

BonitaSoft (BPM open source) : 2013, l'année de la reconnaissance à l'international

BonitaSoft, éditeur français open source spécialisé dans le BPM (pour *Business Process Management*), s'apprête à boucler une année importante de sa (jeune) histoire, comme l'explique **Miguel Valdés-Faura**, le PDG de BonitaSoft.

Avec, tout d'abord, un **troisième tour de table** bouclé en mai, avec à la clé 10 millions d'euros de fonds levés. Depuis sa création il y a un peu plus de quatre ans, BonitaSoft a levé un total de 22 millions d'euros. La **sortie de la version 6.0** de Bonita est un autre temps fort de l'année pour le jeune éditeur. Cette version se focalise sur deux points : la simplicité d'utilisation et la 'scalabilité'. « *De plus en plus de gens utilisent Bonita en production* », constate Miguel Valdés-Faura. Mieux gérer la montée en charge devenait donc nécessaire.

Notez enfin que la société propose maintenant des processus types, prêts à l'emploi, et ce dans de multiples domaines : banque et assurance, directions financières, ressources humaines, secteur public, etc. [Plus de détails à ce propos se trouvent sur cette page web.](#)

Des effectifs en croissance rapide

Entre 2012 et 2013, BonitaSoft est passé de 90 à 140 employés. 115 d'entre eux sont installés en France (le siège et la R&D sont à Grenoble, une présence commerciale est également située à Boulogne) et les 25 restant à San Francisco, aux États-Unis.

Le bureau américain de l'éditeur n'est dédié qu'au marché local, alors que les implantations françaises couvrent le reste du monde. « *Nous sommes fiers d'être une société française, avec une R&D située en France* », explique notre interlocuteur. Mais une société largement déployée à l'international : en 2013, **70 % du chiffre d'affaires** environ sera réalisé avec des **clients situés hors des frontières**. Entre 2012 et 2013, l'activité a par ailleurs été multipliée par deux.

[Lire notre dossier : « [BPM : dépasser l'email pour déployer une gestion des processus de bout en bout](#)«]

Cette croissance s'accompagne de l'arrivée d'un nouveau profil senior, **Jean-Luc Solans**, récemment nommé directeur de la stratégie de BonitaSoft. Son rôle ? « *Renforcer l'aspect management, faciliter le relais entre les différentes équipes (techniques et commerciales) et nous aider à passer à la prochaine étape.* » Un challenge d'autant plus difficile que BonitaSoft regroupe des profils très variés, en provenance de 25 pays différents.

Un modèle qui s'exporte

En trois ans d'activité, BonitaSoft est passé de 0 à 900 clients. Dans 70% des cas, il s'agit de sociétés de moyenne ou grande taille.

L'éditeur a été plusieurs fois primé cette année outre-Atlantique. Visiblement, la sauce commence à prendre aux États-Unis. « *On s'exporte bien. 2013 aura été l'année de la reconnaissance de nos produits à l'international* », constate le patron de BonitaSoft.

Parmi les cas clients les plus récents, on notera la société d'assurance suisse **Hotela**, qui utilise l'offre BPM de l'éditeur français pour automatiser l'ensemble de son back-end. Citons également en France le cas de la **CFDT**, dont le nouveau SI basé sur des logiciels libres s'appuie sur Bonita afin de mieux gérer les adhésions et leur suivi. [Les cas clients sont référencés ici.](#)

Et pour 2014 ? « *Nous avons trois focus, explique Miguel Valdés-Faura. 1/ Continuer à gagner de nouveaux clients et progresser chez les clients existants. 2/ Poursuivre nos efforts – qui commencent à payer – sur le marché américain. 3/ Permettre à nos clients de mieux estimer les gains qui seront engendrés par l'adoption de nos solutions.* » L'éditeur envisage ainsi de **greffer à sa solution des outils analytiques** permettant aux utilisateurs de mesurer les gains amenés par le BPM, comme l'explique Miguel Valdés-Faura dans l'interview vidéo ci-dessous.

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Connaissez-vous les logiciels open source ?](#)

[BPM : dépasser l'email pour déployer une gestion des processus de bout en bout](#)