

[Dossier BI : un marché de 1,71 milliard d'euros](#)

Sommaire

Page 1- [suivante >](#)

[Page 2 :](#)

La BI

française croît de 14 % en 2007

La vente de licences reste élevée, dopée par la démocratisation de la BI et sa présence sur les diverses fonctions de l'entreprise. Le Top 5 des acteurs 2006 ne risque-t-il pas d'être chamboulé, en pleine vague de consolidation ?

[Page 3 :](#)

La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité

Une analyse basée sur des documents des spécialistes d'IDC France, pour mieux comprendre les réalités du terrain, les souhaits de spécialistes et les freins culturels et organisationnels

[Page 4 :](#)

La Business Intelligence, pour qui ?

Pour quoi faire ?

Les entreprises françaises ont presque toutes adopté la BI. Néanmoins, le décisionnel hexagonal n'en est qu'au stade de l'adolescence, et reste peu diffusé dans l'entreprise

[Page 5 :](#)

Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs

Les projets d'évolution des applications BI installées montrent les tendances majeures des mois à venir. On voit remonter la gestion de la production et la généralisation à presque tous, mais si peu?

[Page 6 :](#)

Un marché immature en pleine évolution

Priscilla Stanley pour Pierre Audoin Consultants et Alain Pétrissans pour IDC France nous donne leurs impressions sur l'état du décisionnel en France et les tendances porteuses. Sans langue de bois !

[Page 7 :](#)

Plus quatre milliards de dollars pour le CPM

!

La gestion de la performance financière et opérationnelle (ou CPM pour Corporate Performance Management) est devenue la star des éditeurs BI, qui y voient le levier majeur des futures applications analytiques. Le MDM progresse également, mais plus discrètement

[Page 8 :](#)

Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus

?

Industrie ? Secteur public ? Banque ? Où sont les territoires à conquérir ? La planification budgétaire, l'ergonomie, l'intégration et la collaboration semble des leviers fiables pour convaincre les clients

[Page 9 :](#)

Le mid-market réclame aussi une BI évoluée

Ah ! Ces PME/PMI? Quelles attentions, quelles sirènes ! Tous les éditeurs ciblent ces entreprises aux budgets informatiques croissants, poussées par une économie globalisée à rattraper leur retard en équipement informatique. Bien entendu, La BI n'échappe pas à la tendance

[Page 10 :](#)

Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?

Le décisionnel s'immisce partout. Et s'il devenait finalement une fonction de base de toute application, serait-il toujours pertinent de proposer des produits spécialisés ?

La BI française croît de 14 % en 2007

[< précédente](#) -Page 2? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

La vente de licences reste élevée, dopée par la démocratisation de la BI et sa présence sur les diverses fonctions de l'entreprise. Le Top 5 des acteurs 2006 ne risque-t-il pas d'être chamboulé, en pleine vague de consolidation ?

La forte concentration du marché de la Business Intelligence dépasse l'intérêt des seuls acteurs spécialisés comme Business Objects ou Cognos, et ouvre également l'appétit de sociétés comme SAP ou Oracle, qui y investissent des millions d'euros. Et pour cause !

Plus de 1,5 milliard d'euros en 2006

Comme le montre l'étude intitulée '*Business Intelligence 2007*', publiée par Pierre Audoin Consultants (PAC) l'été dernier, le secteur enregistre toujours une forte croissance et le cabinet d'étude estime même que le marché global devrait atteindre 1,71 milliard d'euros en 2007.

En France, on constate sur le terrain la multiplication des projets décisionnels, et plus seulement sur les départements commerciaux, CRM et autres, mais aussi dans des services aussi divers que les finances et la comptabilité, l'administration de systèmes ou encore les ressources humaines, pour n'en citer que quelques-uns. Au final, une bonne partie des budgets informatiques sont donc consacrés à la BI.

Ce que confirme Priscilla Stanley, analyste chez PAC, en affirmant que « *la montée en valeur des projets de Business Intelligence se traduit par une croissance globale dépassant les 15 % (dépendance logiciels et services) en 2006 pour atteindre 1,5 milliard d'euros* ». Cette croissance exceptionnelle, estimée à 14 % pour 2007, devrait toutefois connaître un léger ralentissement dès 2008. « *Pour autant, le marché devrait peser près de 2 milliards d'euros à l'horizon 2009-2010, avec une croissance moyenne par année dépassant les 11 %* », assure malgré tout Priscilla Stanley.

L'intégration et les licences, principaux leviers économiques

En examinant la répartition du chiffre d'affaires de la BI, on constate que les licences et la maintenance représentent encore 34 % des revenus. La démocratisation de ces solutions dans l'entreprise explique en partie le phénomène avec la répercussion sur les filiales mineures, jusqu'alors non équipées, afin de mieux consolider. Bien entendu, la généralisation du décisionnel dans les diverses activités et dans tous les départements de l'entreprise contribue à ce bon résultat. Des ventes qui compensent le ralentissement mécanique de la vente de plates-formes BI déjà bien déployées.



Certes, les outils sont plus simples à utiliser et s'intègrent aux suites bureautiques et aux navigateurs Web. Néanmoins, un des leviers les plus importants est la simplification de l'intégration et de la communication interapplicative permise par les architectures SOA et les services Web désormais présents dans la quasi-totalité des solutions.

D'ailleurs, l'intégration représente la part de marché la plus importante à 47 %. Un score assez

logique. En effet, comment prendre de bonnes décisions sans être relié directement aux données opérationnelles les plus sûres et les plus récentes ? A ce propos, les rachats comme les projets portent de plus en plus sur la gestion de la performance, évolution ultime du décisionnel, comme nous le verrons plus loin dans ce dossier.

Enfin, Priscilla Stanley ajoute que « *les évolutions réglementaires continuent de soutenir une partie de la croissance, notamment avec IFRS, la LOLF ou la T2A. Et, d'un point de vue service, la TMA décisionnelle devient en 2006 l'activité la plus dynamique sur le marché de la BI, offrant de belles perspectives de croissance aux acteurs décisionnels.* »



Un Top 5 très provisoire

Sur le marché français, cinq acteurs s'octroient plus de la moitié du marché décisionnel (53 %). En 2006, Business Objects (BO) et SAS partagent la tête du classement avec 13 % de part de marché. Le rachat de Cartesis et son intégration à l'offre existante permettront-ils à BO de continuer à cohabiter en tête du classement ?

Hyperion, toujours très actif sur le marché français, occupe le troisième rang à 10 %. En rachetant cet acteur dynamique, Oracle pourrait bien accélérer ses propres ventes et occuper une place de choix dans ce classement dès 2007. Ou alors, subira-t-il l'effet l'inverse ? Microsoft se porte déjà bien aux côtés de Cognos avec 7 %. Le lancement de sa gamme PerformancePoint Server 2007 jouera-t-il en sa faveur, avec son image (erronée, mais persistante) de fournisseur PME/PMI, dans un milieu où les grands comptes font fortement bouger le marché ?

