sensibles grâce à un stockage et un partage appropriés
- Un investissement adéquat pour traiter les demandes fluctuantes

REAL TIME BIDDING (RTB – Enchères en temps réel)

Le RTB affecte des enchères pour des impressions publicitaires individuelles en temps réel, optimisant ainsi les dépenses de l'annonceur et les stocks des éditeurs. Lorsqu'un utilisateur consulte une page ou une application mobile, une **plateforme SSP (Sell-side platform)** représentant l'éditeur présente l'impression, avec les informations de tarification et celles concernant le profil du consommateur, à une ou plusieurs **plateformes d'ad-exchange**. Les **plateformes DSP (Demand-side platform)** soumettent les enchères pour le compte des annonceurs et des agences intéressés par l'audience et les tarifs. La combinaison gagnante offre/enchère est affectée par la plateforme d'ad-exchange et la publicité est alors affichée. *Quelques fractions de seconde seulement s'écoulent entre le moment où l'utilisateur demande l'affichage d'une page et celui où la page s'affiche avec la publicité.*

Dans ce contexte de croissance rapide des services mobiles, entraînant de nouveaux enjeux commerciaux, cette étude a permis d'identifier un certain nombre de domaines essentiels que les directeurs techniques chargés de la prestation de services mobiles doivent prendre en compte.

UNE PERFORMANCE EN TEMPS RÉEL

Tandis que certains services mobiles peuvent se permettre d'avoir un délai réseau de quelques centaines de millisecondes (ms) ou plus, d'autres ne peuvent pas. Lorsque la vitesse importe vraiment, la variabilité de la couverture réseau cellulaire et de la quantité de données complique davantage le fait de fournir une expérience cohérente par rapport à un réseau à haut débit fixe.

L'un des services où la latence joue un rôle déterminant est la publicité mobile en temps réel ; les « ad requests » doivent être mis aux enchères, adaptés et affichés sur un temps de cycle complet d'environ 100 ms :

« Vous ne disposez que de très peu de temps pour montrer la publicité au consommateur, et si vous ne le faites pas à temps, vous ne recevez aucune recette, c'est donc très très important. » Ad-exchange mobile.

Le processus consistant à faire correspondre des centaines de milliers de requêtes avec des enchères est extrêmement complexe et un aspect essentiel est de réduire la latence par la connectivité.

« Nous sommes en plein cœur de ce type de marché d'accès selon les besoins et cela implique des interconnexions directes avec toutes les principales plateformes d'ad-exchange côté RTB (real-time bidding pour enchères en temps réel). » Plateforme DSP (Demand-Side Platform) de publicité mobile.

UNE PORTÉE INTERNATIONALE

Pour la plupart des prestataires interviewés, il est évident que servir une clientèle internationale est une flexibilité nécessaire et essentielle pour être compétitif sur le marché et pour améliorer la croissance d'une entreprise. Les détaillants, les entreprises de diffusion média et les développeurs d'applications en Amérique du Nord et en Asie fournissent des services aux utilisateurs mobiles d'Europe, d'Afrique et d'Amérique du Sud et vice-versa.

« Notre priorité principale concerne uniquement le monde connecté. Il s'agit de se connecter à des services qui sont disparates dans le monde. » Prestataire de services et de technologies pour la messagerie mobile.

« Nous avons 500 commerçants actuellement sur la plateforme et environ 380 opérateurs de réseaux. Nous sommes des intermédiaires qui gérons les aspects techniques et commerciaux. Mon réseau de commerçants se trouve principalement aux États-Unis et en Europe. Mon réseau d'opérateurs est très présent en Europe et en Asie, car c'est là que se fait la facturation des opérateurs. » Prestataire de services de paiement pour la facturation des opérateurs.

Il s'agit également de fournir des services de collecte de paiements et de publicités adaptés au lieu : un éditeur de jeux coréen doit collecter, auprès de joueurs situés en France, leurs paiements effectués par carte ou par toute autre méthode de paiement privilégiée en France ; les consommateurs allemands consultant des sites américains doivent recevoir des publicités en allemand et ainsi de suite.

