

# Le marché français des ASP

*Livre Blanc*



# **Le marché français des ASP**

## *Livre Blanc*



*Préparé par Cap Gemini Ernst & Young et CESMO*

Ce Livre Blanc s'appuie largement sur les résultats d'une étude réalisée à l'initiative de l'ASP Forum.  
Cette étude est disponible auprès des cabinets de conseil Cap Gemini Ernst & Young et CESMO.

# Sommaire

<i>Sommaire</i>	3
<i>Introduction</i>	4
<i>Cadre du Livre Blanc : l'ASP Forum</i>	6
<i>I. Le modèle ASP</i>	8
<i>II. Chaîne de valeur</i>	16
<i>III. La demande client</i>	22
<i>IV. Perspective d'évolution</i>	26
<i>Conclusion</i>	30

## Introduction

Tout récemment, un nouvel acteur du monde de l'Internet effectue une entrée retentissante dans l'univers de la nouvelle économie, profitant d'un intérêt médiatique soutenu. Aux contours mal définis, ce personnage naissant apparaît sous de multiples tailles et formes, le rendant difficile à cerner.

Ce phénomène porte le nom d'ASP : **Application Service Provider**, acronyme anglo-saxon traditionnellement traduit par « **Fournisseur d'Application Hébergée** » (FAH). Il correspond à un modèle de fourniture de services original qui est apparu il y a déjà quelques années aux Etats-Unis. Le modèle ASP se développe aujourd'hui largement en Europe et notamment en France où de nombreux acteurs revendiquent le « label ASP » pour asseoir leur discours marketing et commercial.

Véritable révolution du mode de distribution des applications, l'ASP supprime la frontière entre logiciels et services, et transforme l'informatique d'entreprise en un outil loué et externalisé.

Cependant, les offres ASP proposées recouvrent des réalités fort variées qui pour autant ne se distinguent pas toujours clairement des offres traditionnelles d'infogérance. Le flou, entretenu sciemment ou par ignorance, autour de la définition de l'ASP contribue à la complexité de la tâche du client potentiel souhaitant évaluer l'opportunité de l'adoption de ce modèle pour son entreprise.

L'utilisateur motivé qui chercherait pourtant de l'information sur le sujet outre-atlantique, berceau du concept, serait bien en peine de transposer le modèle dans le paysage français compte tenu des spécificités de celui-ci et donc d'anticiper la révolution en cours.

Les différences, tant du point de vue de la culture d'entreprise que de la maturité d'offres technologiques telles que les accès réseaux à haut débit, ne permettent pas d'imaginer la croissance et l'importance du modèle en France à partir de la réalité américaine.

Il était donc nécessaire de réaliser un Livre Blanc adapté au contexte français du marché des ASP, ayant un rôle pédagogique et d'évangélisation auprès des néophytes. En expliquant le modèle ASP, ce Livre Blanc propose un cadre de référence commun au marché afin de le structurer.

## Cadre du Livre Blanc : l'ASP Forum

Ce Livre Blanc a été effectué à l'initiative de l'ASP Forum, par les cabinets de conseil Cap Gemini Ernst & Young et CESMO.

Décidé à jouer un rôle moteur dans la dynamique du marché des ASP, l'ASP Forum regroupe de grands acteurs dans les domaines des télécoms, de l'informatique, de l'industrie du logiciel et du conseil.

Plus de 26 entreprises ont aujourd'hui rejoint ce forum :

9 Telecom	Cesmo	Microsoft	SellingVision
ASP-Land	Compaq	Nortel Networks	Siris
Aspeserve	Completel	Ornis	Sybase
Atos Origin	eFront	Portal Software	Telia
Cisco Systems	France Telecom	Radware	Western Telecom
Coheris-Atix	Interxion	Realtronic	
Cap Gemini Ernst & Young	Khawa ASP Technology	SAP	

Les principaux objectifs de l'ASP Forum sont d'accompagner l'organisation et de susciter le développement du marché ASP en France, en précisant notamment son périmètre, son potentiel et les conditions de son essor pour mieux le suivre dans sa croissance.

Sa vocation n'est pas de concurrencer l'ASP Industry Consortium (ASPIC), organisation d'origine américaine, mais plutôt d'apporter une spécificité française dans l'évangélisation du marché.

La première action de l'ASP Forum a donc été de commanditer la rédaction de ce **Livre Blanc**, ainsi qu'une étude de fonds plus globale, intitulée : « **Le marché français des ASP : enjeux et perspectives** ». Celle-ci clarifie la définition du terme ASP en précisant les réalités que ce modèle peut recouvrir, explore la demande client en en précisant les catalyseurs et les freins et présente les perspectives de ce marché pour les prochaines années.

Au 5 mars 2001, date de publication de l'étude, 17 sociétés ont souscrit à ce projet : 9 Telecom, Atos Origin, Cisco Systems, eFront, France Telecom, iPCenta/Completel, Microsoft, Nortel Networks, Ornis, Portal Software, Radware, SAP, SellingVision, Siris, Sybase, Telia, Western Telecom/ASP-Land.

## I. Le modèle ASP

### *L'ASP, un phénomène aux contours mal définis*

Traduit textuellement par « fourniture d'application hébergée », l'ASP est un concept flou : toute fourniture d'information en ligne proposant une interaction avec l'utilisateur peut être considérée comme une application en ligne, donc répond à la définition d'ASP au sens strict, au moins dans sa définition française.

Ainsi Yahoo est indiscutablement un fournisseur d'applications hébergées lorsqu'il fournit son « messenger », son «compagnon», son agenda ou son porte-documents. Son positionnement sur ce type de prestations est à la fois naturel et légitime, si l'on admet que le service rendu par la recherche d'informations sur Internet est possible grâce à l'utilisation d'une application hébergée.