Enfin, Cognos vient tout juste de racheter Applix, le spécialiste du CPM (*Corporate Performance Management*), pour enrichir son offre de gestion de la performance financière. Ce qui en fait un acteur de choix pour répondre à cette forte tendance des nouveaux projets BI.

La consolidation plus ou moins aboutie et réussie de ces rachats conduira peut-être certains de ces acteurs vers l'indigestion. Rendez-vous en 2008 !

La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité

[< précédente](#) -Page 3? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Une analyse basée sur des documents des spécialistes d'IDC France, pour mieux comprendre les réalités du terrain, les souhaits de spécialistes et les freins culturels et organisationnels

Si les spécialistes et tous les acteurs prévoient une démocratisation du décisionnel, ils souhaitent également la généralisation des fonctions analytiques utilisables par tous, bien évidemment dans la limite de ses attributions et donc de son intérêt professionnel. Mais la situation sur le terrain ne laisse pas présager un avènement de l'analytique pour tous dans un proche avenir.

La BI pour tous a des limites? surtout culturelles

En effet, lorsque le cabinet d'étude IDC dresse un panorama de la donne du décisionnel en entreprise, on constate surtout une généralisation du reporting :

1- **de très nombreux décideurs locaux** peuvent aujourd'hui générer des **rapports opérationnels** centrés sur les métiers leur apportant essentiellement une **vision locale**;

2- **les directions opérationnelles et fonctionnelles** accèdent à des tableaux bord, enrichis de **fonctions analytiques**, correspondant à un périmètre à un niveau de responsabilité, donc une vision élargie ;

3- **les managers de haut niveau** accèdent au système de pilotage décisionnel intégrant les indicateurs-clés de mesure de performance de l'entreprise, information la moins diffusée.

Pourtant, une vision globale pour tous (bien sûr limitée à ce qui est diffusable et selon les attributions) donnerait du sens aux actions et aux résultats de chacun et favoriserait le sentiment de contribuer aux résultats de l'entreprise.

Apparemment, il semble évident et utile de briser les silos applicatifs, mais surtout pas les illusoires niveaux d'autorités qui reposeraient sur le fait de détenir seuls certaines informations. Certes, il existe des informations confidentielles, mais diffuser un maximum d'indicateurs pertinents à chacun contribue aussi à la culture d'entreprise et à la responsabilisation individuelle.



Les niveaux de maturité face à l'offre

Comme le montre le schéma IDC sur les systèmes à optimiser, l'évolution de la BI ?et donc le niveau de maturité décisionnel de l'entreprise- passe du reporting aux tableaux de bord et au portail décisionnel, pour aboutir à l'analyse prédictive.

Pourquoi donc ne pas donner un accès aux outils les plus évolués à chaque employé concerné ? D'autant plus que, comme le souligne ce schéma, ces outils les évolués permettent d'améliorer les processus métiers. Mieux encore : ils permettent d'améliorer fortement l'avantage compétitif de la

société. La mesure permet aussi à chacun de se situer, et de comprendre à travers ses résultats d'obtenir une mesure de ses propres performances.

Est-il réellement utile de faire des points réguliers avec un supérieur qui 'révèle' alors le score, dans une relation maître/élève plus que discutable ? Un manager qui ne justifierait sa fonction que par ce type de mécanisme devrait vraiment se poser des questions? Plus de temps consacré à l'assistance, à la discussion sur les actions, et à la planification, serait certainement plus bénéfique.



Une évolution difficile, mais plus rapide que les mentalités

Jusqu'au milieu des années soixante-dix, le reporting de production et les statistiques reposaient sur des processus informatiques transactionnels statiques par lot (batch), généralement lancés la nuit pour 'pondre des kilos de listings'.

Après cette genèse douloureuse, **la fin des années 80** a vu arriver les cubes multidimensionnels OLAP, les requêtes SQL et Ad-hoc, le datawarehouse, et le datamining. À l'époque, des bataillons de décideurs se sont éreintés à apprendre les rudiments d'un langage SQL, dont des informaticiens (sûrement un peu naïfs) vantaient la simplicité.

Au milieu des années 90 et jusqu'en 2004 les modèles 'en langage naturel' ont débarqué, avec les modèles de données. Et surtout, les éditeurs ont formalisé les premiers vrais ETL dignes de ce nom, avec déjà des préoccupations sur la qualité des données. C'est ainsi qu'il y a quatre ans, nous avons vu apparaître les 'plates-formes BI', devenues 'Suite BI', jusqu'à la prochaine trouvaille marketing... Quoi qu'il en soit, les applications analytiques vraiment abouties se sont généralisées avec des spécialisations métiers ou transversales (verticales, horizontales? au choix du lecteur).

Depuis 2004-2005, l'automatisation des processus de décision est intégrée aux offres, les *Balanced Scorecards* (tableaux de bord prospectifs apportant au manager une vision globale de la performance de l'entreprise avec des métriques intégrant autant les résultats financiers que les questions humaines amenant ces résultats). La collaboration et le workflow ont également rejoint les suites BI.

La dernière et future étape, dont l'arrivée est estimée entre 2005 et 2020, est baptisée '*Automatisation intelligente des processus*' par IDC, et amène le contrôle par événement pour la direction, les analyses de contenu pour les statisticiens, la '*Process Awareness*' (sic ? conscientisation des processus ?) pour les analystes métiers, des analyses prédictives enfin accessibles aux employés, et des alertes automatiques destinées aux partenaires externes. *'I have a dream?'*

La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?

[< précédente](#) -Page 4? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Les entreprises françaises ont presque toutes adopté la BI. Néanmoins, le décisionnel hexagonal n'en est qu'au stade de l'adolescence, et reste peu diffusé dans l'entreprise

Début 2007, IDC a mené une enquête multisectorielle sur la BI en France, auprès d'un panel de 200 entreprises employant entre 500 et plus de 5.000 employés.

Un taux d'équipement apparemment important

Lors de cette enquête, 87 % des entreprises affirmaient être équipées d'une application décisionnelle ou de Business Intelligence. Le cabinet IDC mentionne par ailleurs que 100 % des entreprises non équipées alors projetaient néanmoins de mettre en place dans les prochains mois ou les prochaines années une application décisionnelle. Ce qui confirme bien le fort dynamisme du marché en 2007 mentionné en début de dossier par l'étude de Pierre Audoin Consultants (PAC).