Étant donné l'importance de la prestation de services en temps réel et le besoin en découlant de réduire la latence, un facteur essentiel dans la prestation de services internationaux est l'emplacement physique des déploiements de services. Les prestataires ont besoin d'une présence physique à l'intérieur ou à proximité des régions cibles pour servir efficacement les clients et les partenaires s'y trouvant. Par exemple, il devient de plus en plus essentiel pour les entreprises américaines et asiatiques en pleine expansion de dupliquer leur infrastructure en Europe pour servir les marchés européens et pour trouver les bons emplacements géographiques, afin d'optimiser la connectivité pour leurs régions cibles.



« Nous allons voir de plus en plus de stocks publicitaires arriver sur le marché ; et lorsque vous êtes présent sur différents marchés géographiques, vous voulez héberger d'une manière aussi locale que possible, afin d'améliorer ou de réduire la latence. » Ad-server mobile.

Généralement, les prestataires de services mobiles déploient l'infrastructure informatique sur un à trois data centers par région pour assurer la continuité des services ; dans certains cas, ils l'intègrent à des services de cloud public pour apporter une flexibilité et une capacité de sauvegarde supplémentaires.

« D'un point de vue régional, vous voulez aussi avoir un peu de redondance, donc je préfère avoir deux data centers européens, deux data centers américains, potentiellement deux data centers asiatiques à l'avenir et pouvoir avoir un cadre qui permette d'assurer un bon fonctionnement de manière continue en cas de panne importante. » Plateforme DSP (Demand-Side Platform) de publicité mobile.

PROTECTION DES DONNÉES SENSIBLES

Les données clients sont un élément clé des services mobiles, utilisées pour cibler la publicité et recommander un contenu, ainsi que pour traiter la facturation et les paiements. Comme toutes les entreprises soumises à des réglementations sur la confidentialité des données et autres exigences sur la conformité et la sécurité, les prestataires de services doivent prendre la responsabilité de l'intégrité des informations personnelles et commerciales sensibles et contrôler où de telles données sont stockées.

« Des questions se posent sur le transport de certains types de contenu et de données dans et hors du pays ; par exemple dans des secteurs comme la télésanté où il y a toutes sortes de problèmes autour de la confidentialité des données, vous ne pouvez pas ré-acheminer des données hors d'un pays vers un serveur dans un autre pays pour les faire ressortir ensuite. C'est un terrain miné. » Prestataire de services M2M.

La sécurité des données étant un problème important pour les opérateurs de réseaux mobiles, certains insistent sur le fait que des tiers avec lesquels ils partagent des données clients sensibles doivent être situés au sein même des data centers de l'opérateur.

« La politique est d'autoriser des prestataires de contenu tiers à utiliser nos data centers, mais sur la base de demandes justifiées et selon le service qu'ils fournissent. Ce n'est pas un processus automatique. Lorsqu'un service utilise nos données, qu'il a une grande valeur ou qu'il est d'une nature sensible, nous y faisons attention et il lui est autorisé un hébergement. » Opérateur de réseaux mobiles.

FAIRE FACE À UNE CROISSANCE RAPIDE ET FLUCTUANTE

Avec la croissance rapide et imprévisible du marché mobile, il est difficile pour les entreprises de planifier efficacement leur investissement dans l'infrastructure, ce qui entraîne des risques considérables liés au fait de dépasser ou de sous-utiliser sa capacité. C'est une difficulté, en particulier pour les nombreuses entreprises qui ont récemment fait leur entrée dans la sphère mobile :

« C'est une situation dynamique. Nous avons créé notre entreprise il y a six ans et cherchons à prédire les secteurs de croissance chaque année et pourtant nous nous trompons. Tout dans le M2M est amené à se développer. Nous ne savons pas quel sera le secteur prédominant. » Prestataire de connectivité M2M.

