

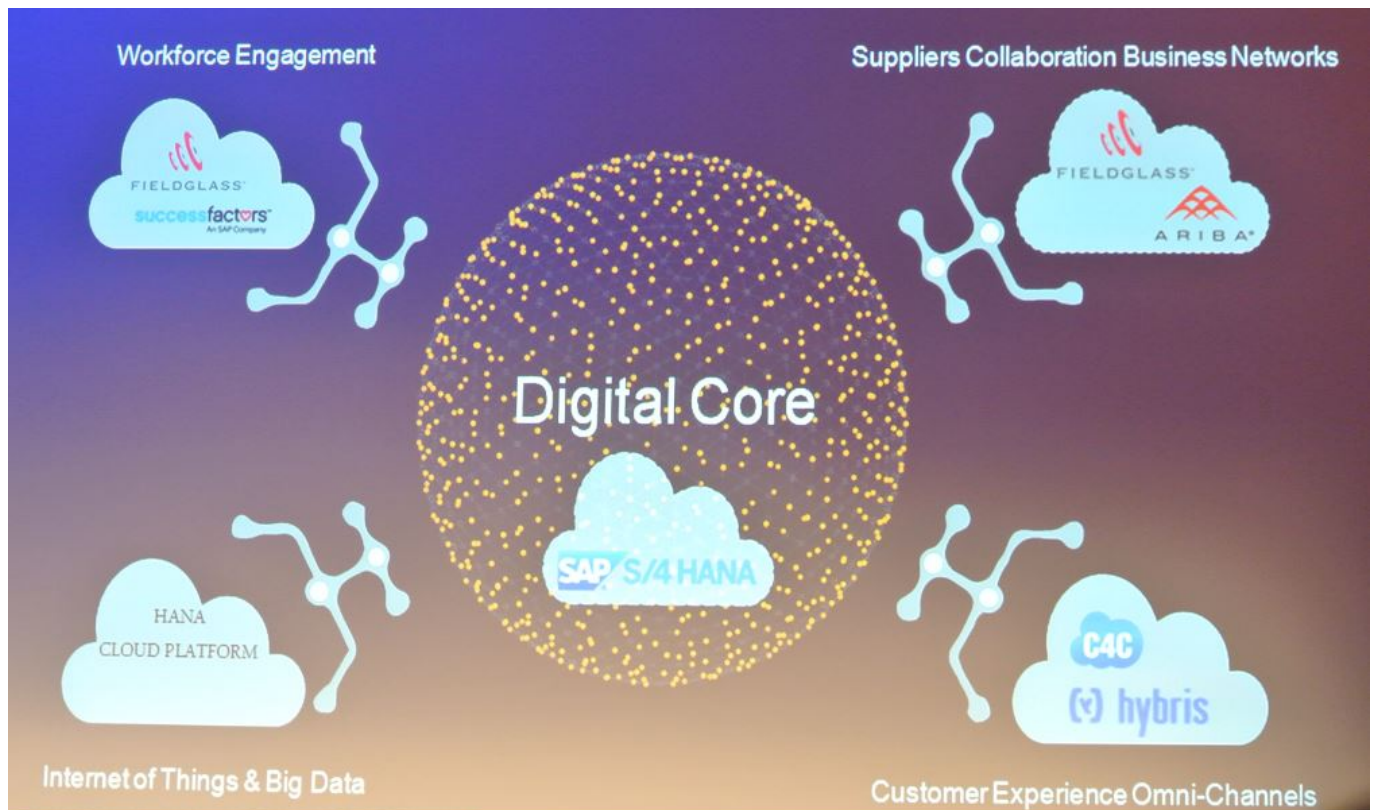
# Investissements IT des métiers : SAP cherche encore la bonne carburation

Comment cibler les directions métiers (marketing, RH, DAF...), censées prendre une part grandissante dans les décisions d'investissement IT, quand on est un fournisseur attiré de la DSI ? La question taraude les grands fournisseurs du secteur. Et SAP ne fait pas exception à la règle. Le premier éditeur européen organisait hier, dans ses nouveaux locaux parisiens à Levallois-Perret, un forum sur la 'digital economy' dédié précisément à ces fonctions métiers et à la 'transformation digitale' – le nouveau buzzword – de l'entreprise.

« Les directions métiers voient encore trop souvent SAP comme une société devant être gérée par les DSI », remarque d'emblée Henri van der Vaeren, directeur général de SAP pour la France, la Belgique et le Luxembourg, reconnaissant un **déficit de notoriété** de sa société auprès de ces populations de décideurs. De facto, pour SAP, l'exercice est complexe, car l'ADN du premier éditeur européen est précisément marqué par la centralisation des données, l'intégration applicative. Un sujet où le DSI apparaît, qu'on le veuille ou non, comme l'interlocuteur le plus naturel.

