

[Cliquez ici pour imprimer](#)



Dossier ERP: le bonheur est-il vraiment dans l'ERP ?

26 sept. 2007 | 08:12 BST

Par José Diz

abcd

Quand l'ERP va, tout va...

Page 1– [Suivante >](#)

<Page 1 - *Quand l'ERP va, tout va...* >

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attise toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiatic

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroïssonne ses centres d'achat avec Agresso

Les ventes d'ERP (licences/maintenance), selon IDC, se sont accrues de 50 % en cinq ans et vont connaître une croissance annuelle de 8,6 % sur les cinq prochaines années. Les SSII peuvent se préparer à prendre leurs parts sur les 4,4 milliards d'euros générés par les prestations générées en 2011

Avec un chiffre d'affaires estimé à 998 millions d'euros (hors services) pour 2007 par le cabinet d'étude IDC, les éditeurs de progiciels de gestion intégrée se portent bien sur l'Hexagone. D'autant que ce chiffre ne concerne que la vente des licences et de la maintenance !

Toutefois, quelle entreprise se contenterait-elle d'acquiescer ce type de logiciel sans support, maintenance ou programme de mises à jour ? Il est d'ailleurs intéressant de constater que non seulement ce chiffre marque une croissance de 9,4 % par rapport à 2006 (qui enregistrait déjà une progression de 9,2 % par rapport à 2005).

Bonne nouvelle pour ces acteurs bénéficiaires : la croissance devrait se maintenir, ou plus précisément n'afficher qu'une perte progressive de 1,5 point d'ici à 2011. Tout secteur de l'économie serait ravi de disposer de telles projections. Une aubaine pour ces éditeurs dont la majorité est cotée en bourse. Il faut reconnaître que changer d'ERP relève de l'exercice de haute voltige (surtout pour les grandes entreprises), et que les clients s'acquittent 'volontiers' de leur redevance annuelle, et pour la quasi-totalité du rachat de la nouvelle version tous les cinq à sept ans.

Par ailleurs, la logique veut que malgré l'ouverture de ce type de plate-forme, les clients préfèrent le module d'extension maison lorsqu'il répond au besoin. Un choix souvent logique pour une cohérence optimale.

Ici, le logiciel libre ne bouscule rien

On notera que la vente des licences contribue fortement au retour sur investissement des développements des progiciels. Ainsi, elle représente plus de 45 % des revenus, tandis que la maintenance avoisine les 50 %. Des proportions qui devraient globalement rester stables, malgré le modèle économique des logiciels libres qui pourraient laisser penser que les revenus liés aux licences sont en baisse. Il faut bien payer les développeurs internes, alors que les communautés sont généralement bénévoles.... Mais jusqu'à quand ?

**Prévision de croissance du marché de l'ERP
de 2006 à 2011
Revenus licences et maintenance**

	2006 M€	2007 M€	2008 M€	2009 M€	2010 M€	2011 M€	TCAM 2007/2011
Licences	422	455	490	528	562	600	7,2%
Croissance	7,3%	7,7%	7,8%	7,3%	6,9%	6,7%	
Maintenance	490	541	602	662	720	775	9,7%
Croissance	11,0%	10,0%	10,0%	10,0%	9,3%	6,7%	
Total	913	996	1 092	1 190	1 282	1 375	8,6%
	9,2%	9,4%	9,4%	8,8%	8,2%	7,8%	

Source IDC

De 3,1 à 4,4 milliards d'euros malgré le papy-boom

Certes, les éditeurs ont trouvé le bon équilibre commercial entre développement de code et vente de licences (et maintenance), mais le gros des revenus de l'écosystème circule essentiellement en amont et en aval de ces ventes.

Ainsi, IDC estime que les services liés à l'ERP ont généré 3,159 milliards d'euros en 2006 (en hausse annuelle de 8,9 %), et passeront même à 3,378 milliards d'euros en 2007, soit une progression proche de 7 %.

D'ailleurs, l'année 2008 incarnera un pic de croissance avec + 7,2 %, avant de rechuter jusqu'à 6,3 % vers 2011. Une baisse certainement due au manque de main-d'œuvre qualifiée suite au phénomène du papy-boom, très impactant pour l'informatique. Malgré tout, ce segment enregistrera un taux de croissance annuel moyen de 6,7 % sur 5 ans !

Cette cagnotte explique certainement pourquoi nombre d'éditeurs, et surtout parmi les plus importants, tiennent à proposer des services d'autant plus légitimes (selon eux) puisqu'ils développent le produit. Cependant, les jeunes diplômés arrivés fraîchement chez un éditeur –aussi brillants soient-ils-, ne disposent pas forcément du bagage et du savoir-faire de consultants des grands cabinets de consultants (et la réciproque vaut également). Et aujourd'hui, les 'gros clients' ne sont pas dupes. D'où les multiples alliances pour se partager un gâteau croissant.

Il y a de la place pour tout le monde

Les sociétés de services forment donc toujours des bataillons de spécialistes ERP, et débauchent des informaticiens chez les éditeurs, pendant que ces derniers leur rendent la politesse en débauchant des commerciaux ou consultants (pour mieux vendre des solutions métier par exemple).

Ces SSII encaissent d'ailleurs 80 % du pactole, tandis que les éditeurs ajoutent les 600 à 700 millions à leurs revenus licences/maintenance, soit un chiffre d'affaires ne représentant que 60 % de celui des SSII. Mais les marges restent bien plus conséquentes, car le jour/homme coûte bien plus cher que la vente de logiciels et que les contrats de maintenance.

**Prévision de croissance du marché de l'ERP
de 2006 à 2011,
Revenus services éditeurs et SSI**

	2006 M€	2007 M€	2008 M€	2009 M€	2010 M€	2011 M€	TCAM 2007/2011
Services éditeurs	609	663	710	759	809	862	6,0%
Croissance	12,0%	8,8%	7,1%	5,0%	6,6%	6,5%	
Services SSI	2 550	2 715	2 912	3 112	3 310	3 517	6,7%
Croissance	8,2%	6,5%	7,3%	5,9%	6,4%	6,5%	
Total	3 159	3 378	3 622	3 871	4 119	4 379	6,7%
	8,9%	6,9%	7,2%	6,9%	6,4%	6,3%	

Source IDC

Les grands ERP partent à la conquête des PME

[< Précédante](#) -Page 2- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[<Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME>

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Quelle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiatic

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Selon les budgets alloués, la taille des équipes informatiques, et l'approche commerciale, les PME/PMI attirent divers éditeurs. Certaines, conscientes de cet engouement, posent leurs conditions, tandis que les plus modestes s'arrangeront sur place

Lorsque le cabinet d'étude IDC interroge les PME/PMI sur leur équipement ERP, on constate effectivement que le potentiel existe, avec 51 % des entreprises du panel non équipées. Si les trois segments sont à moitié équipés, le nombre d'entreprises concernées diffère fortement, et les façons de les adresser également.

Le fameux 'haut du mid-market'

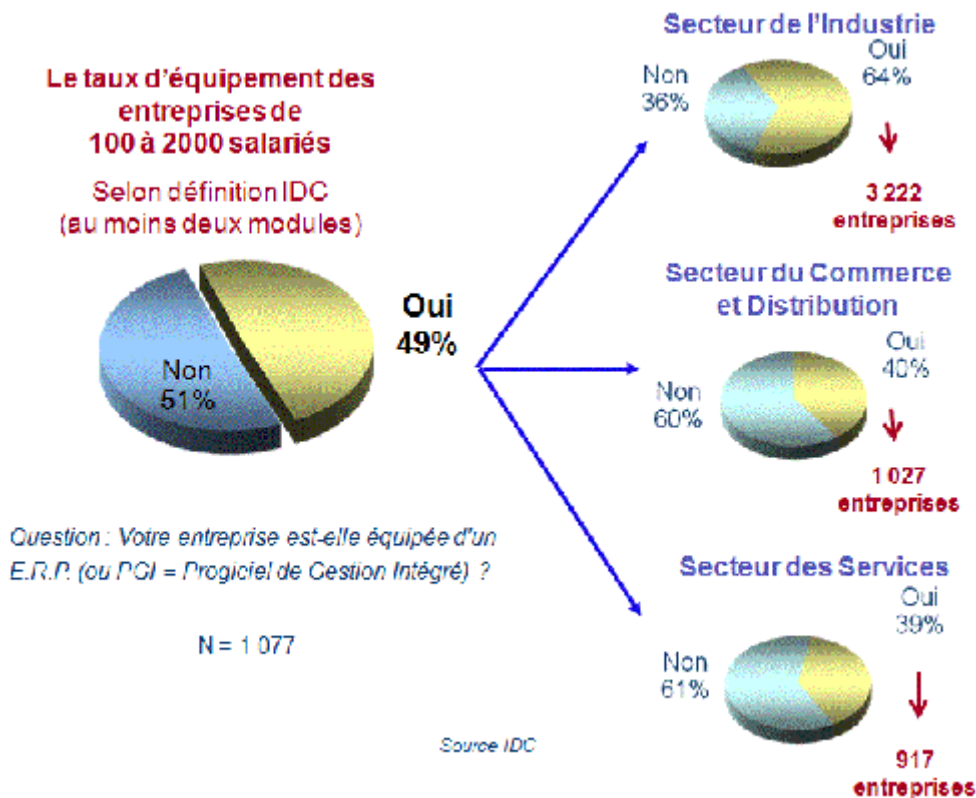
Les PME/PMI entre 500 et 2000 salariés non équipées d'ERP représentent un vivier de 830 entreprises. Attention, certaines sont certainement équipées d'autres solutions : logiciels indépendants (*best-of-breed*), développement spécifique... Un panel à conquérir ou à convaincre de passer à l'ERP.

