



Sommaire

- > **Environnements :** des écosystèmes en plein développement p 20
- > **Panorama :** toute l'offre répartie par fonction p 21
- > **Poste de travail :** la bureautique se met aussi à l'hébergé p 22

> L'ÈRE DU LOGICIEL À LA DEMANDE

Le second souffle du mode hébergé

Après des années d'hésitation des éditeurs, de réticence des entreprises et d'évolution technologique, les conditions sont réunies pour voir enfin décoller le marché des applications à la demande. Tous les grands types de progiciels sont désormais concernés. Et le mouvement touche même la bureautique.

Il y a encore deux ans, on disait ASP, comme *Application Service Provider*, qui faisait référence au fournisseur. Aujourd'hui on parle de SaaS (*Software as a Service*), une évolution sémantique qui illustre le déplacement du débat du point de vue du fournisseur vers celui de l'utilisateur. Cette évolution se traduit aussi dans les faits.

Progressivement, la fourniture de services applicatifs se rapproche d'un idéal qui consisterait à délivrer une application comme on fournit de l'électricité : à partir d'une plate-forme centralisée et réellement mutualisée, avec un abonnement mensuel et sans compétences lourdes ni grands efforts de mise en œuvre.

Les difficultés des ASP ont servi de



LES IDÉES
À RETENIR

> L'offre tend aujourd'hui vers l'idéal imaginé jadis : des applications louées, délivrées à distance par des plates-formes mutualisées.

> Les réticences des entreprises s'estompent et les grands éditeurs affichent enfin des stratégies volontaristes.

> Les spécialistes ont pris une certaine avance, qui se concrétise notamment par l'émergence de vastes environnements.

leçon. En l'absence de réelle volonté des éditeurs, ce sont des spécialistes qui, au début, ont tant bien que mal accommodé des progiciels existants pour les délivrer au travers du Web, par exemple en greffant une couche de présentation de type Citrix ou en consacrant une infrastructure à chaque client. Bien souvent, ils facturaient d'importants coûts d'intégration et imposaient un engagement d'un à trois ans, des coûts qui ont largement contribué aux déboires des ASP. A l'instar de « pure players » comme Salesforce.com ou NetSuite, les nouveaux apôtres du SaaS cherchent à éviter ces écueils en concevant d'emblée leurs logiciels pour permettre leur commercialisation en mode hébergé.

Un terrain plus propice

Plusieurs facteurs facilitent cette évolution à la fois sur le plan technique et sur celui des mentalités. Côté technique, les débits, la qualité de service et la couverture des accès à Internet se sont considérablement améliorés. La mutation est également venue du navigateur Web qui, grâce à la notion de client riche, est désormais capable de fournir une ergonomie équivalente à celle du client lourd. Quant aux mentalités, elles ont changé aussi bien du côté des donneurs d'ordres que de celui des fournisseurs. Chez les premiers, les questions de sécurité et de confidentialité sont certes encore au cœur des préoccupations. Mais, ne serait-ce que compte tenu de la quantité de courriels contenant des informations stratégiques, l'externalisation sur une plate-forme mutualisée est un sujet de moins en moins tabou. D'autant que certaines applications naturellement en mode hébergé car ouvertes sur l'extérieur de l'entreprise, comme les conférences Web, les télédéclarations, les EDI ou la dématérialisation de la facture, sont couramment adoptées par les grands comptes. « Bien souvent, les entreprises se posent la question des fonctionnalités avant de penser au mode de commercialisation, licence ou hébergement », constate pour sa part Henry-Michel Rozenblum, délégué général de l'ASP Forum, association de promotion du mode hébergé.

Si les freins à l'adoption du SaaS sont moins forts, les moteurs sont aussi plus puissants. Les raisons qui poussent à adopter ce nouveau modèle sont d'abord

Editeurs : entre SaaS et licence, leur cœur balance

Confrontés à la montée en puissance des pure players, la plupart des éditeurs de progiciels se lancent désormais dans le SaaS tout en prenant grand soin de positionner leur offre hébergée de façon complémentaire au mode licence. Le premier critère de choix qu'ils avancent est alors humain et organisationnel : si l'entreprise possède un service informatique structuré et fort, les éditeurs préconisent de privilégier le mode licence. Dans le cas contraire, ils n'hésitent plus à orienter les directions générales ou même les directions fonctionnelles vers leurs offres hébergées. « Les entreprises très décentralisées possédant un réseau de magasins ou d'agences auront tout intérêt à recourir au mode SaaS », ajoute pour sa part Pierre

liées à des moyens humains insuffisants. C'est typiquement le cas de la PME dont le service informatique est embryonnaire ou inexistant. Mais c'est aussi celui d'une entité fonctionnelle qui souhaite contourner un service informatique dépassé ou peu réactif. La haute disponibilité et la facilité de déploiement et d'exploitation sont également des critères importants, surtout lorsque l'entreprise compte de nombreux sites. Le client pourrait également y gagner en termes de qualité du service applicatif. « Avec le mode

