

SOLUTIONS

DOSSIER

# L'ERP au plus près du terrain

Il a vécu. L'ERP tel que nous l'avons connu à ses débuts intègre, désormais, beaucoup plus de fonctionnalités et de souplesse pour répondre aux demandes des entreprises. Mais la concurrence est rude avec l'émergence d'outils spécialisés et dits "verticalisés".

PAR SYLVIE DRUART

## Applications spécialisées Que deviennent-elles ?

"Si les éditeurs d'ERP ont souhaité pendant un temps accélérer l'intégration de fonctions spécialisées à leurs gammes (gestion d'entrepôt, transports, traçabilité, prévision, encaissement...) au travers d'acquisitions, d'intégrations de modules tiers ou de développements internes de leurs solutions, cette stratégie semble se ralentir un peu. Les éditeurs des solutions spécialisées tierces continuent, quant à eux, de se différencier en poussant des fonctions opérationnelles à haute valeur ajoutée (calcul avancé, algorithmie complexe et spécialisée, aide à la décision, solutions en mode SaaS) qui leur ont permis de garder des atouts majeurs sur des métiers où le pilotage temps réel de l'activité et le travail collaboratif priment sur la gestion des données et le traitement administratif. À ce jour, la plupart des grands groupes utilisent leur ERP comme socle de base couvrant 80 % à 90 % des fonctions vitales du SI de l'entreprise et complètent ceux-ci pas des solutions spécialisées et dédiées à leur secteur pour des problématiques pointues (GPAO, EDI, Supply Chain, POS, encaissement, RFID, systèmes embarqués...). Cette stratégie d'achat permet, par ailleurs, de ne pas tomber dans une logique de dépendance totale vis-à-vis d'un éditeur monolithique."



Alexandre Morel,  
directeur  
commercial  
et marketing  
d'Acteos



**A**près quelques années de morosité, le marché de l'ERP (Enterprise Resource Planning – ou progiciel de gestion intégré, en français) sort du gouffre. "Le marché reprend des couleurs cette année. En 2010, il a encore souffert de façon nuancée suivant les domaines fonctionnels, les secteurs d'activités et les tailles d'entreprises clientes", confirme Cyril Meunier, Research and Consulting Manager chez IDC France. Le cabinet attend, en effet, une croissance du marché global des logiciels pour la France en 2011 de 4 % et pour le marché des ERP et des logiciels de gestion d'environ 3,5 %. La définition de l'ERP a évolué au fil du temps. IDC considère qu'il doit au moins comporter deux modules, dont la comptabilité. "Pour nous, un ERP est une solution informatique, paramétrable, qui permet d'adresser l'ensemble des grandes fonctions de l'entreprise. Ensuite, il faut distinguer les ERP "généralistes" qui se

positionnent sur les blocs classiques: finances/contrôle de gestion, logistique et distribution, et production/maintenance. Chacun de ces grands ERP ayant historiquement une inclinaison pour l'un ou l'autre de ces blocs fonctionnels", intervient Laurent Meslin, directeur chez PEA Consulting.

Pour sa part, Patrick Rahali, analyste en charge des ERP et du Retail au CXP, convient que "le mot s'est vulgarisé. Il faut maintenant plutôt évoquer les solutions de gestion qui permettent de gérer les fonctions de l'entreprise avec une base de données unique".

Enfin du point de vue de l'éditeur SAP, "un ERP sert à gérer le présent mais, également, à préparer l'avenir", déclare Nicolas Coisne, responsable du marché de la distribution de SAP France.

#### UN ERP EN CACHE UN AUTRE

"Dans la réalité, tout cela se brouille et devient de moins en moins net", développe

## Le mode SaaS enregistre une croissance de 30%.



Cyril Meunier, research and consulting manager IDC France: "Le marché des logiciels de gestion des ressources (Compta/Finance, RH, Gestion commerciale...) en mode SaaS enregistre une croissance de l'ordre de 30 % depuis quelques années. La part de la dépense en logiciels SaaS sur ce marché représentera plus de 18 % du marché dans 3 ans contre un peu moins de 10 % aujourd'hui."