Parmi les sociétés équipées, 30 % précisent qu'elles ont déployé ces solutions dans tous les départements de l'entreprise. Et si l'on examine les services les plus concernés, on retrouve en tête les services en lien direct avec l'argent. Ainsi, l'Administratif/Financier est le service plus cité à 73 %, suivi du Commercial-Ventes à 42 %, tandis que les Achats (et donc les dépenses) n'arrivent qu'en septième position à 19 % ! Assez logiquement, on retrouve la direction générale à égalité au second rang (42 %) qui assure le pilotage de l'entreprise, suivie de l'informatique (32 %) qui gère le plus souvent le budget le plus conséquent.



La BI analyse d'abord les flux financiers

Assez logiquement, la gestion financière (à 80 % !) arrive au premier rang des préoccupations des entreprises, qui veulent, à juste titre, maîtriser et optimiser les flux financiers de leur organisation. Une démarche qui passe par la compréhension et la mesure.

Logiquement, il leur faut déterminer comment gagner au mieux cet argent... C'est pourquoi la gestion commerciale est en seconde position à 50 %, suivie de l'analyse de la gestion de la relation client à 34 %. L'optimisation de la production arrive à égalité avec la gestion de la relation client à 30 %, juste avant la logistique (25 %) et la gestion des approvisionnements (22 %).



Le tableau global illustre donc la vision financière de l'activité. On pense avant tout à regarder le porte-monnaie, pour enfin se pencher sur l'origine de ces gains, la production et les approvisionnements. Pourtant, comment optimiser les ventes si la production plombe les coûts ?

Il y a quelques années, le PDG d'une grande régie automobile constata que ses vendeurs positionnaient leur entreprise comme 'constructeur de voiture'. Il mit tout en ?uvre pour qu'ils pensent surtout que la société 'vendait des voitures'. Mais, pendant ce temps-là, il a surtout fait en sorte d'optimiser les chaînes de production et d'approvisionnement pour améliorer le prix de revient et la qualité.

Le tertiaire gagnerait parfois à s'inspirer des industriels qui raisonnent toujours en coûts optimisés et ensuite en gains. Certes, la vente rapporte, mais la vente de quoi ? Et comment votre produit arrive-t-il dans les mains du commercial ?...

La démocratisation attendra

Seules 30 % des entreprises (de 500 à 5.000 salariés?) ont ouvert l'accès au décisionnel à plus de 100 utilisateurs, tandis que 53 % d'entre elles le limite à moins de 50 employés. Pourtant, le plus gros effort sur un projet BI reste le déploiement de la plate-forme. Un effort de plusieurs centaines de milliers d'euros finalement pour bien peu d'utilisation. Un argument complexe à défendre en période de réduction des coûts.

Et quels types d'outils utilisent donc ces entreprises ? Essentiellement le reporting (88 %) et le requêtage (84 %), et plus modestement l'analyse multidimensionnelle (46 %).



On constate donc que la BI en est encore au stade de la puberté dans les entreprises françaises. Espérons qu'elles vivront une adolescence rebelle et généreuse, pour aller contre le discours de nombre de décideurs dits de 'haut niveau' qui souhaitent souvent se réserver leur jouet, certes très utile, mais pour leur propre vision. Une information ne prend de valeur que si elle est diffusée et partagée au plus tôt par tous les intéressés.



Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Les projets d'évolution des applications BI installées montrent les tendances majeures des mois à venir. On voit remonter la gestion de la production et la généralisation à presque tous, mais si peu?

Les estimations de marché annoncent une croissance enviable et durable de la BI. Mais sur quelles évolutions les entreprises sont-elles prêtes à investir en priorité ? Si ces chiffres de l'enquête IDC sur la BI concernaient l'année 2007, la plupart de ces projets ne sont pas datés. De plus, certains d'entre eux nécessitent des chantiers de plusieurs mois.

La BI alimente les projets BI

Les résultats de l'enquête montrent que les extensions fonctionnelles arrivent en tête à 56 %, prouvant que les entreprises sont satisfaites de la BI et souhaitent aller plus loin avec ce type d'outil, et même passer à une nouvelle version de l'application existante (49 % des réponses). Autres indices de satisfaction, elles souhaitent en ouvrir l'accès à plus d'utilisateurs (46 %), et la généraliser pour le suivi de nouvelles activités (45 %), ou déployer une nouvelle application décisionnelle (31 %).

Ces applications, gourmandes en puissance brute et reposant sur une infrastructure de données, amènent souvent les informaticiens à repenser leur infrastructure de données, et toujours à se pencher sur la qualité des informations utilisées. Rien d'étonnant alors dans le désir des sociétés d'installer une version plus récente de leur base de données (27 %), de créer de nouveaux entrepôts de données (27 %), de consolider l'architecture décisionnelle reposant souvent sur plusieurs outils BI (22 %), ou carrément changer de base de données (7 %) ou d'application décisionnelle (6 %). Dans ce dernier cas, on peut penser que l'insatisfaction a pour origine l'outil utilisé plutôt que la fonction décisionnelle.



Un léger soupçon de démocratisation

Lorsqu'on examine ce que les entreprises de 500 à 5.000 salariés entendent par 'extension du nombre d'utilisateurs', on constate que 40 % d'entre elles pensent à plus de 50 utilisateurs, et seuls 16 % du panel parlent de plus de 100 utilisateurs. Ce qui confirme l'analyse du 'stade adolescent BI' des entreprises hexagonales.



Argumentation confortée par les extensions fonctionnelles envisagées. En effet, le reporting (62 %) et les requêtes (52 %) seront un peu plus 'démocratisés', tandis que l'analyse multidimensionnelle

atteint péniblement les 22 %, et que les fonctions de Balanced Scorecard restent le privilège du 'haut du panier' à 15 %. Et que dire des 7 % du portail décisionnel ? Installer un tel 'portail' a-t-il encore un sens s'il permet si peu de passage ?



Sur quelles activités portent les futurs projets ?

Si la gestion financière occupe encore sa place de choix pour les nouveaux développements BI, il est rassurant de voir la gestion de la production arriver en seconde position à 26 %. Les leçons de l'expérience amènent enfin les décideurs à revoir les basics après avoir optimisé la fin de la chaîne. Mieux vaut tard que jamais !

De même, la gestion de la logistique arrivant au quatrième rang à 21 % confirme cette évolution salubre. En revanche, la gestion des achats ne dépasse pas la barre des 20 %. Pourtant, en période de réduction des coûts généralisée, il semblerait logique d'étudier et d'optimiser aussi les dépenses. Si les applications marketing semblent peu présentes à 8 %, on constatera que le CRM analytique et la gestion de la relation client représentent 44 % des extensions prévues. Or qui donc utilise le plus ce type de données décisionnelles ?



Un marché immature en pleine évolution

[< précédente](#) -Page 6? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Priscilla Stanley pour Pierre Audoin Consultants et Alain Pétrissans pour IDC France nous donnent leurs impressions sur l'état du décisionnel en France et les tendances porteuses. Sans langue de bois !