Diantell, responsable marketing de Cegid. Mais la cible est aussi associée à la stratégie de l'éditeur, soucieux de conquérir un nouveau segment tout en cantonnant sa base installée au mode licence. C'est typiquement le cas de SAP dont l'offre ArS ciblera exclusivement les PME, marché sur lequel il ne s'est jamais vraiment imposé. A l'inverse, Microsoft, dont les offres de PGI (Navision) et de GRC (Dynamics) ont surtout séduit des PME, espère bien s'adresser à des grands comptes. « Certains grands comptes iront vers le mode SaaS malgré un existant lourd dont ils voudront justement s'affranchir rapidement », argumente Jacob Harttung, directeur des opérations, division plate-forme et écosystème chez Microsoft. ■

SaaS, il devient plus facile de changer de prestataire. Les acteurs voyant ainsi s'éloigner la perspective d'un quasi-monopole, la qualité est poussée vers le haut », remarque Philippe Courtot, PDG de l'éditeur Qualys.

Le critère économique est plus complexe. De l'aveu même de certains prestataires, le mode SaaS peut se révéler plus cher au-delà de deux ans, tant le coût du matériel a chuté. « Mais il faut voir l'ensemble des coûts, notamment ceux liés à l'intégration et à l'exploitation. D'autre part, en mode SaaS, on est sûr de ne payer que ce que

MOTS-CLÉS

SaaS

Software as a service
Ce sigle, qui désigne la fourniture d'applications en mode hébergé tend à remplacer l'appellation ASP (ou FAH en français), les principales différences étant la notion d'interlocuteur unique (l'ASP travaillant avec un éditeur), l'absence d'engagement et une réelle mutualisation des ressources entre clients.

ASP

Application Service Provider (ou FAH, fournisseur d'application hébergée)
Ce terme né à la fin des années 1990 désigne des prestataires mettant d'ordinaire en ligne des progiciels existants.



AVIS D'EXPERT

EMMANUELLE OLIVIE-PAUL,
DIRECTRICE ASSOCIÉE CHEZ MARKESS INTERNATIONAL

« Les grands comptes ont été moteurs »

Les grands comptes ont très tôt adopté les applications en mode hébergé dans des domaines périphériques. Il s'agit par exemple de solutions orientées finance ou RH telles que télédéclarations, paie ou recrutement en ligne. Il s'agit également de gestion des achats (dématérialisation d'appels d'offres ou de factures, gestion des courriels ou conférences Web). Parallèlement, ces entreprises ont encouragé leurs partenaires, clients ou fournisseurs à utiliser certaines de ces solutions, ce qui a produit un effet d'entraînement. En revanche, pour des fonctions plus stratégiques, les grands comptes sont encore en retrait par rapport aux PME de moins de 500 personnes. Par exemple, les grands clients de Salesforce.com se limitent souvent à quelques fonctions,

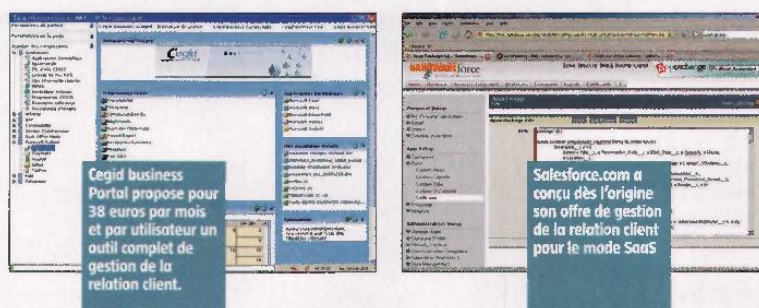
comme le reporting et l'analyse des ventes, excepté lorsqu'il n'y a pas d'existant. Pour aller plus loin, il leur faudrait faire migrer leurs données, basculer leurs applications existantes et adapter leur organisation. Il s'agira forcément d'un long processus. Côté PGI, les grands comptes en sont encore à rentabiliser leurs investissements passés, mais certains ont déjà « webisé » les accès. Cela facilitera un éventuel passage au SaaS qui, s'il a lieu, se fera plutôt fonction par fonction. Mais un autre frein est constitué par les éditeurs eux-mêmes. Car le SaaS représente pour eux un changement radical, en termes à la fois de modèle économique, de canaux de distribution et de culture. Leur entrée en lice très récente coïncide toutefois avec l'émergence d'une demande. ■