Cyril Meunier. Car face aux "best of breed" (solutions spécialisées considérées comme les meilleures sur leurs segments comme les TMS, WMS, solutions RH, par exemple), la frontière est mince et les fonctionnalités souvent en commun. Les best of breed adressent généralement des spécificités métier. Dans la dernière catégorie, les solutions verticales, s'adaptent à un domaine d'activité. "Je crois beaucoup aux solutions verticalisées qui sont, finalement, des progiciels de gestion standards dédiés à un secteur", intervient Laurent Meslin. Sur le terrain, et pour répondre à leurs besoins car un ERP ne gère pas tout, les entreprises maintiennent, souvent, plusieurs solutions qu'elles soient ERP, best of breed et/ou verticales. À charge pour elles d'intégrer et de fluidifier le flux d'informations multisources. La question quant au choix d'un type de solution plutôt qu'un autre demeure cependant: "Les systèmes hétérogènes ne permettent pas toujours une bonne intégration, pourtant très intéressante pour le flux global du

## Dans la distribution, certains projets rencontrent encore des dérapages en termes de délais et de coûts. Cela ne devrait plus exister vu le nombre d'années de recul sur le sujet.

Laurent Meslin,  
directeur  
chez PEA  
Consulting

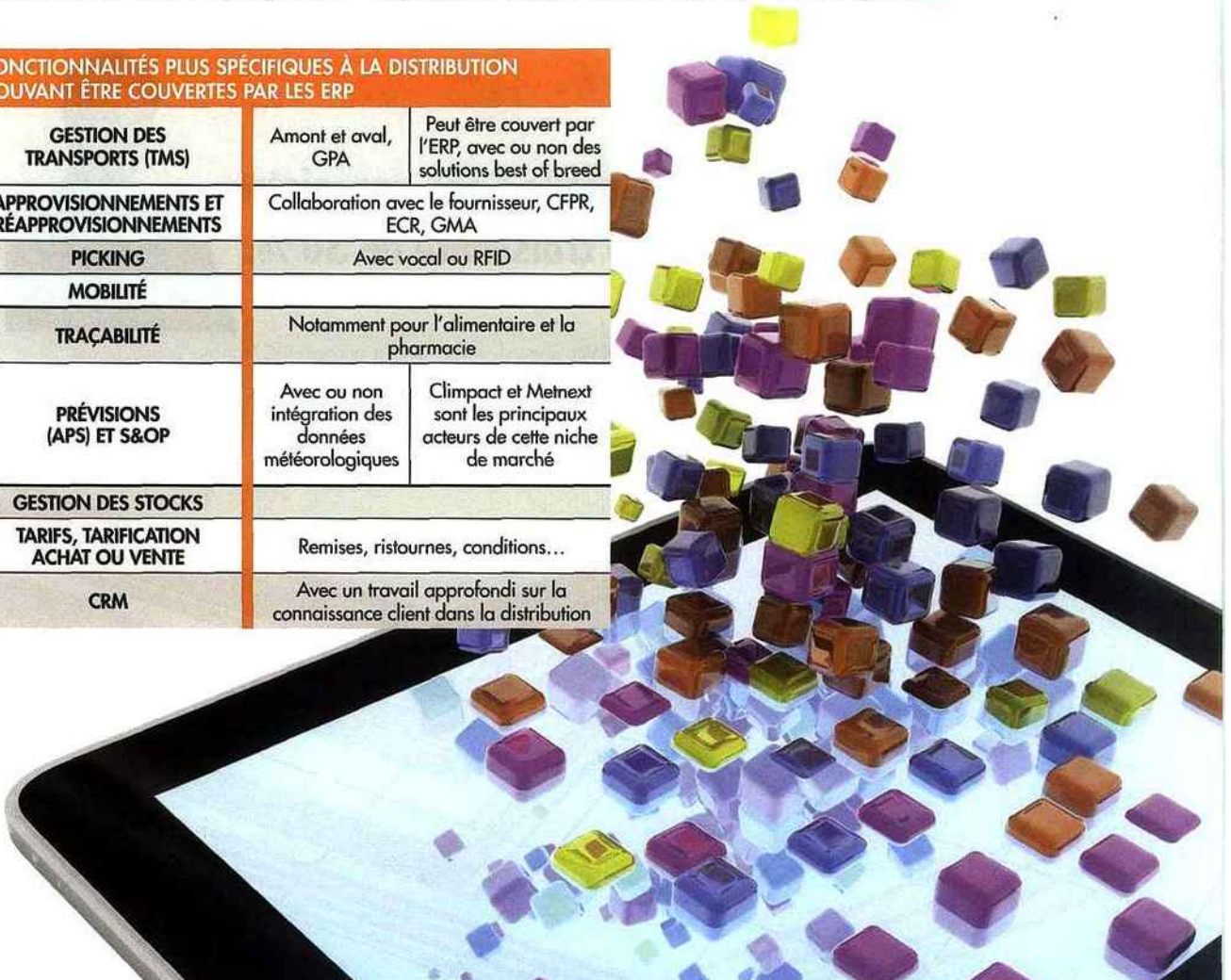


distributeur. La performance est peut-être au prix de cette intégration entre ces trois niveaux que sont le référencement achats, la logistique et les points de vente. C'est le gros avantage des grands ERP du marché, peut-être moins adaptés localement (algorithme de réapprovisionnement, TMS,

WMS...). Faut-il alors être moins performant sur des spécialisations au prix d'une véritable intégration qui fait du sens pour le process global ou, au contraire, être très performant localement aux dépens de cette même intégration?" s'interroge-t-il. ■

### FONCTIONNALITÉS PLUS SPÉCIFIQUES À LA DISTRIBUTION POUVANT ÊTRE COUVERTES PAR LES ERP

<b>GESTION DES TRANSPORTS (TMS)</b>	Amont et aval, GPA	Peut être couvert par l'ERP, avec ou non des solutions best of breed