Yahoo est d'ailleurs intervenu relativement tôt sur ce type de fourniture d'applications, par rapport à d'autres acteurs de son secteur, en misant sur le levier de sa réputation en tant que portail fournisseur de contenu. L'ASP peut alors être considéré comme une réalité ancienne, puisque très tôt les réseaux ont proposé des services applicatifs.

Dans ces conditions, il apparaît difficile de donner une définition arrêtée de l'ASP autant que de prétendre à l'exhaustivité. En effet, en tant que phénomène émergent, il séduit de plus en plus d'entreprises de la « nouvelle économie » qui souhaitent s'impliquer dans ce mouvement, qui leur paraît inéluctable.

## *Définition globale*

Pour autant, afin de pouvoir mener à bien une étude sur les adéquations de l'offre par rapport à la demande française en ASP, il apparaît nécessaire de circonscrire le concept à un aspect précis du phénomène.

La définition d'un ASP, proposée ici, ne se limite pas à la traduction habituelle, citée en introduction, du terme anglo-saxon ASP en Fournisseur d'Application Hébergée (FAH). Elle met également l'accent sur les prestations proposées et sur le mode de rémunération retenu pour ce service. En effet, l'ASP est un « **FOURNISSEUR DE SERVICES APPLICATIFS LOUÉS EN LIGNE** » (FSALL). En complément, il convient de préciser la réalité de chacun des termes de cette définition : **proposer des services applicatifs en ligne en mode locatif**.

1. Proposer	Offrir, fournir, et mettre à disposition déployer, distribuer et délivrer assurer la gestion et administrer
2. des services applicatifs	des solutions logicielles et services informatiques
3. en ligne	à distance, depuis des serveurs centraux au travers de réseaux sécurisés
4. en mode locatif	grâce à un droit d'accès à l'usage ou au mois

*Table 1 – Définition d'un « Application Service Provider ».*

*Source : © CESMO - © CGEY*

A cette mise au point s'ajoutent deux remarques essentielles sous-jacentes :

- S'adressant à de multiples entités via une connexion à distance à partir d'un centre serveur de données, l'ASP est théoriquement destiné à fonctionner en mode « **One to Many** ». Un paramétrage poussé adapté pour chaque client n'est donc pas au départ un de ses objectifs principaux.
- En terme de **propriété de l'application**, l'ASP se différencie des solutions d'externalisation ou d'infogérance, où le client a acheté une licence pour détenir ses logiciels informatiques. En effet, dans le cas de solutions ASP, les clients **louent un droit d'accès à l'usage** et ne sont de ce fait **plus propriétaires de l'application** mais seulement des

données. Seuls les résultats sont gérés par le client. Le propriétaire de l'application est alors soit le fournisseur ASP soit une société tierce.

### *L'ASP, une prestation orientée service*

L'entreprise cliente de l'ASP étant en continuelle évolution, ce dernier peut lui offrir par sa structure un accompagnement dans les différentes phases de son développement. Ce qui se vend aujourd'hui dans l'« économie de l'information », ce ne sont pas les applications en elles-mêmes, mais les données. De ce fait, un fournisseur d'applications qui ne proposerait pas **avec** sa prestation une valeur ajoutée du type standardisation de fait (position sur un marché), ou des services supplémentaires à valeur ajoutée (qualité de service après-vente, maintenance et contact client, personnalisation) rencontrerait peu de succès.

Le modèle de rentabilité des éditeurs repose ainsi souvent sur l'utilisation des standards de fait du marché : Adobe avec son Acrobat Reader gratuit, Microsoft avec son Explorer intégré à Windows ou encore Oracle, pour n'en citer que quelques uns.

Le phénomène des logiciels libres – qui est un phénomène éminemment « Internet » - répond également à un type de rentabilité qui exclut la valeur financière intrinsèque du code lui-même, celui-ci étant en effet à la disposition de tous.

Il y a donc une décorrélation forte entre la valeur marchande de l'applicatif et sa qualité souvent très grande (le meilleur exemple étant Apache, le serveur web le plus répandu, gratuit et sous une licence ouverte). La « communauté du libre » ne se rémunère pas tant sur l'accès aux applications qu'elle héberge mais sur la prestation de services qu'elle assure aux utilisateurs de ces logiciels.

De la même façon, le « phénomène ASP » est lié à une économie des réseaux dans laquelle la valeur marchande des applications fournies a peu de rapport avec leur qualité. Il participe, en tant que phénomène récent de mise à disposition des applications, à un renouveau de la perception de la valorisation en terme de productivité des systèmes d'information, mais aussi en terme d'emploi de l'informatique.

En effet, le développement actuel des offres ASP sur le marché français

autant qu'international montre clairement qu'à côté des applications fournies, les ASP offrent une gamme de plus en plus large de prestations : en réalité, dans l'appellation « Application Service Provider », le mot « Service » est le plus important, alors même qu'il a été abandonné dans la traduction française habituelle (« **Fourniture d'application Hébergée** »).

Alors que le modèle de licence logicielle classique « per user » est en perte de vitesse, l'originalité du concept d'ASP provient ainsi de la gamme de services qu'il propose autour de l'application.

