

Les PME se sont emparées de l'outil décisionnel

Face à la forte demande des PME, de plus en plus enclines désormais à piloter leur activité, les éditeurs d'outils décisionnels adaptent leurs offres. Mais ils butent sur le manque d'intégrateurs spécialisés dans cette activité.

L'outil décisionnel, ou *business intelligence* (BI), fait sa mue. Hier encore outil de suivi et de consolidation financière réservé aux directions administratives et financières, voire aux directions marketing (pour l'analyse des ventes) ou RH (pour le bilan social), « le décisionnel tend aujourd'hui à se diffuser dans tous les départements de l'entreprise: achats, production, logistique mais aussi DSI », note Pierre Audoin Consultants dans une récente étude. Une tendance que confirme Isabelle Carcassonne, directrice marketing et communication Europe du Sud de Cognos. Elle relève notamment la montée en puissance des projets de mise en place de solutions d'analyse de l'efficacité de la logistique dans les directions logistiques des entreprises. Chez Polarys, Éric Guigné note lui aussi l'engouement pour l'analyse des comportements clients, à partir des tickets de caisse, qui complète la traditionnelle analyse des ventes. Côté financier, on voit apparaître des outils dédiés à l'élaboration budgétaire, tâche jusqu'ici souvent

dévolue à Excel. Un domaine que s'approprie à investir Cegid, qui lance ce mois-ci Cegid Planning, un outil de ce type ciblant les entreprises de moins de 1 000 salariés.

Mais c'est surtout comme complément des progiciels de gestion intégré (PGI) que les outils décisionnels s'imposent actuellement. « Le PGI est un outil fantastique pour gérer des flux de données. Mais, pour piloter l'activité d'une entreprise au jour le jour, ces données doivent d'abord être transformées pour en extraire l'information pertinente », déclare Patrick Bertrand, Dg de Cegid.

Analyser au préalable les données

D'où l'ajout de fonctionnalités décisionnelles au PGI Cegid Business Place. De fait, à l'issue de leurs projets ERP mais aussi de gestion de la relation client, les entreprises se retrouvent souvent démunies face à l'analyse de leurs données. Ainsi, des solutions comme SalesLogix de Sage ou Sagecrm.com intègrent des états préparamétrés

d'origine Crystal Reports. Même démarche chez Coheris qui, après le rachat d'Harry Software, a doté Conso+ de fonctionnalités de BI.

L'autre tendance marquante est que ce sont désormais les PME qui tirent le marché de la BI. Isabelle Carcassonne observe ainsi une progression plus forte sur le *mid-market* que sur les grands comptes. Chez Microsoft, Bertrand Launay, patron de la division PME, indique que la croissance sur le marché décisionnel atteint 40 % depuis juillet 2005, avant même la sortie de SQL Server 2005 en novembre, après un exercice 2004/2005 déjà marqué par une hausse de 15 à 20 %.

Même constat chez les intégrateurs. Selon Laurence Caillat, directrice marketing de Cyborg, l'activité BI a progressé de 130 % entre 2003 et 2004. « La tendance pour 2005 est à une croissance à deux chiffres », ajoute-t-elle. Directeur technique de Business & Decision, David Lau Lam confirme: « Les PME y viennent très fortement. » Du coup, à l'instar des éditeurs de PGI ou de GRC, les concepteurs d'outils décisionnels adaptent leurs offres et leurs discours pour mieux toucher les PME-PMI. Ainsi, l'éditeur de solutions de décisionnel analytique Spad, orienté grands comptes depuis vingt ans, a lancé début novembre à l'intention des PME des offres packagées incluant des fonctionnalités d'analyse des données, du *data mining* et de l'analyse prédictive. Et, pendant que les acteurs historiques tentent de mettre leurs offres au goût du jour, de nouveaux entrants arrivent sur le marché. Parmi les plus ambitieux figurent Microsoft, mais également Oracle ou SAP. Cette évolution du

Les éditeurs de PGI et d'outils de GRC greffent à leurs produits des fonctions de BI.



