

# Quel avenir pour l'édition de logiciels en France à l'horizon 2010-2015 ?

## Cycle de conférences 2007 : Spécial prospective

### Evolution 2010-2015 des modèles économiques de l'industrie des TIC

*Patrick BERTRAND, Directeur Général de CEGID*

*Jean FERRE, Président de Sinequa*

*Olivier GUILBERT, Président Directeur Général d'Open Trust*

*Pascal HOUILLON, Président de Sage*

*Thierry PIERRE, Directeur de la stratégie SOA chez SAP*

*Gilles RIGAL, Directeur d'Apax Partners*

*Michèle GUREN, Présidente de Computer Associates France*

*Les débats sont animés par Jean-François PERRET, Président du Directoire de Pierre Audoin Consultants, et Christian HINDRE, Vice-Président du G9+.*

Après une première session consacrée au secteur des SSII, et une deuxième portant sur le monde des opérateurs de télécommunication, le G9+ a choisi de s'intéresser aux éditeurs de logiciels et d'envisager, en s'appuyant sur une analyse de la situation actuelle, leurs perspectives d'évolution à l'horizon 2010-2015.

## **I Le marché de l'édition de logiciels**

L'industrie du logiciel représente un marché de 150 milliards d'euros, et entre 15 et 20 % de son chiffre d'affaires sont investis dans la recherche et le développement. C'est une industrie qui peut gagner beaucoup d'argent. Les taux de rentabilité des entreprises qui fonctionnent bien peuvent être très élevés. Par ailleurs, l'édition de logiciels joue un rôle de plus en plus critique dans l'industrie mondiale. Les grands logiciels d'infrastructure ou applicatifs sont devenus des éléments clés des systèmes d'information des entreprises, donc de leur stratégie, et des réseaux de télécommunication. Ce sont aussi des instruments de la vie quotidienne pour des milliers d'entreprises, de la PME aux grandes administrations, et bientôt pour des milliards d'individus, notamment avec ce que l'on appelle les logiciels embarqués. Les perspectives sont très importantes.

Le marché français pesait 8 milliards d'euros en 2006, dont 60 % dans le secteur des logiciels applicatifs. Les taux de croissance sont de l'ordre de 5 à 6 % par an, ce qui est satisfaisant compte tenu des effets prix. On estime que ce marché représente 17 milliards d'euros annuels de dépenses pour les utilisateurs en incluant les revenus pour les sociétés de service et les consultants. Cet écosystème est donc très important pour un pays comme la France. Le marché français est dominé par les Américains : dans le chiffre d'affaires des 150 premiers éditeurs présents sur ce marché,

64 % est réalisé par les américains. La France contrôle 25 à 30 % de son marché intérieur, mais seuls deux éditeurs français bénéficient d'un chiffre d'affaires dépassant les 750 millions d'euros, tandis que 90 % d'entre eux ont des chiffres d'affaires inférieurs à 2 millions d'euros.

Par ailleurs, l'industrie du logiciel est caractérisée par plusieurs tensions. Le secteur est totalement dépendant de l'innovation et du mouvement ; les clients désirent s'affranchir de leur dépendance à l'éditeur, qui souhaite, lui, les rendre plus dépendants ; enfin il s'agit d'une industrie en pleine consolidation où chacun veut acheter l'autre.

## **.II Les ruptures dans l'expression de la demande**

Il convient d'abord de noter l'évolution du poste de DSI, devenu contributeur en matière d'idées. Aujourd'hui, le système d'information est un maillon essentiel de l'innovation dans une entreprise. Il permet d'assurer son agilité et une meilleure compréhension des directions de métiers. Les trois tâches du DSI sont de gouverner, de gérer et de protéger l'entreprise en faisant preuve d'une grande souplesse, tout en assurant la pérennité des investissements. Il doit donc connaître son propre métier et celui de ses dirigeants.