La mesure et l'analyse du marché permettent toujours de relativiser les discours des éditeurs et de

certains gourous, forcément intéressés. Si faire passer des messages permet 'd'éduquer le marché', certaines vérités moins plaisantes sont pourtant bonnes à entendre.

Un marché vieux-jeune en pleine ébullition

« Le décisionnel est déjà un vieux marché, puisque les premiers datawarehouses sont nés il y a vingt ans. Pourtant, ce marché n'est toujours pas mature, en toujours en pleine évolutio », lance clairement Alain Pétrissans, directeur des études chez IDC France.

En matière de technologies de l'information, une période de vingt ans semble effectivement une éternité. Et il est étonnant de constater que la BI se répand à un rythme finalement plutôt lent.



Mais déjà les divergences marquées apparaissent, comme le souligne Priscilla Stanley, consultante chez Pierre Audoin Consultants (PAC) : « On distingue deux types de familles sur ce marché. Les solutions tout-en-un (logiciel, matériel, infrastructure dédiée...) avec des sociétés comme Teradata ou HP avec Neoview. Ces offres sont essentiellement destinées à équiper les grandes, voire très grandes, entreprises. Quant à Business Objects, Cognos et SAS, leurs offres reposent sur une plate-forme BI ouverte avec gestion des performances de l'activité. Pour des raisons historiques, le premier est présent chez les PME/PMI, tandis que les deux autres adressent plutôt les grandes entreprises. Enfin, Microsoft effraie tout le monde, avec ses solutions et son infrastructure moins chère, simple à utiliser, et ne nécessitant pas forcément le recours à des informaticiens. »



Autre phénomène mentionné par Alain Pétrissans, l'arrivée, ou le retour, des éditeurs de SGBD : « Si on rencontre des entreprises spécialisées comme Business Objects/ALG Software, SAS, ou Cognos, il faut aujourd'hui également compter avec les éditeurs traditionnels de bases de données qui reviennent en force. »

« Ainsi, Oracle s'est enrichi de l'ETL Sunopsisdes technologies analytiques de Siebel, et des solutions d'analyse de la performance d'Hyperion. De même, IBM a acquis l'ETL Ascential et développé fortement son offre BI. Enfin, Microsoft a proposé le premier sa base de données SQL Server avec un moteur Olap inclus, et lance actuellement ses solutions de restitutions évoluées avec PerformancePoint. »

Quant aux discours des éditeurs sur l'orientation marquée vers les PME/PMI, avec des prix étudiés et une utilisation simplifiée, la réalité sur le terrain semble bien différente. « Les PME de 200 personnes se contentent généralement de faire de la BI sous Excel. Et cela leur suffit tant qu'il y a assez de lignes et de colonnes », rapporte, amusée, Priscilla Stanley.

Le pactole de la consolidation et de l'élaboration bud gétaire

Les entreprises ont longtemps fonctionné en silos (et beaucoup continuent), avec des services ne communiquant pas entre eux. Résultat : des applications multiples dans l'entreprise qui échangent peu ou pas directement les informations.

« On constate dans une grande partie des entreprises la coexistence distincte de 5 à 6 bases de données différentes, correspondant à autant de silos départementaux ou métiers. C'est pourquoi la majorité des projets BI actuels intègrent forcément une **consolidation des données** vers une plate-forme commune avec

un référentiel unique. Cette intégration représente d'ailleurs 16 % du marché des services BI, et 8 % de la vente de licences », affirme Alain Pétrissans.

À écouter les éditeurs, il n'y en a que pour le CPM (Corporate Performance Management)? Pourtant, d'autres leviers semblent également prometteurs.

« Certes, la gestion de la performance est la tendance porteuse, comme le montrent les rachats récents. Toutefois, il convient de distinguer les quatre sous-segments de la BI pour déterminer les leviers. En effet, le reporting se révèle plutôt saturé (avec essentiellement un peu de ventes de licences), et la consolidation statutaire et réglementaire alimente un peu le marché. En revanche, les deux sous-segments les plus dynamiques sont l'analyse prédictive (incluant des simulations à base de scénarios) avec des porte-drapeau comme SPSS et SAS, et surtout l'élaboration budgétaire avec des acteurs comme Oracle/Hyperion, Cognos ou ALG Software », analyse Priscilla Stanley.

Mais si, la démocratisation va finir par arriver !

« Aujourd'hui, les entreprises comptent finalement peu d'utilisateurs de BI. Le levier de **la démocratisation des outils BI** devrait doper la vente des licences, et ce aussi bien pour les applications analytiques (tableau de bord métier) que pour le reporting lié à la consolidation financière. Par ailleurs, la demande et l'utilisation de ces outils touchent désormais presque tous les départements des organisations », explique Alain Pétrissans.

« Cette extension fonctionnelle du champs d'action de la BI est d'ailleurs favorisée par un moindre investissement. En effet, le coût portera essentiellement sur les licences, et moins sur l'intégration ou les prestations, puisque les plates-formes sont déjà en place », ajoute même Priscilla Stanley.

De la BI partout, et même en Open source ?

« On note une forte **cannibalisation budgétaire et fonctionnelle** de la BI sur d'autres secteurs comme le CRM ou l'ERP. Ainsi, le CRM fait appel à l'analytique pour définir des indicateurs-clés, afin de calculer l'impact d'une décision (baisse du prix d'un produit par exemple) et d'en mesurer les conséquences. Par ailleurs, l'**open source** fait également son apparition dans le reporting de masse avec des sociétés comme Talend (avec ses solutions basées sur un ETL éponyme open source). En revanche, ce mouvement reste cantonné au segment de la restitution et pas du tout sur l'analytique », assure Alain Pétrissans.

Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !

[< précédente](#) -Page 7? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

La gestion de la performance financière et opérationnelle (ou CPM pour *Corporate Performance Management*) est devenue la star des éditeurs BI, qui y voient le levier majeur des futures applications analytiques. Le MDM progresse également, mais plus discrètement

Domaine très prometteur pour la Business Intelligence, le CPM couvre de nombreux aspects économiques comme l'analyse financière, l'élaboration budgétaire, la consolidation et la planification budgétaire?

Depuis quelques mois, la concentration s'est accélérée sur ce segment de marché. Déjà en avril 2006 ?on le rappelle moins souvent- **Microsoft** a racheté **ProClarity**, intégré au cœur de sa nouvelle offre PerformancePoint. **Oracle** a fait du bruit en rachetant **Hyperion** pour 3,3 milliards de dollars en mars 2007, suivi par **SAP** (devenu un poids lourd de la BI) qui reprend OutlookSoft en mai 2007 (estimations entre 370 à 500 millions de dollars). En juin 2007, **Business Objects** finalise le rachat de **Cartesis** pour 300 millions de dollars (après SRC Software en août 2005 pour 100 millions de dollars, et ALG Software en octobre 2006 pour 56 millions de dollars). Plus récemment, **Cognos** a mis la main sur Applix pour 339 millions de dollars. Ces rachats s'inscrivent dans une évolution logique des suites BI.