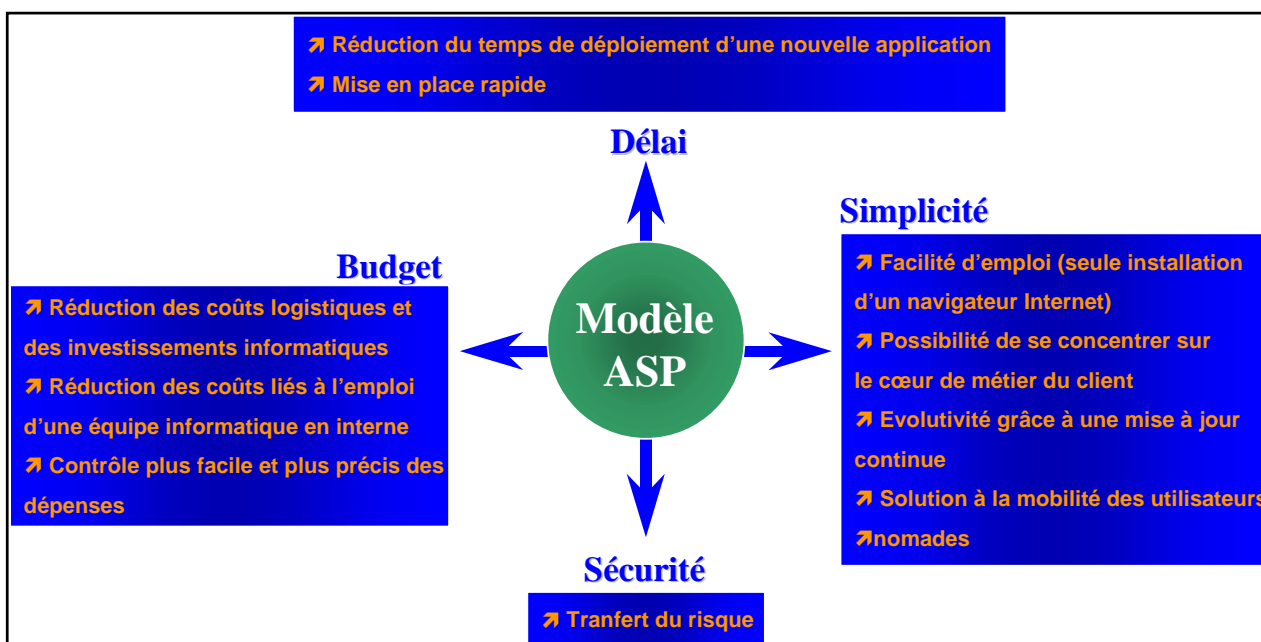
Le prestataire, **Fournisseur de Services Applicatifs Loués en Ligne** (FSALL), quel que soit son emplacement sur la chaîne de valeur ASP, intéresse le client par les prestations qu'il offre en plus de la simple fourniture de l'application : une facilitation financière (lissage des trésoreries par mensualisation des paiements), un service de location et d'entretien des terminaux, un service de support applicatif et de support métier (package avec une hot-line/ressources d'expertises verticales).

### *Avantages du modèle*

Les **avantages** mis en avant par les FSALL pour convaincre leurs prospects des gains et bénéfices apportés par leur système sont :

- En terme de **budget**,
- ✓ une réduction significative des investissements informatiques et des coûts logistiques. IDC y voit une réduction de 30 à 40% des coûts d'implantation et de maintenance, tandis que Forrester Research révèle une réduction du TCO (Total Cost of Ownership : coût total de possession) de 70 % la première année et de 30 à 50 % au cours des trois années suivantes. De nombreux FSALL ont eux-mêmes calculé une économie de 20% à 40% du budget informatique total annuel des entreprises clientes. A ce sujet, nous remarquons que cette économie ainsi réalisée par les entreprises clientes est en fait « réinvestie » dans l'acquisition de nouvelles fonctionnalités informatiques et de plus de souplesse.
- ✓ une réduction des coûts liés à l'emploi d'une équipe informatique en interne. En effet, le modèle ASP ne nécessite plus ou presque de compétences informatiques internalisées et diminue ainsi les coûts humains de l'entreprise cliente.

- ✓ un contrôle plus facile et plus précis des dépenses (coût mensuel). Un dirigeant d'un FSALL affirme ainsi que « La clé de tout, l'argument fort, est la prédictibilité des coûts ».
- En terme de **délais d'intégration**,
- ✓ une réduction du temps de déploiement d'une nouvelle application grâce à une mise en place standardisée;



Graphique 1 – Avantages du modèle ASP.

Source : © CESMO - © CGEY

- En terme de **simplicité**
- ✓ la facilité d'installation et d'utilisation (seule l'installation d'un terminal ou même d'un simple navigateur Internet est parfois nécessaire)
- ✓ la possibilité pour l'entreprise cliente de se concentrer sur son cœur de métier (en réduisant les besoins internes en compétences informatiques et télécoms)
- ✓ une évolutivité assurée (les évolutions de l'application sont constantes grâce à des mises à jour continues réalisées par le FSALL)
- ✓ une solution à la mobilité des utilisateurs nomades. Les collaborateurs en déplacement peuvent en effet accéder simplement à leurs données à distance.

- En terme de **sécurité**,
- ✓ un transfert du risque. L'ASP, qui héberge les données de l'entreprise cliente, est seul responsable de la perte éventuelle de données stratégiques. A cet égard, il est possible d'utiliser l'analogie entre les données et l'argent : de la même façon qu'il est plus sûr de déposer son capital financier dans une banque que de le laisser chez soi, il n'y a aujourd'hui plus de risques à laisser ses données dans des grands centres d'hébergement. De plus, la centralisation des données constitue un atout en cas de vol de PC, ou pour faciliter le partage des connaissances, favorisant ainsi le concept de « l'entreprise apprenante » cher aux théoriciens.

