



L'USF et SAP se félicitent des premiers résultats du programme de benchmark des systèmes d'information.

Paris, le 14 octobre 2009 – Le Club des Utilisateurs SAP Francophones, association indépendante régie par la loi 1901, et SAP présentent à l'occasion de la convention annuelle 2009 de l'USF, les premiers résultats de leur enquête sur le service benchmarking. Comme annoncé par Pascal Riolland, Directeur de SAP France lors du SAP World Tour en juin 2009, l'USF et SAP ont lancé un service de benchmarking existant depuis 2005 aux Etats-Unis dans le cadre d'une collaboration avec l'ASUG (équivalent nord américain de l'USF) comptant déjà plus de 6000 participants au niveau mondial.

L'ambition est d'animer des réflexions entre sociétés membres de l'association soucieuses de progresser en permanence, sur le lien entre la performance métier mesurée par des indicateurs pertinents, l'adoption des meilleurs pratiques, et l'apport des technologies de l'information.

Au-delà de la mise à disposition de 28 enquêtes de benchmarking auxquelles toute entreprise peut participer gratuitement, l'USF a plus particulièrement mis l'accent, depuis juin 2009, sur deux thèmes clés dans le contexte de crise actuelle : les Achats/Approvisionnements, ou « comment accélérer les économies auprès de ses fournisseurs ? », et la Business Intelligence/Données analytiques ou « comment prendre des décisions en toute confiance ? ».

Après seulement cinq mois, SAP France et l'USF constatent que le service de Benchmarking a bien démarré, que ce soit via le canal de l'USF qui en fait la promotion auprès de ses membres, ou via le canal de la Value Academy où SAP forme ses clients à l'utilisation du benchmarking. Les chiffres sont explicites: la France partait de 0 enquête en début d'année, mais depuis mai/juin 2009, plus de 100 propositions de benchmarking ont été faites, plus de 50 inscriptions au service, environ 20 enquêtes en cours et 15 déjà restituées.

Au-delà des deux thèmes choisis par l'USF, les sujets qui mobilisent le plus l'attention actuellement portent sur le coût de possession des solutions SAP (SAP TCO Benchmark) ainsi que la volonté des entreprises à obtenir un bilan global des différents processus de l'entreprise (Achats, Ventes Finance...)

Certaines sociétés souhaitent aussi comparer leurs branches les unes avec les autres pour identifier les meilleures pratiques en leur sein, en plus d'une comparaison avec les sociétés paires.

Les premières remontées des soumissionnaires sont extrêmement encourageantes :

- Les enquêtes sont pertinentes et fournissent des pistes d'amélioration concrètes au bon niveau de détail ;
- L'approche est excellente pour justifier une initiative / un projet prêt à être lancé ;
- Le benchmark permet d'initier une discussion entre business et IT, et s'aligner sur les objectifs.

Comme le souligne Pierre-Albert Carlier, Directeur en charge des Projets et de la Gouvernance au sein de la DSI du Groupe LVMH, « le benchmarking et plus globalement, l'approche par la valeur proposée par l'éditeur SAP permettent de réellement piloter les business cases en s'assurant que les bons leviers sont bien identifiés et activés. C'est la fin du ROI calculé sur un bout de papier dans le seul but de démarrer un projet et le début d'une nouvelle collaboration avec le business. Une vraie nouveauté dans l'optimisation des coûts et la proposition de valeur dans la mise en œuvre des SI ».