Les solutions répondent aux questions fondamentales

Certes, chaque éditeur adopte son vocabulaire et sa vision ; néanmoins, on retrouve aisément les grandes tendances, heureusement communes et partagées par tous. Le lecteur choisira le tableau qui lui parlera le mieux.



« Pour nous, l'entreprise décisionnelle repose sur une plate-forme décisionnelle ouverte et intégrée sur tout environnement, un ETL pour traiter l'information et assurer la qualité des données, un stockage de l'information incluant des technologies de type grid et multidimensionnel, des outils de restitution pour analyser le passé et dresser des tableaux de bord. Enfin, les applications analytiques incarnent l'avenir de la BI en permettant de simuler et d'anticiper » explique Marie-Claude Santon, directrice marketing et commercial chez SAS France.

« Au-dessus de cette infrastructure, des **solutions horizontales** apportent de la simplification avec des modèles de données, des reportings et des modes de stockage prédéfinis (finance, consolidation, reporting, planification budgétaire?). Par ailleurs, des **solutions fonctionnelles** complètent ce dispositif (SAS Human Capital Management, SAS IT Management, SAS SRM ?). Enfin, les **solutions sectorielles** enregistrent un fort succès (SAS Banking Intelligence Solutions, Retail Intelligence Solution, Insurance Intelligence solution?). Attention : il s'agit bien de solutions, et pas d'outils. »



Chez Cognos, le tableau est dressé sous forme de questions et d'actions. « Une forte consolidation

devient indispensable pour passer du stade de la BI à celui du Performance Management. L'objectif pour les entreprises vise à répondre à 3 questions. Le reporting et les tableaux de bord donnent une vision synthétique répondant à la première : **'Où en suis-je ?'**, tandis que les applications analytiques BI expliquent ce constat, le **'Pourquoi ?'**. Ensuite, il convient de déterminer les actions à entreprendre, **'Qu'est-ce que je dois faire ?'**, avec les outils de planification », définit Isabelle Carcassonne, directrice marketing et communication Europe du Sud chez Cognos.

« Cognos se propose de répondre à ces trois questions depuis six ans à travers une seule interface, un seul répertoire et différents moteurs collaborant étroitement. Si nous disposons depuis six ans de Cognos Planning, la plupart des acteurs ne répondent qu'aux deux premières questions. D'où ces rachats récents qui viennent combler ce manque, qu'il s'agisse d'Hyperion ou de Cartesis. Mais chez Cognos, nous avons déjà mené ce travail d'intégration depuis six ans »

« Pour Cognos, toute nouvelle acquisition (comme celle d'Applix) n'a de sens que si elle répond à trois conditions : apporter une forte valeur ajoutée métier, s'intégrer simplement à la technologie Cognos existante, et être orchestrée par des équipes ayant une culture informatique et technologique proche de la nôtre »,

L'avenir est à l'analyse décisionnelle spécifique

Microsoft analyse plutôt le déploiement de la BI selon la maturité BI du client, de la TPE jusqu'à la grande entreprise. « Le déploiement de la BI et ses modalités dépendent du secteur de l'entreprise et de son niveau de maturité sur ces sujets. Au départ, les utilisateurs s'initient via les rapports intégrés, puis expérimentent des analyses via Excel, seuls ou accompagnés. Puis, ils expriment des demandes métiers plus perfectionnées nécessitant le recours à un cube analytique. Pour un besoin plus important, ils peuvent opter pour du Balance Scorecard ou du Reporting directement sur le cube OLAP, plus complexe, mais aussi rapide. »



« L'étape suivante nécessite des solutions spécifiques pour l'analyse prédictive (avec le datamining par exemple) ou la planification budgétaire. Les solutions Microsoft répondent à tous ces besoins, d'Excel pour la TPE jusqu'à la gamme BI pour la grande organisation. Ainsi, l'un de nos clients gère 20 téraoctets de données décisionnelles avec nos produits », tient à préciser Philippe Blondet, chef du Programme PerformancePoint chez Microsoft France, qui ajoute « Nous avons développé une suite cohérente de bout en bout. Car, le plus souvent, les rachats amènent les éditeurs à intégrer des produits aux logiques différentes. Ainsi, lorsque nous avons racheté ProClarity, il s'agissait d'un partenaire dont nous connaissions bien le produit, développé avec nos technologies. »

Enfin, Oracle souligne la valeur ajoutée apportée par les applications analytiques, apportant cohérence, gouvernance et pilotage. Tout cela reste cohérent avec les concurrents.

« Aujourd'hui, les éditeurs souhaitent proposer une offre complète : ETL/datawarehouse, restitution, applications analytiques... Ces dernières apportent non seulement le pilotage opérationnel et des solutions BI prépackagées pour piloter les ERP, mais répondent aussi aux demandes de gestion de la performance. La gouvernance permet certes de respecter les réglementations, mais aussi de piloter clairement l'activité. Il ne s'agit pas de faire de la BI pour la BI, mais bien de maintenir la cohérence et d'améliorer les performances depuis la définition de la stratégie jusqu'au pilotage opérationnel en mesurant les résultats, via toutes les

bases de données et applications du SI », souligne Patricia Moscatelli, responsable développement commercial d'Oracle BI.

Ces investissements sont d'autant plus stratégiques que l'entreprise évolue dans un environnement fortement mené par l'analyse financière, comme le mentionne Marie-Claude Santon : « Aujourd'hui, les solutions analytiques sont considérées comme des actifs à part entière de l'entreprise, y compris par les cabinets de notation financière. Ces solutions ont un impact direct sur les activités de l'entreprise grâce aux mesures pertinentes qu'elles génèrent. Car 70 % des actifs de l'entreprise reposent sur de l'immatériel, et la BI aide à mesurer cela : RH, SI, Finances? »

L'avènement du *master data management*

Avant même de travailler sur des données décisionnelles, encore faut-il s'assurer de leur fiabilité, et de leur cohérence. Pour Marie-Claude Santon, « le déploiement modulaire permet de capitaliser sur un référentiel unique. Indispensable à la qualité des données, il permet de prendre de bonnes décisions pour tous, car chacun comprend les mêmes choses. Par exemple, tous les employés disposent d'une même définition et d'une source unique pour décrire ce qu'est le chiffre d'affaires de la société. »

Cet avis, partagé par les acteurs de la BI des SGBD ou de l'ERP, risque de rester un vœu pieux, faute de standardisation pour un composant aussi stratégique pour le système d'information.

Le *Master Data Management* (MDM) apporte une réponse à l'organisation de l'information, à sa pertinence et à sa qualité. En effet, ces solutions gèrent la qualité et la cohérence des données de la totalité du système d'information.