<b>APPROVISIONNEMENTS ET RÉAPPROVISIONNEMENTS</b>	Collaboration avec le fournisseur, CFPR, ECR, GMA	
<b>PICKING</b>	Avec vocal ou RFID	
<b>MOBILITÉ</b>		
<b>TRAÇABILITÉ</b>	Notamment pour l'alimentaire et la pharmacie	
<b>PRÉVISIONS (APS) ET S&amp;OP</b>	Avec ou non intégration des données météorologiques	Climpact et Metnext sont les principaux acteurs de cette niche de marché
<b>GESTION DES STOCKS</b>		
<b>TARIFS, TARIFICATION ACHAT OU VENTE</b>	Remises, ristournes, conditions...	
<b>CRM</b>	Avec un travail approfondi sur la connaissance client dans la distribution	



FONCTIONNALITÉS DE BASE DES ERP	
COMPTABILITÉ	Avec parfois la gestion de la performance financière (décisionnel)
FINANCE	Parfois une solution complémentaire car le domaine est très sujet à la localisation
RH	
PRODUCTION	Très demandé par les entreprises en période de crise
DÉCISIONNEL	Achats, notamment
SCM	
GESTION COMMERCIALE ET ADMINISTRATION DES VENTES	Parfois en solution complémentaire
CRM	Torex...

EN PÉRIPHÉRIE, FONCTIONNALITÉS NON COUVERTES PAR LES ERP	
CATEGORY MANAGEMENT	
ÉTUDE DU COMPORTEMENT CLIENT	Carte de fidélité, AS Infor (Cegid) par exemple
SPACE MANAGEMENT, AMÉNAGEMENT DE L'ESPACE	Outils best of breed, Aldata, Click Commerce, JDA Software, Siemens
ENCAISSEMENT	Queue boosting
INVENTAIRES	RFID possible mais le coût reste dissuasif
MOTEUR DE CALCUL DE TARIFICATION	
SELF CHECK-OUT	Wincor Nixdorf, IBM et grands constructeurs
LOYALTY TOOLS, OUTILS DE FIDÉLISATION	Torex...

## Produit / client : être proactif

Dans la distribution coexistent deux problématiques : le produit et le client.  
*"Il y a toujours un besoin très fort de réactivité par rapport à une rupture, une stratégie de prix, etc. Mais ce qui est plus important est d'être proactif : c'est-à-dire tester des nouveaux produits rapidement, de nouveaux canaux de distribution, éventuellement de nouveaux concepts de magasins. Il faut aussi intégrer l'évolution du consommateur",* explique Nicolas Coisne, responsable du marché de la distribution de SAP France.

