

SAP Hana : les DSI n'ont toujours pas tout compris

Mise à jour à 16h09

Ce n'est pas qu'une question de coûts. Selon **une étude du club utilisateurs SAP aux Etats-Unis** (ASUG), les entreprises peinent à identifier un scénario d'usage justifiant l'investissement dans SAP Hana, la plate-forme de gestion des données In-Memory sur laquelle l'éditeur européen fonde [l'essentiel de sa stratégie](#). Dans cette étude, trois quarts des organisations n'ayant pas investi dans cette technologie expliquent ne pas y déceler un *'business case'* suffisamment intéressant. C'est le premier facteur de blocage, devant le manque de compétences (cité dans 35 % des cas). Comme en écho, les partenaires de l'éditeur expliquent qu'une **meilleure identification des scénarios d'usage** aurait une influence positive sur le rythme de signature de projets.

En parallèle, les analystes de TechMarketView notent que **65 % des entreprises** qui ont opté pour Hana l'ont fait pour **accélérer le datawarehouse BW**. Pas vraiment un usage innovant puisqu'il s'agit ici d'optimiser des traitements analytiques existant, nullement de refondre l'applicatif ou de mettre en place de nouveaux processus métier. A la décharge de SAP, remarquons que cette typologie d'usage – Hana comme accélérateur de BW – a été la première à figurer au catalogue de l'éditeur. Il n'est donc pas illogique qu'elle soit associée à la majorité des déploiements.

« Un état des lieux inquiétant »

L'éditeur pourra également se consoler avec d'autres résultats de l'étude, qui montrent que les entreprises ayant adopté Hana constatent d'abord des gains de performances, puis commencent à **repenser leurs processus métier et leurs applications**. Si tel est bien la courbe d'apprentissage que décrit SAP dans ses présentations marketing, les analystes de TechMarketView relèvent que celle-ci semble prendre plusieurs années. Dans l'étude ASUG, 44 % des organisations ayant déployé Hana se posent toujours des questions sur la valeur de cette technologie, soit parce que les bénéfices espérés ne sont pas encore au rendez-vous, soit parce qu'ils restent mal identifiés. Mais 34 % d'entre elles affirment qu'elle les aide à optimiser les coûts tandis 24 % y voient un levier pour relancer l'innovation à la direction financière. « *Après trois ans d'existence, cet état des lieux est inquiétant pour SAP, juge **Angela Eager**, de TechMarketView dans [un billet de blog](#). Le manque de connaissances sur les scénarios d'usage et les bénéfices tangibles constitue un échec pour l'éditeur* ».

Après s'être [arc-bouté sur une tarification au volume jugée excessive](#) par nombre d'entreprises, SAP a mis de l'eau dans son vin annonçant au printemps 2013 une simplification du modèle de licence. L'éditeur a depuis multiplié les initiatives pour rendre l'accès à Hana plus aisé et moins coûteux. Notamment en proposant la technologie dans le Cloud, ce qui permet d'accélérer les phases de développement et de test, mais aussi d'offrir une nouvelle option de déploiement ne passant pas par l'installation d'appliances dédiées (et coûteuses) fournies par ses partenaires. En mai dernier, SAP et VMware ont annoncé **la certification de la base de données In-Memory dans les environnements virtualisés avec vSphere 5.5**. Dans le courant du mois d'août, SAP a complété le dispositif en [certifiant des machines x86 standards](#) pour les environnements Hana de

développement et de test. Là encore une façon de simplifier l'accès à la technologie et d'en diminuer le coût d'entrée.

En France, un retard à l'allumage

La France a d'ailleurs longtemps symbolisé les difficultés à expliquer les bénéfices de Hana aux DSI. En juillet, le directeur général de SAP France, **Henri van der Vaeren**, expliquait [dans nos colonnes](#) que l'Hexagone avait pris du retard dans l'adoption de cette technologie. « *Mais les équipes ont travaillé dur pour expliquer des cas métiers sur Hana* », ajoutait-il, précisant que la plate-forme comptait désormais **plusieurs dizaines de clients en France** (Vinci Energies, Faurecia, Sagem, CMA CGM, Groupe Bel, Safran, Nature & Découvertes, Celio, L'Oréal, Truffaut, ColiPoste, Cofely-Ineo, Oxylane...).

En avril dernier, lors de l'annonce de ses résultats annuels, l'éditeur expliquait que [3 200 entreprises dans le monde avaient retenu la plate-forme Hana](#), dont près de 1 000 comme socle de leur ERP Business Suite (le produit majeur de la gamme SAP). En 2013, la plate-forme In-Memory affichait un chiffre d'affaires de **664 millions d'euros**, en progression de 69% en euros constants.

A lire aussi :

[Sapphire Orlando : l'avenir de SAP s'écrit sur Hana... et avant tout sur Hana](#)

[BI : Comment Sagem a remplacé Oracle 10g par SAP Hana](#)

[5 questions pour comprendre la guerre Oracle – SAP dans le In-Memory](#)

[ERP sur SAP Hana : les pionniers dressent un premier bilan](#)