

# Autodesk : Inventor Day

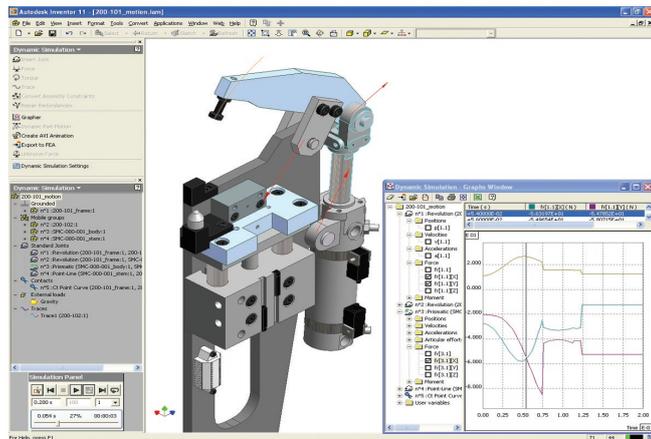
**Fin novembre 2006, Autodesk réunissait clients et prospects à sa journée utilisateurs « Inventor Day ». Ce fut l'occasion de dresser un bilan de l'année passée.**

*majeure des industriels : l'innovation...», concluait Jordi Portella.*

Deux questions restent en suspens sur la stratégie d'Autodesk : son rachat récent de la société Alias, et son ambition vis-à-vis de la simulation numérique. En effet, si Alias lui permet de compléter son offre vis-à-vis des fabricants de produits manufacturés avec l'aspect design, quelle sera la position d'Autodesk dans le domaine de l'automobile ? Inventor est employé par quelques équipementiers notamment pour concevoir des machines spéciales, mais globalement, il est absent sur ce secteur. L'acquisition d'Alias, leader dans les bureaux de style automobile, traduit-elle la volonté d'Autodesk de pénétrer ce marché par une autre porte ? Et dans ce cas, les produits manufacturing comme Inventor sont-ils en mesure de concurrencer l'omniprésence de Dassault Systèmes ou d'UGS dans cette filière ? Enfin, le rachat de Solid Dynamics préfigure-t-il de nouvelles acquisitions de la part d'Autodesk ? Ce dernier envisage-t-il de compléter ses produits de CAO par des outils de pré-dimensionnement, voire de simulation virtuelle, en calcul de structure ou en mécanique des fluides ? Les réponses en 2008... ■

**E**n 2005, l'éditeur a réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 1,5 milliard de dollars grâce à ses 87 bureaux répartis dans 33 pays. Aujourd'hui, plus de 7 millions de personnes utilisent les produits d'Autodesk. Jordi Portella, responsable européen de la division manufacturing, a souligné l'importance d'Inventor dans les bons résultats sur ce secteur d'activité. « Nous avons commercialisé plus de 500 000 licences d'Inventor, pierre angulaire de notre offre mécanique. Les PME sont dans leur très grande majorité convaincues de l'intérêt de la 3D et n'hésitent plus à s'équiper largement avec ce logiciel. Cela se traduit directement dans nos chiffres de ventes : + 25 % entre 2004 et 2005 et 474 millions de dollars de chiffre d'affaires sur l'Europe. Soit un tiers de notre activité totale ! Nous sommes aujourd'hui le leader sur le créneau de la CAO 3D milieu de gamme. »

La stratégie d'Autodesk pour aboutir à ce résultat, seulement 5 ans après le lancement d'Inventor ? En premier lieu l'acquisition de briques technologies



manquantes. Compass dans le domaine de la gestion de données, Solid Dynamics pour la simulation dynamique, Linus Technologie pour la conception de câblages 3D, Mechsoft côté schématique fonctionnelle, Ingeniering Intent pour la « conception à la demande », enfin Alias pour l'aspect Design. N'oublions pas également les efforts de R&D dont le budget représente plus de 20 % de ses revenus. La seconde force d'Autodesk : son réseau de vente indirecte qui compte plus de 1700 revendeurs, et ses quelques 2500 partenaires proposant des produits complémentaires. Une puissance commerciale que lui envient bon nombre de ses concurrents...

« Notre compagnie s'oriente résolument vers les marchés

de métiers. Seules des solutions spécialisées, intégrées et complètes peuvent répondre convenablement aux problématiques diverses de nos clients. A chaque métier son outil. Même si ces derniers ont une base commune. Second axe de travail pour nos ingénieurs de R&D : simplifier continuellement le déploiement de ces outils. Un aspect fondamental pour les PME/PMI. Troisième axe stratégique : favoriser la croissance des « web community », des regroupements de clients qui utilisent le web pour développer leur business. Grâce à nos efforts dans ces différentes directions, Autodesk peut désormais adresser la totalité des métiers du manufacturing, depuis l'étape du design, jusqu'à la production. Et ceci avec une offre répondant à la priorité