Outre une croissance rapide à long terme, les pics de demandes importants à court terme et saisonniers sont un problème récurrent dans certains secteurs, plus particulièrement dans celui des médias grand public. Ces dernières années, la publicité mobile et le commerce électronique par téléphone portable ont connu des pics importants durant le trimestre précédant les fêtes de fin d'année, tandis que d'importants événements et émissions télévisées créent toujours un pic de demande pour les applications mobiles et les services de streaming associés.

STRATÉGIES COURANTES DE RÉDUCTION DES RISQUES

DANS CETTE PARTIE

Il existe plusieurs manières de gérer les difficultés d'une prestation de services mobiles :

- Reconnaître l'importance de la connectivité pour réduire la latence
- Utiliser les services de cloud public, une stratégie particulièrement adoptée par les entreprises récemment créées
- Opter pour des environnements hybrides au fur et à mesure du développement de l'entreprise et lorsque la sécurité et la conformité sont des questions essentielles

Les entreprises adoptent différentes stratégies pour répondre aux difficultés de la prestation de services mobiles en temps réel sur un plan international, sans compromettre la qualité du service, la conformité ou la sécurité. Mais selon nous, il reste encore beaucoup à faire pour comprendre les différentes possibilités et leurs implications.

OPTIMISER LA CONNECTIVITÉ

Le besoin essentiel d'optimiser la connectivité est largement compris dans la communauté, surtout dans le contexte de la réduction de la latence par une connectivité entre partenaires et interrégionale.

« L'accent va être de plus en plus mis sur la latence, donc nous devons faire tout ce que nous pouvons pour la réduire. Parfois, elle est très bonne et d'autres fois, nous devons l'améliorer. Parfois, ça ne tient qu'au fait que vous ayez un saut au-dessus de l'Atlantique et on ne peut rien y faire. » Ad-server mobile.

« Alors comment faire au mieux cette interconnexion, particulièrement au-dessus de l'océan ; vous perdez pas mal de vitesse dans la transaction. Nous avons un paramétrage de redondance dans les data centers d'Europe et de plus, nous avons un hub en Amérique du Nord qui connecte entre eux les commerçants et nous bénéficions d'une forte interconnexion entre les deux plateformes. » Prestataire de services de paiement pour la facturation d'opérateurs.

Dans un monde idéal, des partenaires clés au sein d'un même écosystème interdépendant, pour lequel la latence joue un rôle critique, seraient hébergés en colocation dans des data centers communs.

« Lorsque nous le pourrons, nous ferons une colocation physique dans le même data center. Si vous prenez, disons, 20 ms à chaque trajet sur le temps de cycle de 100 ms, alors nous avons réduit efficacement notre temps de décision - et donc la complexité de nos données et algorithmes pouvant être appliqués au temps d'impression - de 40 %. Donc vous savez, plus on s'approche de zéro, mieux c'est. » Plateforme DSP (Demand-Side Platform) de publicité mobile.

Actuellement, on dit dans les entreprises « mobile-centric » que ce scénario idéal risque d'être irréalisable, étant donné le nombre de partenaires d'intégration potentiels et les pressions de la concurrence :

« Vous devez vous rappeler que nous ne sommes qu'une des peut-être 10 sources d'approvisionnement auxquelles sont liées ces personnes, donc vont-ils nous suivre et se rapprocher de nous en s'éloignant des neuf autres ? Je ne sais pas ; en termes d'affichage des publicités, ce serait toujours mieux que tout le monde se trouve dans le même environnement, mais en réalité, ce que vous demandez, c'est que toute l'industrie prenne une décision d'achat et je ne pense vraiment pas que vous obtiendriez un accord. » Ad-exchange mobile.

C'est un point de vue assez courant, mais les autres industries ont trouvé que ce qui semble irréalisable ne l'est pas toujours et une communauté d'intérêts peut se regrouper dans un hub de data centers sans prise de décision centralisée. Par exemple, il devient extrêmement courant pour la communauté de trading des marchés de capitaux de mettre en colocation les infrastructures de trading dans un petit nombre de data centers, étant donné les avantages considérables, notamment la réduction des coûts et de la latence. C'est le cas même s'il s'agit d'un secteur hautement concurrentiel et que les participants doivent se connecter à plusieurs places boursières et prestataires d'informations dans le monde entier. Dans le secteur du contenu vidéo également, on s'efforce de mettre en place une stratégie de colocation pour des enchères en temps réel par une importante plateforme d'ad-exchange.