Concernant la demande des grands comptes à l'horizon 2010-2015, elle portera principalement sur une organisation modulaire des infrastructures. Les solutions ERP sont en effet en cours de modularisation, pour donner naissance à des ensembles plus souples de réceptacles des services de l'entreprise. Cela permettra à la fois de rationaliser l'utilisation des données et d'adosser la stratégie de l'entreprise à son processus de gestion. La grande révolution à venir intégrera l'information au cœur de l'architecture ERP désintégrée, mais articulée de façon plus efficace. En effet, on ne gère pas une entreprise avec un flux de données, mais avec des données triées à l'aide d'outils de *business intelligence*. L'avènement du concept nouveau d'architecture modulaire fera également tomber les problèmes d'intégration entre les différents composants.

Par ailleurs, les approches génériques ne peuvent plus satisfaire les clients des éditeurs de logiciels. Les fonctions applicatives devront répondre à chaque façon d'exercer le métier, sans se contenter d'un simple paramétrage, mais en s'orientant vers un développement plus proche des besoins et du métier du client.

Enfin, les entreprises désirent se recentrer sur leurs métiers, la demande est de plus en plus forte pour que les systèmes d'information soient découpés et hébergés à l'extérieur de l'entreprise. Les *outsourcers* représentent un segment de marché de plus en plus important pour les éditeurs de logiciels d'infrastructure. Ceci crée une logique de nomadisme, mais l'*outsourcing* devient de plus en plus sélectif, et de moins en moins massif. Si, à l'avenir, l'entreprise finissait par ne plus détenir en propre ses processus, on pourrait d'ailleurs envisager une forte augmentation du nombre d'utilisateurs internes ou externes.

## **.III Les « nouveaux modèles »**

### **.1 Open Source**

L'Open Source n'est pas un concept nouveau, mais il reste un modèle de développement efficace et pertinent. Il est porté par la volonté politique de plusieurs gouvernements de s'affranchir de la domination américaine. Certains grands clients ont également décidé de se tourner vers lui lors du

changement de politique tarifaire de Microsoft. L'arrivée de l'Open Source dans le monde des éditeurs de logiciels peut être comparée à celle du PC dans le monde du *hardware*. Son taux de croissance annuel oscille entre 50 et 100 %.

On peut considérer que l'Open Source prend à contre-pied le modèle de la licence. Il serait une alternative à l'empire de Microsoft et au principe de fonctionnement par systèmes verrouillés, en favorisant la cohabitation et l'échange, et en forçant à ouvrir vers les standards. L'Open Source véhicule une logique de rupture de marché en proposant de nouvelles capacités dans des secteurs nouveaux. Il représente une réelle opportunité de développement pour l'industrie du logiciel. C'est d'ailleurs en partie grâce à l'Open Source que l'hégémonie de Microsoft peut aujourd'hui être remise en question.

Il convient pourtant de nuancer cette approche en remarquant que l'Open Source, réellement innovateur il y a dix ans, reproduit *in fine* le système propriétaire, avec des modèles de vente qui reviennent à ceux des éditeurs, et des produits standardisés à suivre dans le temps. De plus, la notion de propriété intellectuelle a, là encore, fini par être sécurisée. Enfin, la fragilité de l'Open Source réside dans la plus grande liberté qu'il offre au client vis à vis de ses fournisseurs.

En réalité, l'Open Source est aujourd'hui incontournable en France, mais il va devoir cohabiter. Des entreprises comme Oracle ou SAP participent d'ailleurs à l'élaboration de standards. L'Open Source peut être considéré comme un tremplin pour les jeunes entreprises européennes, mais si ce modèle était réellement moins cher que les systèmes traditionnels, on peut imaginer que les éditeurs l'auraient déjà tous adopté.

## **.2 Software as a service (SAAS)**

Le SAAS pourrait être en passe de faire changer l'image de l'éditeur, en augmentant à la fois la valeur réelle et la valeur perçue des logiciels. Le Software as a service en fera des portails qui relèveront de la microchirurgie. Les produits se ressembleront peu. Ils iront au-delà des fonctions de base, en verticalisant leur approche et en segmentant les clients. Par exemple, le SAAS saura mettre en relation les différents professionnels du BTP, entrepreneurs et fournisseurs, pour que les devis soient établis en connaissance des stocks disponibles et des délais réels, au lieu de reposer sur une estimation. La prestation se trouvera enrichie par la contextualisation des informations.

