DOSSIER

PLM : la stratégie des éditeurs vis-à-vis des PME

Depuis deux ou trois ans le concept du PLM réservé jusque là aux grandes entreprises séduit de plus en plus d'acteurs de taille plus modeste. Des fabricants de produits propres notamment dans les biens de consommation ou les équipements industriels suivent cette tendance amorcée par les équipementiers automobiles et aéronautiques. S'il démarre, ce segment de marché est en pleine expansion et mobilise les éditeurs et prestataires de services. Petit tour d'horizon des forces en présence chez les éditeurs et de leur stratégie respective.

Package « PME » d'UGS, Velocity Series combine la CAO, la gestion de données collaboratives et la simulation par éléments finis.

PLM : Kesaco ?

Concept désormais banalisé du monde informatique industriel, le PLM prend des significations différentes selon la personne qui utilise cet acronyme de Product Lifecycle Management. Il est donc utile de se mettre d'accord sur ce qu'il désigne avant d'aborder son impact sur les PME, et donc les stratégies des principaux éditeurs vis-à-vis de ce segment de marché. Certains désignent à travers lui des outils logiciels, d'autres une gestion particulière des processus de l'entreprise, ou encore la simple gestion collaborative des données techniques dans l'entreprise étendue. Pour Denis Debaecker, associé et directeur de l'activité PLM de la société PEA Consulting (Groupe Euriware) : *« Le PLM peut être approché comme une démarche et une infrastructure de conception de produits, qui possède les caractères suivants :*

- c'est une démarche qui orchestre et outille la création collaborative, la gestion, la diffusion et l'utilisation d'informations définissant les produits ;

- il constitue l'armature de l'information produit au sein de l'entreprise et pour ses partenaires ;

- il fonctionne en entreprise étendue ;

- il s'étend du concept produit à la fin de vie ;

- il regroupe un ensemble de solutions pour l'entreprise ;

- il s'appuie sur des composants technologiques ou des standards du marché comme la gestion de documents, le format XML, les cycles de vie, les outils de visualisation, les technologies d'intégration avec les autres applications, les outils de collaboration et de workflow, de gestion de configuration ;

- il couvre également les moyens de production des données produits que sont la CAO, la simulation et la création de documents ;

- en tant que démarche d'entreprise, il intègre les hommes, les processus industriels, les systèmes et les données ;

- enfin, c'est une approche stratégique par la portée de ses objectifs, l'importance du domaine qu'elle touche et l'aspect managérial de la démarche à entreprendre. A ce sujet, plus de 90 % des directions générales trouvent important ou très important l'alignement du SI (système d'informations)

L'aéronautique fait appel majoritairement et depuis longtemps à la sous-traitance, ce qui a conduit celle-ci à mettre en place rapidement des démarches PLM facilitant la collaboration. (Doc. EADS)

avec les besoins métier. Le PLM se pose résolument comme une réponse aux besoins des métiers de conception au sens large. »
Pour l'analyste américain CIMData, le PLM se définit comme *« une approche stratégique d'entreprise, qui applique un ensemble de solutions pour soutenir dans un mode collaboratif la création, la gestion, la dissémination et l'utilisation de l'information de définition des produits, en entreprise étendue, du concept à la fin de vie, en intégrant les personnes, les processus, les systèmes et l'information. »*
Loin d'être un phénomène de mode ou une couverture marketing donc, le PLM s'implante depuis plusieurs années dans le monde industriel, voire dans d'autres secteurs d'activité comme la pharmacie ou l'agro-alimentaire. Les grandes entreprises de l'automobile de l'aéronautique ou de la high-tech notamment en sont convaincues depuis longtemps et ont, pour la majorité d'entre elles, adopté cette démarche de progrès. Logiquement, les équipementiers de 1er puis de 2e rang ont pris le train en marche et adopté des process et des outils compatibles avec ceux de leurs donneurs d'ordres. Depuis deux ou trois ans, ce sont les fournisseurs de troisième rang, mais également les fabricants de biens de consommation, d'articles de sports, d'équipements industriels, etc. qui se sont attelés à la tâche. Il faut dire que les enjeux du PLM sont d'importance dans un contexte économique qui ne pardonne pas l'attentisme.

Le but recherché est simple : améliorer la performance globale de l'entreprise. Il est généralement admis que le PLM contribue à la réduction des délais et des coûts de conception, à améliorer la fiabilité des concepts, à créer une relation plus efficace avec ses partenaires et clients et enfin à réduire les coûts de la supply chain. Techniquement, le PLM couvre trois types d'applications logicielles couramment employées dans l'industrie : outils bureautiques, CAO et logiciels de simulation qui permettent de générer les données, outils de GED (Gestion Electronique de Documents) et SGDT (gestion de données techniques) destinées à structurer l'information, à suivre son évolution et à la diffuser dans l'entreprise.