D'ailleurs, elles sont commercialement visées par les éditeurs traditionnels de ce marché, par des éditeurs spécialisés sur leurs métiers, par Oracle ou SAP, mais aussi par Microsoft. Bref un grand nombre de prétendants pour une cible séduisante.

En effet, comme le montre le tableau des 'caractéristiques de la politique informatique', ces sociétés disposent de 1,5 million d'euros de budget informatique en moyenne !

Certes, elles comptent presque toutes des filiales, mais l'installation d'un ERP prend encore plus de sens s'il s'agit de le déployer sur les filiales. Néanmoins, disposant d'équipes informatiques, ces PME/PMI prendront souvent en charge une partie des prestations liées au déploiement du progiciel : transfert de compétences en interne, formation répercutée, intégration...

Qu'importe, il y a tout de même du budget !

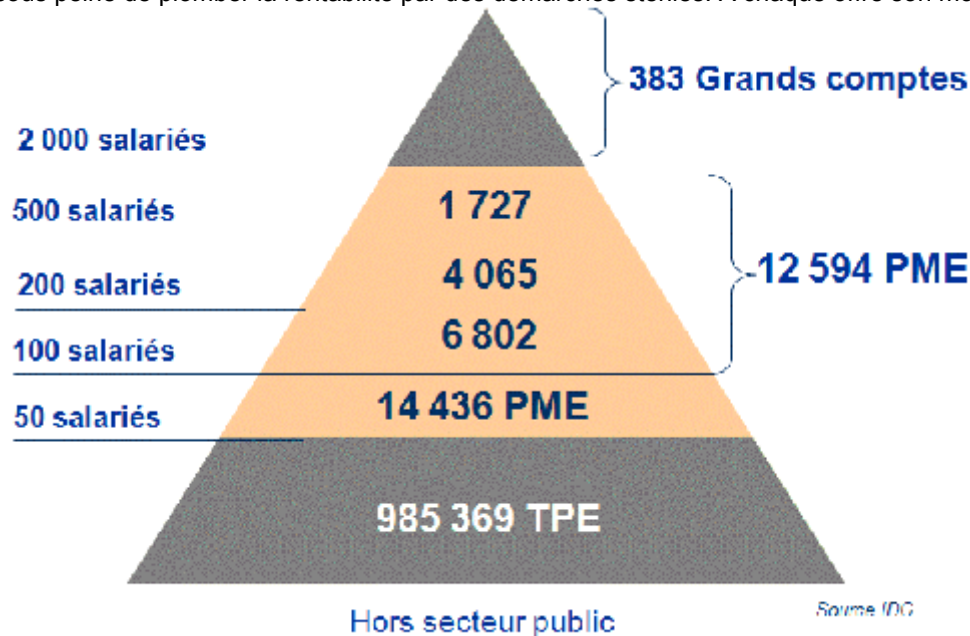


Les moyennes PME/PMI clament leurs exigences

Plus délicat, le cœur de marché des 200 à 500 salariés montre que plus de 2100 d'entre elles n'ont pas encore cédé à l'ERP. Toutefois, les budgets moyens ne s'élèvent qu'au tiers de celui du haut du mid-market. Et pour compliquer l'équation, seuls 33 % d'entre elles sont monosite.

Autre difficulté : selon l'activité et l'organisation, certaines ne peuvent être adressées en direct, tandis que d'autres pourront se contenter d'un éditeur local ou régional. Mais encore faut-il disposer d'un tel réseau. Si les appels d'offres des grosses PME/PMI facilitent la mobilisation d'intégrateurs nationaux ou régionaux, il en va autrement sur ces sociétés plus modestes, qui réclament (à juste titre) des personnes déléguées, proches et comprenant leur activité. En effet, leur rôle sera primordial pour la réussite du projet, puisque ces entreprises ne disposent en moyenne que de 4 à 5 personnes pour gérer toute leur informatique.

Si on ajoute ces contraintes à l'avant-vente de plusieurs semaines, la réflexion s'impose au cas par cas, sous peine de plomber la rentabilité par des démarches stériles. A chaque offre son modèle économique.



L'indirect pour le bas de la pyramide

Le dernier segment, celui des PME/PMI de 100 à 200 salariés, est équipé à 48 %. Bien entendu, la cible de plus de 3300 sociétés peut sembler alléchante. Néanmoins, le budget informatique moyen plafonne à 143 000 euros. Ce qui laisse peu de place à l'investissement ERP !

Là encore, le réseau peut rentabiliser les démarches d'avant-vente et de réponse à appel d'offres. D'autant que la petite taille de l'équipe informatique (2,7 personnes en moyenne) convient parfaitement à un prestataire local, capable de proposer ses services.

Bien entendu, il s'agit le plus souvent de démontrer comment financer l'ERP en économisant sur la maintenance des anciennes solutions et en investissant un bonus vite rentabilisé, chiffres et exemples à l'appui. Et qui de mieux placé qu'un prestataire local, baignant dans le même bassin économique que l'entreprise pour 'ce type d'évangélisation' ?

L'eldorado ERP des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[< Précédante](#) -Page 3- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[<Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ? >

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Quelle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiac

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Selon les budgets alloués, la taille des équipes informatiques, et l'approche commerciale, les PME/PMI attirent divers éditeurs. Certaines, conscientes de cet engouement, posent leurs conditions, tandis que les plus modestes s'arrangeront sur place

Lorsque le cabinet d'étude IDC interroge les PME/PMI sur leur équipement ERP, on constate effectivement que le potentiel existe, avec 51 % des entreprises du panel non équipées. Si les trois segments sont à moitié équipés, le nombre d'entreprises concernées diffère fortement, et les façons de les adresser également.

Le fameux 'haut du mid-market'

Les PME/PMI entre 500 et 2000 salariés non équipées d'ERP représentent un vivier de 830 entreprises. Attention, certaines sont certainement équipées d'autres solutions : logiciels indépendants (*best-of-breed*), développement spécifique... Un panel à conquérir ou à convaincre de passer à l'ERP.

D'ailleurs, elles sont commercialement visées par les éditeurs traditionnels de ce marché, par des éditeurs spécialisés sur leurs métiers, par Oracle ou SAP, mais aussi par Microsoft. Bref un grand nombre de prétendants pour une cible séduisante.

En effet, comme le montre le tableau des 'caractéristiques de la politique informatique', ces sociétés disposent de 1,5 million d'euros de budget informatique en moyenne !

Certes, elles comptent presque toutes des filiales, mais l'installation d'un ERP prend encore plus de sens s'il s'agit de le déployer sur les filiales. Néanmoins, disposant d'équipes informatiques, ces PME/PMI prendront souvent en charge une partie des prestations liées au déploiement du progiciel : transfert de compétences en interne, formation répercutée, intégration...

Qu'importe, il y a tout de même du budget !

Les moyennes PME/PMI clament leurs exigences

Plus délicat, le cœur de marché des 200 à 500 salariés montre que plus de 2100 d'entre elles n'ont pas encore cédé à l'ERP. Toutefois, les budgets moyens ne s'élèvent qu'au tiers de celui du haut du mid-market. Et pour compliquer l'équation, seuls 33 % d'entre elles sont monosite.

Autre difficulté : selon l'activité et l'organisation, certaines ne peuvent être adressées en direct, tandis que d'autres pourront se contenter d'un éditeur local ou régional. Mais encore faut-il disposer d'un tel réseau. Si les appels d'offres des grosses PME/PMI facilitent la mobilisation d'intégrateurs nationaux ou régionaux, il en va autrement sur ces sociétés plus modestes, qui réclament (à juste titre) des personnes déléguées, proches et comprenant leur activité. En effet, leur rôle sera primordial pour la réussite du projet, puisque ces entreprises ne disposent en moyenne que de 4 à 5 personnes pour gérer toute leur informatique.

Si on ajoute ces contraintes à l'avant-vente de plusieurs semaines, la réflexion s'impose au cas par cas, sous peine de plomber la rentabilité par des démarches stériles. A chaque offre son modèle économique.

Les caractéristiques de la politique informatique

	Taille moyenne des équipes informatiques	Budgets moyens informatiques	Part des entreprises filiales	Part des entreprises mono-sites
100 à 200 salariés	2,7 personnes	143 K€	41%	16%
200 à 500 salariés	1,7 personnes	138 K€	53%	51%
500 à 2000 salariés	11,2 personnes	1416 K€	61%	18%

Source IDC

L'indirect pour le bas de la pyramide

Le dernier segment, celui des PME/PMI de 100 à 200 salariés, est équipé à 48 %. Bien entendu, la cible de plus de 3300 sociétés peut sembler alléchante. Néanmoins, le budget informatique moyen plafonne à 143 000 euros. Ce qui laisse peu de place à l'investissement ERP !

Là encore, le réseau peut rentabiliser les démarches d'avant-vente et de réponse à appel d'offres. D'autant que la petite taille de l'équipe informatique (2,7 personnes en moyenne) convient parfaitement à un prestataire local, capable de proposer ses services.

