

# EDI

L'ESSENTIEL DE LA DISTRIBUTION IT

CHANNEL • VAR • ESN • MSP • INTÉGRATEURS • GROSSISTES

Novembre 2018 - Numéro 83 - 10 €



**PORTRAIT P.17**

**Oleg Bivol**

Président et cofondateur de Watsoft  
Déclencheur de réussite



**ENTREPRISE P.66**

**Sewan, l'outsider  
qui défie les grands**

David Brette, directeur associé

**BUSINESS P.38**

- **Canalys Optimisme mesuré**
- **Watson Vers de nouveaux sommets**
- **Bouygues Telecom Entreprises  
20 ans du réseau**
- **Nerim Le renouveau**
- **snom La proximité**

**CŒUR DE MÉTIER P.136**



**Inmac Wstore,  
généraliste  
de la spécialité**

**ENTRETIEN P.64**



**Christian Pijoulat**

Regional Director South EMEA, LogPoint

« *Notre chiffre d'affaires  
double tous les ans* »

**DOSSIER SÉCURITÉ P.70**

## PRÉVENTION PROTECTION RIPOSTE

Téléchargez notre APPLICATION gratuite



# “NOTRE CHIFFRE D’AFFAIRES DOUBLE TOUS LES ANS”



## Christian Pijoulat

Regional Director South EMEA, LogPoint

Encore discret sur le marché de la gestion des données de sécurité, cet éditeur d’origine danoise souhaite maintenant gagner en notoriété. C’est à Christian Pijoulat, un manager éprouvé de l’industrie du logiciel, qu’échoit cette délicate et exaltante mission.

### BIO EXPRESS

Christian Pijoulat est chargé du réseau de partenaires et des ventes. Un nouveau challenge pour celui qui compte trente ans d’expérience dont cinq passés chez Oracle, sept chez BMC Software, et quatorze chez Sophos où il effectuera la majeure partie de sa carrière. De l’avis général, ce manager d’apparence abordable et pondérée possède un savoir-faire humain et commercial qui aura beaucoup contribué à la croissance de ces grandes sociétés en Europe occidentale.

#### Tout le monde connaît LogPoint de nom, mais guère plus. Pouvez-vous décrire son activité ?

Nous sommes une entreprise d’origine danoise, spécialiste du Siem : c’est-à-dire tout ce qui concerne les logiciels de gestion des informations de sécurité. Dit plus simplement, ce sont des outils qui se situent en arrière-plan, et au-dessus, des logiciels de sécurité. En résumé, nous sommes à la sécurité informatique ce que les ERP sont à l’organisation et au fonctionnement de l’entreprise, à savoir que LogPoint intervient en amont et de façon globale. Exactement comme un progiciel. C’est donc un marché qui explose depuis ces dernières années, car il est stimulé par des technologies nouvelles comme le big data, l’intelligence artificielle ou encore la *machine learning*. Mais aussi par les exigences de conformité technique et réglementaire induites par le RGPD. Avant, tout cela était compliqué : les entreprises stockaient leurs logs, mais ne les exploitaient guère car très difficiles à interpréter. Aujourd’hui, tout a changé. Le marché connaît une croissance à deux chiffres. On double tous les ans mais notre but est le même : convertir les données en informations exploitables.

#### Quelle est votre structure partenariale en France ?

Nous comptons déjà une vingtaine de partenaires, dont un nombre significatif de gros intégrateurs. L’idée est de progresser dans deux directions. D’une part, creuser les liens avec nos partenaires, et d’autre part en recruter toujours. Le tout doit aboutir à un maillage territorial équilibré. Dans cette optique, nous nous situons dans une phase de recrutement soutenu. Je crois que cela se passe plutôt bien. Quand je regarde l’état des lieux chez nos revendeurs, j’observe que notre marque arrive toujours en deuxième position. Parfois même, elle est en passe de s’arroger la première place ! L’accueil est bon. Pas une semaine se passe sans que nous soyons sollicités par un partenaire potentiel. Enfin, LogPoint dispose, comme beaucoup d’autres du marché, d’un programme Partenaires. Les acteurs du channel qui souhaitent travailler avec nous ont tout intérêt à y souscrire.

#### Tout cela sans grossiste ?

Si ! Nous travaillons avec le distributeur Miel depuis un peu plus d’un an. Il intervient essentiellement en assurant la formation des partenaires LogPoint dans son centre agréé. Nos revendeurs ont toujours besoin de proximité, de services à valeur ajoutée, et bien sûr de sessions de formation.

#### Quel avantage concurrentiel mettez-vous en avant ?

Notre modèle tarifaire est un bon exemple. Il occupe une position originale sur le marché. Il se fonde en effet sur le nombre de terminaux, et non sur celui des données exploitées. Cette méthode nous rapproche au plus près des besoins des entreprises, et évite de les brider pour des questions de budget. On recherche le juste prix : ce modèle de licence est particulièrement attractif, car reposant sur le nombre de nœuds. Il ne faut surtout pas générer de coûts imprévisibles au fur et à mesure que les données augmentent.

#### Quels sont vos projets à moyen terme ?

Continuer à développer notre présence sur le territoire français et dans les régions dont j’ai la responsabilité, notamment en gagnant en notoriété. Dans beaucoup de domaines, on se plaint du retard accumulé en France, alors que là, nous ne sommes pas mal placés du tout par rapport à nos voisins européens. Logpoint est présent sur le territoire national depuis quatre ans, et compte déjà une centaine de clients. Quant à l’expansion internationale, elle n’est pas négligée. Par exemple, notre équipe de R&D est installée dans un pays que l’on n’attend pas forcément... le Népal. Nous amorçons aussi un développement outre-Atlantique. Notre fondateur, lui-même danois, est installé depuis avril 2018 à Boston. Le fait de prendre appui sur la côte est des États-Unis permet d’avancer sans grande concurrence, à la fois sur cette partie du territoire américain et sur le Canada. Si nous avions opté pour un bureau sur la côte ouest, nous nous serions heurtés à davantage de concurrents. ■