

**DERNIERE MINUTE... UNE ETUDE CXP SUR LE BPM.....
UN MARCHÉ QUI DEVRAIT ATTEINDRE 2,6 MILLIARDS DE \$ EN 2011**



**1^{er} ET 2 OCTOBRE 2008
CNIT – PARIS LA DEFENSE**

A moins de 3 mois de l'ouverture de la 3^{ème} Edition de SOLUTIONS BPM, l'unique salon en France de la gestion des processus métiers, nous vous faisons découvrir dans cette lettre d'information les résultats d'une étude réalisée par le CXP sur l'évolution du marché du BPM à l'horizon 2011.

« Le BPM au service de la performance des métiers et activités de l'entreprise » : tel est le thème du Congrès qui se tiendra le 2 octobre.

Rappelons que pour sa 3^{ème} édition Solutions BPM se concrétisera par :

- une **exposition** présentant l'**offre des fournisseurs** (outils et suite BPM, identification et modélisation des processus, supervision et monitoring, plates-formes d'intégration, solutions de GED, de Workflow, de travail collaboratif, d'analyse, de BAM et de Business Intelligence)
- des « **conférences solutions** » : chaque conférence d'une durée de 30 minutes permettra aux exposants de présenter leurs solutions avec des exemples concrets.
- Et un **congrès sur le thème : « Le BPM au service de la performance des métiers et activités de l'entreprise »** proposant une dizaine de témoignages-clients opérationnels

Pour plus d'informations :

Exposants :

Francis MANTES (Commissaire général)
– Tél : 01.44.78.99.40
e-mail : fmantes@infoexpo.fr

Conférences :

Faits & Chiffres
Philippe GRANGE (Directeur du projet et des conférences)
- Tél. 01 44.78.99.38
e-mail ph.grange@faitsetchiffres.com

Congrès :

Céline BOITTIN (Responsable du congrès BPM)
– Tél : 01.44.39.85.05
e-mail : c.boittin@infoexpo.fr

Relations Presse :

Marie-Christine FLAHAULT
- Tél. 01 39 14 50 47
e-mail : flahault@wanadoo.fr

site web :

www.salon-bpm.com

Infopromotions : 97, rue du Cherche Midi – 75006 Paris
Tél. 01 44 39 85 00 – Fax. 01 45 44 30 40

UNE ETUDE CXP JUIN 2008 SUR LE THEME : LE BPM UNE IDEE QUI FAIT SON CHEMIN

UN MARCHE QUI DEVRAIT ATTEINDRE 2,6 MILLIARDS DE \$ EN 2011

Le marché du BPM connaît une forte progression depuis trois ans. Les entreprises perçoivent mieux les avantages qu'elles peuvent tirer de la maîtrise et de l'optimisation de leurs processus métier. De leur côté, les outils de BPM conçus pour instrumenter les phases du cycle de vie des processus ont gagné en maturité.

Les pressions qui s'exercent aujourd'hui sur les entreprises sont très fortes. Pour devancer la concurrence et différencier leur marque, pour réduire leurs coûts et le "time to market", pour adopter rapidement les nouvelles réglementations, les entreprises doivent être très réactives. Mais comment s'adapter à un contexte toujours changeant ? Comment s'assurer que la stratégie est bien appliquée à tous les niveaux de l'entreprise ? Comment ajuster son offre à la demande du marché ? Comment développer l'agilité nécessaire à cette adaptation permanente ?

L'approche par les processus fournit une réponse à cette problématique à la fois sur le plan stratégique et sur le plan opérationnel.

Le BPM (Business Process Management) ou Gestion des Processus Métier est l'ensemble des méthodes et des outils nécessaires pour traiter la totalité du cycle de vie des processus. Les processus métier sont composés à la fois d'étapes automatiques réalisées par des composants logiciels du système d'information et de tâches humaines effectuées par des personnes. Les processus concernés au premier chef sont les processus 'cœur de métier' : ce sont des processus très spécifiques d'un métier destinés à créer de la valeur. La chaîne de valeur est souvent complexe et composée de nombreux processus. **C'est l'intégration et l'orchestration de ces processus isolés qui va permettre d'améliorer la performance et l'efficacité de l'entreprise. Ces processus sont généralement transverses à l'organisation de l'entreprise dont ils traversent le découpage traditionnel.**