# ERP 2.0

## Il est sur les rangs

L'informatique est actuellement en pleine mutation et les ERP n'échappent pas à la règle. Avec les nouvelles technologies, le système d'information gagne en flexibilité et réactivité.



commander, retirer et payer, voire échanger, implique "d'être plus performant au niveau infrastructures informatiques en termes de robustesse et d'agilité", note Cyril Meunier. "Parallèlement, le commerce électronique change aussi la façon dont tout le monde consomme de l'informatique. Depuis quelques années déjà, les internautes aspirent à "googler" comme disent les Anglo-Saxons, c'est-à-dire à acheter sur Internet, à communiquer sur les réseaux sociaux et donc à faire en sorte que les interfaces soient interactives, conviviales, agréables... Du coup, dans les entreprises, les salariés réclament le même niveau d'ergonomie", poursuit-il. "Je dirais que la vitesse et la notion de visibilité sont nouvelles. Il faut, de plus, apporter de la traçabilité et du tracing/traking", affirme Laurent Meslin. "Au niveau ERP, aucune solution

**P**remier constat: les projets se font plus modulaires, plus évolutifs. "Nous ne percevons pas cela pas comme une conséquence de la crise mais comme un effet plus général de l'évolution de la perception qu'ont les entreprises clientes de l'informatique: elles ne veulent plus de gros projets avec leurs "effets tunnel" traditionnels mais préfèrent avancer brique après brique, en ayant bien en tête de les assembler ensuite", remarque Cyril Meunier, research and consulting manager IDC France. "La bonne nouvelle pour l'informatique - un acquis de la crise -, c'est que maintenant elle sait beaucoup mieux se vendre et démontrer son efficacité économique et opérationnelle grâce à des discours de type ROI et TCO (Coût de

Possession Total). C'est devenu une exigence, une discipline et presque un réflexe. Cela contribue au fait que les directeurs des systèmes d'information soient plus écoutés et davantage intégrés dans les comités de directio".

### UN SYSTÈME D'INFORMATION SANS FAILLE

Deuxième point, l'environnement intègre aujourd'hui d'autres données conjoncturelles liées au changement de comportement du client et à l'avènement du commerce électronique. Les deux combinés demandent, encore une fois, une gestion des données très rigoureuse, fiable et disponible à tout moment. Le cross canal, plébiscité par les consommateurs pour choisir, s'informer,

**Depuis quelques années déjà, les internautes aspirent à "googler" comme disent les Anglo-Saxons, c'est-à-dire à acheter sur Internet.**

## Un marché concentré

"Les ERP continuent à s'enrichir autour des grandes fonctions de départ, pour qu'il ne manque rien à l'entreprise. Cela dit, elles ont toujours besoin d'une autre solution et les éditeurs d'ERP l'ont tellement bien compris qu'ils ont racheté des solutions complémentaires", commente Patrick Rahali du CXP. Globalement, le marché se compose des grands acteurs internationaux généralistes mais qui peuvent être aussi spécialisés distribution, tels que : SAP, Oracle, Microsoft, Sage, JDA Software, Infor et Cegid. Puis viennent les solutions spécialisées ou métier : Qualiac, Aldata, Générrix, Ordirope (fournisseurs de la distribution), Cylande, Raymark, Agrostar, Hardis... En tout état de cause, tous les éditeurs se tournent vers les PME-PMI dont le taux d'équipement ou le besoin en solutions complémentaires attire toutes les convoitises. Pour sa part, IDC évalue à 300 M€ le marché de la distribution, les 15 premiers acteurs réalisant quasiment 85 % du marché.

n'est aujourd'hui capable de gérer le cross channel. Parce qu'il s'agit de fondre des organisations en silos. Chaque canal représentant un silo. Aujourd'hui, les silos ne sont malheureusement pas détruits", déplore Patrick Rahali.

