

La crise encourage les clients de PTC à innover

Directeur des opérations de PTC depuis 2009, Jim Heppelmann affiche avec satisfaction le bilan de sa première année passée en tant que nouveau PDG. L'exercice fiscal du groupe américain clos le 30 septembre révèle en effet des revenus à 1,17 milliard de dollars, en croissance de 16 % par rapport à l'année précédente et largement au dessus des 10 % prévus. Le quatrième trimestre a été particulièrement bon avec une hausse de 25 % des ventes de licences.

Dans un contexte de crise économique, comment expliquez-vous ces bons résultats ?

L'innovation est guidée par le PLM, et la crise encourage les entreprises à évoluer. Par ailleurs, ces dernières années nous ont été favorables. Au départ, le PLM était un petit satellite de l'ERP dans le SI de l'entreprise, c'est devenu un élément stratégique. L'enjeu actuel des grands groupes est de rationaliser et d'optimiser leurs outils internes, avec un cœur PLM compatible multi-CAO, opérationnel sur leurs différentes activités. Nous prévoyions pour 2012

un revenu minimum de 1,330 milliard de dollars avec une progression du bénéfice de 20 % et une croissance supérieure à 14 %. Sauf si la crise se transforme en crash général...

Cette croissance a-t-elle été stimulée par une nouvelle offre logicielle ?

Nous avons en effet tiré les fruits de plusieurs acquisitions récentes et de refontes importantes de nos produits. Fin 2010, la sortie de la nouvelle suite Creo a permis d'unifier le meilleur de Pro/Engineer, Product View et de CoCreate acquis en 2007. Au printemps, la version 10 de Windchill faisait l'actualité et en juin dernier, nous avons acquis MKS Integrity un spécialiste de l'ALM, équivalent à un PLM des applications logicielles embarquées. Trois ans auparavant nous avons acheté Arbortext avec l'idée de remplacer les publications techniques textuelles, par des graphiques générés par l'outil PLM. Différentes acquisitions majeures ont suivi dont en septembre dernier celle de 4CS Solutions pour la gestion et l'optimisation des processus d'après-vente. Un des résultats de cet investissement est d'avoir emporté un

très beau contrat en 2011, pour la documentation technique de Caterpillar.

Etes-vous toujours sur votre marché traditionnel ?

Nous avons plusieurs clients majeurs dans la vente au détail comme Ikea, WallMart, Decathlon, etc. qui commercialisent une large combinaison de produits avec de la diversité et un renouvellement fréquent de leurs gammes. La gestion de la diversité des produits et les grandes séries nous ont conduit à développer des fonctionnalités spécifiques qui ont pu être offertes à nos clients traditionnels en mécanique et en électronique. Cette gestion de la diversité est illustrée par un autre de nos nouveaux clients 2011, Whirlpool. Grâce à nos produits, ils se sont aperçus qu'ils fabriquaient au travers de leurs nombreuses marques 165 électrovannes différentes pour l'arrivée d'eau de leurs machines à laver la vaisselle, un chiffre qui peut être réduit à... six. ■

L'exercice fiscal se termine en beauté pour l'éditeur américain de solutions PLM, avec une croissance annuelle du CA de 16 %, supérieure à celle prévue.



Jim Heppelmann, nouveau PDG de PTC, « Sur notre dernier exercice, il faut noter que pour la première fois, l'Europe avec 40 % de parts de marché a dépassé l'Amérique du Nord à 37 %. »