UN CONTEXTE ECONOMIQUE PORTEUR

- Quel que soit le secteur d'activité des entreprises, **plusieurs tendances lourdes du paysage économique actuel favorisent l'expansion du BPM** :
- **l'ouverture des marchés et l'accroissement de la concurrence** dictent aux entreprises une obligation de performance qui leur impose de repenser leurs processus pour les optimiser sans cesse,
- **l'accélération des cycles de production**, d'approvisionnement, de mise sur le marché réclament des entreprises une vitesse de réaction et d'exécution, une *agilité* qui nécessite une organisation décloisonnée favorisée par la mise en œuvre de processus métier transverses,
- **la mise en conformité avec les contraintes réglementaires** (normes comptables IAS/IFRS, Loi de Sécurité Financière ou autres réglementations) et la *gestion des risques opérationnels* sont au cœur des préoccupations des décideurs. Les entreprises doivent se conformer aux nouvelles réglementations en adaptant leurs processus et rendre compte des procédures de contrôle interne mises en place. Gestion maîtrisée des processus et traçabilité sont donc nécessaires pour garantir l'application et le contrôle de l'application de ces réglementations,
- **les démarches qualité** sont orientées processus. Ainsi la version 2000 du référentiel ISO 9001 met l'accent sur les processus en exigeant que l'activité de l'entreprise soit décomposée en processus,

- **le papy boom** : pour faire face au départ en retraite d'une partie de leurs collaborateurs, les entreprises cherchent à conserver le savoir-faire et la compétence de leurs seniors en les formalisant au sein de processus, ce qui facilitera le passage de relais entre générations.
- **la maturation des technologies** : la maturation de plusieurs générations de middleware (serveurs d'intégration, Web Services, bus d'échanges) ainsi que l'avènement des architectures SOA fournit aujourd'hui l'infrastructure d'intégration nécessaire à la mise en œuvre de processus transverses faisant appel aux différents progiciels et services applicatifs de l'entreprise.

UN MARCHE EN FORTE PROGRESSION

Le Management par les Processus suscite un intérêt de plus en plus fort dans les entreprises et le secteur du Business Process Management (BPM) **progresses fortement selon les différents sources** : ce marché connaît et connaîtra une **croissance annuelle d'environ 24% jusqu'en 2011**. Le marché a dépassé le milliard de dollars en 2007 et **devrait atteindre quelque 2,6 milliards de dollars en 2011**. L'essor des architectures orientées services (SOA) est un élément crucial dans la croissance du marché du BPM qui est une composante majeure des SOA.

On recense encore sur ce secteur de très nombreux éditeurs spécialisés, notamment sur le segment des outils d'automatisation et d'exécution des processus. Nombre de ces produits sont locaux, notamment outre-atlantique et ne sont pas (encore ?) disponibles en France. Dans l'Hexagone, il existe aussi un certain nombre de produits franco-français qui ont pour l'heure un périmètre de diffusion essentiellement domestique, tout en tendant, via des partenariats commerciaux, des incursions sur d'autres territoires. Au cours des deux dernières années, plusieurs éditeurs venus d'outre-atlantique ont installé des bureaux en France, où les perspectives de développement du marché du BPM semblent prometteuses. On notera ainsi la présence récente des américains. D'autre part, l'installation sur ce segment des éditeurs de gestion de contenus, et des grands éditeurs d'infrastructure et d'intégration vient allonger la liste des solutions envisageables dans un projet de BPM.

On doit s'attendre dans les deux années qui viennent à un nouveau mouvement de concentration et de consolidation du marché : bien des éditeurs spécialisés en BPM seront rachetés ou disparaîtront. Cette concentration avait commencé au début des années 2000 lorsque les éditeurs d'EAI avaient cherché à enrichir leur offre avec des fonctions de workflow. Entre 2004 et 2006, les rachats avaient été encore plus significatifs.

TYPOLOGIE DES ACTEURS

Pour clarifier la perception de ce segment de marché, nous proposons ici deux typologies des acteurs : une segmentation fonctionnelle des éditeurs en fonction de la nature de leur offre, et une typologie selon l'origine de l'éditeur.

