

Les e-mails entrent aux archives!

Logiciel
Les entreprises doivent non seulement faire face à la croissance de leurs courriers électroniques, mais aussi s'accorder à l'évolution de la réglementation... Le revendeur, lui, doit leur proposer des logiciels d'archivage adaptés à ces contraintes et à leurs stratégies métiers.

Le cabinet d'études Gartner estime que le chiffre d'affaires mondial des logiciels d'archivage d'e-mails en entreprise, qui s'inscrivent dans une logique de GED (gestion électronique de documents), va croître de 57 % d'ici 2007. De son côté, le cabinet d'études Forrester Research prévoit que le marché mondial de l'archivage des courriers électroniques passera de 197 M\$ en 2003 à un pic de 994 M\$ en 2008, soit un taux de croissance annuel cumulé de 38 % sur cette période. «En France, cette croissance devrait être du même ordre. Les entreprises ont besoin de stocker leurs e-mails, à la fois pour mieux organiser et alléger l'espace de leur messagerie, mais aussi pour disposer de preuves inaltérables : le mail archivé via un

POUR MIEUX VENDRE UN LOGICIEL D'ARCHIVAGE D'E-MAILS, IL FAUT...

- Ne pas argumenter sur son coût d'acquisition, mais sur son ROI - retour sur investissement.
- Mettre en avant son ergonomie et sa transparence : son utilisation ne change pas les habitudes de l'utilisateur.
- Insister sur les obligations légales de conservation de documents (par exemple les factures...).
- Bien maîtriser les messageries (Lotus Notes, Outlook, etc.), l'archivage et les aspects métiers de l'entreprise.

logiciel possède en effet une clé d'identification qui, même en cas de destruction volontaire, permet de le retrouver et de le restaurer», explique Jean-Marc Brudy, responsable marketing chez le constructeur StorageTek. «D'autant que le nombre d'e-mails entrants et sortants double dans le monde tous les deux mois. Leur archivage rationalisé et maîtrisé devient donc une nécessité absolue pour les entreprises», ajoute Pascal Le Roy, responsable partenariats chez l'éditeur français Open Text. «C'est le besoin de traçabilité de l'info, notamment dans le domaine de l'import-export, qui dynamise le marché des logiciels d'archivage d'e-mails. Mais, de mon point de vue, le coût "logiciel + prestations de services" pour l'archivage d'e-mails reste encore beaucoup trop élevé par rapport au coût d'un simple disque dur externe», nuance Laurent Rouable, directeur commercial de l'intégrateur français DS Informatique Diffusion.

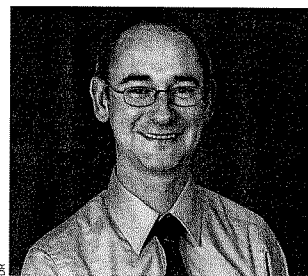
Démonstration : un logiciel d'archivage d'e-mails coûte en moyenne 30 €

par utilisateur pour une PME de 200 postes, soit 6 000 €. ... tandis que le prix d'un disque dur externe LaCie de 1 To, à 7200 tpm (tours par minute) et avec un taux de transfert à 800 Mbit/s, tourne

N'OUBLIEZ PAS LE SERVICE !

- Audit de la volumétrie des e-mails entrants et sortants
- Installation du logiciel d'archivage d'e-mail dans le serveur
- Paramétrage des règles d'archivage du logiciel avec la messagerie
- Intégration du contenu des bandes magnétiques et des disques dans le logiciel d'archivage
- Préconisation d'une architecture de stockage
- Conseil et formation du DSI

autour des 1 000 € ht. «Les logiciels d'archivage d'e-mails ne sont donc aujourd'hui valables que pour les très grosses organisations, dont les messageries sont constamment saturées et qui craignent de perdre, parmi une kyrielle de spams, des informations stratégiques importantes», ajoute le responsable. «Des logiciels d'archivage d'e-mails pour entreprises de moins de 200 postes vont



Alain Le Corre, directeur du marketing France de l'éditeur américain FileNet.

bientôt être commercialisés sur le marché français», répond Alain Le Corre, directeur du marketing de l'éditeur FileNet. «En outre, le revendeur ne doit pas argumenter sur le coût d'acquisition, mais sur le ROI (retour sur investissement) de ce type d'applicatif, qui est extrêmement intéressant : le coût d'exploitation de l'archivage d'e-mails est en effet très faible. Par ailleurs, il doit valoriser l'ergonomie et la transparence de ce produit, qui ne change absolument pas les habitudes de l'utilisateur», ajoute-t-il.