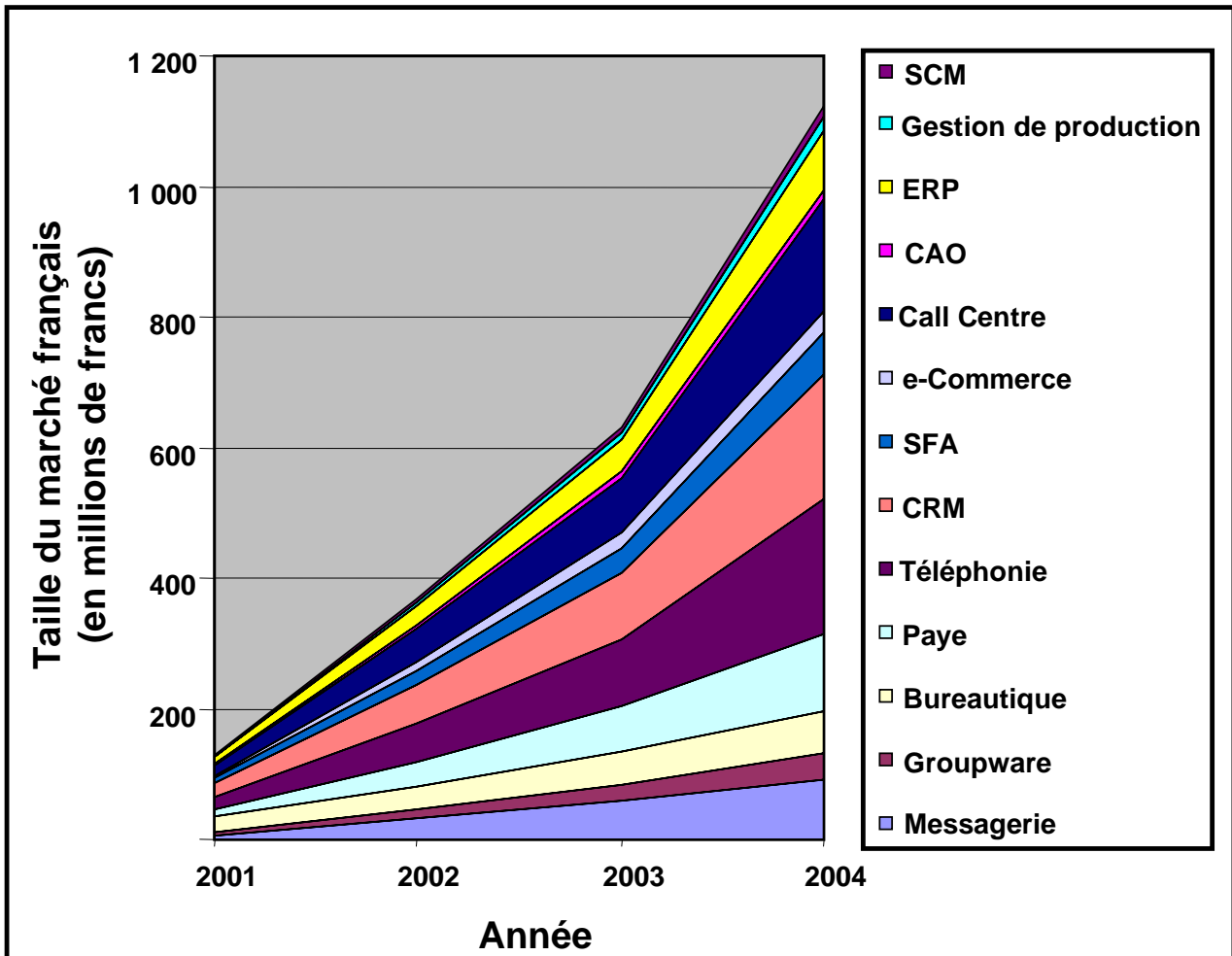
### *Dynamique de développement*

Né aux Etats-Unis il y a quelques années, le phénomène ASP ne fait son apparition sur le marché français que très récemment. Ce décalage temporel entre les Etats-Unis et l'Europe, courant en terme de technologies, a ainsi créé un écart important entre les deux continents : marché en pleine croissance pour le premier, marché embryonnaire pour le second.

L'acceptation véritable du terme ASP par le grand public a eu lieu en France dans le courant de l'année 2000, et coïncidait avec la période d'euphorie boursière conduite par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Journalistes, entrepreneurs et investisseurs ont alors vanté les mérites de ce modèle au travers de nombreux communiqués de presse décrivant les offres des différentes start-ups nouvellement créées dans ce domaine. Les estimations d'IDC, prévoyant un chiffre d'affaires du marché français des ASP en 2004 de 1.4 milliard de francs, étaient alors citées de manière récurrente.

Actuellement, la visibilité du marché des ASP dans l'hexagone n'est pas encore claire : Il « ressemblerait plus à un faux départ qu'à une réelle phase de lancement », déplorait un fournisseur d'infrastructure. Il est vrai que le suivi de la multitude des offres proposées autour de ce concept est difficile à effectuer. De plus, la quantité de sociétés se proclamant ASP pour surfer sur la vague créée par ce modèle est de plus en plus importante, alors que les

clients ne sont pas ou peu au rendez-vous. Pourtant, de nombreux acteurs de tous les secteurs espèrent une phase de décollage réelle courant 2001.



Graphique 2 – Evolution 2001-2004 du marché français des ASP pour les PME-PMI.