Bien entendu, il s'agit le plus souvent de démontrer comment financer l'ERP en économisant sur la maintenance des anciennes solutions et en investissant un bonus vite rentabilisé, chiffres et exemples à l'appui. Et qui de mieux placé qu'un prestataire local, baignant dans le même bassin économique que l'entreprise pour 'ce type d'évangélisation' ?

Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[< Précédante](#) -Page 4- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[<Page 4](#) - **Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes**>

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Quelle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Quali

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Loin d'être saturées d'ERP, les grandes entreprises jouent encore le rôle de relais de croissance pour les éditeurs de progiciels, comme nous l'expliquent les analystes de PAC et IDC

Une fois installé dans une grande entreprise, un ERP réellement utilisé a peu de chance d'y être remplacé. Et les éditeurs n'ont plus qu'à passer à la caisse pour le support et la maintenance actuelle. Mieux, ils enrichissent sans cesse leur portefeuille applicatif pour proposer des solutions intégrées permettant au client de gagner du temps en intégration, et donc de réduire les coûts.

"Les éditeurs ERP bénéficient d'une rente de situation générée non seulement par les licences, le support et la maintenance, mais aussi par les nouvelles versions. En effet, chacune met fin généralement au support et à la maintenance des anciennes versions et oblige le client à racheter de nouvelles licences et à signer de nouveaux contrats de support et de maintenance", analyse Éric Ménard, consultant senior chez Pierre Audoin PAC (Pierre Audoin Consultants).

"Certes, les grands comptes représentent un revenu récurrent pour les éditeurs ERP comme SAP ou Oracle. Cependant, cela ne semble leur suffire, malgré les 10 à 20 % de croissance attendus", explique Anne-Marie Abisségué, consultante chez IDC France. En effet, plusieurs leviers alimentent la croissance sur ce segment de marché.

Plus de licences et des ventes croisées

"Tout d'abord, ces grands groupes démocratisent l'utilisation de l'ERP, des portails et fonctions RH intégrés, à tous les utilisateurs de l'entreprise, afin de mieux maîtriser les flux d'information et la qualité des données. En parallèle, ils étendent régulièrement le périmètre de l'ERP maison et rachètent autant de licences pour leurs filiales françaises et internationales", affirme Éric Ménard.

Mais le levier économique le plus performant repose sur les ventes croisées. "Les développements complémentaires génèrent automatiquement des ventes croisées avec des solutions comme SAP Netweaver ou Oracle Siebel. De plus, l'ERP incarne au minimum le socle comptable et financier de l'entreprise, pour lequel les obligations légales et réglementaires représentent aussi une opportunité de

développer des modules et extensions payants, comme le Reporting Bâle2 ou la loi Sarbanes-Oxley. Par ailleurs, les éditeurs s'efforcent de répondre aux nouveaux besoins comme la planification budgétaire." "Avant, les entreprises investissaient dans des modules comptabilité et finances, puis achetaient le reste des modules au fur et à mesure. Aujourd'hui, les fonds d'investissement ont amené la financiarisation des organisations, et exigent une consolidation du budget, une valorisation et un pilotage stratégique et financier. D'où le rachat d'OutlookSoft par SAP ou d'Hyperion par Oracle", souligne Anne-Marie Abisségué. Et Éric Ménard d'ajouter : "Plusieurs pistes restent à exploiter comme les extensions à la gestion de la relation client (CRM), les applications de ressources humaines, ou encore les liens avec les développements spécifiques ou le décisionnel déjà en place dans les entreprises. Enfin, les grands comptes réclament plus de spécifiques forts, répondant à leurs exigences métiers. C'est pourquoi Oracle rachète par exemple Retek (distribution)."

Toujours des grandes entreprises à conquérir

Un pourrait penser que les 800 grands comptes sont déjà largement suréquipés en ERP, mais il n'en est rien. Entre les développements spécifiques et les logiciels de gestion indépendants à intégrer (appelés aussi *best-of-breed*), certains deviennent des cibles faciles, face aux coûts de maintenance devenant prohibitifs.

"Si l'industrie ou service aux collectivités (Utilities) sont bien équipés et ont installé généralement près de 70 % des modules, la banque et la finance restent moins couverts par les ERP. Par ailleurs, la distribution un peu plus équipée ne dispose souvent que des modules de base Comptabilité/Finances. Ces trois secteurs offrent donc encore des possibilités, avec des entreprises qui fonctionnent toujours sur du spécifique, généralement coûteux et difficile à maintenir", assure Éric Ménard.

"La finance et la banque sont peu équipées et nécessitent des solutions de comptabilité et de supply-chain, le reste reposant souvent sur du spécifique. Oracle est très présent sur ce secteur, y compris via le spécifique. Tandis que SAP doit s'efforcer de le pénétrer davantage. Le secteur public offre également un grand potentiel. Ainsi, la Santé dispose souvent de logiciels vieillissants généralement développés par des Sociétés d'économie mixte (Sem) via des informaticiens des CHU. Un contexte dans lequel il est difficile d'innover, même si quelques-unes y parviennent. Quoi qu'il en soit, elles ne bénéficient pas de moyens en recherche et développement d'éditeurs internationaux", complète Anne-Marie Abisségué.

L'intégration se fait avec d'autres, malgré SOA

Installé dans ces grandes organisations, l'ERP devient rapidement la pierre angulaire du système d'information. Il semblerait alors légitime de penser que les solutions d'intégration émanant de ces éditeurs s'imposent. Mais la réalité est bien différente.

"Les technologies SOA sont une réelle tendance d'architecture informatique, favorisant une bonne gestion de la complexité. Le socle ERP joue bien son rôle de cohésion, mais ne peut pas tout adresser. Désormais, les éditeurs ont rendu leurs composants flexibles via un bus d'intégration permettant de coller au plus près au besoin de chaque client, sans dépendre d'un éditeur spécifique. Par exemple, des partenaires peuvent s'appuyer sur ces composants pour adapter (verticaliser) l'ERP au métier du client", avance Anne-Marie Abisségué.

"La SOA, tout le monde y va, sous peine d'être éjecté du marché. Le contraire serait d'autant moins justifié que cela permet aussi d'étendre son offre auprès des clients."

Mais ces efforts ne convainquent pas encore. "Les offres technologiques SAP Netweaver et Oracle Fusion assurent une intégration cohérente et simplifiée avec le système d'information grâce aux technologies SOA autorisant l'ouverture et la collaboration avec les solutions tierces. Toutefois, elles n'enregistrent pas un grand succès sur le marché français, voire généralement. Les entreprises préfèrent se tourner vers BEA, IBM... Ces solutions encore jeunes n'ont pas encore fait leurs preuves", estime Éric Ménard.

Malgré de lourds investissements d'Oracle et de SAP pour proposer des architectures d'intégration ouvertes et intégrées, le challenge s'avère effectivement complexe.

Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[< Précédante](#) -Page 5- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

<Page 5 - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises >

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiac

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décloisonne ses centres d'achat avec Agresso

SAP, Oracle et Microsoft poussent péniblement leurs offres ERP pour PME-PMI auprès d'entreprises très courtisées et donc exigeantes. Les éditeurs déjà installés se maintiennent et progressent tandis que ces premiers suent à grosses gouttes

Malgré la présence plutôt établie d'acteurs installés, les PME/PMI ont vu débarquer en force les grands éditeurs désireux d'élargir leur cible. Via des rachats, des développements ou des paramétrages spécifiques, ils ont déployé des stratégies différentes pour adresser un marché sur lequel ils ont du développé leur savoir-faire. Des résultats très modestes et même difficiles pour certains. Oracle, SAP ou Microsoft, autant de stratégies et de cibles différentes.

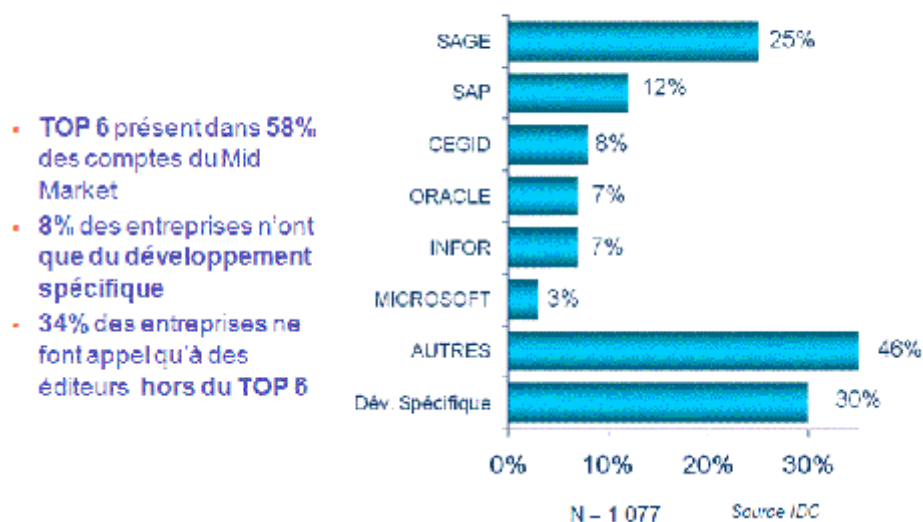
Une promesse modeste pour des efforts importants

"Oracle et SAP marquent quelques points essentiellement sur le haut du mid-market. Le marché global du mid-market n'enregistre que quelques points de croissance par an (4 à 5 points, inflation comprise) et avec peu de marge à dégager. Renforcer sa présence revient à prendre des parts aux concurrents. De plus, les affaires financièrement plus modestes nécessitent un effort long et conséquent", relativise Anne-Marie Abisségué, consultante chez IDC France.