En l'absence de colocation, il est bien sûr évident que des data centers bien connectés ou des services de cloud sont essentiels à la réalisation de l'interconnectivité nécessaire avec les partenaires principaux, où qu'ils soient.

STRATÉGIES POUR FAIRE FACE À UNE CROISSANCE FLUCTUANTE

L'étude suggère que les stratégies permettant de faire face à une croissance fluctuante varient notamment selon la taille et le développement de l'entreprise, entre autres facteurs.

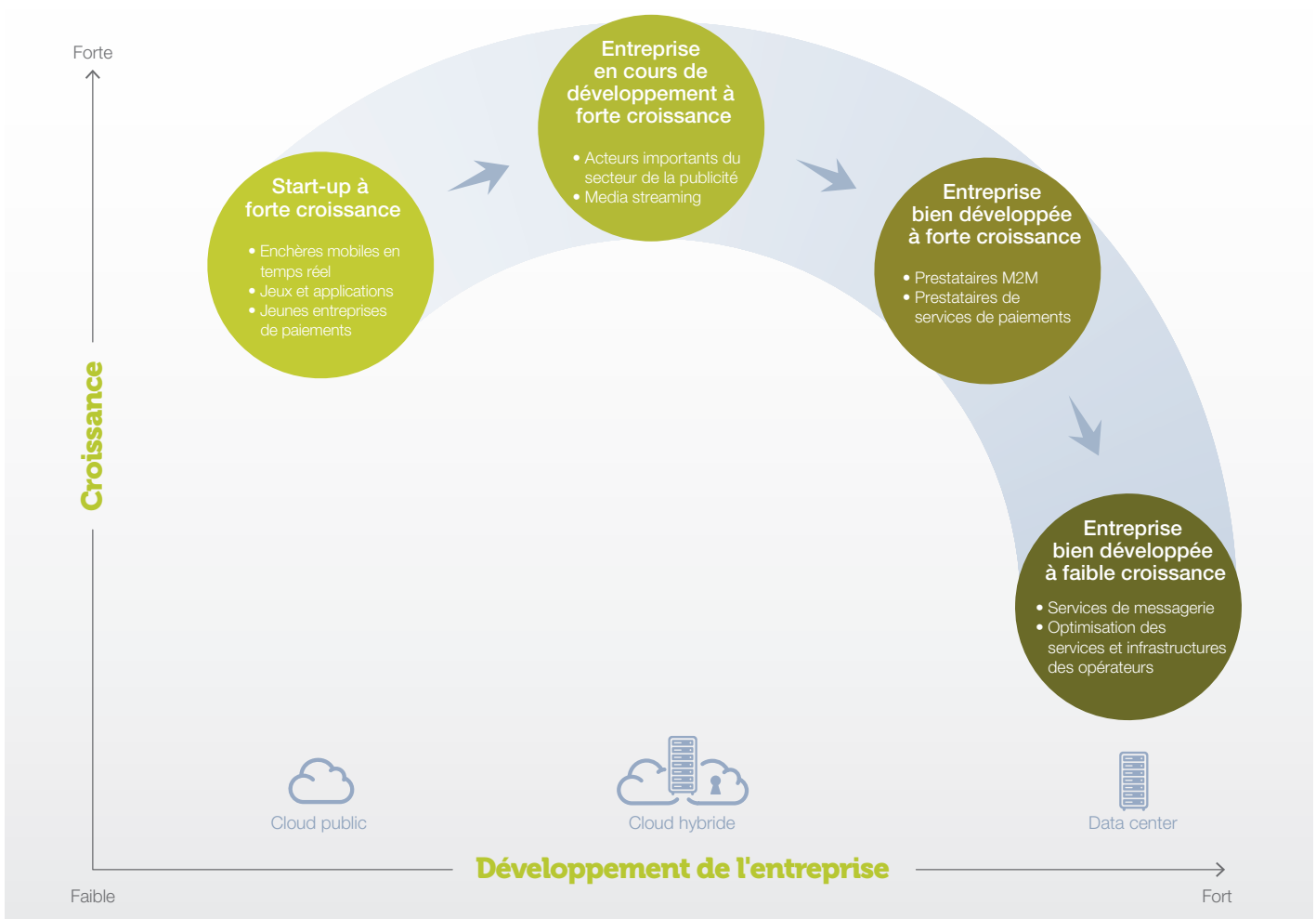
De nombreuses entreprises récentes se développent en utilisant des services de cloud public car ces derniers peuvent être déployés immédiatement, ne nécessitent aucune dépense d'équipement préalable et apportent une flexibilité en temps réel pour répondre à la croissance fluctuante et aux modifications de la demande à court terme.