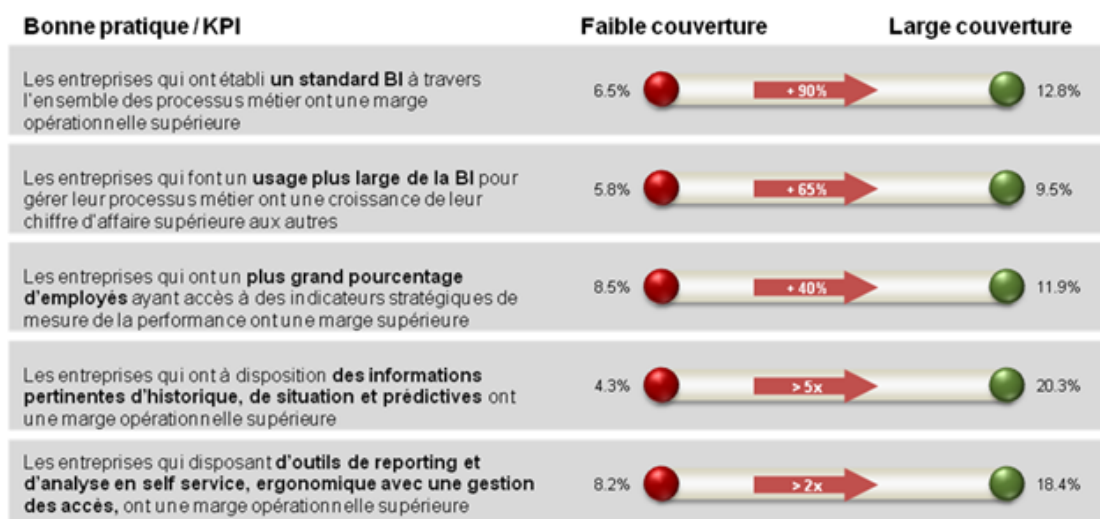
Comme toute mise en œuvre d'un nouveau service, les clients soulignent aussi quelques zones de difficultés :

- La disponibilité des données demandées : de l'avis général des participants, il ne faut pas sous-estimer le temps nécessaire à la collecte des données pertinentes, interroger des personnes de différentes entités pour avoir l'ensemble des données requises
- Sur la partie « bonnes pratiques », les questions sont plus qualitatives et donc les réponses, potentiellement subjectives : il faut là aussi favoriser les regards croisés pour refléter le consensus de l'entreprise
- Les clients demandent à SAP de plus s'impliquer pour expliquer comment répondre aux problèmes identifiés ou aux potentiels de gains révélés : recueillir le point de vue de l'éditeur, jusqu'à même l'identification des initiatives business supportées par des solutions IT, et priorisées dans une roadmap avec une idée des coûts associés est souvent demandé. Cela montre la légitimité de SAP à mener ce type de démarche et devrait décomplexer l'éditeur qui doit aller jusqu'au bout de la démarche et appuyer ses recommandations de cas concrets émanant d'autres clients au même titre qu'il réalise des maquettes pour démontrer les fonctionnalités de ses solutions.

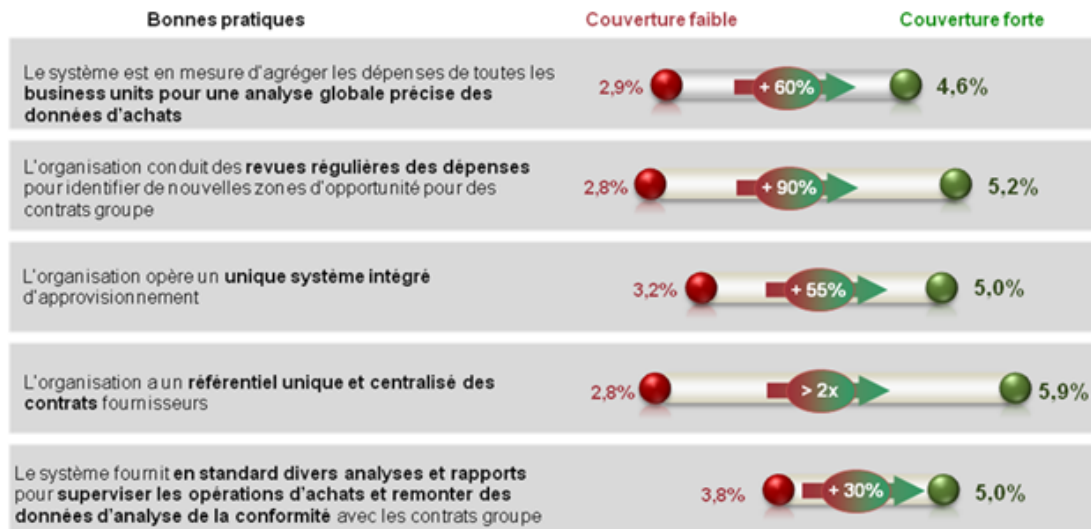
Pour SAP et l'USF, l'apport de cette démarche réside aussi dans la confirmation de l'influence de certaines bonnes pratiques sur la performance métier:

Voici en effet, quelques analyses de corrélation entre l'adoption des bonnes pratiques et la performance observables à travers les indicateurs mesurés : démontrer « scientifiquement » l'impact d'une bonne pratique sur l'amélioration de la performance nécessiterait une connaissance très fine des processus dans l'entreprise qu'il est impossible d'avoir à coût et délais raisonnables. Le Benchmark permet d'effectuer ces corrélations et de se donner des objectifs d'amélioration réalistes donnant les moyens de générer un business case crédible, de faciliter des prises de décision d'investissement fondé sur un minimum de faits et de conduire un projet piloté par la valeur au-delà des contraintes habituelles « qualité, coût, délai ».

Quelques éléments de liens entre les bonnes pratiques et la performance provenant de l'enquête sur la Business Intelligence / Analytique (277 sociétés internationales, toutes industries et tailles confondues)



De la même manière, des analyses équivalentes peuvent être faites sur les achats et la Supplier Relationship Management (521 sociétés internationales, toutes industries et tailles confondues) :



L'USF et SAP considèrent que cette initiative apporte une vraie valeur ajoutée pour les entreprises utilisatrices et souhaitent poursuivre ce partenariat en faisant la promotion des autres domaines couverts par le benchmark (ventes, production, logistique, finance...) notamment via les commissions USF.

SAP rappelle que la participation au benchmark est ouverte à toutes les entreprises qu'elles aient des solutions SAP installées ou non, soulignant que 40% des entreprises ayant faits un benchmark n'étaient pas clientes SAP.

A propos de SAP

SAP est le premier fournisseur mondial de solutions de gestion d'entreprise*. SAP propose des applications et services qui permettent aux entreprises de toutes tailles, et dans plus de 25 industries, d'optimiser leur résultat. Avec plus de 86 000 clients (incluant les clients issus de l'acquisition de Business Objects), dans plus de 120 pays, l'entreprise est cotée sur plusieurs marchés financiers, notamment la bourse de Francfort et de New York sous le symbole "SAP" (Pour de plus amples informations, veuillez consulter : <http://www.sap.com>).

À propos de l'USF :

L'USF est une association constituée de femmes et d'hommes, travaillant dans des entreprises appartenant à tous les secteurs d'activité économiques et utilisant une ou plusieurs solutions SAP.

Fort de ses 2000 adhérents, l'USF est avant tout un lieu d'échange de connaissances et d'expériences pour toute une communauté d'utilisateurs. Sa vocation principale est d'organiser et de favoriser le partage d'informations autour de solutions concrètes entre tous ses adhérents.

À ce titre, elle organise tout au long de l'année des ateliers et des commissions de travail destinés à enrichir les connaissances de chacun de ses membres à travers des participations directes, des bulletins d'information et la publication sur son site Web.

Pour plus d'informations, consultez le site à l'adresse : www.usf.fr

Contacts presse

SAP France
 Françoise Nové-Josserand
 Tél. : 01 44 45 21 05
francoise.nove-josserand@sap.com

Agence Burson-Marsteller
 Karine Froger / Henry de Romans
 Tél : 01 41 86 76 43 / 01 41 86 76 03
karine.froger@bm.com / henry.de-romans@bm.com