En effet, les cycles de vente s'avèrent plus longs et moins rentables que ceux des grands comptes, les entreprises attendent une proximité et ont exigences métiers affirmées... autant de demandes qui ont surpris les gros éditeurs arrivant au début avec "des armadas de consultants pour nous expliquer notre métier", comme l'affirmaient en cœur les dirigeants de PME/PMI.

Les éditeurs ont heureusement corrigé le tir. "Sur le mid-market, on identifie deux types de produits. Les entreprises de 50 à 250 salariés sont adressées par des acteurs comme Intergiciel, Microsoft Dynamics Nav, Cegid... et SAP Business One. Sur le haut du marché (500 à 1500 salariés) on trouve plutôt des produits comme Qualiact, Sage Adonix, Microsoft Dynamics AX, Oracle e-business Suite Express, ou SAP All In One", détaille Éric Ménard, consultant senior chez Pierre Audoin PAC (Pierre Audoin Consultants).

La présence des éditeurs du Top 6 sur la base installée des logiciels de gestion en terme de nombre de comptes (entreprises de 100 à 2000 salariés)



- TOP 6 présent dans 58% des comptes du Mid Market
- 8% des entreprises n'ont que du développement spécifique
- 34% des entreprises ne font appel qu'à des éditeurs hors du TOP 6

SAP et oracle : qu'allaient-ils faire dans cette galère ?

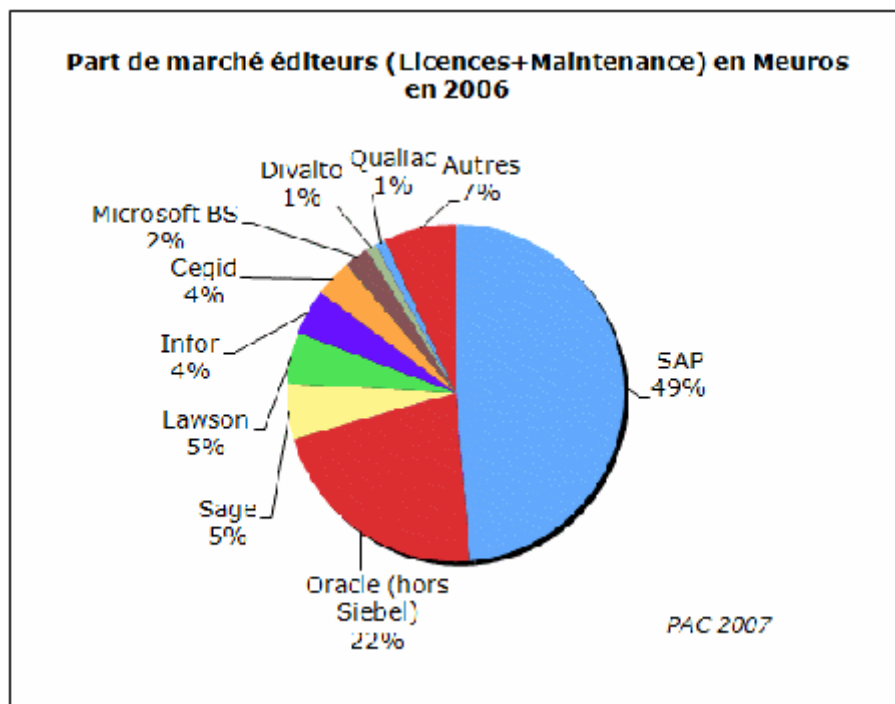
S'adapter à une culture et à un marché avec des équipes habituées aux seules contraintes des grandes entreprises est d'autant moins évident pour des éditeurs leader de leur domaine.

Anne-Marie Abisségué dresse un tableau sans équivoque : "SAP n'a pas vraiment réussi auprès des PME/PMI, malgré de gros efforts avec des offres spécifiques comme All In One ou Business One. Pire encore, les clients PME/PMI (souvent filiales de grands groupes) préfèrent acheter SAP R3. Une situation qui amène SAP au second rang de ce marché avec une solution pour grands comptes... Oracle a plutôt réussi sur certains secteurs, grâce à JD Edwards dont il a réussi à doubler les ventes. Il arrive en seconde position, mais avec des produits réellement PME/PMI."

Un avis partagé par la plupart des analystes souvent encore plus sévères (plus réalistes ?).

"Présent sur les PME/PMI depuis 1999 avec All In One (préparamétrage de SAP R3), SAP attaque le marché des PME/PMI de 300 à 2500 salariés avec beaucoup de sueur et une grande évolution de son réseau d'intégrateurs. Aujourd'hui, avec Business One, SAP cherche encore à recruter un réseau de revendeur avec un modèle 100 % indirect. Mais cette démarche nécessite du temps pour établir des relations de confiance", affirme, sans concession Éric Ménard.

"Autre difficulté, des acteurs comme Sage Adonix ou Intergiciel de Divalto sont déjà très installés auprès de revendeurs dont la taille ne permet pas d'absorber infiniment les technologies de multiples éditeurs. Aujourd'hui, les PME/PMI choisissent généralement ces solutions ou celle de Microsoft. Oracle, avec e-Business Suite Special Edition préparamétrée pour les PME n'a pas pu pénétrer réellement le segment. Par ailleurs, on ne voit pas non plus beaucoup JD Edwards sur le marché. Difficile de décrypter la stratégie d'Oracle sur ce marché, même après ses accords avec IGS ou Unilog."



Microsoft débarque en force

Le trublion du secteur est une fois de plus Microsoft. Depuis son rachat de Navision en 2002 (qui avait racheté Damgaard, éditeur d'Axapta en 2000), Microsoft a réécrit en grande partie ces produits devenus Microsoft Dynamics AX, destiné aux PME/PMI de 20 à 500 salariés, et Dynamics NAV, développé pour les entreprises de 500 à 2000 salariés.

Comme toujours, Microsoft mise sur une forte politique de partenariat avec les éditeurs et intégrateurs, excellents relais de croissance et de chiffre d'affaires.

"L'éditeur a fortement investi en dédiant autant de commerciaux en interne sur l'offre Dynamics (ERP et CRM) que sur tout le reste de l'offre PME/PMI. Microsoft détient aujourd'hui 3 % de la base installée, soit 300 à 400 clients. Toutefois, cela ne représente qu'environ 50 % du portefeuille d'éditeurs comme Cegid ou Infor. Microsoft dispose d'un bon réseau de spécialistes et intégrateurs pour Dynamics AX, avec une offre stable qui évolue vite tout en maintenant une compatibilité correcte. Il jouit également d'une image sécurisante auprès des PME/PMI, avec des partenaires à forte valeur ajoutée", rapporte Anne-Marie Abisségué.

Pour Éric Ménard, "Microsoft incarne bien le concurrent le plus dangereux sur ce segment, et celui qui gagne le plus rapidement des parts de marché. Microsoft Dynamics NAV (ex Navision) gagne peu de parts de marché actuellement, mais reste considéré comme un produit sérieux. Proposé en package avec les solutions Microsoft, Navision peut également s'appuyer sur le réseau d'intégrateur très développé. L'éditeur a mis l'accent sur l'ergonomie et la simplicité, et propose une cohérence technologique avec sa plateforme. Et de nombreux partenariats avec des prestataires verticaux permettent de développer des solutions métier préparamétrées correspondant à la demande du marché."

"De son côté, Microsoft Dynamics AX (ex Axapta) est jugé comme un produit lent, mais la nouvelle mouture semble meilleure. Son développement commercial prendra un peu plus de temps, mais ira certainement beaucoup plus loin. En effet, il faut nouer des partenariats avec les grosses SSII et les gros intégrateurs, un travail de longue haleine."

Oracle reste concentré sur le haut du mid-market, mais doit encore réaliser la convergence technologique de ses diverses solutions (e-business Suite, JD Edwards, Peoplesoft) via son projet Fusion. SAP vient tout juste de lancer son offre ASP à destination des entreprises de 100 à 500 salariés. Outre ces grands challenges, les deux poids lourds de l'ERP doivent concurrencer l'omniprésent Microsoft et tenter de développer leur réseau pour enfin parvenir à s'imposer auprès des PME/PMI.

SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[< Précédante](#) -Page 6- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attise toutes les convoitises

[<Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ? >

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiac

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Ne pas lâcher la proie pour l'ombre ! Certes, les grands comptes sont bien équipés, mais certains secteurs sont peu équipés, et les modules supplémentaires génèrent des revenus de licences. Les PME/PMI restent stratégiques, mais tardent parfois à rapporter

Si la rente dont bénéficient les éditeurs d'ERP comme Oracle ou SAP auprès des grandes entreprises semble encore promise à un avenir radieux, leur cotation en bourse les pousse à une croissance en hausse permanente. C'est pourquoi ils sont à l'affût de tous les vecteurs de croissance : secteurs peu explorés de grandes entreprises, PME/PMI, offres verticales, BI, etc.

La vie mouvementée des progiciels

Les deux leaders du marché de l'ERP ont dû investir pour asseoir leurs positions, et pénétrer le créneau des PME. Pour éclaircir le panorama et comprendre les évolutions, un rappel historique rapide s'impose sur les notions qu'aborde le dossier.