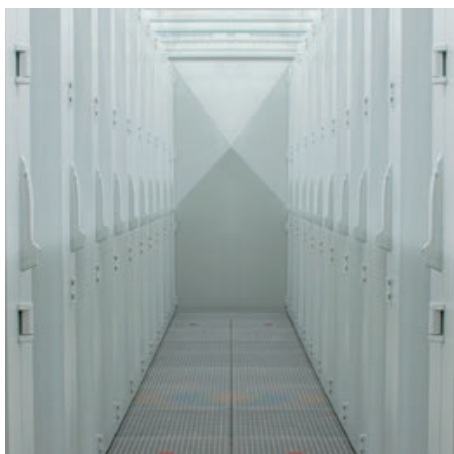
« Un grand nombre d'entreprises dans le secteur des enchères en temps réel en ligne et par téléphone portable héberge leurs services sur Amazon. » Plateforme DSP (Demand-Side Platform) mobile.

« Cela fonctionne très bien pour notre entreprise, vous payez pour du temps de calcul et de la bande passante, plutôt que pour le coût physique du matériel informatique. Nous pouvons apprendre le matin même l'existence d'une demande supplémentaire et dans l'après-midi, notre système peut s'être adapté automatiquement pour prendre en charge un million d'utilisateurs simultanés ou plus. C'est l'avantage du hosting par rapport à un data center complet. » Start-up dans la télévision interactive mobile.

Figure 3 :

ARC DU DÉVELOPPEMENT D'UNE ENTREPRISE ET INFRASTRUCTURE EN CLOUD HYBRIDE





Mais il n'est pas forcément approprié de s'appuyer totalement sur des infrastructures de cloud public lorsque l'entreprise commence à prospérer ou lorsqu'elle fait face à des difficultés spécifiques en termes de sécurité ou de conformité.

Les entreprises les plus grandes et à croissance rapide font part de leur incertitude concernant les avantages financiers des services de cloud public pour leurs principales applications mobiles, une fois qu'un certain seuil de taille est atteint.

« Beaucoup de jeunes entreprises se tournent vers Amazon et ne prennent pas vraiment en compte les conséquences que cela entraîne lorsqu'elles commencent à se développer. À ce stade, notre étude montre qu'il est plus onéreux d'opérer dans un environnement cloud de cette manière. » Plateforme DSP (Demand-Side Platform) de publicité mobile.

L'étude indique que les entreprises n'ont généralement pas analysé l'impact que cela représente de s'appuyer totalement sur des services de cloud public. Lorsqu'on leur demande si elles ont compris ce qu'est le seuil qui pourrait déclencher une migration vers ou depuis un modèle de cloud public en fonction des coûts, on entend couramment cette réponse :

« Pour être honnête avec vous, je ne pourrais pas vous le dire. Nous n'avons pas fait cette analyse. J'ai lu quelques articles sur Internet où des gens parlent du point charnière. Mais nous n'avons pas étudié cela en interne depuis un moment. » Plateforme DSP de publicité mobile utilisant un service de cloud public.

