

# SAS France célèbre ses 25 ans et la fidélité de ses clients

On compte sur le bout des doigts le nombre d'éditeurs, restés indépendants, qui sont parvenus à traverser les diverses crises, sans besoin de financement, sans IPO (entrée en Bourse)...

SAS fait partie de ces rescapés qui ont su parfaitement s'adapter et anticiper les besoins en informations critiques et stratégiques – fondement de la « *business intelligence* », notamment.

Venu à Paris pour célébrer à l'hôtel George V un quart de siècle de relation fidèle avec ses clients, Jim Goodnight, pdg de la firme, a souligné la qualité des partenariats établis au fil des années. Mais ce sont les témoignages qui parlent d'eux-mêmes, comme celui de Pacifica (filiale 'assurance' du Crédit Agricole) ou encore celui de la Direction générale des Finances, DGFIP, du Ministère des Finances et du Budget. Dans une vidéo très explicite, son directeur a rappelé comment au cours des 22 années écoulées, ou plus, le ministère a su tirer parti des outils d'analyses statistiques. Ce sont aujourd'hui pas moins de 40 applications qui en bénéficient, utilisées quotidiennement ou presque par 20.000 fonctionnaires ou agents des collectivités, lesquels sont parvenus à « *s'approprier les outils pour élaborer leurs propres tableaux de bord* », en particulier des outils de « *pilotage de la performance* ».

Interrogé sur le devenir de la société -qui tient à rester indépendante, **non cotée en Bourse**, tout en étant capable d'autofinancer diverses acquisitions (dont notamment Teragram récemment, et « *une à venir dans les prochaines semaines* »), Jim Goodnight a souligné que « *la France s'inscrit parmi les 4 ou 5 premières filiales de la compagnie, qui se sont particulièrement bien développées, et qui font [sa] fierté* ».

Le lancement de la version 9 il y a quatre ans a donné un nouvel élan à la firme sur le marché français, où pratiquement tous les secteurs d'activité ont adopté et adapté, « verticalisé » des outils SAS. C'est, parmi les diverses explications possibles, la qualité du relationnel et la **forte fidélisation** de ses clients qui ont porté le succès de l'éditeur. Aujourd'hui, insiste son pdg, la firme n'est pas à vendre. Mais, pressé de questions sur le sujet, il finit par donner, avec un sourire de satisfaction non dissimulé, une idée de la valorisation de l'entreprise -suite à des « contacts » : **entre 12 et 13 milliards** de dollars...

Interrogé également sur les raisons du partenariat étroit établi **avec Teradata**, Jim Goodnight a répondu clairement : « *Ils disposent d'une solution très efficace pour maintenir des bases de données énormes qui continuent de grossir. L'intérêt de leur concept est leur capacité à éclater les bases de données sur autant de serveurs que nécessaire, à mesure que la taille augmente. Vous préservez les performances. Et à tout moment, vous pouvez ré-aggréger les données ainsi réparties* »,

(A suivre)