Depuis quelques années, les acteurs de la Business Intelligence investissent fortement sur ce secteur en pleine consolidation. Ainsi, **Oracle** a acquis une expertise avec **Hyperion**, qui a développé une solution MDM après le rachat de **Razza** en janvier 2005, complétée par l'acquisition de l'ETL **Sunopsis** en octobre 2006. Intégration riche, mais certainement complexe? De son côté, **Business Objects** a racheté **Firstlogic** en février 2006, tandis que **Microsoft** est entrée dans le jeu avec la reprise de l'éditeur **Stratature** cet été.

Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?

[< précédente](#) -Page 8? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Industrie ? Secteur public ? Banque ? Où sont les territoires à conquérir ? La planification budgétaire, l'ergonomie, l'intégration et la collaboration semblent des leviers fiables pour convaincre les clients

« De plus en plus de départements dans l'entreprise réclament de la BI, comme les ressources humaines, les achats ou la production. Certains ont généralisé le reporting et passent déjà au stade de l'analytique voire du CPM », lance Isabelle Carcassonne, directrice marketing et communication Europe du Sud chez Cognos. La généralisation, et la contamination dans les grands groupes semblent effectivement contribuer à l'augmentation des ventes de licences. Néanmoins, ces phénomènes restent limités, comme le montrent les études analysées en début de dossier.

Au-delà de l'augmentation des ventes auprès des clients existants, d'autres secteurs offrent encore un potentiel, et divers leviers peuvent faire la différence entre les solutions proposées.

Un fort potentiel sur certains secteurs à conquérir

« Quelques secteurs sont actuellement porteurs. Par exemple, la distribution. En effet, la France n'accordant plus d'ouverture d'hypermarchés, le Web débarque en force, et il devient urgent et stratégique d'étudier des scénarios et des simulations innovants. Par ailleurs, le risque opérationnel de l'industrie du pétrole ou la fraude dans la banque ou le secteur public, et même l'informatisation de ce dernier », assure Marie-Claude Santon, directrice marketing et commercial chez SAS France.

« En analysant nos retours commerciaux en Europe, nous constatons une demande pour répondre au respect de la réglementation pour les banques, l'assurance ou les sociétés cotées. De plus, la Lolf (loi organique relative aux lois de finances) oblige le secteur public à consolider et à analyser donc à aller vers l'ERP et la BI. L'industrie, déjà bien équipée en ERP, demande aussi de la BI, tout comme la santé avec les projets T2A (tarification à l'activité) et DMP (Dossier médical personnel). L'exemple de ces secteurs illustre également l'exigence de verticalisation des solutions BI pour aller plus vite, en adaptant des solutions spécialisées répondant déjà en grande partie au besoin », ajoute Patricia Moscatelli, responsable du développement commercial d'Oracle BI.

L'avènement de la planification budgétaire

Au-delà de la réglementation où l'informatique peut jouer son rôle de contrôle, de tracking, d'horodatage légal, etc., d'autres domaines fonctionnels commencent à intégrer la BI, comme les ressources humaines ou l'administration de systèmes, par exemple. Cependant, la star du moment, prometteuse sur les projets BI, est ailleurs.

« La **planification budgétaire** fait beaucoup parler d'elle actuellement. Toutefois, SAS dispose déjà d'applications financières, et ce marché n'est pas une nouveauté. Nous sommes déjà habitués à travailler avec de la BI pour améliorer les performances et mieux suivre un budget. Pendant longtemps, on s'est contenté de constater les résultats passés. Aujourd'hui, les directeurs financiers souhaitent comprendre et prévoir, tout en anticipant et en gérant les risques. C'est pourquoi ils furent les premiers à passer du constat à la BI analytique », souligne Marie-Claude Santon.

Et Isabelle Carcassonne d'enrichir : « Elle n'arrive réellement qu'aujourd'hui sous la forme d'un pilotage global intégrant une planification réactive et ajustable. L'objectif consiste à passer d'un réajustement trimestriel ou mensuel à une anticipation réactualisée. Mieux vaut piloter avec des phares qu'avec un rétroviseur ! Tout doit aller plus vite et devenir plus simple. Or, la simplicité passe d'abord par l'utilisation d'une seule application simplifiée proposant une interface unique et homogène, un seul système de données et un unique système de gestion de la sécurité. »

La démocratisation passe par la simplicité

L'argument de la simplicité et de l'ergonomie devient effectivement incontournable à l'heure ou le choix des solutions, en avant-vente, passe aussi par des démonstrations et des tests auprès d'utilisateurs métier non-informaticiens.

« Nous sommes passés d'un outil de niche à la BI généralisée. Les produits spécialisés existent toujours, mais avec des interfaces très simplifiées, et des préparamétrages pour les tableaux de bord par exemple. Ainsi, le datamining, jusqu'alors réservé à certains décideurs, est maintenant disponible facilement via Excel en quelques clics grâce à une simple feuille de style. Chaque commercial peut alors obtenir la liste de ses prospects les plus accessibles en quelques clics dans son tableur. »

« De même, l'**accès Web** est proposé par tous les éditeurs, sauf pour le planning budgétaire plutôt relié à Microsoft Office. Enfin, les interfaces intégrant le Web 2.0 offrent des expériences nouvelles aux utilisateurs. Une tendance qui se confirme pour autoriser plus d'interaction, voire même jusqu'aux applications analytiques. Toutefois, le travail d'analyse reste plus pertinent sur un poste de travail en lien avec une suite bureautique », maintient Philippe Blondet, chef de programme PerformancePoint chez Microsoft France.

« Les interfaces Web et l'intégration apportent beaucoup plus de convivialité », confirme Marie-Claude Santon. « Pour SAS 9, lancé en 2004, nous avons travaillé avec des ergonomes et des clients-tests dans les secteurs privé et public pour mener une refonte complète de l'interface graphique. Objectif : proposer une interface intuitive afin que chacun dans l'organisation puisse accéder simplement et au reporting, et à l'analytique (SAS Visual BI). »

La majorité des éditeurs ont repensé leurs interfaces en ce sens, et avec de plus en plus de fonctions. « Nos solutions s'intègrent à Microsoft Office depuis des années, mais pas uniquement pour du reporting statique. En effet, nous étendons cette possibilité au multidimensionnel, aussi bien dans le portail Web que dans Excel, par exemple. Et cela ne concerne pas seulement l'affichage statique, mais également la navigation interactive. Ce type d'interface, simple et intuitive pour tout utilisateur, est essentielle si l'on souhaite réellement favoriser la démocratisation de la BI dans toute l'entreprise », prévient Isabelle Carcassonne.