> « Les enjeux du PLM sont d'importance dans un contexte économique qui ne pardonne pas l'attentisme. »

Un marché en pleine évolution

Si l'on photographie le paysage industriel actuel, on remarque que ce sont les secteurs de l'automobile, de l'électronique, mais également les grandes entreprises de l'ingénierie comme la pétrochimie, la pharmacie ou l'agroalimentaire qui sollicitent le plus les éditeurs et les cabinets de conseil pour mettre en place des solutions de PLM. Par ailleurs, si les bureaux d'études utilisent un noyau logiciel de SGDT, ce sont les services en aval et les partenaires extérieurs qui poussent le plus à la roue.

Selon les organismes d'étude Forrester, Daratech ou encore CIMdata, le marché du PLM pèse entre 8 et 16 milliards de dollars par an. Les différences notables de ces estimations économiques sont dues notamment à des perceptions différentes du périmètre couvert par le PLM. Les études incluent généralement la vente de licences et de services liés aux applications de CAO, FAO, aux outils de gestion de données techniques (PDM, GDT), aux solutions de maquette numérique, de visualisation et, selon les observateurs, les configurateurs, les systèmes de gestion de projets, ainsi que les logiciels de simulation produit ou de process. Les uns séparent parfois la CAO mécanique de la CAO électronique, les autres, les outils de conception et d'analyse, des systèmes de gestion collaborative de définition produit. C'est le cas de CIMdata notamment. En revanche, tous sont d'accord sur la bonne tenue des ventes de logiciels et de services afférents à ce domaine depuis 2001. Les chiffres parlent d'eux même, 4 %

Pour suivre leurs donneurs d'ordres, les équipementiers de 1er puis de 2e rang ont adopté des process et des outils compatibles avec eux. (Doc. PSA)

de croissance en 2003, 8 en 2004 et 12 % en 2005 ! CIMdata prévoit que les dépenses mondiales en matière de PLM devraient dépasser les 20 milliards de dollars en 2008 !

Ce marché a bien entendu attiré de nombreuses entreprises spécialisées dans l'intégration, le conseil et évidemment les éditeurs. Les premiers, déjà implantés autour de la GDT, de la FAO et des ERP, se sont engagés rapidement sur ce segment. Citons parmi les plus représentatifs MDTVision, Spring, Accenture, Euriware, ou encore Axemble et Ares. Quant aux éditeurs de solutions PLM, difficile de clarifier l'offre du marché, tant la notion même de PLM reste flexible et se confond parfois avec les solutions de GDT collaborative (cPDM pour les Anglo-saxons). Le cPDM peut être considéré comme l'épine dorsale logicielle du PLM, sur laquelle viennent s'intégrer des outils de création CAO, les outils de génie logiciel de publication technique ou encore de simulation numérique. Il est davantage centré sur les aspects collaboration, gestion et partage des données produits.

> « les dépenses mondiales en matière de PLM devraient dépasser les 20 milliards de dollars en 2008 ! »

Nous présentons dans ce dossier la stratégie des principaux éditeurs PLM dont l'offre logicielle et services couvre l'ensemble de la problématique et non un ou plusieurs volets comme peuvent le proposer des entreprises comme Agile ou Lascom. Quant à MatrixOne, il vient d'être racheté par Dassault Systèmes et s'adresse avant tout aux grandes entreprises, tout comme SAP, éditeur classé par les organismes d'analyse dans les cinq premiers éditeurs mondiaux dans le domaine du PLM.

PME le nouvel eldorado

Et c'est précisément le segment de marché des PME qui se montre le plus dynamique avec une croissance de 12 % annuelle contre 9 pour le reste du marché. Si la notion de PME recouvre les entreprises entre 10 et 500 salariés, ce sont majoritairement les entreprises de taille moyenne, c'est-à-dire supérieure à 50 personnes, qui s'intéressent désormais au PLM.

Reste que pour une PME de taille moyenne, malgré (ou à cause) de l'abondance d'informations à ce sujet, se faire une idée précise du PLM n'est pas simple. Chaque éditeur ou cabinet de conseil utilise un vocable obscur, ampoulé d'acronymes anglais et français (CAO, CAD, GDT, PDM, cPDM, VPM, EDI, etc.). Jusqu'à maintenant, la communication généraliste à ce sujet faisait majoritairement état des projets PLM menés par les grands groupes internationaux ou les donneurs d'ordres de l'automobile et de l'aéronautique. Les PME ne considéraient donc pas le sujet comme un axe stratégique pour leur développement. ..

En matière de PLM, c'est le segment des PME qui se montre le plus dynamique avec une croissance de 12 % annuelle contre 9 pour le reste du marché. (Doc. ABMI)