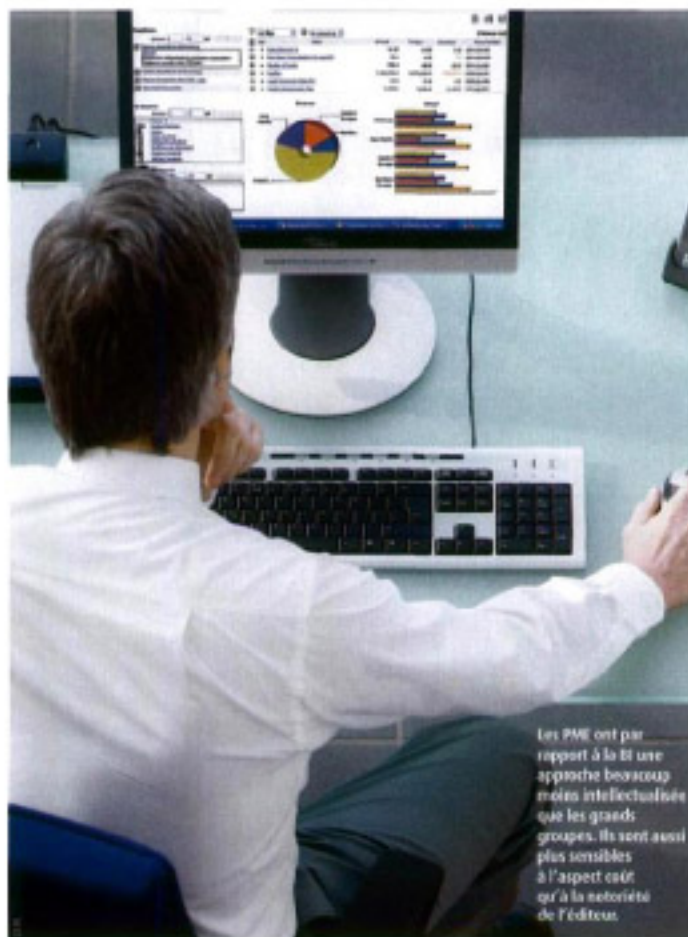
L'activité BI chez Cyborg a progressé de 130 % entre 2003 et 2004. Et, pour l'année 2005, la tendance est à une croissance à deux chiffres.

Laurence Caillat, directrice marketing de Cyborg.

Un marché qui ne connaît pas la crise

Selon Pierre Audoin Consultants (PAC), « le marché global de la *business intelligence* a représenté en 2004 1 009 M€, pour une croissance de 8,7 %. Les prévisions du cabinet d'études font état d'une croissance de 8,6 % pour 2005, de 9,3 % pour 2006 et de 9,1 % en 2007. Le marché est notamment tiré par « la nécessité impérieuse pour les sociétés de mesurer les performances de leurs services, de contrôler leurs états financiers afin d'être en conformité avec la loi (Bâle II, MAS/IRIS, LOLF), mais aussi de tirer le meilleur parti des informations issues d'applications et de bases de

données hétérogènes », indique PAC. Le cabinet note aussi que « la reprise de l'activité a été plus marquée au niveau des services » avec 8,8 % de croissance, soit 5 points de plus qu'en 2003. Cela notamment grâce à l'apparition de la tierce maintenance applicative autour de la BI. Le marché des progiciels a enregistré une progression de 8,7 % en 2004 contre 7,1 % en 2003, année marquée par les acquisitions de Crystal Decision par Business Objects et de Bio par Hyperion. Selon Pierre Audoin Consultants, le Top 5 des éditeurs est constitué de SAS, Business Objects, Hyperion, Cognos et Cartesis.