■ ■ ■ *On utilise, alors que de nombreuses licences sont acquises inutilement. Au final, les entreprises ne cherchent pas tant à réduire les coûts qu'à mieux les maîtriser* », explique Emmanuelle Olivié-Paul, directrice associée du cabinet d'études Markess International. Avec un abonnement mensuel par utilisateur, elles savent combien elles vont payer dans les années à venir. Quant aux coûts induits, ils sont faibles sans être nuls. « *L'intégration de l'application externalisée au système d'information peut être complexe et la mise à niveau des navigateurs n'est pas neutre* », note Emmanuelle Olivié-Paul.

Des grands éditeurs qui se sentent menacés

Côté fournisseurs, les grands éditeurs ont assisté à la montée des *pure players*, en tête desquels figurent Salesforce.com et NetSuite, bien que ce dernier ne soit pas encore présent en France. Dès le départ, ces acteurs ont conçu leurs plates-formes en vue de mutualiser les ressources et de faciliter le paramétrage et la mise en œuvre. Leur mode de tarification est limpide, sans coût initial et sans engagement. Pour la première fois, les Microsoft, Oracle et autres SAP se sentent menacés. Si tous trois avaient déjà une



offre SaaS, celle-ci restait cantonnée à certains domaines – la communication et le travail collaboratif chez Microsoft, la gestion de la relation client (GRC) ou les ressources humaines (RH) chez Oracle ou SAP. Mais aujourd'hui, ce dernier s'apprête à lancer A1S (attendu le 19 septembre), une offre de progiciel de gestion intégré (PGI) en mode hébergé conçue pour le marché des PME. De son côté, Microsoft a jusqu'alors laissé des partenaires – comme Aspaway en France – proposer son offre Dynamics CRM en mode hébergé. Mais il entend lancer lui-même un service du même type, baptisé CRM Live. « *Nous préparons également une offre reposant sur*

notre PGI, Dynamics Navision », annonce Jacob Harttung, directeur des opérations, division plate-forme et écosystème chez Microsoft. Dans le même temps, l'éditeur tente de brouiller les cartes en expliquant que la frontière entre licence et SaaS s'estompe. « *On peut très bien facturer un logiciel installé en interne en fonction de la période d'utilisation, ce qui réduit le SaaS à un simple type de déploiement* », argumente Jacob Harttung. Côté français, plusieurs éditeurs ont également franchi le pas. Dans le domaine des PGI, Cegid ou Proginov ont ainsi bâti leurs propres plates-formes. Divalto en a fait autant pour l'ensemble de sa gamme, mais il délègue la

CHIFFRES CLÉS

32 %

C'est la croissance annuelle estimée entre 2007 et 2011 du marché des applications déléguées en mode SaaS. En 2011, ce marché représentera une valeur de 14,8 milliards d'euros.

SOURCE : IDC

25 %

C'est la part du marché mondial du logiciel d'entreprise que représentera le mode SaaS en 2011.

SOURCE : GARTNER

> DES ÉCOSYSTÈMES EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

Vers l'émergence de nouveaux environnements

Le SaaS suscite à la fois le ralliement d'acteurs tiers et l'émergence d'environnements nouveaux, dans la mesure où les interactions entre applications sont favorisées.

Depuis longtemps, les éditeurs encouragent le développement de solutions tierces autour de leurs progiciels. Tout naturellement, les prestataires SaaS suscitent l'émergence d'une dynamique comparable. « *L'écosystème existant autour de nos solutions peut être porté presque tel quel sur le mode SaaS*, explique Pierre Dianteill, responsable marketing de Cegid. *Mais dans le même temps émerge un nouvel écosystème tirant parti du fait que les applications et les données sont disponibles en ligne, ce qui, par exemple, favorise les fonctionnalités de travail collaboratif.* »