### HÉBERGÉ OU NON ?

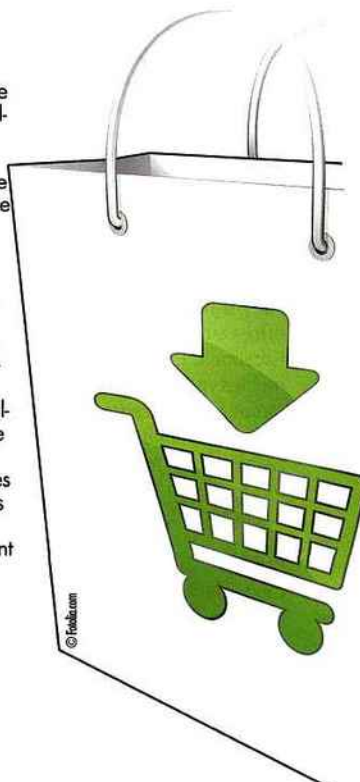
Troisièmement, le progrès technologique, venu de l'usage d'Internet, a modifié la donne sur la consommation de logiciels "à la carte", SaaS (Software as a Service) ou ASP (Application Service Provider), c'est-à-dire hébergés chez un prestataire ou l'éditeur lui-même. La dépense ne se fait alors pas au moment de l'acquisition de la licence mais sur la durée, l'usage et la mensualisation. Les éditeurs d'ERP, habitués du modèle avec licences procurant des revenus de maintenance juteux, ajoutent, en général, des offres SaaS sur des segments de marché ou des fonctionnalités qu'ils n'avaient pas exploités jusque-là. Parfois en achetant de pure players. Exemple avec Sage et son offre de mobilité ou

de transport. Certains éditeurs d'ERP comme Proginov, SAP, Cegid ou Netsuite proposent, cependant, des offres locatives particulièrement dédiées aux entreprises de taille moyenne ou petite. "Le SaaS progresse un peu dans tous les domaines et nous nous dirigeons vers un système d'information avec des briques SaaS et non SaaS, tout cela devant cohabiter. Ce qui favorise des projets différents, plus petits mais plus nombreux et plus fréquents, avec certes moins de services d'implémentation au début, mais plus de besoins sur la durée au fur et à mesure que se développe l'usage", souligne Cyril Meunier. Aujourd'hui un éditeur d'ERP doit savoir fournir beaucoup de choses : l'hébergement, plus de convivialité, de fonctionnalités, d'ergonomie, de dématérialisation, une dimension collaborative et un assouplissement des processus métier. Il lui faut donc innover coûte que coûte. L'entreprise collaborative, communicante, équipée d'outils de mobilité est sans conteste la réalité de demain, ERP ou pas. ■

## Adax

### ERP multi-canal orienté distribution retail

Multiplication des canaux de vente, segmentations marketing de plus en plus fines, conditions d'achat et d'approvisionnement en augmentation constante... Le secteur de la distribution et du retail doit faire face à de nouveaux enjeux. Un challenge relevé par TVH Consulting et Microsoft avec ADAX, la première solution ERP intégrée de commerce multi-canal. ADAX pour Advanced Distribution for Microsoft Dynamics AX. C'est le nom de la première solution ERP verticale de commerce multi-canal du marché. Développée par TVH Consulting, elle vient élargir le périmètre fonctionnel de l'offre ERP de Microsoft Dynamics AX. Dédié aux centrales d'achat, aux réseaux de distribution spécialisée et aux fournisseurs de la grande distribution, ADAX couvre l'ensemble des canaux (centres d'appels, e-commerce, m-commerce, vente à distance, points de vente...). Au-delà de la garantie de sérieux offerte par le référencement Microsoft (Industry Software Vendor), TVH Consulting souhaitait s'appuyer sur un ERP qui lui permette de mettre en œuvre rapidement de nouvelles fonctionnalités. Au programme, une pléniade de l'offre pour des fonctionnalités avancées : gestion commerciale, centres d'appels et CRM, approvisionnements, stocks, achats, transports et expédition, cross-docking, intégration point de vente, VMI, intégration e-commerce, promotions et remises, marketing et génération de nouveaux clients, cross selling, contrôle qualité, gestion des contrats fraîcheur... L.-C. M.



## Spiral Group Orienté distribution

du retail en France et à l'international. Son expertise repose sur sa connaissance de l'organisation des groupes de la distribution et du commerce spécialisé. L'éditeur propose, notamment, un progiciel intégré de pilotage centralisé pour les enseignes. L'ERP Progest comporte en natif les normes de communication de la distribution et dispose de modules métiers spécifiques (alimentaire, textile, loisirs, presse...). Il couvre le référencement, les achats, le stock, le BtoB et le BtoC, la tarification, la comptabilité, l'échange de données, des indicateurs, des outils de modélisation et de gestion d'entreprise. Progest couvre, également, la gestion commerciale des points de vente jusqu'à l'encaissement via des progiciels natifs tels Netpos ou Mag'Office. Disponible en architecture client/serveur, ASP, nomade online/offline. L.-C. M.