Les PME ont par rapport à la BI une approche beaucoup moins intellectuelle que les grands groupes. Ils sont aussi plus sensibles à l'aspect coût qu'à la notoriété de l'éditeur.

marché vers les PME oblige néanmoins les fournisseurs à s'appuyer plus largement sur des intégrateurs de proximité. Ainsi, Microsoft prévoit de recruter 200 partenaires sur la BI. Même des éditeurs pratiquant le tout-direct, tels Bristol Decision ou Spad, s'ouvrent au modèle indirect. Une situation qui profite pleinement aux acteurs historiques

de ce secteur, notamment les SSII comme Keyrus (+30% sur l'activité BI), Business & Decision (+41%) ou Homsys (+26%). Mais l'ambition des éditeurs bute sur le nombre limité d'intégrateurs spécialisés. Sans compter que les prestataires existants, trop habitués à travailler avec des grands comptes, rechignent à basculer vers les PME. Un marché qu'ils jugent

insuffisamment rémunérateur compte tenu de la complexité de ce type de projets, même petits. « Les petits projets sont les plus compliqués à mettre en œuvre », soutient même David Lau Lam. Dans ces conditions, des éditeurs comme Microsoft n'hésitent pas à encourager leurs intégrateurs qui n'ont pas encore développé de compétences BI à le faire. Quitte à contribuer financièrement à leur formation et à leur fournir leurs premiers leads.

Le pragmatisme des PME

Les intégrateurs désireux de s'attaquer à la BI doivent avoir une connaissance approfondie du métier de leurs clients. « Même si les DSI ont leur mot à dire, les projets de BI continuent d'être pilotés par des fonctionnels », remarque Angelica Reyes, responsable de l'offre décisionnelle de Microsoft. En outre, ils doivent justifier de compétences dans les applications de gestion, pour les raisons déjà mentionnées, et aussi fournir une offre de conseil. La première grande difficulté consiste à mettre tout le monde d'accord sur les indicateurs à instituer et, parfois même, sur la définition sémantique de ces indicateurs (par exemple, la notion de chiffre d'affaires n'a pas toujours la même signification selon le service auquel on s'adresse dans l'entreprise), note Pascal Heidet, directeur commercial de la SSII Axyus qui a conçu à cet effet un outil spécifique. Le décisionnel requiert aussi de procéder par ajouts successifs de briques car, plaisante un connaisseur de la question, « le client veut tout, sans savoir ce qu'il veut ». Enfin, il est important pour les intégrateurs d'assurer un accompagnement au changement.

À propos du choix de l'éditeur, Pascal Heidet, directeur d'Axyus, estime que « sa notoriété compte moins que le coût de sa technologie pour les PME ». Ainsi, après avoir longtemps travaillé avec Business Objects, Axyus a opté pour un jeune éditeur open source inconnu, Prelitys, au « positionnement financier beaucoup plus attractif ». Ce choix résolu du pragmatisme par les PME pourrait conférer un réel avantage à Microsoft. L'éditeur fournit en effet de nombreuses briques décisionnelles en standard avec SQL Server 2005 et s'appuie sur Office (via Balance Scorecard) pour ce qui concerne l'interface utilisateur.



“ Le PGI est un outil fantastique pour gérer des flux de données. Mais, pour piloter l'activité d'une entreprise au jour le jour, ces données doivent d'abord être transformées pour en extraire l'information pertinente. ”

Patrick Bertrand, Directeur général de Legit.

La business intelligence : une discipline difficile à cerner

Sur le marché du décisionnel se côtoient des notions et des produits très divers : SGBD, ETL (outils d'extraction et de transformation de données), OLAP (bases de données multidimensionnelles destinées à l'analyse), avec des incursions vers l'FAI (intégration d'applications d'entreprise) ou les portails. Des notions qui ont du reste tendance à converger, souligne Gilles Benrekassa, Pdg de STR qui fut en France le représentant exclusif de Crystal pendant des années. David Lau Lam, directeur technique de Business & Decision, observe même « les prémices

d'une révolution du tout-intégrer : analyse OLAP, reporting de masse, voire outils budgétaires ». L'enjeu pour les éditeurs est donc désormais de se positionner sur toute la chaîne du décisionnel pour être éligibles aux projets d'harmonisation autour d'outils d'un même fournisseur. Car, par le passé, les outils décisionnels se sont souvent développés anarchiquement au gré des besoins de consolidation financière ou du besoin de se conformer aux contraintes réglementaires. Quant aux PME, elles se limitaient jusqu'ici à Excel et à Access, en guise d'outils décisionnels.