Le prestataire le plus avancé est Salesforce.com. « *Quelque 650 applications tierces sont disponibles en ligne, dont certaines développées par des acteurs majeurs comme Business Objects, Trillium Software ou Access Commerce* », affirme Pierre Soria, directeur général de Salesforce.com France. Cet acteur met à la disposition de ses clients et de ses partenaires un environnement de développement basé sur Apex, langage propriétaire proche de C ou de Java. Certifiées puis mises en ligne, les applications tierces se basent de facto sur le modèle de données du client. Pour sa part, NetSuite propose

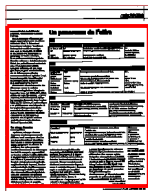
une plate-forme de développement baptisée SuiteFlex. Outre l'ajout de nouvelles fonctions ou applications, ce prestataire cible la verticalisation de son offre PGI. Il cite une cinquantaine de fournisseurs dans les domaines des centres d'appels, de l'EDI, de l'intégration d'applications, des accès nomades ou des solutions verticales pour la distribution, l'industrie, les services et l'e-commerce.

Une intégration plus lâche chez Microsoft

Microsoft veut également faire émerger un environnement spécifique

autour de ses solutions SaaS existantes et futures, mais plutôt à travers une intégration lâche entre des services que chaque prestataire continuera à héberger. « *Une telle intégration, qui passera essentiellement par nos API et les services Web, représente une tendance lourde. Il s'agira par exemple de solutions de sécurité, autour de notre service MS Managed Solution, basé sur Exchange et Sharepoint* », précise Jacob Harttung, directeur des opérations, division plate-forme et écosystème.

Face à ces mastodontes, les fournisseurs historiques d'applications hébergées, dont le leader français est Aspaway, ont également une carte à jouer, en misant sur un environnement basé sur la complémentarité des progiciels mis en ligne. « *Ces prestataires peuvent proposer des bouquets d'applications fédérées autour de hubs applicatifs* », estime en effet Henry-Michel Rozenblum, délégué général de l'ASP Forum. ■ T. L.-A.



commercialisation du service à des partenaires, dont le premier se nomme Prodware.

Pour se positionner efficacement par rapport aux *pure players*, tous ces éditeurs réalisent un effort à la fois culturel, économique et technique. Tout d'abord, ils changent de modèle économique et de mode de distribution, en entrant en concurrence avec leurs réseaux de partenaires. Sur le plan technique, ils ont entièrement réécrit leurs produits. L'interface utilisateur a évolué vers le mode Web et plus particulièrement vers le client riche. D'autre part, leurs produits supportent désormais, sur une même plate-forme, un grand nombre de clients, afin de réellement mutualiser les ressources matérielles et logicielles. Ce qui impose des capacités transactionnelles énormes ainsi qu'une gestion parfaite de la confidentialité des données.

C'est sur cette nécessaire mutation des éditeurs que tentent de surfer les fournisseurs d'applications hébergées de la première heure, qui continuent à mettre en ligne des progiciels existants. « Certains d'entre eux auraient les moyens de déployer leur propre plate-forme mais, devant le coût et l'effort que cela représente, ils préfèrent déléguer à un spécialiste comme nous l'adaptation de leur progiciel, l'hébergement et même la commercialisation du service », explique Mathias Mercier, responsable marketing chez Aspaway. En l'occurrence, ce prestataire met en ligne de nombreux progiciels, dont Generix, Adonix ou Microsoft Dynamics CRM.

Des acteurs disparates en compétition

Finalement, trois types d'acteurs s'opposent, avec des arguments tantôt différents, tantôt convergents. Ainsi, les *pure players* et les éditeurs convertis au SaaS avancent la notion d'interlocuteur unique. Ils assument en effet tous les problèmes, alors qu'un prestataire travaillant de concert avec des éditeurs peut être tenté de renvoyer la responsabilité à ces derniers. « De plus, le besoin d'adaptation et de réglage impose de nombreux échanges entre l'éditeur et le prestataire de service car il s'agit de récrire jusqu'au code applicatif », complète Christophe Raymond, directeur technique de Cegid. Ces éditeurs peuvent en outre se targuer d'offrir la possibilité d'un retour au traditionnel mode licence. Mais cette réversibilité est également proposée par certains *pure players*, comme NetSuite et Zoho, dont les services sont déclinés sous la forme de progiciels.

Le SaaS s'était longtemps cantonné à

Un panorama de l'offre

PGI

Offre	Fournisseur	Description	Tarifcation (par mois et par utilisateur)
ATS (nom de code)	SAP	Service basé sur une plate-forme dérivée du progiciel SAP-ERP	n.c.
ERP	Cegid Business on Demand	Comptabilité, gestion commerciale et de la relation client.	A partir de 300 € par utilisateur et par mois.
Generix	Generix et Aspaway	Progiciel Generix en mode SaaS.	De 250 à 230 €.
X3 Enterprise	Sage et Aspaway	Progiciel X3 de Sage en mode SaaS.	De 220 à 280 €.

