

# Adobe : PDF, Flash, RIA, interaction et Web 2.0 pour les entreprises

**Adobe Business Exchange**– Pour la première fois, Adobe a invité ses clients entreprises pour évoquer l'évolution du marché et de son offre, au cours d'un tour de l'Europe qui a fait une escale à Paris.

La donne technologique a changé, l'entreprise ne peut plus se contenter d'être un acteur isolé, elle doit communiquer et partager cette information qui fait sa richesse.

Ainsi, selon une étude de l'*Economist Intelligence Unit*, citée par Frédéric Massy, directeur marketing d'Adobe France, 80 % des grands dirigeants estiment que la difficulté à communiquer avec le client freine la croissance de l'entreprise.

L'interaction avec le client devient donc un objectif pour l'entreprise. Après avoir massivement investi dans l'automatisation de leurs applications métiers, le '*back office*', les entreprises se trouvent aujourd'hui dans l'obligation d'ouvrir ces applications pour les rendre utilisable de l'extérieur, tout en donnant un accès à l'information, le '*front office*'.

Mais cette mission nouvelle s'accompagne d'une réelle complexité. A impliquer tous les rouages de l'entreprise, à convoler avec l'hétérogénéité des infrastructures, à disposer de technologies qui peuvent s'affranchir d'outils et d'environnements propriétaires et fermés...

Adobe propose ses solutions, qui s'appuient sur des technologies et formats qu'il a ouvert et qu'il ambitionne de rendre universels : PDF et Flash. Et l'éditeur dispose d'une arme imparable pour imposer sa vision, la quasi universalité de facto de ses technologies, avec Flash présent sur 98 % des ordinateurs dans le monde, et PDF sur 89 %. Même Microsoft avec Windows n'est pas capable d'en faire autant !

La stratégie de Microsoft avec Silverlight, concurrent annoncé de Flash, en dit long sur la position unique et enviée qu'occupe Adobe...

L'autre ambition de l'éditeur porte sur le Web 2.0. Cet environnement à la fois interface et application ergonomique, fluide et conviviale s'impose dans les services, web de préférence, mais également par sa capacité annoncée de s'affranchir dans un futur proche du navigateur, via une interface client riche (RIA).

Il faut cependant disposer d'outils pour supporter cette stratégie. Chez Adobe ils s'appellent Acrobat (PDF), Flex (*front office*) et très prochainement AIR (Web 2.0). Et pour chapeauter l'ensemble au travers des processus de production de l'entreprise, Adobe LifeCycle.

Acrobat permet par exemple de créer des formulaires à partir de documents Word, Excel ou numérisés, qui seront diffusés sur le web. Il permet également de définir des niveaux d'accès et de modification des documents, donc de contrôle du contenu.

LiveCycle apporte un ensemble de services à intégrer dans le système d'information. Sur le poste

du client, il s'appuie sur couche 'client' composée des 'players' Adobe Reader (PDF) et Flash Player. Et il intégrera prochainement AIR, pour les applications RDA (*Rich Desktop Applications*).

Avantage indéniable de ces solutions sur ce que propose le concurrent Microsoft, et qui explique la nouvelle stratégie de plate-forme Silverlight de ce dernier, les solutions d'Adobe sont multi plates-formes, Windows, Mac ou Linux.

Autre avantage, certaines technologies, comme PDF, ont été élevées – et sans polémique ! – au rang de standard par l'ISO, ou le seront prochainement dans toutes leurs déclinaisons, PDF/ (archivage), PDF/X (exchange), PDF/E (ingénierie) et PDF/UA (universalité d'accès). Les deux premiers sont standard ISO, les deux suivants sont en cours de l'être.

Pour flash, la démarche d'Adobe est quelque peu différente. Le 'player' Flash (*lecteur*), même s'il est gratuit, reste une technologie propriétaire. En revanche, le langage ActionScript a fait l'objet d'une ouverture de sa *Virtual Machine*, dont le code a été offert à la fondation Mozilla dans le cadre du projet open source Tamarin, que l'on retrouvera certainement dans Firefox 3.

Quant à AIR (*Adobe Integrated Runtime*), il se présente non pas comme un remplaçant de Flash et PDF, sur lesquels il s'appuie et qui constituent un socle technologique, mais comme un environnement d'exécution qui permettra de faire tourner des applications en mode connecté ou déconnecté, même sans navigateur.

Des applications AIR tournent déjà, chez Yahoo, AOL, SAP ou encore Business Objects.

Reste de Web 2.0. Mais pourquoi tous les acteurs du marché s'engouffrent-ils sur ce créneau ? La réponse d'Adobe tient dans une étude de Benchmark Group (2007) qui affirme qu'aux yeux des DSI, seule la performance des applications Internet riches (RIA) est en mesure d'apporter la qualité de service attendue par les utilisateurs et de les fidéliser.

Et Michael Chaize, technical sales Flex & LiveCycle d'Adobe de s'engouffrer dans la brèche : « *Les RIA reprennent les composants du Web 2.0 qui met souvent l'utilisateur au cœur de ma vie de l'application.* »

Les RIA vont-elles pour autant remplacer les applications bureautiques, locales, par des services applicatifs qui s'exécutent en mode web, et avec la même richesse ergonomique ? Adobe semble le croire, insistant sur les interfaces plus intuitives, l'enrichissement avec le multimédia et les réseaux sociaux, et l'actualisation quasi permanente du contenu.

« *L'impact des RIA est colossal pour toutes les industries. Une expérience utilisateur attractive et engageante assure le succès d'une application d'entreprise et les gains de productivité sont significatifs.* »

Interrogé par nos soins sur la question, William Band, *Principal Analyst Enterprise Applications* de Forrester Research, a été plus réservé. Il ne voit pas dans un avenir proche RIA et SaaS occuper plus de 20 % des postes de travail... Tout en soulignant l'intérêt que les entreprises portent à des acteurs come Google ou Salesforce.com !

En conclusion, la guerre est ouverte pour occuper différemment le poste de travail, et Adobe dispose de sérieuses munitions. Mais que sera ce poste dans quelques années ? Même Adobe hésite à s'engager dans une telle prospective...