Les entreprises françaises ne se dotent-elles pas aussi de logiciels d'archivage d'e-mails pour se mettre en conformité avec une éventuelle future réglementation (lire encadré ci-dessous)? «Non. Les chefs d'entreprise français attendront tranquillement qu'une loi sur l'archivage d'e-mails soit votée, c'est-à-dire dans cinq ans, avant d'investir dans un logiciel d'archivage», estime Laurent Rouable, non sans une pointe d'ironie. «N'oublions pas qu'en France tout document électronique peut déjà servir de preuve devant un tribunal», rappelle Jean-Marc Brudy. «D'autant qu'une facture peut être envoyée à un client sous forme d'e-mail. Or, le Code du commerce français prévoit que la durée de conservation d'une facture est de dix ans. Le mail en France est donc bien assujéti à un minimum de contraintes réglementaires», ajoute Alain Le Corre. Selon Jean-Luc Chatelain, directeur technique

chez HP France, «la réglementation est un accélérateur de la croissance des ventes de logiciels d'archivage d'e-mails en France. En effet, les sociétés françaises cotées sur le marché américain sont soumises à la loi Sarbane-Oxley. Cette dernière vise, depuis mi-2002, à établir une transparence totale au niveau des transactions financières et impose la conservation de tout document pendant trois ans, y compris les e-mails. Tôt ou tard, une loi comparable sera adoptée en France pour les éditeurs de logiciels d'archivage d'e-mails cotés sur le marché français».

Archiver le présent... et le passé

Côté compétences du revendeur, Jean-Marc Brudy insiste sur la connaissance des messageries Lotus Notes (IBM), Microsoft Exchange, Sun Mail... «Bref, celles qui sont les plus répandues sur le marché français». Laurent Rouable de DS Informatique Diffusion met l'accent sur «les capacités du revendeur à paramétrer le logiciel d'archivage d'e-mail avec la messagerie de l'utilisateur». Alain Le Corre, qui estime que les logiciels d'archivage d'e-mails sont principalement destinés aux grands comptes, évoque des compétences en conseil et formation auprès des DSI. Jean-Luc Chatelain de HP estime que le prestataire IT doit maîtriser l'archivage proprement dit, les messageries, mais aussi le métier de l'entreprise : «Les marchés verticaux, comme la finance, la pharmacie, le gouvernement, les telcos et les utilities (eau, gaz, électricité) s'intéressent aujourd'hui de près aux logiciels d'archivage d'e-mails», insiste-t-il.

En termes de marge, le revendeur peut réaliser 15 % sur la vente du produit, mais surtout augmenter celle-ci, grâce au ser-

LE B-A-BA DU JARGON

- Archivage** : opération logicielle répondant au besoin de l'entreprise de conserver, sur un support, du contenu (e-mails, fichiers...) pouvant s'avérer indispensable au plan professionnel et juridique.
- e-mail** : courrier électronique recueilli sur une messagerie ou envoyé à partir de celle-ci.
- Ged** : gestion électronique des documents.
- ROI** : Return on investment. Retour sur investissement.
- Spam** : appelé aussi pourriel. Courrier électronique publicitaire envoyé en masse à des milliers d'Internautes, sans que ces derniers les aient sollicités.

vice : à savoir l'installation du logiciel et paramétrage de ce dernier «pour lesquels le revendeur peut facturer au client fin cinq jours d'intervention. Sa marge pe alors atteindre les 30%», assure Alain Corre. Pour Jean-Luc Chatelain, il exis deux services générateurs de reven pour le revendeur : l'audit, «car le clie final ignore généralement la volumétr quotidienne de ses e-mails entrants sortants», et le legacy load ou gestion (passé : «Nombre d'entreprises, qui conservent des bandes magnétiques de sauvegarde et des disques dans leurs c moires, demandent au prestataire d'intégrer le contenu de ceux-ci dans serveur supportant le logiciel d'archivage d'e-mail». Pascal Le Roy d'OpenText estime enfin que la marge du revende dépend surtout de la capacité de ce dernier à déployer des services en term d'installation du logiciel, de paramétrage des règles d'archivage et, plus généralement, de préconisation d'architecture (stockage. ■

ETIENNE CROSI

LE COIN JURIDIQUE

L'archivage des e-mails bientôt obligatoire en France ?

En France, le législateur n'impose pas encore aux sociétés l'archivage de leurs e-mails. Mais aux Etats-Unis, la réglementation (loi Sarbane-Oxley) est très stricte. En décembre 2002, la SEC (Securities and Exchange Commission), la Bourse de New York et le NASD (National Association of Securities Dealers) ont ainsi sanctionné cinq entreprises : Deutsche Bank Securities Inc, Goldman Sachs & Co, Morgan Stanley & Co, Salomon

Smith Barney Inc et la société US Bancorp Piper Jaffray Inc. Ces comptes ont dû s'acquitter d'une amende d'un montant total de 8,25 Md\$, simplement pour manquement aux obligations d'archivage d'e-mails. La loi Sarbane-Oxley exige en effet, pour une période de trois ans, la conservation et/ou la préservation dans une base de données des échanges électroniques concernant les activités internes et externes de l'entreprise.



Pascal Le Roy, responsable partenariats chez l'éditeur français Open Text.