Créé en 1987, SAP AG (ou *Systems, Applications, and Products for data processing*) reste le leader mondial incontesté de l'ERP, avec plus de 12 millions d'utilisateurs, plus de 100.000 installations, et plus de 1.500 partenaires dans plus de 50 pays. En 2003, SAP lance SAP R/3, et l'ERP conservera ce nom jusqu'à la version 5. Cette dernière arrive en 2005, et le progiciel est rebaptisé mySAP ERP 2004. Un an plus tard, MySAP 2005 devient SAP ERP, nom actuel pour la version 6.0. Aujourd'hui SAP ERP incarne le socle de SAP Business Suite qui intègre d'autres éléments comme le CRM, le SCM...

Par ailleurs, SAP NetWeaver est la plate-forme d'intégration contenant les modules applicatifs (l'ETL, les modules décisionnels, le portail...) et les outils de développement. SAP Business W peut stocker des informations et contient deux composants : BPS (performance financière) et BCS (consolidation financière). Pour les PME/PMI, SAP a développé All-In-One et Business One (suite au rachat de Top Manage), et vient de lancer le service en ligne ASP Business ByDesign.

L'histoire récente d'Oracle est plus mouvementée. Mi 2003, PeopleSoft rachète JD Edwards, après une lutte judiciaire sans merci menée par ces deux entreprises contre Oracle lançant une OPA hostile contre JD Edwards, en pleine opération de fusion entre les deux sociétés. Finalement, Oracle acquiert Peoplesoft début 2005.

Aujourd'hui, Oracle propose les ERP suivants : e-Business Suite et (depuis 2003) sa version Special Edition pour les PME/PMI de 100 à 500 salariés (ou 25 utilisateurs), la gamme JD Edwards pour la PME/PMI, et Peoplesoft pour les grandes entreprises. Outre ses solutions décisionnelles Business Intelligence Suite (enrichie par le rachat d'Hyperion), Oracle propose Fusion Middleware, plate-forme s'intégration concurrente de SAP NetWeaver. Oracle poursuit la convergence de tous ces produits vers ses technologies Fusion pour simplifier l'intégration, et les passerelles et migration entre ces ERP.

Oracle s'étend sur le haut du mid-market, SAP sur toutes les PME/PMI !

"Appelé LE (pour Large Enterprise) chez SAP, le segment des grands comptes regroupe 70 à 80 entreprises françaises, soit bien au-delà du CAC 40). Nous leur proposons SAP Business Suite en mode de vente directe. Pour les PME/PMI de moins de 20 utilisateurs à plusieurs milliers (SME chez SAP), nous les adressons en mode direct et indirect. Le haut du marché est ciblé avec All in One en mode hybride (direct + indirect) pour des projets de 100.000 euros en moyenne. C'est une version de R3 packagée par les partenaires, aussi bien sur le fonctionnel que sur le métier (vertical). Le segment intermédiaire se voit proposer (ou dans les jours à venir) la solution en mode ASP Business Bydesign, tandis que les petites entreprises choisiront Business One", précise Jacques Libeyre, directeur de opérations avant-vente chez SAP France.

Avec cette solution ASP, SAP mise gros sur un segment assez peu développé en France, et avec des conditions très ambitieuses : "Nous menons actuellement des betas tests et plusieurs clients sont même en production en Europe. Business ByDesign est proposée contre un abonnement mensuel par utilisateur et selon les fonctions utilisées (prestation incluse), avec un engagement de notre part à rendre la solution opérationnelle en maxi 90 jours. Et SAP Business ByDesign couvre le scope ERP complet : comptabilité-finances, GPAO, gestion commerciale, stocks, achats, BI, CRM... Nous hébergeons nous-mêmes la solution", souligne Jacques Libeyre.

Certaines rumeurs feraient d'ailleurs état d'une offre Saas (Software as a Service) en cours d'étude pour remplacer Business One, qui coûterait finalement plutôt cher à SAP.

Les PME/PMI représentent aujourd'hui un tiers du chiffre d'affaires de SAP, qui vise les 40 % fin 2007, et même le 50/50 pour fin 2008 !

"Le repositionnement 50/50 PME/grands comptes est stratégique pour nous. Il nécessite un changement dans la culture de nos équipes françaises (contrairement à l'Italie ou à l'Espagne). En effet, cette démarche implique une démultiplication des réseaux de ventes sur des micromarchés. Par ailleurs, les marges diffèrent fortement pour les partenaires habitués à vivre essentiellement sur le service et moins sur les add-ons, qui génèrent pourtant du support et de la maintenance récurrents. Car sur ces segments, les solutions

se doivent d'être simplifiées et plus packagées (préparamétrées), et plus rapide à déployer", confirme Jacques Libeyre.

Chez oracle, ce segment fait aussi partie de la vision stratégique, mais uniquement sur le haut du mid-market.

Lionel Dubreuil, directeur IT Strategy Europe chez Oracle

"Le potentiel de croissance des licences ERP auprès des grands comptes reste marginal", reconnaît Lionel Dubreuil, directeur IT Strategy Europe chez Oracle. "Nous n'adressons que le haut de la pyramide, soit les entreprises de plus de 500 salariés, même si d'autres entreprises achètent nos solutions. Et JD Edwards ou s-business Suite Special Edition sont justement développés pour ce type d'entreprises, dont le modèle de vente nous impose de former des partenaires."

"Encore en phase de transition, nous visons à terme la vente exclusivement indirecte. Et bien que nous disposions déjà de partenaires formés, et nous poursuivons le recrutement pour redynamiser sans cesse le réseau. Enfin, notre offre Oracle OnDemand fonctionne bien en France auprès des grands comptes et sur ce haut du mid-market. Nos contrats d'un an minimum offrent la possibilité de migration dans son propre système informatique, mais aussi des modèles d'insourcing, ou d'outsourcing."

Les grands comptes offrent finalement du potentiel

"Les grands comptes équipés réclament globalement peu de nouvelles licences. Les revenus supplémentaires proviennent essentiellement de nouvelles extensions SAP ou d'add-ons partenaires surtout déployés par eux. Les autres leviers sont la réglementation, la migration vers NetWeaver, la Bi et le CPM [décisionnel et gestion de la performance]", rapporte Jacques Libeyre.

"L'industrie est plutôt bien équipée, mais conserve un potentiel important en PMI utilisant souvent des solutions en fin de vie ou obsolètes. Les secteurs porteurs sont : les 'Utilities' [services aux collectivités], les services professionnels (ingénierie), les télécommunications, les médias, ou la santé. Sur le secteur public, nous avons le plein. En revanche, nous avons un peu raté le coche au moment des choix RH/Finances sur le secteur porteur Banque/finances. Et aujourd'hui, il est difficile de revenir dessus. Quant à l'assurance, nous avons le potentiel pour répondre à la demande. Enfin, les collectivités territoriales lancent de nombreuses demandes, mais les stratégies pour les adresser sont difficiles. Ainsi, les grandes mairies s'adressent simplement (surtout finances), tandis que les autres forment un marché complexe à étudier pour définir un générique pertinent."

Une analyse que confirme Lionel Dubreuil : "La croissance externe des clients amène un besoin d'homogénéiser et de consolider les différents systèmes d'exploitation. Autre vecteur de croissance, les contraintes légales et l'obligation de se mettre aux normes des nouvelles réglementations (Bâle, Sox...) ouvrent la voie pour les modules de gouvernance, de traçabilité et de qualité des données. Si le cœur des modules est globalement déployé (Compta/Finances, RH...) auprès des grands comptes, diverses fonctions restent à installer comme le portail RH, les Notes de frais, la maîtrise de la chaîne des dépenses, l'e-procurement..."

Au-delà des secteurs effectivement encore peu équipés, le phénomène de la convergence sectorielle est au cœur des préoccupations chez Oracle, comme une évolution naturelle des offres verticales par métier.

"L'exemple des télécoms illustre bien ce phénomène : des divisions séparées gèrent la téléphonie fixe, le mobile ou Internet, alors que le modèle économique nécessite la convergence des offres et donc des systèmes d'information. En effet, la complémentarité des offres ne peut se concevoir autrement, de même que la gestion unique du client. D'ailleurs, on retrouve les mêmes contraintes dans la banque, la finance et l'assurance, qui développent des offres complémentaires banque/assurance. Par ailleurs, Oracle développe le concept Application Integration Architecture (AIA) pour des applications préparamétrées flexibles et liées aux métiers, et acquiert régulièrement des sociétés spécialisées comme Retek dans la distribution, ou iFlex (ERP spécialiste de la finance et de la facturation de ces produits)", affirme Lionel Dubreuil.

Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[< Précédante](#) -Page 7- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

<Page 7- Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ? >

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qu aliac

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Une aubaine que cette arrivée en force des AP et Oracle sur leur marché, à en croire la quasi-totalité des éditeurs PME/PMI ! Explications avec Sage et Cegid

Pour représenter ces éditeurs, nous avons choisi Sage et Cegid.

Le premier, déjà présent sur le secteur avec ses offres éponymes, a racheté les ERP C2G (logistique), Cogestib (agro-alimentaire), et surtout Adonix en 2005 (après de multiples rachats en Europe depuis sa création). Il est alors devenu l'un des leaders de l'ERP sur le mid-market, et plus largement sur l'hexagone. Rebaptisée Sage X3 (suivie parfois d'Adonix), cette solution se maintient et progresse même sur son marché.