Collaboration et intégration : 2 autres mamelles de la BI

Qui dit 'démocratisation' pense également 'collaboration', comme l'explique Isabelle Carcassonne : « L'aspect collaboratif entre applications est fondamental et devient une condition incontournable pour un CPM qui a du sens. En effet, il permet de décloisonnement des départements de l'entreprise, et donc une meilleure cohésion. »

Pour Microsoft, la collaboration reste un axe de développement stratégique, et un choix généralisé au cœur de son architecture technologique. « Non seulement elle facilite les échanges interapplicatifs, mais

aussi entre utilisateurs. Microsoft Sharepoint Server permet d'intégrer la BI sur un pont d'accès unique pour tous les utilisateurs, via les Excel Services par exemple. Par ailleurs, les clients demandent de plus en plus la possibilité de connexion à une source de données distante via Internet, ou de travailler en mode connecté ou déconnecté, avec synchronisation asynchrone, y compris avec les fonctions de planning budgétaire », affirme Philippe Blondet.

Si les grandes entreprises représentent une grande partie du marché décisionnel, « *elles ne sont pas complètement équipées. Généralement, elles mènent plusieurs projets BI simultanément et en silos. On retrouve très souvent plus de quatre outils BI différents, avec des ETL différents, et des reportings sans liens entre eux. De plus, ils sont rarement déployés dans le but d'amener à un pilotage opérationnel, et pas encore accessibles à tous les employés. Pourtant, ouvrir l'accès de la BI à tous les utilisateurs leur permettrait d'avoir une vision globale de l'entreprise dans laquelle ils pourraient s'inscrire en suivant leurs propres performances (avec accès contrôlé à certaines données bien entendu) », souhaite préciser Patricia Moscatelli.*

Ces projets parallèles et distincts engendrent une perte de temps et d'énergie, et risquent d'amener des décalages dans des environnements très logiques et cohérents en leur sein, mais chacun à leur façon et pas du tout sur l'ensemble de l'organisation. Car la somme de plusieurs référentiels uniques ne donne malheureusement pas un unique référentiel cohérent. Au contraire. Et là? c'est le drame !

Le mid-market réclame aussi une BI évoluée

[< précédente](#) -Page 9? [Suivante >](#)

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Ah ! Ces PME/PMI? Quelles attentions, quelles sirènes ! Tous les éditeurs ciblent ces entreprises aux budgets informatiques croissants, poussées par une économie globalisée à 'rattraper' leur retard en équipement informatique. Bien entendu, La BI n'échappe pas à la tendance

Malgré la ?généralisation? (les guillemets s'imposent tout de même), les tarifs restent élevés, et parfois peu accessibles à une grande partie de ces PME/PMI. D'ailleurs, le nombre d'entreprises de

ce segment de marché varie fortement selon l'éditeur.

« Chez Oracle, les PME/PMI sont les entreprises comptant moins de 1000 salariés. Selon une étude récente de Forrester, la BI est leur troisième priorité, derrière la gestion des processus-clés et le CRM. Toutefois, la demande varie selon le segment. Si on enregistre peu de demandes pour les entreprises de 6 à 100 employés, et à peine plus pour celles de 100 à 500, les PME/PMI expriment, elles, une forte demande », rapporte Patricia Moscatelli, responsable du développement commercial d'Oracle BI.

« Chez nous, les grands comptes réalisent plus d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires, tandis que les PME/PMI enregistrent un revenu entre 500 millions et un milliard d'euros, puis entre 100 et 500 millions. Enfin, les TPE affichent moins de 100 millions », précise Isabelle Carcassonne, directrice marketing et communication Europe du Sud chez Cognos.



Pour Microsoft, Lionel Billon, chef de produit SQL Server, explique : « Pour nous, le marché BI concerne les entreprises disposant d'au moins 100 postes informatiques, sauf quelques activités de volume comme l'e-commerce, les cabinets financiers? »

Quelle BI pour le mid-market ?

Plutôt positionnée sur les grandes entreprises, SAS s'intéresse néanmoins au mid-market. « La pertinence d'un choix BI s'effectue en fonction du volume d'information, plutôt que selon le nombre de salariés. Nous proposons SAS Decision Pack via des Var et intégrateurs qui effectuent des développements sectoriels, par métier. Un projet décisionnel en PME/PMI ne nécessite pas forcément une plate-forme de BI de type SAS. En revanche, une solution comme SAS Human Capital ne se justifie qu'à partir d'environ 1000 salariés », reconnaît Marie-Claude Santon, directrice marketing et commercial chez SAS France.

Pour Cognos, si les offres diffèrent, les besoins sont souvent les mêmes. « Les PME/PMI ont autant besoin de CPM que les grandes entreprises. Mais elles réclament des solutions simples à utiliser, à déployer et à maintenir. D'où les solutions préparamétrées par métier par domaine fonctionnel ou sectoriel. Nos solutions reposent sur des savoir-faire ciblés, avec des paramétrages nécessitant uniquement quelques ajustements pour s'adapter au besoin. Une proposition de valeur qui permet de réduire les coûts tout en partageant les meilleures pratiques. »

« Les TPE aussi sont demandeuses de BI. Cependant, il convient de distinguer les entreprises reposant sur un modèle familial ou paternaliste qui se limitent à du reporting, et les autres qui adoptent volontiers des applications analytiques. D'ailleurs, dans ce type de structure, le déploiement de la BI est plus rapide et efficace. En effet, les décisions passent généralement par un directeur général qui implémente plus facilement la totalité du CPM de façon décloisonnée, en lien avec les objectifs stratégiques », constate Isabelle Carcassonne.

Une analyse que confirme Patricia Moscatelli, même si les frontières semblent différentes : « Sur la couche basse des PME (jusqu'à 500 employés), 80 % des besoins concernent du reporting de masse et pas ou très peu d'analytique. Nous y répondons avec Oracle Standard Edition One intégrant base de données, ETL et plate-forme de restitution. Un produit conçu pour 5 à 50 utilisateurs pour 740 euros par utilisateur. Sur les PME/PMI de plus de 500 employés, la demande se divise en deux parts égales entre le reporting et l'analytique. De plus, une forte demande d'intégration de données. Enfin, une bonne partie de la réponse passe par le

datawarehouse enrichi d'applications analytiques. »

Le réseau pour tisser sa toile

Pour adresser efficacement les PME/PMI, un réseau de proximité s'impose. En effet, ces clients souhaitent établir une relation avec un prestataire qu'ils connaissent et qui connaît leurs spécificités régionales ou locales.

Un argument qui réduit souvent les délais et les coûts, comme l'analyse Patricia Moscatelli : « *Les PME/PMI résonnent en coût total, incluant licence, support et conseil. D'où l'importance de disposer d'un réseau de proximité. Oracle bénéficie déjà d'un réseau de revendeurs et d'intégrateurs. Et ces partenaires peuvent proposer des offres complémentaires et/ou sectorielles. En région, certains revendeurs ont testé nos solutions, celles de Business Objects et de Microsoft, et ont choisi Oracle pour toutes ces raisons* ». On constate que la hache de guerre est déterrée, surtout avec entre leader du logiciel d'entreprise?

