Comment les petits éditeurs résistent aux mastodontes

Spécialisation, flexibilité, proximité et réactivité sont des armes de premier ordre pour résister à l'hégémonie des grands groupes. Les marchés de niche offrent les meilleures opportunités. vanda Janka

ujourd'hui, la bataille se joue sur le terrain réputationnel plus que sur les arguments technologiques, lance Christian Marchand, responsable de la division bancaire d'Isys Banking Software. Les banques veulent naturellement se rassurer quant à la pérennité des produits. Seulement, à défaut de disposer des compétences requises ou par simple commodité, elles fondent trop souvent leur choix sur des critères subjectifs et privilégient les solutions les plus populaires du marché. Pour faire valoir nos compétences, nous devons offrir des outils concurrentiels et nous battre contre le dogme qui veut que les solutions dominantes soient nécessairement les meilleures.»

Isys Banking Software

Fondée en 1977, et rachetée par Best Vision Holding vingt ans plus tard, Isys est spécialisée dans le développement d'applicatifs core banking. Lancée il y a une trentaine d'années, sa suite Best intègre désormais les technologies Web et Java. L'entreprise fournit en outre une plateforme d'Internet banking de dernière génération.

«Isys compte près d'une centaine d'employés dont les deux tiers sont dédiés à la recherche et au développement, souligne Christian Marchand. Elle investit en moyenne 1,5 million de francs par an dans la R&D et peut compter sur les ressources innovantes d'un groupe dont le chiffre d'affaires s'élevait à plus de 169 millions de francs en 2009. Pour autant, la maturité de notre solution core banking et



Les mouvements de consolidation sont appelés à se poursuivre tant dans le secteur bancaire que dans celui de l'édition de logiciels.

CHRISTIAN MARCHAND

Responsable division bancaire, Isys Banking Software

la taille de l'entreprise font désormais figure de handicaps.»

Au nombre de ses atouts, et à l'instar de la majorité des PME de l'IT bancaire, Isys invoque sa réactivité, sa flexibilité et la proximité avec la clientèle. «Nous réunissons l'ensemble de nos utilisateurs une fois par an afin de mutualiser les besoins et d'orienter nos développements de manière ciblée, explique son manager. Afin de répondre aux nouvelles exigences fiscales, nous nous sommes montrés particulièrement proactifs et nous

détenons vraisemblablement quelques longueurs d'avance dans l'optimisation des fichiers valeurs.»

L'entreprise s'applique à soigner sa visibilité et consacre désormais quelque 500000 francs à son marketing annuel. Au cours des deux dernières années, elle a néanmoins perdu deux références majeures par le biais de fusions et acquisitions, en bonne partie compensées par de récentes signatures. «Les concentrations sont peu favorables aux PME, observe Christian Marchand. Nous avons compensé les pertes par l'acquisition de clients de dimension plus modeste. La situation reste toutefois d'autant plus préoccupante que les mouvements de consolidation sont appelés à se poursuivre tant dans le secteur bancaire que dans celui de l'édition de logiciels.»

Pour faire face à l'hégémonie des grands, Isys cherche de nouveaux débouchés. En ligne de mire: les sociétés financières et les tiers gérants. «L'objectif est de diversifier nos cibles. Nous disposons de technologies qui n'ont rien à envier à celles de nos concurrents et entendons bien poursuivre nos activités dans le segment du private banking», conclut Christian Marchand.

Broadridge Suisse

Domiciliée à Genève depuis 1975, Broadridge Suisse a fait figure de pionnière sur le marché de l'ASP (Application Service Provider). L'entreprise lance actuellement la troisième génération du STB2, un core système développé depuis les années 1992. Conçue sous forme de portail propre à simplifier les actions les plus

complexes, la nouvelle plateforme rebaptisée PROactive Private Banking intègre notamment les dernières technologies Web et des fonctionnalités répondant aux nouvelles réglementations du secteur bancaire.

Forte d'une quarantaine d'employés, l'entreprise a les moyens de ses ambitions. Elle appartient en effet au groupe américain Broadridge Financial Solutions, numéro trois mondial de l'outsourcing bancaire. Pour autant, la filiale suisse ne bénéficie pas pleinement de la notoriété de sa maison mère.

«Le groupe est principalement actif auprès de grandes banques internationales, remarque Manuel Gonzalez, directeur général de Broadridge Suisse. Notre entreprise se concentre essentiellement sur des clients locaux de petite et moyenne taille qui demeurent peu sensibles à la réputation de la marque. A leurs yeux, nous restons une structure de taille modeste et la plupart s'inquiètent de savoir si nous disposons des ressources nécessaires pour faire face à leurs demandes.»