Source : © CESMO - © CGEY

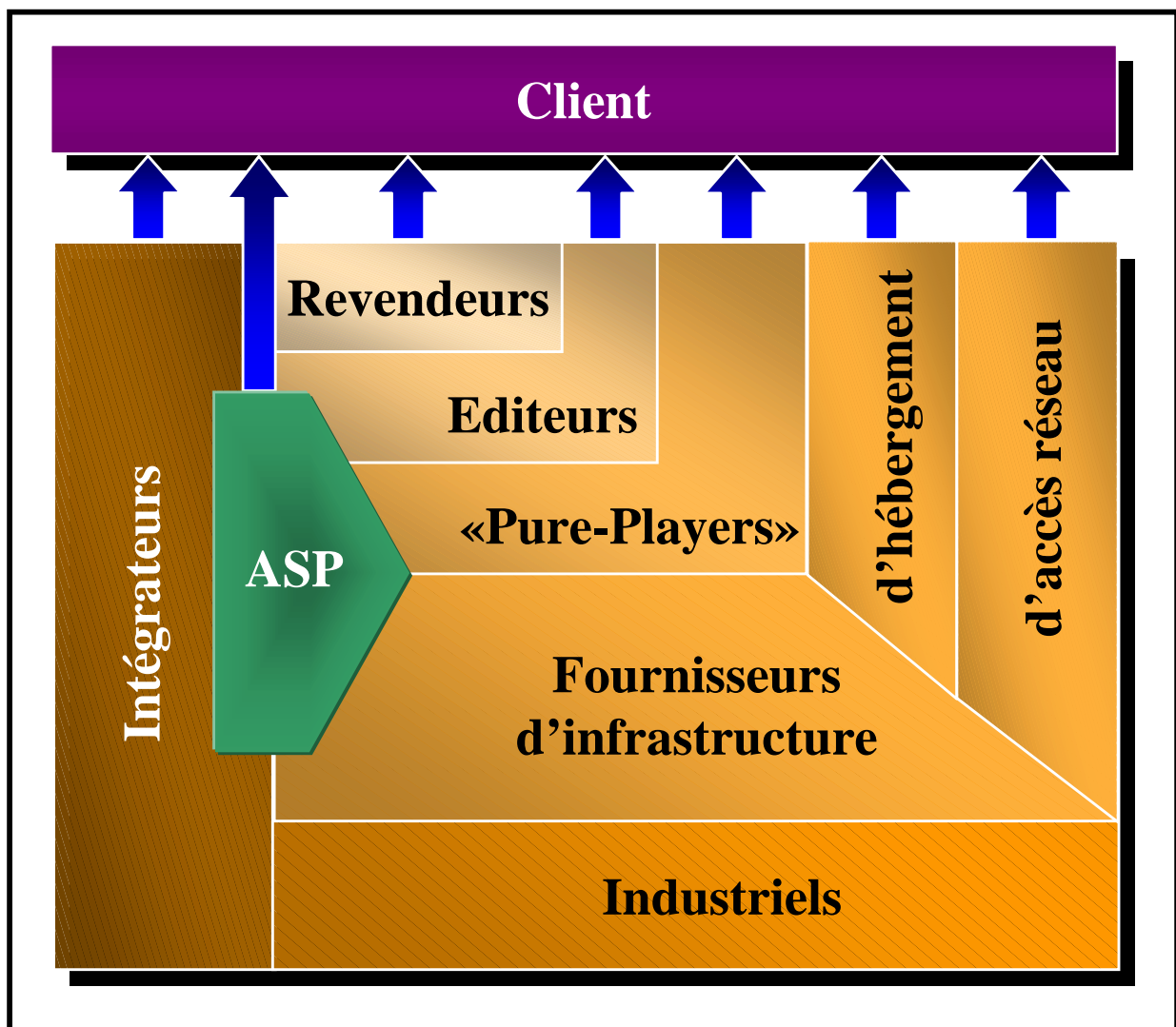
La cible de clientèle du marché français des ASP est aujourd'hui avant tout celle des petites et moyennes entreprises. Il est possible aujourd'hui de déterminer une courbe de croissance de ce marché spécifique de façon relativement détaillée, en tenant compte de la spécificité de chaque type d'application. Une telle projection est beaucoup plus difficile concernant les grands comptes pour qui les critères d'adoption du mode ASP sont sensiblement différents. Les arguments essentiellement financiers avancés par les équipes commerciales des Fournisseurs de Services Applicatifs

Loués en Ligne convainquent en effet essentiellement les PME-PMI, clientèle beaucoup plus sensible que les grands comptes à un argumentaire fondé sur la prédictibilité des coûts, la rapidité de déploiement, et le lissage de trésorerie.

## II. Chaîne de valeur

### *Cartographie des acteurs frontaliers*

À la frontière des secteurs des télécommunications, de l'informatique, de l'industrie du logiciel et du conseil, les Fournisseurs de Services Applicatifs Loués en Ligne entretiennent des relations privilégiées avec de nombreux acteurs qui sont positionnés sur le graphique suivant. Le marché des ASP est en effet stimulé par la convergence de ces industries mais aussi par le développement d'Internet.