SOURCE : LMI, FOURNISSEURS

GRC

Offre	Fournisseur	Description	Tarifcation (par mois et par utilisateur)
Cegid Business CRM On Demand	Cegid	Offre de gestion de la relation client en mode SaaS.	38 €.
CRM Live	Microsoft	Offre Microsoft Dynamics CRM en mode SaaS.	n.c.
CRM On Demand	SAP	Offre de gestion de la relation client de SAP, en mode SaaS.	A partir de 65 €.
Dynamics CRM	Microsoft et Aspaway	Offre Microsoft Dynamics CRM en mode SaaS.	100 €.
Neolane en mode SaaS	Neolane	Gestion de campagne marketing multicanal.	A partir de 300 € (selon périmètre et taille de la base).
Oracle Siebel CRM on Demand	Oracle	Offre de gestion de la relation client dérivée de Siebel CRM.	A partir de 70 €.
Salesforce	Salesforce.com	Gestion de la relation client nativement conçue pour le mode SaaS.	De 16 à 125 €.

SOURCE : LMI, FOURNISSEURS

GRH

Offre	Fournisseur	Description	Tarifcation
eEmptation en mode SaaS	Horoquartz et Aspaway	Offre basée sur le progiciel eEmptation. Suite d'Horoquartz (planification, suivi d'activité).	Selon le nombre d'employés et d'utilisateurs (par exemple 300 € pour 50 employés et 2 utilisateurs).
RH Sourcing	Cegid	Paie, gestion des temps, planification, notes de frais.	5 € par bulletin en moyenne (tarif dégressif selon volume et nature des traitements).
Zadig SAP HR	SAP et ADP-GSI	Externalisation de la paie et gestion des ressources humaines.	De 10 à 20 € par mois et par bulletin de paie (selon périmètre fonctionnel et niveau de service choisi).

SOURCE : LMI, FOURNISSEURS

AUTRES OFFRES

Offre	Fournisseur	Description	Tarifcation
Cognos Now !	Cognos	Solution BI disponible en mode SaaS ou sous la forme d'une boîte noire.	36 € par mois et par utilisateur.
Google Apps Edition Premier	Google Enterprise	Messagerie et outils bureautiques (tableur, traitement de texte, présentation). Offre payante avec engagement de services.	38 € par mois et par utilisateur.
QualysGuard	Qualys	Service d'analyse de vulnérabilité qui nécessite l'installation d'un boîtier dans l'entreprise.	De 4 à 40 € par an et par adresse IP.
WebOffice	WebEx	Conférence Web (chat, visioconférence multipoint, prise de contrôle à distance, partage d'applications, e-learning...).	De 5 à 59 € par mois et par utilisateur nommé.

SOURCE : LMI, FOURNISSEURS

certaines domaines applicatifs en tête desquels figuraient le travail collaboratif et la GRC. Avec l'arrivée de la plupart des éditeurs de PGI, la quasi-totalité des domaines fonctionnels sont désormais concernés. C'est par exemple le cas du décisionnel, notamment avec Cognos, à travers le rachat de Celequest. « Nous avons acquis un savoir-faire que nous allons appliquer à toute notre offre », déclare Isabelle Carcassonne, directeur marketing chez Cognos France. Quant à la bureautique, on a longtemps pensé qu'elle resterait la chasse gardée des suites logicielles. Aujourd'hui, Zoho ou Google

proposent des tableurs et des traitements de texte en ligne, associés à des fonctions collaboratives. Dans un autre registre, l'intégration entre applications commence à être touchée par le phénomène. Microsoft est ainsi en train de tester un service d'EAI hébergé basé sur son offre Biztalk. Mais cette intégration est aussi réalisée au cœur des plates-formes des grands prestataires SaaS, grâce à l'émergence d'environnements qui laissent entrevoir la perspective de systèmes d'information entièrement externalisés en mode SaaS. ■

THIERRY LÉVY-ABÉGNOLI
lmitelno@idg.fr

EN SAVOIR PLUS

Applications en ligne à la demande
Livre blanc de 28 pages, publié par le cabinet d'études Markess International en 2007, basé essentiellement sur une enquête réalisée auprès de deux cents entreprises.
www.markess.fr