## **Des spaghettis dans le Cloud**

D'ailleurs, la présentation de Rob Enslin, membre du comité exécutif de l'éditeur et responsable des ventes au niveau mondial, présent hier à Paris, illustre bien ce paradoxe avec lequel doit composer l'éditeur. Celui qui apparaît comme le numéro 2 de SAP depuis la prise de pouvoir de Bill McDermott, devenu seul Pdg en mai 2014, présente la stratégie de l'éditeur pour accompagner la transformation digitale des entreprises autour de 5 piliers : l'engagement des collaborateurs, la collaboration dans la chaîne logistique, l'IoT et le Big Data, l'expérience omni-canal des consommateurs... et le cœur technologique. Si les quatre premiers axes masquent avant tout les rachats opérés ces dernières années par SAP, essentiellement dans le Cloud (SuccessFactors, FieldGlass, Ariba, Hybris...), le discours de l'éditeur reste **centré sur son cœur technologique**, en l'occurrence sa dernière génération d'ERP, **S/4 Hana**, bâtie sur sa base de données In-Memory.



« Attention à ne pas recréer un plat de spaghettis dans le Cloud », martèle d'ailleurs Henri van der Vearen, par analogie à la structure des systèmes legacy des entreprises, souvent assimilés à des spaghettis en raison des difficultés d'intégration qu'ils soulèvent. Une façon de souligner l'importance de ce cœur technologique, socle de l'intégration des différentes initiatives métier. Et le directeur général de SAP en France de noter que certaines entreprises ont la tentation de recréer dans le Cloud des silos d'informations, répondant à un besoin immédiat mais isolés du reste du SI. Même s'il y a fort à parier que ces investissements décidés sans cohérence avec le système cœur de l'entreprise risquent de s'avérer in fine décevants...

## Vers S/4 Hana en 5 semaines maximum ?

Plus qu'à un bouleversement de la structure des systèmes d'information, c'est à un changement de rythme que semblent être confrontés SAP... et ses clients. « Les transformations s'opèrent désormais tous les 6 mois, assure Rob Enslin. Nous devons adapter les systèmes que nous avons bâtis depuis des années à ce rythme. » L'éditeur assure d'ailleurs que la migration depuis ECC 6 (sa précédente génération d'ERP) vers S/4 Hana est l'affaire de quelques semaines, même pour les environnements les plus importants. « Lors des migrations majeures précédentes dans nos gammes d'ERP, le code n'était pas compatible d'un environnement à l'autre. Avec la transition vers S/4 Hana, les programmes continuent à fonctionner, car le code reste compatible, assure Rob Enslin. Même le code spécifique, pour lequel certaines vérifications restent toutefois nécessaires. Aujourd'hui, la migration vers S/4 du plus gros système que nous ayons eu à traiter nous a demandé environ 5 semaines seulement. »

Tout serait donc question de vitesse. Le message, évidemment, arrange bien des éditeurs qui, depuis des années, peinent à entraîner leurs bases installées vers les dernières versions de leurs produits. Pour Christian Nibourel, le président d'Accenture France et Benelux, dans l'économie digitale, « ce sont **les rapides qui mangent les lents** et non les gros qui dévorent les petits ». Céline

Laurenceau, directrice de l'activité de conseil en organisation et gestion des talents chez Accenture Stratégie, remarque d'ailleurs que seuls 15 % des diplômés des grandes écoles aux Etats-Unis ont envie de rejoindre un grand groupe.

D'où l'attrait grandissant du CAC 40 pour les start-up et l'écosystème de l'innovation. Mais attention aux dérives, prévient Pascal Delorme, directeur d'Accenture Digital en France et au Benelux : « **Beaucoup d'erreurs** ont été commises par les grands groupes en raison de leur **volonté d'imiter les start-up**. Ce qui est rigoureusement impossible. La caractéristique d'un grand groupe est de posséder un patrimoine. Quand il s'engage dans une transformation numérique de ses activités, il transverse toujours une étape où il mesure les activités que cette transformation va cannibaliser à court terme, sans être assuré de ce qu'elle va générer. Gérer cette trajectoire est très délicat ».

**A lire aussi :**

[SAP S/4 Hana : réellement simple ?](#)

[SAP : 5 questions pour comprendre la rupture S/4 Hana](#)