Nul besoin de dire qu'il faudrait davantage analyser et comprendre les implications, pour les entreprises en pleine croissance, d'une stratégie qu'elles choisissent alors qu'elles sont encore jeunes et de petite taille.

Enfin, les entreprises manipulant ou traitant des données sensibles ont exprimé leurs inquiétudes quant à savoir si des services de cloud public étaient appropriés :

« Concernant les paiements de l'entreprise, nous disposons de beaucoup de matériel dédié regroupé, se trouvant dans la partie isolée de notre data center. Lorsque nous envoyons des informations à faible risque, des informations sur des catalogues ou des informations produits, nous nous servons généralement d'un cloud public. » Prestataire d'e-commerce mobile.

« Nous ne prendrons pas en compte les services de cloud public car ils ne peuvent pas être protégés et isolés. Il nous faut héberger l'équipement et avoir une couche réseau Internet solide. » Prestataire de connectivité M2M.

« Nous utilisons certains services tiers, mais nous disposons également d'une équipe d'exploitation qui s'occupe de nos propres environnements. Nous détenons des certifications du gouvernement et des services d'urgences américains, donc nous devons avoir un degré de contrôle et de visibilité car nous sommes tenus de rendre des comptes à la fin de la journée. » Prestataire de services M2M.

Il semble que les services de cloud public soient parfaits pour de jeunes entreprises et les entreprises pour lesquelles la conformité n'est pas primordiale, et que les entreprises bien implantées sur le marché exigent une solution qui permette une flexibilité et une réduction des coûts avec un niveau de contrôle élevé. Les approches hybrides combinent une infrastructure dédiée et des services de cloud privé avec des services de cloud public pour bénéficier d'un modèle équilibré.

ÉQUILIBRER LES DEMANDES : LE POTENTIEL DES DATA CENTERS NEUTRES VIS-À-VIS DES OPÉRATEURS TÉLÉCOM

DANS CETTE PARTIE

Les data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom disposent d'un grand potentiel pour aider les entreprises « mobile-centric » à répondre à leurs principaux besoins en terme d'infrastructure :

- Des niveaux élevés de connectivité
- Des hubs pour les communautés interconnectées, afin de réduire les coûts liés aux réseaux et à la latence
- Parfaits pour équilibrer la flexibilité et le contrôle par des déploiements hybrides combinant des services de cloud public avec une infrastructure privée

Nous avons vu que deux thèmes clés caractérisent les problèmes posés par les services mobiles :

- **Optimiser la connectivité** : pour réduire la latence et garantir la qualité de service à une clientèle internationale.
- **Équilibrer la flexibilité et le contrôle** : pour garantir une rentabilité financière et faire face aux demandes fluctuantes, sans pour autant compromettre la sécurité ni la conformité.

Pour tous les membres de la communauté mobile, les data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom proposent une manière très efficace de fournir leurs services en prenant en compte ces deux critères.

Comme les véritables data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom sont indépendants du réseau, des prestataires de matériel informatique et de logiciels, ils peuvent attirer une grande variété d'opérateurs réseaux, de fournisseurs de services Internet, de points d'interconnexion Internet, de réseaux de distribution de contenu et de prestataires de services de cloud dans leurs installations.

Les data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom peuvent donc servir de « hubs de connectivité » pour les communautés d'entreprises dans la sphère mobile. Ces hubs peuvent être soit des clusters physiques d'entreprises interdépendantes en colocation au sein d'un même data center, utilisant des ressources partagées et des services de câblage d'interconnexion à faible coût, soit des « hubs virtuels » : des centres hautement connectés offrant une connectivité efficace en termes de coûts et de latence à des entreprises dispersées d'un point de vue géographique.