Christophe Letellier, directeur général Moyennes et Grandes Entreprises chez Sage

"Les logiciels de gestion entrent dans une phase de maturité favorisant la stabilité des produits. De plus, les retours d'expérience et les évolutions technologiques rendent l'installation et l'intégration plus rapide et plus efficace. Enfin, les nouvelles technologies facilitent l'intégration avec l'existant et d'autres solutions. Autant d'éléments qui font chuter les prix. C'est pourquoi une PME/PMI peut aujourd'hui s'offrir un ERP. Et avec 30 % de pénétration, le potentiel reste très intéressant sur ce marché en forte croissance", résume Christophe Letellier, directeur général Moyennes et Grandes Entreprises chez Sage.

Cegid œuvre avec succès depuis 2000 en tant qu'éditeur d'ERP, et adresse également le mid-market. Les deux acteurs ont également racheté des éditeurs pour toucher les TPE : Ciel pour Sage, et Comptanoo pour Cegid. Bien que si les tailles des entreprises et les montants diffèrent, ils illustrent une volonté commune de couvrir l'ensemble de la pyramide des PME/PMI.

Un vrai marché, mais chacun voit midi à sa porte



Pierre Dianteill directeur Marketing Chez Cegid

D'ailleurs pour Pierre Dianteill directeur Marketing Chez Cegid, "ce marché PME/PMI démarre très bas, à partir de 5 ou 6 utilisateurs avec des logiciels plus légers fonctionnellement, mais avec une approche intégrée et un référentiel unique. Nous proposons Cegid Business Line aux entreprises d'environ 50 et jusqu'à environ 250 salariés, avec une installation et formation assurées par des revendeurs. On peut délimiter la rupture avec 'les grosses PME' dès qu'il y a présence d'un comité de direction. On retrouve alors plutôt des sociétés de 250 à 750 salariés. Alors, ces entreprises gèrent souvent plusieurs entités séparées et nécessitent des solutions intégrant comptabilité, finances, RH, paie, gestion commerciale, etc. Un besoin auquel nous répondons avec Cegid Business, avec souvent une coloration métier comme la GPAO par exemple. Sur ce créneau nous vendons soit en direct, soit via SSII partenaire. Nous sommes ici

proche des demandes des grandes entreprises, avec une démarche projet, et une équipe de projet.

Toutefois, ces entreprises du haut du mid-market réclament des solutions plus simples, des intervenants plus proches, et des délais de déploiement plus rapides, de l'ordre de trois mois en général". Un tableau correspondant bien à l'approche traditionnelle de ce marché.

Quant à Sage, "acteur naturel du mid-market, nous pensons qu'il incarne un segment à part entière, et pas un marché creux du type 'ni grand compte, ni TPE'. D'ailleurs pour Sage, ces entreprises expriment des besoins répondant à leurs problématiques spécifiques. C'est pourquoi l'appui du groupe Sage permet un développement plus rapide des solutions Adonix, tout en préservant leur spécificité et leur positionnement. Difficile de descendre ou de monter sur un segment de marché avec le même produit ! Un raisonnement qui vaut également sur le mid-market. C'est pourquoi nous proposons Sage X2 aux entreprises de 100 à 500 salariés (où nous bénéficions de l'expérience acquise avec l'offre Sage 100). Il s'agit de la plate-forme X3 adaptée, préparamétrée, avec une interface graphique épurée. Autre atout indispensable avec cette solution, 30 à 50 jours suffisent pour une mise en œuvre complète", développe Christophe Letellier.

SAP et Oracle : Merci et au revoir !

Contrairement aux premières impressions, les éditeurs analysent finalement l'arrivée de SAP et d'Oracle sur leur terrain de jeu avec sérénité, voire avec satisfaction.

"Leur arrivée sur le mid-market a été bénéfique pour ce segment de marché. En effet, les PME et PMI ont alors pris réellement conscience de l'intérêt d'un ERP, avec ces gros éditeurs qui s'intéressaient à elles. Ils nous ont aidés à mieux faire passer le message, sans pour autant amener une réelle concurrence. En effet, SAP avec Business One se positionne sur des entreprises jusqu'à 20 personnes, donc beaucoup trop bas par rapport à son métier et à son savoir-faire. De plus, cela laisse un trou important dans la gamme avec All-In One qui vise plutôt les entreprises à partir de 500 salariés. La stratégie devient alors complexe pour colmater ce trou, aussi bien en essayant d'élargir la cible de Business One vers le haut, ou celle d'AIO vers le bas... On rencontre peu SAP sur All-In-One, environ deux fois par an. On voit encore moins Business One, et le positionnement n'est vraiment pas clair pour les clients. Sur le haut du mid-market, on rencontre plus Oracle, avec ses offres verticales (mode ou retail) de JD Edwards essentiellement. Parfois, nous jouons également la combinaison Oracle/Cegid chez les clients : gestion commerciale, production, distribution, gestion des points de vente, etc.", se réjouit encore Pierre Dianteill.

"S'il nous arrive de rencontrer Oracle sur le très haut du mid-market (outre les filiales des grandes entreprises), nous voyons rarement leurs produits dans les PME/PMI. Nous concourons avec SAP sur environ 20% de nos affaires. Mais ils enregistrent peu de succès, bien qu'ils aient un bon positionnement. En revanche, Microsoft est bien visible sur ce marché, où les entreprises réclament de la proximité," reconnaît Christophe Letellier.

Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[< Précédante](#) -Page 8- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

<Page- Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre >

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiacc

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Avec Dynamics NAV et AX, le géant de Redmond entre en force sur le mid-market, et joue la convergence technologique auprès des intégrateurs. SAP tente l'ASP pour éviter les réseaux.

Réactions de nos deux éditeurs en place

Très présente auprès de tous les revendeurs, intégrateurs, et sociétés de services, la firme de Bill Gates peut rapidement activer ses réseaux, et mettre en avant la cohérence technologique avec ses autres solutions : la plate-forme .net, Sharepoint, ses formats bureautiques, etc.

L'ombre de Microsoft à l'horizon

Le nom est lâché : Microsoft. Le géant commercial, avec ses systèmes d'exploitation et ses réseaux de revendeurs très actifs. Celui qui finit très souvent par pénétrer un marché en quelques années, et à en devenir un des incontournables.

"Les analystes aiment bien Microsoft et soulignent sa croissance sur l'ERP. Il est plus facile de croître au démarrage...", ironise Pierre Dianteill. "Le problème de Microsoft ? Ils enregistrent des références avec Navision, mais poussent plus Axapta. Le premier affiche pourtant plus de 1000 références, contre 100 pour le second. Microsoft positionne Dynamics AX sur le haut du mid-market face à Oracle ou SAP. Pourtant, il ne dispose pas vraiment de réseau sur ce segment. Il est vrai qu'il nous concurrence sur les grosses PME multisites, mais il nécessite un paramétrage important par rapport à nos produits. Quant à Navision, nous le croisons régulièrement via des intégrateurs rodés sur les produits."

Il est vrai que les réseaux d'intégrateurs demeurent l'obstacle le plus complexe pour pénétrer le segment des PME/PMI. *"Difficile pour un intégrateur de jouer le multiscarte. Devant choisir entre de multiples éditeurs d'ERP, les SSII régionales adoptent une solution lorsqu'elles sentent que l'éditeur déploie une réelle politique de partenariat et de suivi. L'ERP est un sujet sérieux. En effet, ces intégrateurs doivent investir dans une technologie sur le long terme, et leurs choix engagent également leurs clients. Ils préfèrent la simplicité des solutions conçues pour le mid-market aux technologies complexes issues des solutions pour les grandes entreprises dotées d'équipes informatiques"*, lance Christophe Letellier.

L'ASP fait toujours débat

Pour sa part, SAP vient de lancer son offre Business ByDesign pour adresser les entreprises de 100 à 500 salariés, et combler le 'trou' dans sa gamme. Afin de réussir son pari, l'éditeur allemand mise sur l'ASP avec une solution en ligne très paramétrée, ne nécessitant aucune intervention de prestataires pour une utilisation standard.

Il n'est pas le premier à miser sur l'ASP sur le segment de l'ERP. Entre autres, Cegid le fait déjà, comme l'illustre par un exemple Pierre Dianteill : *"Dans la mode et la distribution, la demande consiste à gérer toute la chaîne depuis la production des vêtements jusqu'aux points de vente, avec une solution intégrée et cohérente. La rupture technologique a transformé l'informatique centralisée connectée directement aux magasins géographiquement dispersés en une architecture reposant sur des clients riches connectés via Internet. Désormais le magasin travaille désormais en temps réel sur le système d'information du siège et peut y suivre son activité."*

"Nous proposons une solution complète d'hébergement on-demand entre les magasins et le système d'information. Outre l'infrastructure très sécurisée (haute disponibilité, etc.), notre solution Cegid on-demand permet aux points de vente de travailler en mode déconnecté, puis prend automatiquement en charge la synchronisation des données après rétablissement du SI suite à une panne par ex emple. Une offre adoptée par des PME/PMI qui disposent de peu d'informaticiens, voire d'aucun. Pour s'assurer d'une prestation sans dépendance, l'entreprise devra réclamer des engagements contractuels et mesurés de niveaux de qualité de service, et exiger une réversibilité (modalités par écrit) vers sa solution interne d'ERP ou autre, avec le même client riche."