Pour convaincre, l'entreprise n'hésite pas à déplacer les top managers américains chargés de rassurer les prospects. Elle exploite aussi l'expérience des filiales étrangères utilisant l'un ou l'autre des services du groupe pour faire valoir savoir-faire et qualité des prestations auprès de ses potentiels clients. Dans la majeure partie des cas, Broadridge Suisse ne peut toutefois compter que sur ses propres compétences pour gagner les marchés.

«A la différence de nombre de concurrents qui utilisent des plateformes tierces, nous bénéficions d'une architecture logicielle et matérielle spécialementadaptée à l'outsourcing, souligne Marc Garavet, directeur produit et stratégie chez Broadridge. Nos outils sont conçus de manière à optimiser l'utilisation des infrastructures et intègrent des solutions de paramétrage flexibles et simplifiées. Ils permettent d'offrir des prestations hautement concurrentielles et personnalisées à une clientèle toujours plus soucieuse de maîtriser ses coûts et ses risques opérationnels.»

La filiale du géant américain affiche une solide volonté d'expansion.

MIT (Micro Informatique & Technologies)

Entreprise fondée en 1984 à Lausanne

Effectif: 16 en Suisse. Collabore avec des consultants externes dans ses principaux pays d'activité: Italie, Allemagne, France, Grande-Bretagne. Entame son expansion dans les Emirats arabes.

Clients: une cinquantaine



d'établissements dont 14 en Suisse. Au nombre d'entre eux, les banques cantonales de Genève et Zurich, la Banca della Svizzera Italiana (BSI) ou La Banque de Commerce et de Placements (BCP).

Sterci

La société, implantée à Genève, est issue d'un MBO, opéré en 2003 avec Steria Suisse Effectif: 120 dont 80 en Suisse Filiales: France (2006), Singapour (2009), Toronto

(2010). Rachat de son partenaire britannique Simplex début 2011. La société de 20 personnes renforce son positionnement sur le marché londonien où



Sterci gère quelque 25% des transactions en livre sterling. Clients: 250 références dans 20 pays dont HSBC, Lloyds TSB, Edmond de Rothschild, UBP ou la BRI.

Broadridge Suisse

Domiciliée à Genève depuis 1973

Effectif: 43

Clients: 23 en Suisse. Broadridge Suisse est une filiale de Broadridge Financial Solutions, numéro trois mondial de l'outsourcing bancaire, fondé en 2007, suite à la



scission des activités financières de la société de services ADP.

Isys Banking Software

Fondée à Genève en 1977 Effectif: 94 dont 54 en Suisse (Genève, Lugano et Zurich). Filiale du groupe zougois Best Vision Holding. L'entreprise est présente en Italie (Milan), au Luxembourg et dans les Balkans (Belgrade) et dispose de bureaux de représentation à Singapour, au Moyen-Orient



(Dubaï) et depuis peu au Maroc. Clients: une soixantaine au niveau international (quelque 25 en Suisse) dont Royal Bank of Canada, Lloyds TSB Bank ou Gazprombank.

«Nous avons l'avantage d'appartenir àungroupetrès structuré et profitons de standards conformes aux attentes de l'industrie, souligne Manuel Gonzalez. La philosophie de l'entreprise est clairement orientée vers le service à la clientèle et nous pouvons nous appuyer sur des protocoles détaillés

qui vont jusqu'à fournir des grilles d'évaluation utiles au recrutement et à l'évaluation du personnel. La cohésion du système nous décharge d'un certain nombre de tâches et nous permet de nous concentrer sur le développement opérationnel de l'entreprise.»

22 Seules ombres au tableau: un strict contrôle de la communication qui restreint le champ d'expression et la visibilité de l'entité suisse. Et un manque de collaboration étroite avec des cabinets-conseil dès lors moins enclins à promouvoir leurs services auprès de leurs clients.

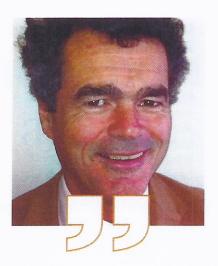
Micro Informatique & **Technologies (MIT)**

La lausannoise MIT officie dans l'informatique bancaire dédiée aux opérations documentaires et au négoce international. Développée depuis 1986, sa solution Credoc est utilisée par une cinquantaine d'établissements dont une quinzaine en Suisse. Au fil du temps, elle s'est étoffée de diverses fonctionnalités et offre désormais un accès Internet et des outils de reporting hautement sophistiqués. Lancé en 2010, le logiciel TRAC est pour sa part dédié au suivi transactionnel de position client.

