

Accélérer la transformation digitale par une nouvelle génération de cloud privé

Pionnier du digital, Sephora a fait évoluer son cloud privé vers une architecture à la pointe des technologies, à même de soutenir durablement son expansion, avec l'aide d'Atos et de Dell EMC.



SEPHORA

Atos

« Atos et Dell EMC ont été de réels partenaires avec qui nous avons œuvré main dans la main pour parvenir à cette réussite collective. »

Cédric Lapaille
CTO Sephora

Le contexte

La transformation digitale, une réalité exigeante

Perpétuellement en quête d'innovation pour mieux satisfaire sa clientèle, Sephora est à l'avant-garde de la transformation digitale. Avec la New Sephora Experience, l'enseigne propose notamment à ses clients une expérience omnicanale unique, riche et personnalisée, qui intègre de façon continue et homogène magasins, site marchand et réseaux sociaux. Pour offrir la qualité et la fluidité escomptées, les nouveaux concepts requièrent cependant des fondations technologiques à l'état de l'art, capables d'accompagner la forte expansion de l'activité, notamment à l'international.

Le challenge

Temps réel et haute disponibilité, les nouveaux enjeux

Anticipant ces besoins, Sephora avait pris dès 2014 le virage du cloud privé avec une plateforme baptisée Spray, mise en œuvre et exploitée par Atos. Très satisfaisant vis-à-vis de ses objectifs d'agilité, Spray se heurtait toutefois rapidement à l'explosion des volumes de données et aux exigences de traitement en temps réel et de très haute disponibilité des nouveaux services applicatifs. Seule une infrastructure renforcée permettrait de franchir ce cap nécessaire en termes de performances et de résilience, et de poser ainsi les fondations indispensables aux innovations digitales. S'appuyant sur l'expérience acquise avec Spray, Sephora, Atos et le constructeur Dell EMC ont noué autour de Spray 2 un véritable partenariat, soutenu par un pilotage de projet renforcé et un suivi au plus haut niveau.

La solution

Une migration maîtrisée vers un « virtual data center »

Cette collaboration très étroite a permis de mobiliser toute l'expertise nécessaire pour concevoir et optimiser une solution très novatrice. Alors que Spray reposait classiquement sur deux data centers, Spray 2 s'appuie sur la solution VPLEX de Dell EMC pour mettre en œuvre un « virtual data center », soit un cluster de deux data centers jumeaux reposant chacun sur les infrastructures convergées VxBlock de Dell EMC. Fonctionnant en parallèle, ils se relaient mutuellement en cas de besoin pour une disponibilité maximale. Grâce à la virtualisation du stockage et la synchronisation intelligente des données, la reprise en cas de sinistre est agnostique et immédiate. En outre, la décorrélation des capacités de stockage et de calcul confèrent à l'infrastructure une scalabilité et des performances remarquables.

La grande proximité des acteurs a permis de concilier rigueur et rapidité, et d'achever sans incident majeur la migration avec deux semaines d'avance sur le planning dans une période des fêtes de fin d'année, critique pour l'activité.

Les résultats

Des progrès aussitôt visibles

D'emblée, le résultat est au rendez-vous. Dès le mois de décembre, au plus fort de l'activité, la plateforme offre une excellente qualité de service et des gains de performance significatifs (+ 30 % sur les environnements SAP). Par ailleurs, les objectifs très élevés de résilience sont atteints avec une perte de données (RPO) quasi-nulle et un redémarrage en 4 heures au plus des applications de criticité 1 et 2. Avec en perspective une orchestration multi-clouds dans une configuration hybride, Spray 2 constitue désormais le socle de confiance sur lequel Sephora pourra poursuivre et amplifier sa transformation digitale.

À propos de Sephora

Fondée en France par Dominique Mandonnaud, en 1969, avec pour ambition de proposer un environnement beauté complet permettant à la clientèle d'avoir accès aussi bien aux marques de luxe qu'aux marques niche, Sephora a rapidement acquis une réputation d'expert de la beauté. En créant un modèle inspiré du self-service, Mandonnaud a développé une offre sophistiquée mettant en avant le meilleur de la beauté, tout en la rendant accessible à tous. Dotée d'un modèle de distribution avant-gardiste qui a révolutionné l'expérience shopping des consommateurs, la marque Sephora est devenue la destination beauté par excellence, avec ses grandes allées dans lesquelles la clientèle est libre de se promener, de toucher et de sentir tous les produits. Aujourd'hui, Sephora appartient au groupe Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH), le plus grand groupe de luxe au monde. Très appréciée pour son approche novatrice de la beauté, Sephora propose un assortiment inégalé de produits haut de gamme. La marque se montre résolument tournée vers l'innovation et en démocratisant les nouvelles tendances beauté, elle dispose d'un service impartial et d'un environnement shopping interactif. Autant d'atouts qui en ont fait un véritable culte à travers le monde (plus de 2000 points de vente dont plus de 300 en France).