

L'éditeur Sage veut rester premier de sa classe

»

Sur ce marché des PME et grandes entreprises, de 100 à 2000 salariés, IDC nous crédite d'une première place, avec 24 % de taux de pénétration. Sur les 25 000 entreprises concernées, nous comptons déjà 6 000 clients de plus de 100 salariés. C'est pourquoi nous créons une division spécifique 'Moyenne et grandes entreprises', s'enthousiasme Pascal Houillon, directeur général de Sage France. Regroupant les activités Sage Mid-Market et Sage Adonix, cette entité compte plus de 600 collaborateurs, dont 25 % ont en charge la recherche et le développement, et 45 % le support et la hotline. **De multiples leviers de croissance** Un grand nombre de ces entreprises en sont déjà à leur second ou troisième déploiement et ont acquis de la maturité. C'est pourquoi elles n'accorderont leur confiance qu'à un éditeur capable de conquérir de nouveaux clients, et de consolider la base installée. « Justement, Sage dispose d'un potentiel de 15 000 entreprises dont 6 000 ont réalisé un développement spécifique, et 5 000 sont clientes d'un éditeur absent du top 12. De plus, avec Sage et Adonix, notre offre nous confère une place de leader pérenne et international », affirme Florence Méro, directrice générale adjointe de la division Moyennes et grandes entreprises. Certes, Adonix disposait déjà bien d'une présence internationale en Europe. Toutefois, cette expansion n'en était qu'à ses débuts, et reste encore marginale. En revanche, la complémentarité des offres, le positionnement métier et l'offre CRM incarnent bien des atouts à l'heure où ces entreprises réclament un interlocuteur unique. Un premier levier consiste à augmenter le panier d'achats des clients. Second levier : ces solutions indépendantes peuvent aussi représenter une porte d'entrée dans l'entreprise, aux côtés d'autres solutions, surtout pour un éditeur qui n'hésite pas à combiner ERP et best-of-breed, plutôt que de les opposer. Une posture plutôt logique au vu des multiples acquisitions. D'ailleurs, « il nous faut entre 6 et 10 ans pour créer en douceur une réelle synergie entre nos produits », reconnaît Pascal Houillon. On notera également les possibilités offertes par la croissance des clients de Ciel, autre filiale du britannique, ou par les fusions-acquisitions de ce type de TPE ou petites PME. **Les intégrateurs : encore et toujours ?** En poussant l'automatisation des outils, l'éditeur cherche à simplifier l'utilisation de ses solutions pour des clients non ou peu informaticiens. « Nous souhaitons concevoir des environnements de travail proches de celui de nos clients, avec des mises à jour en douceur afin d'atténuer le sentiment de rupture technologique. Nous ne sommes pas là pour fournir de la technologie, mais pour répondre à la demande et fidéliser nos clients », tient à préciser Pascal Houillon. Cependant, l'automatisation poussée et le déploiement simplifié risquent fort de réduire les jours d'intervention des prestataires. « Dans notre approche, nous préférons que nos partenaires intégrateurs proposent 50 jours/homme par an à 200 clients, plutôt que 2000 jours/homme sur 5 ans par client », répond aussitôt le Pdg. Côté distribution, Sage favorisera l'effet de levier de l'indirect via ses 300 intégrateurs, maintiendra son approche directe sur certaines affaires, et augmentera ses partenariats avec des intégrateurs internationaux. Décidément, les intégrateurs doivent recevoir de nombreuses visites depuis quelques mois? **Une intégration silencieuse de technologies éprouvées** Bien que le sujet soit peu abordé, la technologie n'est pas en reste. Car si les grandes entreprises disposent souvent d'une base de données centrale, il en va autrement des PME. C'est pourquoi Sage intègre un moteur Oracle 10G dans Sage 1000. Cette intégration reste «

transparente » pour l'utilisateur qui dispose d'une interface maison, ergonomique et identique de celle de son logiciel Sage. Une philosophie que poursuit l'éditeur en intégrant « silencieusement » la technologie de Business Objects pour proposer des fonctions de reporting avancées aux PME clientes de sa ligne L100 (20 à 200 salariés). Objectif : une installation en 15 minutes et des tableaux de bord préparamétrés générant des indicateurs de pilotages en quelques clics. **Un plan de bataille bien affûté sur 3 ans** Pour bénéficier de la concentration du marché déjà amorcée (entre autres par lui-même : achats de Ciel et d'Adonix entre autres), Sage compte bien poursuivre sa politique d'acquisitions. « *Nous disposons désormais d'un savoir-faire éprouvé, et l'acquisition d'éditeurs verticaux qui continueraient à développer leur technologie, nous permettraient de nous enrichir sur les marchés porteurs (avec un potentiel de minimal de 50 000 clients). Nous maîtrisons également le déploiement à l'international, une aubaine pour ce type de développement,* ajoute Pascal Houillon. Au-delà des technologies, le rachat d'éditeurs est également envisagé pour reprendre des parts de marché sur un marché que Sage souhaite dynamiser. Objectif : passer de 24 à 34 % de taux de pénétration d'ici à 2009, en maintenant une croissance supérieure au marché, avec un effort particulier sur les entreprises de 500 à 2 000 salariés. Enfin, « *nous renforcerons encore les synergies en profitant au mieux de notre écosystème afin de préconiser des solutions d'évolution ou de complément à nos clients* », conclut Pascal Houillon.