

Rick Reidy (Progress) : « Nous visons un milliard de dollars dans 5 ans »

Nommé en mars 2009 CEO de Progress Software, éditeur de logiciels d'infrastructure, Rick Reidy y a débuté comme développeur en 1985 (eh oui ! ça existe... ailleurs).

Quel est votre positionnement avec SOA face à l'informatique en place dans l'entreprise ? Et qu'apportent les spécificités de votre Complex Event Processing [CEP, fonctions de type BAM] ?

La stratégie de Progress sur le SOA consiste à apporter plus de flexibilité et d'agilité aux applications existantes sur un mode "Enable SOA above" ["permettre SOA au-dessus"]. Bien entendu, nous offrons également tous les outils nécessaires pour développer de nouvelles fonctions et applications selon cette approche à forte valeur ajoutée.

Notre solution CEP du produit Apama permet d'optimiser l'infrastructure pour procurer un meilleur contrôle et des performances maximales aux SI nécessitant un fort volume transactionnel à haute vitesse. Indispensable pour les applications financières, de réseaux électriques, de télécommunication, de grande distribution, etc. La réponse au problème se trouve dans la réactivité et pas forcément en temps réel. Néanmoins, les temps en millisecondes deviennent essentiels autant pour l'activité que pour la détection des incidents, au cœur des flux de données envoyées ou reçues par diverses requêtes, des solutions comme Apama apportent de l'intelligence via des règles.

L'infrastructure SOA favorise une bonne exécution et une orchestration efficace des processus métier, grâce à l'ESB qui prend en main les différents systèmes concernés. Ce dernier assure aussi une bonne circulation ainsi qu'une fluidité performante. De son côté, le CEP apporte de l'intelligence, mais seulement pour les applications le nécessitant, et dehors - ou en aval - du "cerveau SOA".

Vos concurrents proposent des suites intégrées avec des fonctions de BPM ou de BI. Progress va-t-il bientôt réaliser des développements ou des acquisitions en ce sens ?

Certes, le BPM et la SOA sont complémentaires. Cependant, pour le BPM, nous maintenons notre partenariat avec le spécialiste Lombardi, et cela nous convient parfaitement, ainsi qu'à nos clients. De même, nous ne nous investirons pas davantage dans la BI. Tout cela s'éloigne de notre cœur de métier. Or, nous ne sommes pas intéressés par une quelconque diversification, et préférons concentrer nos efforts et notre expertise sur la SOA et l'intégration. D'ailleurs, si vous examinez l'offre d'IBM ou d'Oracle, c'est difficile de s'y retrouver ! Et tout cela n'est pas plus intégré pour autant.

Actuellement nous cherchons tout d'abord à améliorer l'existant. Ainsi, nos solutions d'intégration de données devraient bientôt permettre d'afficher une vue unique, et dans un environnement solide, de toutes les sources de données quelles qu'elles soient.

Second point que nous pouvons encore améliorer : la gestion des données en SOA. En effet, nous

devons encore simplifier l'accès et la compréhension de ces éléments procurer encore plus de flexibilité et d'automatismes. De même, Progress se doit d'intégrer toujours plus de standards.

Donc, pas d'applicatif vertical ou transversal Progress à venir sur votre plate-forme SOA ?

Notre stratégie consiste à fournir des technologies à des partenaires ou des entreprises pour qu'elles construisent des applications. Certes, il nous arrive de proposer des portions d'application (dans la finance, par exemple). Mais, nous ne les vendons pas comme des applications indépendantes, ou comme nos produits, ni aux partenaires, ni aux clients. C'est plutôt du code testé, éprouvé et réutilisable.

Votre modèle reste indirect, à l'exception des très grandes entreprises ? Et cela reste-t-il valable pour toutes vos lignes de produits ?

Nous confirmons notre choix de vente indirecte, et la crise nous renforce dans ce positionnement. En effet, nos partenaires vendent très bien actuellement leurs applications créées sur la plate-forme Progress. Puisqu'elles permettent à l'entreprise d'augmenter la valeur ajoutée de sa production grâce à l'informatique. Et ce point est essentiel : un des leviers de notre réussite provient de ce que notre plate-forme permet d'augmenter les revenus et de réduire les coûts.

Aujourd'hui, nous réalisons 500 millions de dollars de chiffre d'affaires, et nous passerons à un milliard dans cinq ans. Chez Progress, le service représente 10 % de nos revenus, une proportion que nous envisageons de passer à 20 % également dans cinq ans. Bien entendu, ces services seront toujours proposés en collaboration étroite avec nos partenaires afin de leur apporter de l'expertise et des compétences sur nos solutions.

Désormais, nous souhaitons capitaliser sur la marque Progress, avec notre programme One Progress. À travers nos marques fortes (Sonic pour l'ESB, Actional pour la Gouvernance, Apama pour le CEP [NDLR BAM], DataDirect pour l'intégration...), nous souhaitons communiquer sur une gamme de solutions. Depuis décembre 2008 (clôture de l'exercice 2008), nos forces de vente dans le monde se réorganisent de façon à pouvoir proposer des solutions combinant plusieurs produits Progress. Un commercial peut ainsi devenir interlocuteur unique et faire appel aux divers experts maison si nécessaire. Cette réorganisation devrait être totalement achevée en décembre 2009.

Nous bénéficions d'un nom porteur de sens pour une "entreprise en progrès" : "making Progress", "creating Progress", etc. Et nous souhaitons donc communiquer en ce sens. Autre objectif : les utilisateurs de Sonic ou d'Actional, par exemple, devraient plus facilement avoir le "reflexe global" Progress Software.