



Supply chain news

Alexandre Morel,
directeur commercial et marketing d'Acteos

QUESTIONS À ...

« Vers de nouveaux modes d'exploitation »

Logistiques Magazine :
Comment se positionne Acteos sur le marché de solutions de supply chain ?

Alexandre Morel : Nous proposons aujourd'hui une offre de supply chain intégrée couvrant le transport, l'approvisionnement, l'entrepôt et la prévision. Autrement dit, nous sommes présents à la fois sur les fonctions d'exécution, socle historique de notre offre, et stratégiques, à travers le prévisionnel et la planification. Nos outils aident en effet nos clients à bâtir des plans à court terme, sans aller toutefois jusqu'à l'ordonnancement, et sur un horizon de 2 à 5 ans. Nous sommes présents en France et en Allemagne, où nous comptons 60 % de nos clients et, depuis la fin de l'année dernière, à Montréal. Avec 10,2 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2010, résultat en progression de 32 % sur le premier semestre, nous sommes dans le Top 5 hexagonal des éditeurs de Supply Chain Management couvrant l'ensemble de la chaîne. Plusieurs nouvelles références sont venues enrichir notre portefeuille clients comme Réseau de Transport d'Électricité pour notre solution



d'entrepôt, Lafarge pour la partie transport et gestion des quais, ou encore Cora, en Belgique, sur les volets transport et approvisionnement. Nous sommes également sur un dossier en projet avec General Mills. Certains de ces clients ont été séduits par notre offre en mode SaaS (Software as a Service), c'est-à-dire distribuée via internet. De fait, le SaaS permet aux entreprises d'éviter un lourd investissement de départ en transformant leurs dépenses en charges régulières. Ce mode de diffusion, que nous proposons depuis 3 ans, contribue à environ 5 % de notre chiffre d'affaires et devrait se hisser à 15 ou 20 % de notre activité à l'horizon 2015. Il ne s'agit pas pour autant de tout basculer en mode SaaS, car cela nous demanderait, en tant qu'éditeur, de nous reposer sur un autre modèle économique, notamment en termes de trésorerie.

L.M. : Comment expliquer ces bons résultats, dans un contexte économique, il faut le dire, plutôt dégradé ?

A.M. : On peut dire que la supply chain execution joue un rôle de levier pour optimiser le taux de disponibilité des produits et donc les ventes. Au niveau des stocks, l'abaissement des volumes se traduit directement par de la production de cash. Vu sous cet angle, le fait de proposer des solutions, notamment en gestion du transport et des approvisionnements, débouchant sur des ROI s'échelonnant entre 3 et 6 mois, ne peut qu'être attractif pour les entreprises. Par ailleurs, si l'on regarde dans la filière agroalimentaire, qui fait partie de nos marchés clés, de nombreux acteurs sont en recherche de nouveaux modèles, de nouveaux schémas de transport pour répondre aux exigences croissantes de la grande distribution. Les tendances actuelles poussant à la mutualisation portent par exemple

chez nous sur une offre comme le Transport Management System. Notons qu'à côté des industriels, nombre de prestataires s'équipent également.

Le mode SaaS, on l'a évoqué, explique aussi la dynamique du marché, en permettant aux entreprises d'accéder à nos outils sans devoir débiter d'importants montants d'investissement. Un peu dans cet esprit, nous travaillons en parallèle depuis 2007 à la mise sur pied d'une offre en mode Cloud. Contrairement au SaaS, où c'est une application complète, monolithique, qui est fournie à l'utilisateur, la diffusion en Cloud va permettre aux entreprises de n'exploiter que le module, la fonctionnalité dont elles ont besoin, pour compléter par exemple un système qu'elles ont déjà en place chez elles. C'est une évolution très prometteuse mais elle suppose, en recherche et développement, un chantier pharaonique qui passe chez nous par la réécriture de tous nos produits. Nous sommes aujourd'hui bien avancés sur ce plan et avons déjà des références en Cloud, l'ensemble de ces travaux devant être achevés d'ici à deux ans. Toutefois, la connexion entre un module Cloud et le système existant peut parfois être assez lourde et il faudrait qu'un jour les éditeurs se mettent autour d'une table pour faire en sorte que cette passerelle soit facilitée. Globalement, en recherche et développement, la mise au point de ces nouveaux modes de diffusion est gourmande en investissement. Nous consacrons ainsi à cette activité amont environ 15 % de notre chiffre d'affaires. Heureusement, Oséo, structure publique d'aide à l'innovation, nous accompagne, et le fait de disposer d'un centre technique de développement au Liban nous permet de maîtriser certaines dépenses.

des progiciels »

3 L.M. : **Vous venez d'annoncer une campagne de recrutements de profils multiples, les postes à pourvoir allant de chef de projet à architecte technique SaaS en passant par consultant supply chain, formateur et support client. Quelles perspectives recouvre-t-elle ?**

R.M. : Nous employons aujourd'hui 120 personnes et ces embauches vont porter sur 10 à 20 nouveaux collaborateurs d'ici 6 à 9 mois suivant la qualité des profils. Elles sont liées notamment au renforcement de nos parts de marché sur la partie transport et approvisionnements/prévision. Plus globalement, nous visons pour cette année une croissance à deux chiffres, aussi bien en volume d'affaires qu'en progression de nos marges opérationnelles. Cet objectif est d'ores et déjà reconduit pour l'an prochain sur une dynamique qui repose sur plusieurs axes. Outre notre croissance organique, nous comptons développer notre réseau d'intégrateurs. Nous avons démarré ce mode de diffusion indirecte en Amérique du Nord et désirons le déployer aujourd'hui en Europe. Mais surtout, nous allons choisir nos partenaires par secteurs d'activités. En effet, nous restons axés sur nos quatre marchés prioritaires que sont la distribution, l'agroalimentaire, la pharmacie et les industries lourdes et disposons donc d'offres préparamétrées pour ces différentes filières. Enfin, nous envisageons une croissance externe. Elle visera à étendre nos parts de marché via la reprise de portefeuilles de clientèle. Il n'est pas exclu que l'opération puisse concerner un éditeur concurrent et se dérouler aussi bien outre-Atlantique qu'en France ou ailleurs en Europe. Aujourd'hui, nous n'avons pas arrêté d'échéancier précis pour effectuer cette acquisition.

• **Propos recueillis par Laurent Schwartz**