Les data centers neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom conviennent également parfaitement à des déploiements hybrides qui combinent la sécurité et le contrôle proposés par des infrastructures dédiées ou « privées partagées », avec la flexibilité des services de cloud public ou d'edge computing. Pourquoi ? Parce qu'en plus de fournir une puissance et un espace évolutifs pour des déploiements d'infrastructures dédiées, un data center neutre vis-à-vis des opérateurs Télécom et des fournisseurs de cloud offrira une excellente connectivité à de multiples prestataires de cloud public, éventuellement même via des systèmes de câblage d'interconnexion.

CONCLUSION : LA VOIE À SUIVRE POUR LES ENTREPRISES « MOBILE-CENTRIC »

BIOGRAPHIES DES AUTEURS

Fort de plus de 18 ans d'expérience dans le secteur des communications, **Mike Hollands** a occupé différents postes dans la gestion de produits, le marketing et le développement commercial chez de grands prestataires de services avant de rejoindre Interxion. En tant que directeur du segment Connectivité chez Interxion, il dispose d'une perspective neutre et perspicace sur les enjeux auxquels doivent faire face les prestataires de services mobiles et les opérateurs de réseaux en Europe.

Richard Warren est le directeur général de FirstPartner. Avec à son actif une longue expérience dans les télécommunications, le développement de produits médias et le marketing, il a réalisé des études et des projets stratégiques internationaux pour le compte de grandes entreprises comme BT, Vodafone, Oracle, Microsoft, TomTom et Sky.

La criticité de la connectivité et le besoin d'équilibrer la flexibilité et le contrôle rendent les déploiements des infrastructures, et donc les choix des data centers, très importants pour les entreprises « mobile-centric ». Dans un écosystème évoluant et se développant si vite, nous pensons que ces entreprises devraient envisager des configurations hybrides et se poser régulièrement les questions suivantes :

- Comment pouvons-nous nous adapter à une croissance internationale, tout en maintenant, si ce n'est en améliorant, la qualité de service ?
- Comment pouvons-nous répondre aux exigences en pleine évolution liées au stockage des données et à la confidentialité ?
- Comment pouvons-nous contrôler la performance et la sécurité, tout en maintenant la flexibilité et en réduisant les coûts ?
- Les déploiements actuels des infrastructures se font-ils dans l'emplacement optimal et fournissent-ils la connectivité nécessaire ?
- Les déploiements en cloud actuels sont-ils rentables et fournissent-ils le niveau de contrôle nécessaire ?

En prenant en compte les implications de ces questions, nous pensons également que tous les membres de la communauté des services mobiles devraient sérieusement envisager l'importance d'un data center neutre vis-à-vis des opérateurs Télécom en termes de possibilités de connectivité, d'emplacement, de flexibilité et de rentabilité, en plus d'un accès aux services de cloud public.

À PROPOS D'INTERXION

Interxion (NYSE: INXN) est l'un des principaux fournisseurs européens de services de data centers de colocation neutres vis-à-vis des opérateurs Télécom et des fournisseurs de cloud, comptant un vaste ensemble de clients dans plus de 30 data centers répartis sur 11 pays européens. Les data centers d'Interxion, conçus de façon uniforme et efficaces sur le plan énergétique, proposent aux clients une sécurité et une disponibilité étendues pour leurs applications critiques. Grâce à une connectivité fournie par plus de 450 opérateurs Télécom fixes et mobiles et fournisseurs de services Internet, ainsi que par 18 points d'interconnexion Internet européens, Interxion a créé des hubs cloud, de contenu, financiers et de connectivité qui facilitent l'activité de communautés d'intérêt de clients en plein essor.

Pour de plus amples informations, merci de consulter www.interxion.com/fr

interxion™

www.interxion.com/fr

SIÈGE SOCIAL INTERNATIONAL

Tél. : + 31 208 807 600
Fax : + 31 208 807 601
E-mail : hq.info@interxion.com

INTERXION FRANCE

Tél. : + 33 1 53 56 36 10
Fax : + 33 1 42 67 42 02
E-mail : fr.info@interxion.com

CENTRE DE SERVICES CLIENTS EUROPÉEN (ECSC)

Tél. : + 44 207 375 7070
Fax : + 44 207 375 7059
E-mail : customer.services@interxion.com