*Graphique 3 - Cartographie des acteurs.*

*Source : © CESMO - © CGEY*

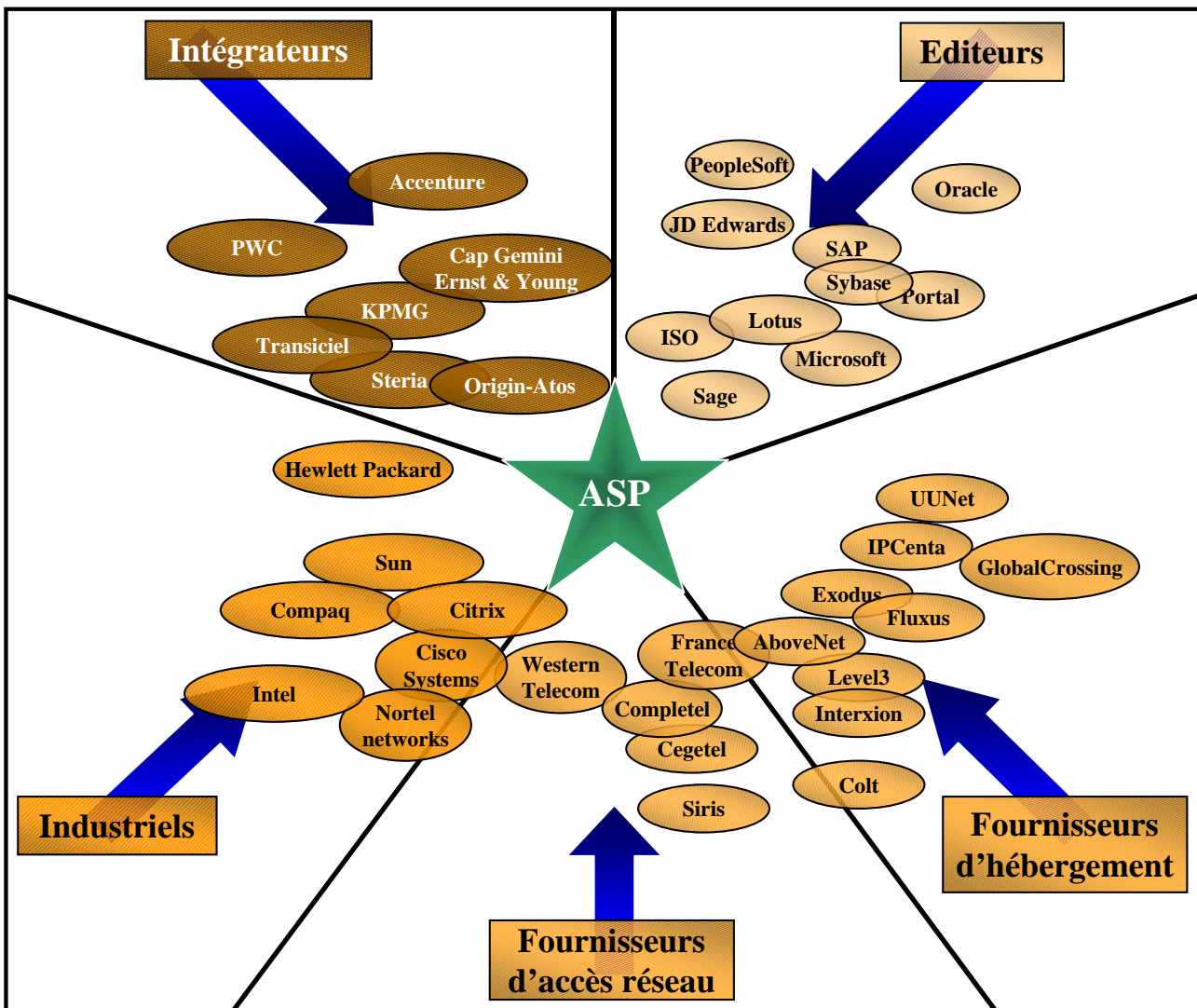
La cartographie précédente met en relief un véritable écosystème, regroupant une multitude d'entités, regroupées de façon synthétique en six acteurs principaux, dont nous analyserons successivement le positionnement :

- Les industriels (équipementiers informatiques et télécoms)
- Les fournisseurs d'infrastructures d'hébergement et d'accès réseau
- Les « pure-players » ou ASP purs
- Les éditeurs
- Les revendeurs
- Les intégrateurs.

Le client final se retrouve face à des acteurs multiples et multiformes : l'interaction client - fournisseur de services applicatifs peut en effet intervenir avec tous ces types d'entreprises.

Dialoguant avec tous ces intervenants, les FSALL, représentés ici par un quadrilatère de couleur verte, se situent à l'intersection des domaines de prédilection de ces acteurs, dont les activités recouvrent plus ou moins celles du fournisseur d'applications en ligne.

Le graphique suivant présente une liste d'acteurs frontaliers déjà positionnés sur le marché français des ASP, en mettant en valeur la dynamique qui les pousse vers le segment des fournisseurs de services applicatifs. Le degré d'implication de ces sociétés sur ce marché est caractérisé par une distance plus ou moins grande au centre.



Graphique 4 - Positionnement des acteurs frontaliers sur le marché français des ASP : de nombreux angles d'attaque pour intervenir sur ce secteur.  
Source : © CESMO - © CGEY

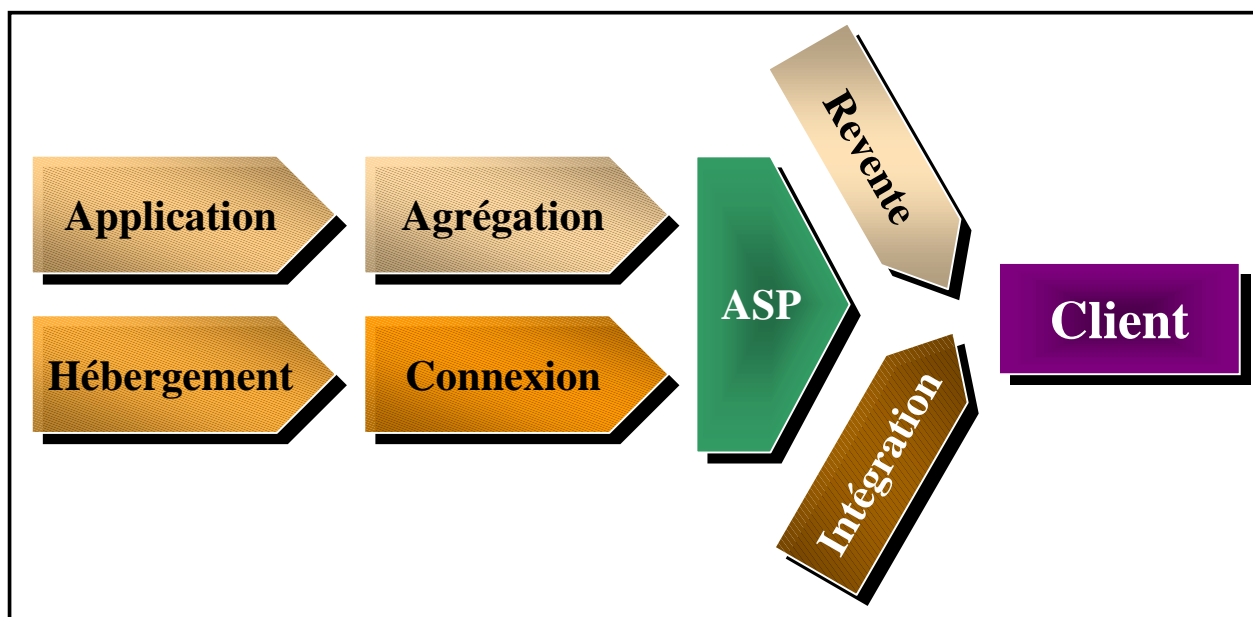
### *Une chaîne de valeur ouverte et multipolaire*