Du côté de Sage, Christophe Letellier constate, un brin amusé : *"Dès qu'on ne sait plus comment adresser un segment, on lance de l'ASP. Aujourd'hui, et depuis dix ans, on constate que l'ASP représente moins de 1 % du marché. Par ailleurs, la demande persiste et croît toujours pour l'achat ou la location de solutions ERP. D'ailleurs, nous proposons une approche hybride basée sur Sage 100, avec GFI/Infogène. Destinée aux TPE de 5 à 100 salariés, cette offre est mise en œuvre en 15 à 20 jours."*

Affaires à suivre...

B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[< Précédante](#) -Page 9- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Quelle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

<Page 9 - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics' >

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiact

[Page 11](#) - Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso

Le grand méchant loup est-il entré dans la bergerie ? Pour l'instant, Microsoft ne représente que quelques points de l'ERP mid-market en France. Mais la mécanique ne fait que s'échauffer

Il y a une dizaine d'années, un spécialiste des logiciels de gestion me répondait que le concurrent qu'il craignait le plus était Microsoft. Devant ma surprise lui affirmant que l'américain ne proposait rien en la matière, il me répondit : *"Oui, mais s'il s'y mettait..."*

Un positionnement avec des produits adaptés

En mai 2005, lors du rachat de l'éditeur danois d'ERP Navision (1,45 milliard d'euros, quand même !), Microsoft affirmait qu'il avait choisi cette société en grande partie pour son business-model. En effet, l'éditeur européen reprenait l'approche qui a toujours réussi à l'américain : une distribution exclusivement indirecte, via des intégrateurs/revendeurs. Ces derniers, proches des entreprises, y trouvent leur compte en leur vendant des prestations spécifiques à forte valeur ajoutée.



Bertrand Launay, directeur de la division PME-PMI de Microsoft France

Dès l'origine, l'objectif consistait à couvrir l'ensemble du mid-market : Navision pour les PME/PMI de 20 à 500 salariés, et Axapta pour les entreprises ou filiales de grands groupes de 500 à 2000 employés. "Soit environ 20 000 entreprises et 47 % du revenu du secteur ERP. Nous ne cherchons pas à équiper les grands comptes (ou alors leurs filiales). Oracle et SAP disposent d'offres pour ce type d'entreprise. Nous restons sur notre marché traditionnel de PME/ PMI ", affirme sans ambiguïté Bertrand Launay, directeur de la division PME-PMI de Microsoft France.

La dynamique des technologies Microsoft

Microsoft a aujourd'hui réécrit une grande partie du code de ses applications pour assurer la convergence vers ses propres technologies. "Les versions 5 de Dynamics AX et Dynamics Nav reposent totalement sur la plate-forme .net version 2.0, et sont donc totalement orientées services : des services Web sur une architecture SOA. Outre l'approche fonctionnelle, les ERP nécessitent aujourd'hui une démarche technologique. Certes, les solutions sont plus souples, plus verticalisées, et plus proches des besoins. Toutefois, les informaticiens doivent se former sur les add-on complémentaires ou certains logiciels métiers. Bien entendu, la connaissance des services Web et des technologies de type SOA sont désormais incontournables", confirme Bertrand Launay. Mais bien entendu, les partenaires historiques sont prêts à utiliser ces technologies.

Un réseau sélectif et à valeur ajoutée

Néanmoins, Microsoft n'a pas forcément multiplié les intégrateurs sur son réseau. "Sur tout le territoire, nous disposons actuellement de 20 partenaires intégrateurs pour Dynamics AX, comme Sopra ou Avenade, par exemple. Quant à Dynamics NAV, nos 50 partenaires sont essentiellement des revendeurs à valeur ajoutée (Vars) et des SSII régionales."

"Nous privilégions des partenaires revendant nos solutions en apportant une réelle valeur ajoutée. Pour cela, ils les enrichissent grâce à un savoir-faire et des fonctions spécifiques et/ou métiers propres à leurs clients. Ils peuvent aussi proposer des add-ons métiers développés par eux ou par d'autres partenaires. Bien entendu, Microsoft référence ces add-ons dans un catalogue de solutions accessibles aux revendeurs. D'ailleurs, pour être référencé sur nos produits ERP, un revendeur doit pouvoir justifier d'une expertise métier", tient à préciser Bertrand Launay.

Une manière de générer un revenu supplémentaire pour les uns, et de faciliter l'intégration pour les autres. Selon diverses sources, Microsoft envoie en moyenne une cinquantaine de contacts directs (leads) par an à chaque partenaire, et les cycles de vente s'étendent donc sur 4 à 9, voire 12 mois. Les PME/PMI exigent des ventes personnalisées et souvent une mise en compétition basée sur un prototype par plusieurs éditeurs concurrents.

"Nous ne vendons pas de licences en direct, mais pouvons éventuellement accompagner le partenaire via Microsoft Consulting. Quoi qu'il en soit, nous n'intervenons jamais en prime [en prestataire principal]. Nous ne rencontrons que très rarement Oracle sur les projets de nos clients, et moins encore SAP Business, mais régulièrement SAP avec All In One, ou Sage avec Adonix", déclare Bertrand Launay.

All by Microsoft : BI, collaboration...

Les PME/PMI réclament des fonctions décisionnelles ou analytiques : "Les fonctions financières de nos ERP intègrent d'une partie BI, ainsi que les Microsoft Reporting Services si le client utilise sur SQL Server (inclus avec la licence)", répond Bertrand Launay.

Côté collaboration, la plate-forme .net sur laquelle reposent les dernières versions de Nav et AX autorise l'intégration naturelle de Sharepoint Portal Server. Ce dernier apporte la collaboration et favorisant le partage de documents communs, de divers contenus (avec traçabilité, gestion du cycle de vie, etc.). "Une forte demande depuis quelques mois !"

Comme on le constate, Microsoft a affûté ses armes : ses produits sont optimisés et intégrés à ses technologies, les intégrateurs métiers sont sur le pied de guerre, et son image reste intacte auprès de

PME/PMI. Comme le rappelle le début de ce dossier, l'éditeur détient déjà 3 % de part de marché. Il faudra certainement surveiller ces résultats dans quelques mois. Car la concurrence aussi est aux aguets et a déjà planifié ses plans de bataille.

Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiatic

[< Précédante](#) -Page 10- [Suivante >](#)

[Page 1](#) - *Quand l'ERP va, tout va...*

[Page 2](#) - *Les grands ERP partent à la conquête des PME*

[Page 3](#) - *L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?*

[Page 4](#) - *Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes*

[Page 5](#) - *Le mid-market ERP attise toutes les convoitises*

[Page 6](#) - *SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?*

[Page 7](#) - *Cegid, Sage... Qu'elle stratégie pour les éditeurs mid-market ?*

[Page 8](#) - *Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre*

[Page 9](#) - *B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'*

[<Page 10](#) - *Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiatic >*

[Page 11](#) - *Etude de cas: le Crédit Coopératif décroche ses centres d'achat avec Agresso*

Le Laboratoire français de fractionnement et des biotechnologies a choisi l'éditeur français pour rénover tous ses applicatifs. L'entreprise a apprécié la proximité, le professionnalisme et la transparence de leur relation

Établissement pharmaceutique habilité à fractionner le plasma collecté en France et à produire les médicaments qui en sont issus, le **Laboratoire français de fractionnement et des biotechnologies** (LFB), est essentiellement tourné vers l'Hôpital. Quatrième laboratoire pharmaceutique à l'hôpital en France, et cinquième fractionneur européen, LFB propose 20 médicaments dérivés du plasma pour un chiffre d'affaire de 268 millions d'euros réalisé par 1300 salariés en 2006. Chaque année, 500.000 patients sont traités dans le cadre de 80 pathologies, dont plusieurs maladies rares.

Un ERP global et un traitement spécifique

En 2004, les applications informatiques obsolètes de LFB ne répondent plus au besoin, et empêchent la bonne collaboration entre les fonctions administratives de l'entreprise. *"Il nous fallait rénover le système d'information et trouver une solution intégrée, sous la forme d'un ERP complet : compta, finance, gestion, achats, gestion commerciale, etc. Nous souhaitons une solution nous permettant de modéliser au plus près nos processus. Par ailleurs, il nous fallait une solution pouvant traiter autre chose que de l'assemblage. En effet, nous devons gérer des formules spécifiques dans la logique inverse à celle de l'assemblage, avec des coproduits, des sous-produits. Bref, des formules et pas des nomenclatures"*, se souvient Gaël Le Lem, directeur de projets chez LFB.

Un éditeur mid-market calé sur les besoins des PME/PMI

Après avoir étudié différentes offres, l'entreprise retient mi 2004 l'ERP français Qualiatic. La solution répond au cahier des charges et à la couverture fonctionnelle attendue, et permet au laboratoire de modéliser ses processus et de gérer ses formules, en mode natif.

Néanmoins, d'autres raisons ont également plaidé pour Qualiatic. *"Nous avons apprécié la taille humaine de l'entreprise, et LFB correspond parfaitement au cœur de cible PME/PMI de l'éditeur (500 millions de chiffres d'affaires pour 1300 salariés). Nous avons tout de suite ressenti leur intérêt pour nous, et l'envie de travailler avec nous. Dès l'avant-vente, nous avons apprécié leur franchise, leur implication et leur professionnalisme"*, explique Gaël Le Lem.

