

# SAP France: intégration de Sybase et mobilisation sur le 'on-demand'

Les chiffres de SAP France pour 2011 ont été bons (mais ils ne sont plus publiés, depuis quelques mois...), en ligne voire, pour certains, meilleurs que ceux du groupe (cf. notre article '[Une insolente bonne santé](#)'). La progression a été de +6,5% et le seul revenu des licences a cru de +14,5%. «*C'est supérieur à l'objectif que nous nous étions fixés*», a expliqué **Nicolas Sekkaki**, dg de SAP France, ce 1er février, à la presse.

Pourquoi? «*En grande partie grâce à une meilleure proximité auprès des clients, et grâce à une nouvelle segmentation de nos équipes en fonction des profils de clients.* » Le 4e trimestre 2011 a été particulièrement bon, avec une dizaine de contrats supérieurs à 1 million d'euros. La proximité auprès des clients, via l'écosystème a particulièrement bien fonctionné en régions, où la progression a été de +22%.



A écouter les dirigeants de SAP France, beaucoup d'affaires sont gagnées «*face à Oracle, notamment dans l'ERP et les RH* » (cf. notre récent article: '[SAP à la conquête des clients des bases de données Oracle](#)'). En 2011, 450 nouveaux comptes ont été enregistrés, dont 230 PME et 67 grands comptes.

C'est le secteur banque/finance qui a le plus progressé (+76%) («*on note le retour de grands projets, dans le coeur métier* »), devant le 'manufacturing' (+56%) et les 'consumer products' (+24%), tandis que la distribution ('retail') a accusé un léger retrait et le secteur public s'est maintenue, selon les perspectives prévues.

## **Pousser l'indirect, recruter des partenaires**

L'opération Work Tour a permis de toucher un millier de clients. Et «*beaucoup de nouveaux comptes ont été signés en indirect comme en direct* ».

L'objectif de SAP France est de pousser l'indirect, qui a progressé de +40% en 2011 et a représenté 63% des ventes vers les PME. De nouveaux partenaires sont toujours bienvenus. Les ventes indirectes ne représentent encore que 10% du chiffre d'affaires. L'objectif à 2015 est d'atteindre 30% voir 40%.

## **Création d'un département incluant Sybase**

Par ailleurs, comme dans le reste du dans le groupe, Sybase France va être intégré, juridiquement et comptablement, dans les 3 à 6 mois. Au même titre que 'Business Analytics' pour l'intégration de

BO (Business Objects), un nouveau département va être mis en place : '**Database & technology**', regroupant des personnes de SAP et de Sybase et comptant, entre autres, une quinzaine de commerciaux.

L'acquisition, toute récente, de **Success Factor** (éditeur de solutions RH) devrait également conduire à terme à une intégration. Mais pour l'heure, c'est une « SAP company », donc une filiale avec des synergies intelligentes et progressives auprès des clients, sans risquer de les perturber.

En parallèle, SAP continue de recruter, notamment des jeunes diplômés, ingénieurs et commerciaux. Une vingtaine de postes seront à pourvoir en 2012. Une large place est accordée à l'apprentissage (3% des effectifs).

---

## Les innovations selon SAP

. **Hana**, lancé en janvier 2011: un lancement «*très réussi*», mieux que celui de SAP R3...). En France, trois 'deals' ont été enclenchés en 2011. « *On va pouvoir faire plus en 2012. Hana commence à être reçu comme un facteur d'efficacité, y compris dans l'ERP, et grâce à de nouveaux applicatifs* », souligne Nicolas Sekkaki.

. la mobilité: le plan 2011 était d'atteindre 100 millions d'euros: 110 millions ont été réalisés, avec 200 applications développées (dans le monde). Sybase a particulièrement bien « performé »

. 'on-demand' : **Business-by-Design** compte un millier de 'clients' entreprises, dont 68 en France (où l'objectif était de 100). La version bêta de 'SAP store' est sortie. Le chiffre d'affaires du 'on-demand' sera multiplié par deux en 2012 et devra atteindre les 2 milliards en 2015. Une équipe commerciale dédiée 'On-demand' a été constituée au niveau européen, notamment pour pousser *Business by Design* et le concept du 'cloud computing', ceci tout en jouant ouvertement la complémentarité entre le 'On-Premises' et le 'On-Demand'.