«Nous avons des concurrents dans nos divers segments d'activités, mais sommes les seuls à couvrir tout à la fois les besoins du front et du back-office, souligne Paul Cohen-Dumani, directeur général de MIT. Les plateformes core banking intègrent généralement des solutions de base qui s'avèrent nettement moins performantes que nos outils. Jusqu'à présent, nous avons eu l'avantage d'opérer sur un marché de niche qui n'éveillait pas véritablement l'intérêt des grands éditeurs. Le négoce international connaît toutefois un important essor et il y a fort à parier qu'il suscite de prochains investissements.»

Une perspective inquiétante? «Non, répond Paul Cohen-Dumani. Nous avons vingt-sept ans d'expérience dans un créneau très spécialisé où la compétence métier représente une indéniable valeur ajoutée. Aucune entreprise, aussi solide soitelle, ne peut acquérir un savoir-faire aussi pointu en un minimum de temps.»

«La petitesse de l'entreprise peut présenter un handicap lors qu'il s'agit de décrocher de gros contrats, admet le directeur général. Pour gagner, il faut être en mesure de proposer des produits plus fonctionnels et innovants. Le rapport de force n'est pas



Au plan international, notre segment d'activité est concurrencé par des IBM, Logica ou TietoEnator. En Suisse. les acteurs de petite et moyenne taille se multiplient.

ETIENNE SAVATIER

Directeur associé, Sterci

immuable et l'on constate que nombre d'instituts bancaires et financiers d'importance s'interrogent déjà sur la pertinence du critère de taille pour le choix de leurs fournisseurs. D'aucuns ont fait l'expérience de la rigidité inhérente aux multinationales, et dans ce milieu des plus restreints, le mécontentement des clients influence fortement les tendances autant que la réputation des marques.»

Sterci

Forte de quelque vingt-cinq ans d'expérience, Sterci s'affirme comme un leader international de la messagerie financière. L'entreprise genevoise a par ailleurs élargi son offre à la réconciliation et à la gestion des données. Numéro un en Suisse avec une cinquantaine de clients recrutés auprès des grands établissements. elle est née du Management By Out opéré avec Steria Suisse en 2003.

«Nous sommes parvenus à asseoir notre notoriété en dépit de

notre taille, commente Etienne Savatier, directeur associé de Sterci. Nos outils répondent aux standards nationaux d'une dizaine de pays et nous représentons désormais le premier pôle de compétence en matière de messagerie Swift, après l'opérateur de réseau qui commercialise ses propres produits en direct. Nous complétons les infrastructures core banking et n'entrons pas en compétition avec les grands éditeurs. Au plan international, notre segment d'activité est toutefois concurrencé par des IBM, Logica ou TietoEnator et les acteurs de petite et moyenne taille se multiplient en Suisse.»

L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 25 millions de francs en 2010 et dit investir 50% de ses recettes dans la R&D. Plus de la moitié de ses collaborateurs participent à l'innovation. «Les multinationales ne consacrent pas plus de ressources à ce segment de niche, remarque Etienne Savatier. Elles sous-traitent par ailleurs une partie de leurs recherches et collaborent avec des centres internationaux connus pour la forte mobilité de leurs équipes. A l'inverse, nous sommes des artisans qui maîtrisent toute la chaîne de développement. La stratégie renforce notre réactivité et l'adaptabilité de nos solutions aux exigences d'un secteur soumis à de rapides évolutions.»

Sterci conserve ses compétences et son savoir-faire à l'interne et enregistre un faible turnover. Malgré l'engagement de plus de dix personnes parannée, le taux d'ancienneté de ses employés avoisine les dix ans.

«Les structures de taille humaine présentent des avantages pour les clients et pour les collaborateurs, conclut le directeur. L'ancienneté et la lisibilité de l'historique de l'entreprise renforcent sa crédibilité. Elle a par ailleurs diversifié ses activités et offre un service d'externalisation des infrastructures de messagerie depuis 2006. Nos équipes sont appelées à remplir des missions variées, riches et évolutives, qui contribuent à renforcer leur engagement.»

Autant d'arguments que la PME partage avec ses consœurs du secteur IT et s'emploie à faire fructifier avec succès. 🏿