"Dès le départ, nous savions qu'il manquait quelques fonctions, et avons passé un accord pour développer ces fonctions et les intégrer à la solution. Par exemple, la 'saisie des portées' nécessitait l'utilisation de douchettes lecteur de code-barres sans fil reliées à des PDA, avec intégration à l'ERP. Nous avons donc signé un accord de partenariat pour ce développement, aujourd'hui intégré au produit."

Le projet a été découpé en trois lots planifiés comme suit : le déploiement des achats non stockés en janvier 2005, la gestion commerciale (prise de commande + expédition + facturation) pour juin 2006, et la logistique et la production (avec le calcul des coûts) pour mai 2007 dans les usines des Ulis et de Lille. *"Un projet d'autant plus important pour chez nous, qu'il concerne environ 800 utilisateurs de Qualiatic"*, souligne Gaël Le Lem.

Les délais respectés, avec démarrages à blanc

Ne disposant pas des compétences suffisantes pour dérouler seul le projet, le laboratoire fait appel à l'intégrateur Sopra et à Orga Consultants. Puis, l'équipe mixte (Sopra, Orga, informaticiens et utilisateurs métiers de LFB) est formée par Qualiatic.

La première phase débute en juillet 2004 et se termine en six mois. Les délais sont tenus, permettant à LFB de clôturer l'exercice 2004 avec l'ancien outil, et de repartir en 2005 avec Qualiatic. En mars 2005, les phases 2 et 3 sont lancées en parallèle, et terminées dans les délais en juin 2006 et mai 2007.

"Pour les deux premiers lots, les utilisateurs-clés ont répercuté les formations aux autres utilisateurs. En revanche, la phase 3 concernait 400 personnes, et les utilisateurs-clés ont été associés à nos cellules de formation internes pour monter des sessions de formation sur 3 mois. Effectuées dans les usines, ces formations devaient prendre en compte l'organisation du travail en 3x8", précise Gaël Le Lem.

Pour chaque lot, LFB a effectué des démarrages à blanc en conditions réelles sur une semaine, avec un travail doublé dans Qualiatic. Pour Gaël Le Lem, *"Cette démarche très formatrice a favorisé un déploiement sans accroc. Par ailleurs, cela a permis de lever les freins auprès des utilisateurs non techniques, et de préparer le terrain. En effet, nous avons recueilli leurs avis, et réglé les différents problèmes avant le lancement. Outre les tests de bascule et l'amélioration des interfaces, ce procédé a permis d'affiner l'organisation et de repérer les personnels qui auraient besoin de plus d'accompagnement et d'assistance. Je recommande fortement cette démarche : un investissement qui permet d'intégrer le changement en douceur."*

Le relationnel fait aussi la différence

Avec un tel déroulement, LFB ne peut que se féliciter d'avoir opté pour Qualiatic. Et le directeur de projets de l'entreprise souhaite insister sur un ou deux points exemplaires, à retenir : *"Nous avons profité du paramétrage riche de l'ERP, et bien plus simple que les nombreux outils que j'ai connus lors d'autres expériences. De plus, nos informaticiens ont été surpris par l'excellente qualité technique de Qualiatic. Enfin, nous avons apprécié de travailler avec des personnes à l'écoute : ce qui devait être réalisé était fait, et même refait lorsque nécessaire. Une confiance et une transparence, ainsi qu'une réactivité qui ont permis d'établir d'excellentes relations avec un éditeur vraiment professionnel."*

Etude de cas ERP: le Crédit Coopératif décloisonne ses centres d'achat avec Agresso

[< Précédante](#) -Page 11

[Page 1](#) - Quand l'ERP va, tout va...

[Page 2](#) - Les grands ERP partent à la conquête des PME

[Page 3](#) - L'eldorado des PME : 100 ou 2000 salariés ?

[Page 4](#) - Marché ERP : croissance de 10% à 20% grâce aux grands comptes

[Page 5](#) - Le mid-market ERP attire toutes les convoitises

[Page 6](#) - SAP, Oracle... Comment les poids lourds visent les PME ?

[Page 7](#) - Cegid, Sage... Quelle stratégie pour les éditeurs mid-market ?

[Page 8](#) - Microsoft et l'ASP surgissent de l'ombre

[Page 9](#) - B.Launay, Microsoft: 'Pas de licences en direct pour Dynamics'

[Page 10](#) - Etude de cas ERP: LFB guérit son système d'information avec Qualiatic

<Page 11- Etude de cas: le Crédit Coopératif décloisonne ses centres d'achat avec Agresso>

En déployant cet ERP, la banque solidaire peut désormais mieux planifier ses ressources et suivre en direct la saisie de toutes informations saisies

Créé la fin du 19^e siècle par des coopérateurs pour accéder au crédit comme une banque coopérative, propriété de ses clients personnes morales, le groupe Banque Populaire reste à taille humaine avec les ressources d'un grand groupe.

Sa vocation (précisée dans sa déclaration de principes) : *"Concourir au développement des personnes morales qui composent l'économie sociale."* Avec ses 1742 salariés (fin 2006) et ses 67 agences (et une à distance), il a enregistré un bénéfice net de 45,3 millions d'euros en 2006 (en croissance de + 32,5 %), dont près de 10,2 millions sont revenus aux clients sociétaires du Crédit Coopératif porteurs de parts sociales.

Décloisonner les départements administratifs

La banque solidaire dispose de 11 centres d'achats fonctionnels (CAF) : Comptabilité, Informatique, DRH, Moyens de paiements, ... Chaque CAF disposant d'une autonomie financière, procède à ses propres achats, gère son budget et enregistre les dépenses qu'il engage. Or, la comptabilité et le circuit de règlement des factures évoluaient dans des systèmes clos et distincts. Ainsi, les Caf devaient signer les factures pour validation, avant de les transmettre à la comptabilité pour règlement. Mais une fois les achats enregistrés, impossible de connaître l'état de règlements des factures concernées. Sans compter les multiples saisies et restitutions, sources d'erreurs. Dans ces conditions, difficile de suivre les frais administratifs engagés et de s'assurer de la pertinence de ces informations !

Le contrôle de gestion a donc joué le rôle de maîtrise d'ouvrage pour ce projet, et l'assistance à cette maîtrise a rédigé le cahier des charges. Outre une intégration possible avec l'existant (Oracle sous Unix, comptabilité banca ire Sopra et non bancaire Sage), le produit devait être compatible avec l'environnement Microsoft et la suite bureautique Office, et très simple d'utilisation.

Agresso déployé dans les trois mois impartis

"Agresso Business World nous a paru le produit le plus moderne et le plus ergonomique, où il était facile d'aller à l'essentiel sans passer par une pénible navigation dans un système de menus rigide", explique Jean Pierre Antoine, Responsable de l'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage au Crédit Coopératif. *"L'ergonomie et la navigation dans Agresso Business World ont beaucoup séduit les personnes ayant suivi les démonstrations."*

Six mois après l'expression des besoins, l'implémentation a été réalisée entre septembre et décembre 2004, dans le respect des délais et des budgets alloués. En effet, le démarrage du suivi des frais généraux dans l'outil Agresso était opérationnel au 1er janvier 2005. Puis, le module Immobilisation a été ajouté au premier trimestre 2005.

Pour déployer Agresso, quatre personnes ont collaboré : un chef de projet, deux consultants et un technicien. La maîtrise d'ouvrage a piloté le projet jusqu'à sa livraison et un informaticien analyste,

collaborateur permanent du département Contrôle de Gestion, a été affecté à plein temps au projet. Depuis, cette personne assure l'administration de l'application et crée les requêtes demandées par les utilisateurs. *"Nous n'avons pas rencontré de difficultés particulières avec Agresso : leur équipe a assuré le suivi parfait du projet. Le chef de projet a remarquablement tenu les délais et le budget prévus. Les équipes, tant du côté du prestataire qu'en interne, ont travaillé en parfaite intelligence. Les remarques ou demandes des utilisateurs ont ainsi presque toujours pu être prises en compte"*, précise Jean Pierre Antoine. Une proximité et une collaboration étroite indispensable à ce type de projet. Et bien entendu, toutes les demandes des utilisateurs ne peuvent pas toujours aboutir. Et ce, quelle que soit la solution retenue...

Capitaliser sur un socle opérationnel

Aujourd'hui, Agresso Business World assure le règlement des factures reçues par les CAF, et la comptabilité peut lancer des transactions pour générer les virements ou lettres chèques.

"Les personnels amenés à être de grands utilisateurs de l'outil, se font régulièrement l'écho des gains de temps dont ils ont bénéficié grâce à l'utilisation de l'outil. Le prix négocié a été parfaitement tenu et aucune mauvaise surprise n'est venue entacher la mise en œuvre de la solution", ajoute Jean-Pierre Antoine. La confiance envers le prestataire ou l'éditeur impliqués est souvent entachée par les mauvaises surprises financières. Un mauvais calcul, car les clients discutent souvent entre eux, ou avec les prospects.

Le Crédit Coopératif met actuellement en place une solution de gestion électronique de documents (GED). Avec la numérisation des factures dans Agresso Business World, mettra fin aux envois physiques des factures entre les CAF, amenant aussi plus de sécurité, et une sauvegarde des données, très utile en cas de sinistre.

© 2000 - 2006 Silicon.fr - VNU Business Media Europe