L'avènement des suites BPM

A l'origine, l'offre de BPM était segmentée en trois grandes familles :

- les **produits d'analyse stratégique, de cartographie et de modélisation** : nommés outils de BPA (Business Process Analysis) par nos amis anglo-saxons, ces outils sont destinés à formaliser la stratégie de l'entreprise, ses objectifs, à modéliser son organisation, ses objets métier et ses macro-processus. Ils s'adressent aux maîtrises d'ouvrage.

- les **outils d'automatisation et d'exécution des processus** : ces produits apportent aussi des fonctions de modélisation graphique, ici très détaillée, des processus, un environnement d'exécution des instances de processus et des fonctions de supervision. Ils ciblent des processus fonctionnels destinés à être automatisés et s'adressent aux maîtrises d'œuvre.

- les **outils de pilotage et d'optimisation des processus (BAM)** qui vont superviser les performances des processus tant d'un point de vue unitaire que global tout en présentant un suivi des indicateurs métier significatifs pour les responsables opérationnels.

Cette segmentation amenait des ruptures dans le cycle d'ingénierie des processus : ainsi la modélisation effectuée par les analystes métier se trouvait rarement concrétisée par les processus réellement exécutés dans le système d'information.

Aujourd'hui, **la frontière a tendance à s'estomper entre les différentes catégories d'outils**. Ainsi les produits d'exécution des processus se sont enrichis en amont de fonctions de modélisation orientée métier et en aval de fonctions de pilotage avancées (BAM) : ils se transforment peu à peu en véritables suites BPM. Il s'agit là d'une tendance forte du marché du BPM de proposer des offres susceptibles de prendre en charge la totalité du cycle de vie des processus métier - de la modélisation stratégique à l'exécution des processus puis au pilotage et à l'optimisation desdits processus -, ceci pour compléter la boucle d'amélioration continue des processus.

Typologie des éditeurs selon leur origine

Nous proposons en second lieu **une typologie des acteurs présents sur le marché du BPM selon trois axes** qui représentent l'origine de ces éditeurs, celle-ci influant sur leur approche de la gestion des processus :

- un axe **Processus** où l'on trouve les éditeurs spécialisés du BPM,
- un axe **Intégration** où se situent les éditeurs de plates-formes d'intégration et les grands éditeurs d'infrastructures,
- enfin un axe **Document** où l'on trouvera les acteurs de la gestion de contenus.

Ces trois axes permettent aussi d'orienter les entreprises vers telle catégorie d'outils en fonction de la dominante de leur projet.

Aujourd'hui quatre grandes catégories d'acteurs se confrontent sur le marché du BPM :

- les **éditeurs spécialistes du BPM** (Business Process Management) et des domaines satellites comme le **BAM** (Business Activity Monitoring) ou les moteurs de règles métier. Ils proposent des produits pour instrumenter une ou plusieurs phases du cycle de vie des processus ;
- les **éditeurs de plates-formes d'intégration** ont depuis plusieurs années accru leur valeur ajoutée sur les couches hautes de l'intégration (workflow, BPM, BAM, portails) et ont désormais des offres de BPM très conséquentes ;
- les **grands éditeurs généralistes**, après avoir fortement investi le segment très porteur de l'intégration d'applications, ils ont suivi le mouvement initié par les éditeurs d'EAI et adopté des architectures similaires qui présentent dans leurs couches hautes des fonctions de BPM de plus en plus développées. Leur offre est désormais mure sur le plan fonctionnel et ils bénéficient d'une force de frappe commerciale et de réseaux de distribution dont disposent peu d'autres acteurs ;
- les **éditeurs d'ECM** (Enterprise Content Management) qui articulent au sein de leur offre la gestion des documents et la gestion des processus métier. Ces dernières années nombre d'éditeurs d'ECM sont allés vers une gestion corrélée des contenus et des processus métier en partant du constat que la valeur ajoutée (et donc un ROI rapide) ne se situe pas au niveau de la gestion de contenus "en général", mais qu'elle résulte de l'automatisation des processus métier, laquelle est grandement facilitée par une bonne maîtrise des documents associés à ces processus.