« Pour répondre à la demande importante de ce marché, nous avons intégré des fonctions décisionnelles et analytiques dans SQL Server en standard, ainsi qu'un cube Olap. Ces fonctions répondent de façon suffisante aux besoins d'une grande partie des PME/PMI. Bien entendu, les partenaires de notre réseau peuvent développer rapidement quelques adaptations, jusqu'à des solutions métier sur mesure. En cas de besoins plus évolués, les PME/PMI peuvent choisir nos offres BI, et même leur existant développé sous Microsoft, avec un partenaire qui pourra là aussi les accompagner », conclut Lionel Billon.

Microsoft a intégré des fonctions de BI évoluée dans son ERP Dynamics NAV, et dans Office Excel 2007, confirmant une tendance générale. Ces intégrations multiples de BI (ERP, CRM, administration de systèmes, suites financières, etc.) n'annoncent-elles pas la fin de la BI ?

Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?

[< précédente](#) -Page 10

[Page 1 ? Sommaire](#)

[Page 2 : La BI française croît de 14 % en 2007](#)

[Page 3 : La BI dans l'entreprise et les niveaux de maturité](#)

[Page 4 : La Business Intelligence, pour qui ? Pour quoi faire ?](#)

[Page 5 : Plus de BI pour les finances et pour plus d'utilisateurs](#)

[Page 6 : Un marché immature en pleine évolution](#)

[Page 7 : Plus quatre milliards de dollars pour le CPM !](#)

[Page 8 : Quels autres leviers et secteurs économiques promettent le plus ?](#)

[Page 9 : Le mid-market réclame aussi une BI évoluée](#)

[Page 10 : Et si la BI finissait par se diluer dans les progiciels?](#)

Le décisionnel s’immisce partout. Et s’il devenait finalement une fonction de base de toute application, serait-il toujours pertinent de proposer des produits spécialisés ?

Les acteurs du marché se réjouissent peut-être un peu trop vite de la généralisation du décisionnel sur tous les pans du système d’information. En effet, la Business Intelligence risque fort de se diluer globalement dans les solutions de type ERP, CRM pour en devenir finalement un ensemble de fonctions, à l’instar des suites TCP/IP des années 90 aujourd’hui incorporées dans les systèmes d’exploitation, ou des outils de requêtage intégrés aux bases de données ou aux ETL. Et le fait qu’un acteur comme SAP devienne un poids lourd de ce secteur devrait interpeler en ce sens.

Une dilution, même partielle, inévitable.

« À terme, la BI sera intégrée aux processus opérationnels et disparaîtra certainement en tant que telle. Toutefois, elle subsistera pour analyser l’avenir », prédit Patricia Moscatelli, responsable du développement commercial d’Oracle BI.

« Il est vrai que l’on retrouve la BI de plus en plus associée à des ERP ou à du CRM, y compris pour les aspects financiers, très porteurs. Cependant, ils apportent des réponses spécifiques puisqu’alors la question ne porte pas sur les gains, mais sur les profits », explique Marie-Claude Santon, directrice marketing et commercial SAS France.

Mais le fait que les rapprochent et les réponses qui diffèrent n’entravent en rien un mouvement éventuel d’intégration ? Et si la plupart des éditeurs de progiciels ne disposant pas de solution achètent les moteurs décisionnels et analytiques auprès des spécialistes, ils ne brident pas pour autant leur utilisation. Or dans un système applicatif de plus en plus ouvert et communicant ?

« Si dilution il y a, elle ne concernera certainement pas le Performance Management. Ce gros chantier des dix prochaines années viendra compléter le socle ayant consolidé les processus opérationnels et décisionnels. L’évolution amenée par le CPM (et donc les chantiers à venir) sera aussi importante qu’a pu l’être l’arrivée l’ERP ! », assure Isabelle Carcassonne.

« Pour que le CPM exprime toute sa valeur, l’entreprise doit faire tomber les silos afin par exemple que le marketing dialogue avec l’administratif. Le CPM subsistera, car il fera communiquer entre eux ces ex-silos : comptabilité sous SAP et Siebel, ou encore RH sous Peoplesoft? »

Mais cette intégration n’est-elle justement pas le réel danger à l’heure de l’ouverture et des services Web ? « Le besoin d’une solution CPM indépendante de toute technologie spécifique s’impose pour faciliter et optimiser l’intégration entre ces plates-formes », répond Isabelle Carcassonne.

L’intégration peut aussi être considérée comme une alliée

Certains analysent justement comme un avantage et une force, et non pas un inconvénient, l’intégration technologique étroite entre BI et progiciels. Bien entendu, il s’agit essentiellement de créateurs de technologies.

« La Business Intelligence, et jusqu’à l’analytique, sont de plus en plus associés aux progiciels (ERP, CRM?) et même aux solutions d’administration de système ou pour de développement. D’ailleurs, chez Microsoft, nous intégrons la BI dans nos progiciels Dynamics. Et si l’utilisateur en souhaite plus, il bénéficie alors d’une forte intégration avec la BI Microsoft. Les prestataires peuvent intégrer aisément et rapidement Axapta avec

PerormancePoint par exemple « ,souligne Lionel Billon, chef de produit SQL Server.

On peut même légitimement penser complémentarité. « *Pourquoi réinventer la roue ? Profitons du fait que les entreprises sont déjà équipées en ERP. Oracle souhaite proposer des applications analytiques prépackagées utilisant directement les informations sur les solutions ERP et CRM, Oracle ou non-Oracle. En passant par du mapping ETL il est possible de s'appuyer sur l'information existante pour définir des modèles de données (datawarehouse ou datamarts), voire de récupérer ce type d'information, pour bâtir des indicateurs-clés, des tableaux de bord, ou encore des rapports prêts à l'emploi et personnalisés.* »

« *C'est ce que nous proposons avec AIA. Ce type de package préparamétré (et personnalisable) propose ainsi plus de 600 indicateurs-clés, 900 rapports ou 200 tableaux de bord aussi bien pour la finance que pour le marketing, par exemple. D'ailleurs, pourquoi ne pas s'appuyer sur un référentiel standardisé déjà existant dans l'ERP ou le CRM de l'entreprise ? Autant s'y adosser pour standardiser la BI. Cependant, il faut opérer avec souplesse, car chaque entreprise a ses spécificités. De plus, si l'architecture est assez ouverte, la plateforme de BI peut aussi effectuer des ponts avec les applications métiers ou développées en interne* », **conclut Patricia Moscatelli.**

Ce pragmatisme semble de bon aloi, surtout en période de consolidation. En tout état de cause, il séduira les entreprises peu enclines à tout chambouler.