Avec le Software as a service, l'éditeur devra s'entourer de partenaires. Il est probable que cette nouvelle évolution favorisera la concentration, les leaders préférant majoritairement s'associer à d'autres leaders. Mais du fait des alliances, la concurrence deviendra multiforme pour l'industrie du logiciel.

Il convient d'ajouter que l'on pourrait considérer aujourd'hui le SAAS comme un épiphénomène. Il représente aujourd'hui 1 % du chiffre d'affaires mondial du logiciel, et les prévisions tablent sur 10 % seulement dans dix ans. Les entreprises ont par ailleurs investi des milliards dans des produits qui ne fonctionnent pas avec le SAAS. Computer Associates, par exemple, a chuté en Bourse lorsqu'il a investi dans ce modèle. Il existe en outre un problème lié au partage des données sensibles et critiques. En revanche, d'un point de vue financier, le SAAS pourrait s'avérer être un bon investissement dans la mesure où il augmente la prévisibilité et la régularité des revenus.

Enfin, le plus difficile sera sans doute de faire adopter le SAAS par les clients, en grande entreprise. Les usages informatiques en entreprise ont en effet beaucoup de retard au regard des usages privés, et nul ne peut assurer un quelconque taux d'adoption par les utilisateurs de logiciels.

#### **.IV Quel avenir pour les éditeurs français ?**

Pour réussir en tant qu'éditeur de logiciels, il faut savoir innover, mais aussi développer une réelle culture de l'ambition. Les atouts français sont le génie inventif et une excellente patine scientifique, mais la France est en retard dans le *Go to market*. Pour dépasser un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros, il faut maîtriser un mode de marketing qui n'appartient pas à la culture française. Ce qui peut signifier, par exemple, remplacer l'entrepreneur français par un Président extérieur si l'on compte développer la marque à l'étranger, ou déplacer le centre de gravité de l'entreprise aux Etats-Unis, comme l'a fait Business Objects.

Les éditeurs français sont par ailleurs pénalisés par les barrières de la langue, de la réglementation et du choix des standards, c'est-à-dire par l'absence de marché unique, et par le manque de *cash flow*. Or le métier d'éditeur relève du secteur industriel, et non d'un secteur de services.

En revanche, il est aujourd'hui plus facile qu'avant d'être éditeur en France, et il est même possible de devenir partenaire de Microsoft par exemple sans résider en Californie. Face aux coûts croissants de la Recherche et Développement, certains ont essayé de délocaliser en Inde, mais la plupart ont réduit voire même arrêté. Aujourd'hui, les Suisses, les Anglais ou les Allemands sous-traitent en France, car développer y est moins cher.

Plusieurs points pourraient pourtant être améliorés. D'abord, les entreprises françaises devraient prendre l'habitude de ne plus demander à l'Etat des aides, mais plutôt des clients. Le Small business act prévoit à cet égard que l'Etat traite préférentiellement avec des éditeurs de taille moyenne. Il faudrait également renforcer la protection juridique de l'innovation. Bientôt, tous les pays auront une même capacité intellectuelle dans le secteur, et la France doit pouvoir garder l'avantage de son génie créatif. La contrefaçon des biens immatériels tels que la musique ou un concept n'est toujours pas traitée comme celle d'un sac Vuitton. Un important effort d'éducation sera nécessaire. Il faudra également assurer l'interopérabilité, et obliger les systèmes à être ouverts. Enfin, il conviendrait d'affronter le grand enjeu de l'équilibre entre innovation, entreprise, éducation et recherche. Les développeurs devraient par exemple travailler davantage avec les éditeurs de logiciels, et la prise en compte de ce secteur dans le cursus éducatif devrait être plus marquée.

En conclusion, il semble que les éditeurs de logiciels qui réussiront demain seront ceux qui affronteront le marché international tout en conservant une grande proximité avec leurs clients.