En terme de services ASP, la chaîne de valeur proposée ci-après permet de donner une autre vision du positionnement des acteurs. De ce point de vue, les FSALL réalisent une synthèse entre le contenu (application et agrégation) et l'infrastructure (hébergement et connexion), pour des clients finaux parfois en relation supplémentaire avec des revendeurs et des intégrateurs.

On s'aperçoit ainsi que la distribution de services hébergés requiert un grand nombre de compétences fonctionnelles, apportées par des acteurs distincts. Du fait de l'étendue de ces spécialisations, la création d'alliances et de partenariats est nécessaire et même cruciale.

C'est en ce sens que la définition souvent admise d'un ASP est trop réductrice. En effet, celle-ci se limite généralement à la société en contact direct avec le client sans prendre en compte tous les acteurs situés en arrière-plan nécessaires à la mise en place d'une offre.

À un service délivré à un client (accéder à un service applicatif hébergé à distance) correspond un nombre conséquent d'acteurs qui interviennent à différents niveaux de l'offre et qui donc ont une composante ASP. Si l'un



*Graphique 5 - Chaîne de valeur relative aux services délivrés par les ASP.*

*Source : © CESMO - © CGEY*

de ces acteurs fait défaut, alors l'offre n'existe plus.

Les ASP ne sont donc pas simplement assimilables, comme on l'entend parfois, au couple formé par l'opérateur de la solution et le revendeur, en laissant de côté les autres intervenants de la chaîne de valeur.

Il est à noter que les compétences à maîtriser dans chacun de ces domaines sont fort différentes – ce qui explique que peu d'acteurs soient présents dans tous ces secteurs. La spécialisation requise à tous les niveaux de l'offre rend de plus en plus difficile la création de solutions verticales par une seule société souhaitant couvrir toute la chaîne.



### **III. La demande client**

Un des problèmes que rencontre le mode ASP en France est le manque d'informations des clients potentiels sur les implications techniques, fonctionnelles et économiques du modèle. L'ASP apporte à certaines briques applicatives du système d'information une valeur ajoutée intrinsèque en terme de fonctionnalités et/ou de productivité, et ce indépendamment de l'activité économique du client. De la même façon, chaque secteur économique est susceptible d'être plus ou moins pénétré par le modèle ASP.

Sur le plan strictement financier, il semble que le « business model » ASP couramment avancé de type « économie d'échelle » peut être mis en cause. Ce modèle de rentabilité est d'ailleurs largement issu d'une économie ancienne, sans réseau. C'est pourquoi, une réflexion plus large est nécessaire pour tenter de comprendre quel intérêt le marché français peut trouver aux services applicatifs loués. Il n'est en effet pas évident que les utilisateurs d'ASP se décident à « franchir le pas » pour les raisons qu'invoquent les fournisseurs des applications.

#### ***Attentes et satisfactions des clients***

Le mode ASP apporte en effet aujourd'hui aux clients des satisfactions d'usage : ce sont mille fonctionnalités supplémentaires apportées par l'ASP que le client apprécie au moment de sauter le pas. Il se méfie souvent des scénarios de rentabilité qui lui démontrent les économies engendrées par le concept. Il reste cependant sensible aux aspects comptables lorsqu'il a enfin un moyen de quantifier rationnellement le montant de ses dépenses, et de ne pas trop engager sa trésorerie dans des projets de système d'information d'envergure. Cependant le moment de la conversion au mode ASP correspond le plus souvent à une période de remous organisationnels dans l'entreprise : réorganisation profonde, rachat, ou au contraire vente de la structure, fort développement, internationalisation... Le client apprécie enfin au premier chef la rapidité de déploiement. Il est en effet souvent incrédule devant les délais annoncés par le FSALL et devient donc une référence commerciale active en cas de succès de l'expérimentation.

Les critères de satisfaction les plus marquants des clients ont pu être évalués :

<b>Fonctionnalités supplémentaires</b>	<b>82%</b>
<b>Plus grande rapidité de déploiement</b>	<b>77%</b>
<b>Economies en RH techniques</b>	<b>74%</b>
<b>Accès aux applications en mode nomade ou réparti</b>	<b>54%</b>
<b>Prédictibilité des coûts</b>	<b>52%</b>
<b>Sécurité et réplication des données, sauvegardes, fiabilité des applications (via utilisation des serveurs puissants)</b>	<b>43%</b>
<b>Transparence des mises à jour</b>	<b>37%</b>

*Table 2 – Critères de satisfaction des clients*

*Source : © CESMO - © CGEY*

### ***Enjeux d'un déploiement ASP pour une PME ou un grand compte***

Le mouvement de l'ASP participe largement à des phénomènes d'externalisation des systèmes d'information. Il peut dans beaucoup de cas être assimilé à une infogérance sans achat de licence, avec forfait mensuel incluant un package de services.

