

Denis Lafont-Trevisan (Capgemini) : « Un quart des sociétés du CAC 40 utilise Drupal



Hier, nous nous sommes penchés sur le phénomène Drupal, en compagnie de [Cyril Reinhard](#), directeur régional France, Suisse et Europe du Sud d'Acquia.

Aujourd'hui, nous abordons le sujet sous l'angle des grands comptes, avec **Denis Lafont-Trevisan**, responsable du développement « Digital Commerce », Applications Services chez Capgemini France (notre photo).

Ce centre d'excellence travaille avec diverses technologies, dont Drupal.

Une montée en puissance rapide

Le CMS open source Drupal, Capgemini le connaît bien. Son activité autour de cette solution a débuté en 2007, via une adoption en interne.

Sur 2008-2009, la SSII a mené à bien plusieurs projets Drupal, pas encore pour des grands comptes, mais pour des collectivités territoriales et des entreprises de taille intermédiaire disposant de besoins spécifiques.

À partir de 2010, les grands comptes sont entrés dans la danse. « *C'est à cette époque que Voyages-sncf.com a pris la décision de basculer sous Drupal, indique Denis Lafont-Trevisan... même si la migration n'a été effective qu'en 2011.* »

La courbe s'est accélérée par la suite, avec l'adoption en masse de Drupal par les grands comptes : administrations, sociétés du CAC 40 « élargi », etc. Notre interlocuteur cite des sociétés comme Alcatel Lucent, la Société Générale, PPR ou Carrefour. « *Sur les quarante premières sociétés cotées en France, une dizaine utilise ou utilisera bientôt Drupal. Aucune ne le faisait il y a trois ans.* »

En 2012, cette montée en puissance est encore plus marquée, en partie grâce à l'arrivée de nouvelles offres clés en main (chez Acquia) et de solutions adaptées au e-commerce (chez Commerce Guys). Drupal est aujourd'hui une solution largement employée par les sociétés disposant d'une présence Internet « *multi-langue et multi-site* ».

Denis Lafont-Trevisan remarque également que la part de Drupal sur les 10 000 premiers sites mondiaux est supérieure à celle du premier million de sites web ([source](#)). Preuve s'il en est que ce CMS est particulièrement apprécié au sein des grandes entreprises.

La communauté... et les professionnels

Pour expliquer le succès de Drupal, notre interlocuteur souligne l'intelligence de la communauté

gravitant autour de ce projet, mais aussi celle du créateur de ce CMS, **Dries Buytaert** : « Une intelligence en termes de conception, de vision et d'organisation, le tout en avançant pas à pas. »

Des caractéristiques qui permettent de faire de ce projet une offre « solide, puissante, bien pensée et modulaire ».

Seul regret, une roadmap 100 % communautaire, et donc parfois un peu technique. C'est ici, estime Denis Lafont-Trevisan, qu'**Acquia** a su renverser la vapeur en devenant le « porte-parole des entreprises, dans le respect de la communauté ».

Tout ceci permet à Drupal de rassembler le meilleur des deux mondes. D'un côté une communauté très axée sur la technique (comme en témoigne le futur Drupal 8), et de l'autre un vaste écosystème de professionnels, dont Acquia, Commerce Guys... et Capgemini.

Commerce Guys : la bonne offre au bon moment

Denis Lafont-Trevisan revient enfin sur l'histoire très intéressante de Commerce Guys, éditeur franco-américain de la solution **Drupal Commerce**, laquelle permet d'ajouter des composantes e-commerce à Drupal.

« Commerce Guys est arrivé à la croisée de différentes problématiques et besoins : le rachat de Magento par eBay, qui a jeté le doute chez les utilisateurs; la traction formidable de Drupal; et le besoin croissant de plateformes évolutives. »

Le produit, stabilisé, monte maintenant en puissance, et devrait prochainement disposer de son propre marketplace. « Drupal Commerce capitalise sur le succès de Drupal et dépasse même maintenant ce cadre », conclut Denis Lafont-Trevisan.

Ceci explique probablement pourquoi Capgemini et Commerce Guys ont signé un partenariat en juin 2012, avec à la clé le recrutement conjoint de 50 consultants Drupal Commerce.

Crédit photo : © Capgemini