



INTERVIEW - Thierry Ceyras, directeur général Qualiac Groupe

Pour atteindre une taille critique, se mesurer à une concurrence de plus en plus dure, et s'internationaliser, Qualiac (12 M€ de CA) rencontre les difficultés habituelles d'un éditeur français de taille moyenne. Qu'il compense en jouant à fond sur ses atouts : une offre logicielle orientée métier et une écoute plus fine des attentes de ses clients.



Qu'est-ce qui a changé ces dernières années sur le marché du progiciel de gestion ?

Le marché a mûri et cette maturité se traduit par les nouvelles attentes des clients. Ils sont devenus plus exigeants, plus circonspects, manifestant une volonté beaucoup affirmée de rationaliser leurs coûts. On le voit chez nous aux phases d'avant-vente qui sont plus poussées. Le client peaufine son cahier des charges, épiluche son budget, cherche à évaluer le retour sur investissement. Dans sa relation avec l'éditeur, il est plus vigilant aussi sur les aspects contractuels.

Il réclame certes des solutions utilisant des concepts ou technologies modernes (web 2.0...), mais surtout, il se soucie beaucoup plus qu'il y a quelques années de l'adéquation du produit à ses besoins, à ses contraintes réglementaires et métier. Le retour sur les priorités de son métier est une tendance forte de la demande du client. L'époque est quasiment révolue où une entreprise faisait le choix d'une solution unique et généraliste qu'elle déployait à grande échelle. Maintenant, on voit beaucoup plus de projets plus ciblés et limités au périmètre d'une branche d'activité ou d'un département.

Du coup, le client n'attend pas forcément d'un logiciel de gestion qu'il couvre une très large palette de fonctionnalités, du moins ce n'est pas l'essentiel. L'important, c'est que l'outil lui apporte ce qu'il veut de la meilleure manière, qu'il soit plus facile à utiliser, qu'il apporte plus de réactivité. Et qu'il soit en conformité avec la réglementation de son métier : nos clients s'intéressent beaucoup plus qu'avant à cet aspect, nous posent des questions très pointues sur les normes, la certification, notamment dans certains secteurs comme l'industrie pharmaceutique par exemple.

En tant qu'éditeur français d'ERP, vous êtes confrontés à une forte concurrence. Comment la percevez-vous ?

Le marché du progiciel de gestion est un marché de consolidation. Le nombre d'acteurs ne cesse de se réduire, en particulier dans le domaine de l'ERP et des progiciels intégrés de gestion. Je ne crois pas à l'entrée de nouveaux entrants sérieux dans ce domaine.

Moins de concurrence directe, donc, mais en même temps, la concurrence s'est durcie. En tant qu'éditeur d'ERP, nous devons faire face à de gros éditeurs internationaux (SAP, Oracle...) qui visent, avec une puissance de frappe marketing considérable, désormais les mêmes marchés que nous : les grosses PME du mid-market (de 80 millions d'euros à quelques milliards d'euros de chiffre d'affaires).

En parallèle, les cycles de décision se sont rallongés, passant de quelques mois à près d'un an (9 à 12 mois en moyenne). Il nous faut donc mettre fortement en avant nos atouts : la proximité, la verticalisation de l'offre, la défense de la valeur métier, la rapidité d'installation, le faible coût de possession... Et passer plus de temps sur l'avant-vente, l'étape la plus cruciale, c'est-à-dire travailler beaucoup sur des présentations et des maquettes pour montrer rapidement quelque chose de concret. Mais la difficulté de la concurrence est une contrainte positive pour nous.

Est-ce que les mutations du marché ont impacté votre politique de R&D ?

Nous avons une bonne maîtrise de notre R&D, avec 60 personnes, soit 50% des effectifs, qui y sont dédiées et qui travaillent sur deux axes classiques d'évolution, l'un technologique (intégration des nouvelles technologies du Web, de briques open source...), l'autre fonctionnel, avec la création de nouveaux modules (élaboration budgétaire, logistique...). Un nouvel axe réclame un soin attentif : la veille législative. Mais aujourd'hui, c'est surtout sur les phases de test et de recette, de plus en plus importantes, qu'il nous faut mettre l'accent. Nos efforts portent leurs fruits : les applications sont plus fiables, le client plus satisfait, ce qui nous permet d'économiser nos ressources sur le support.

Dependant, la difficulté est de recruter des compétences pour le développement et l'accompagnement au démarrage d'un projet. Le marché de l'emploi informatique souffre d'une forte tension sur les ressources, que nous ressentons. C'est une des difficultés du marché français.

Attendez-vous quelque chose de précis des pouvoirs publics ?

En France, vous le savez bien, l'édition logicielle se compose de petites structures qui, comme nous, peinent à atteindre une taille critique et à s'imposer à l'international. Les éditeurs français de logiciel ont besoin d'être soutenus. Des pouvoirs publics, j'attends surtout une implication sur deux points. Le premier concerne le développement d'une politique de formation de qualité, intégrant la promotion du secteur et des compétences, pour faciliter le recrutement de ressources. En second lieu, nous souhaiterions voir facilité l'accès aux marchés publics, ce qui pourrait se traduire par la mise en place d'un équivalent du SBA américain (l'obligation pour les administrations de réserver une partie de leurs commandes aux éditeurs de petite taille), ou du moins, c'est le minimum, par une simplification sensible des démarches administratives, trop lourdes, trop longues : la démarche d'appel d'offres, par exemple, est d'un formalisme excessif, très pénalisant pour les petits éditeurs.

Cela dit, je pense que nous allons dans le bon sens, il y a eu un certain nombre d'initiatives (comme le Pacte PME, l'association AFDEL...), les pouvoirs publics sont sensibilisés aux attentes du secteur. Mais cela prendra du temps.

Quels sont les défis de Qualiac à court terme ?

D'abord, augmenter nos parts de marché en valorisant les deux axes forts de notre offre : l'un étant la maîtrise de la chaîne des dépenses, donc un axe financier pour tous secteurs (immobilier, banque, mutuelles, santé, presse, associations, services aux entreprises...), l'autre la gestion du process plus axé traçabilité et qualité dans l'industrie dite de process : laboratoires pharmaceutiques, chimie, cosmétologie, agro-alimentaire...

Nous avons également engagé une réflexion pour investir d'autres segments de marché. Ce qui passera par de la croissance externe. Qualiac affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires de 12,2 millions d'euros, avec une croissance organique de +15%. Nous cherchons à atteindre une taille critique que nous évaluons à 40-50 millions d'euros : ce qui ne sera possible que par des opérations de rachat. La croissance externe est aujourd'hui pour un éditeur le seul moyen d'atteindre plus vite une taille critique, tout en permettant d'enrichir rapidement son offre. Et naturellement, un de nos défis essentiels, à court terme, est d'initialiser notre virage vers l'international. Fonctionnellement, notre offre est prête, accessible en six langues, et nous avons beaucoup investi sur la localisation de nos produits. Nous sommes à la recherche de partenaires intégrateurs, soit actifs à l'international (nous travaillons déjà avec Sopra et Micropole), soit bien implantés sur des marchés locaux. Nous ne réalisons aujourd'hui que 10% de notre chiffre d'affaires à l'étranger, notre objectif est d'atteindre les 50% dans deux trois ans.