L'ASP est le transfert à un tiers capable de s'engager sur des objectifs, avec obligation de résultat ; le dirigeant d'entreprise transfère vers le prestataire une fonction de son entreprise. Il transforme sa gestion hiérarchique de son système d'information en une gestion juridique. La prestation de l'infogérant/ASP peut avoir un impact large : analyse et conception, programmation, procédures, tests, exploitation, maintenance corrective, maintenance évolutive.

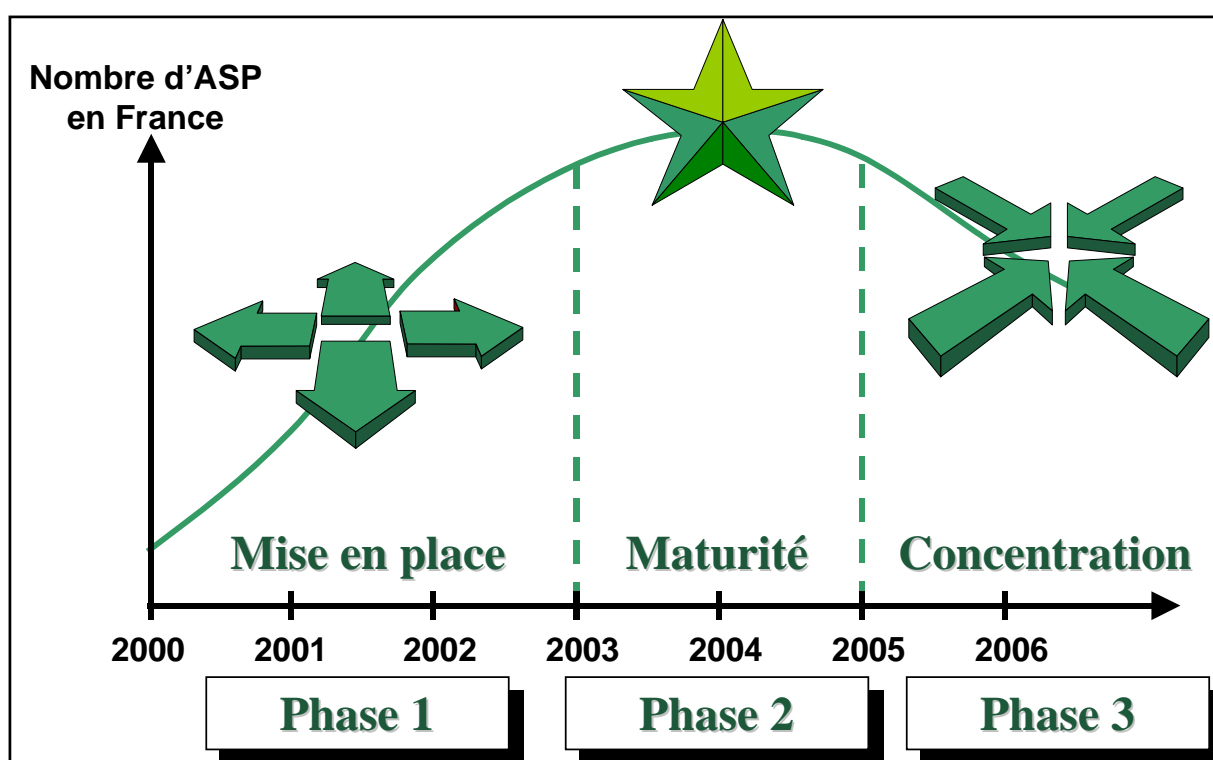
Du point de vue du client, le concept ASP rejoint donc largement l'arbitrage qu'il fait lorsqu'il a à choisir entre un prestataire externe et une réalisation en interne. Cependant, les spécificités du mode ASP en tant qu'offre d'accès, de distribution, et de services packagés pondèrent les critères de choix opérés de la part d'un dirigeant de PME ou celui d'un grand compte en faveur ou en défaveur de l'ASP.

Le marché des ASP pour les PME-PMI en France est contrasté : il apparaît clairement que certaines applications peuvent facilement représenter un marché tandis que d'autres auront le plus grand mal à s'adapter au modèle. En outre, le décollage de ce marché étant largement conditionné par la capacité des opérateurs télécoms à proposer des liaisons à haut débit à qualité de service avec une capillarité suffisante : l'hypothèse – pessimiste – retenue prévoit donc un marché global des ASP pour les PME-PMI de 1,12 milliards de francs à l'horizon 2004. Ce chiffre n'intègre cependant pas les prestations ASP proposées aux grands comptes, qui d'après notre analyse, peuvent potentiellement représenter à long terme jusqu'à 5 fois ce chiffre.



## IV. Perspective d'évolution

Un modèle prévisionnel simplifié du marché des ASP a été évalué, en considérant l'ASP comme un synthétiseur de contenus. Le graphique suivant décrit de manière qualitative l'évolution du nombre d'ASP en France en fonction du temps. Cette évolution suit trois phases successives, depuis le lancement des offres en 1999 jusqu'au phénomène de concentration apparaissant à la suite d'une période de stabilisation du nombre de fournisseurs de services applicatifs.



*Graphique 6 – Modèle prévisionnel d'évolution du marché des ASP en tant que synthétiseurs de contenus.*

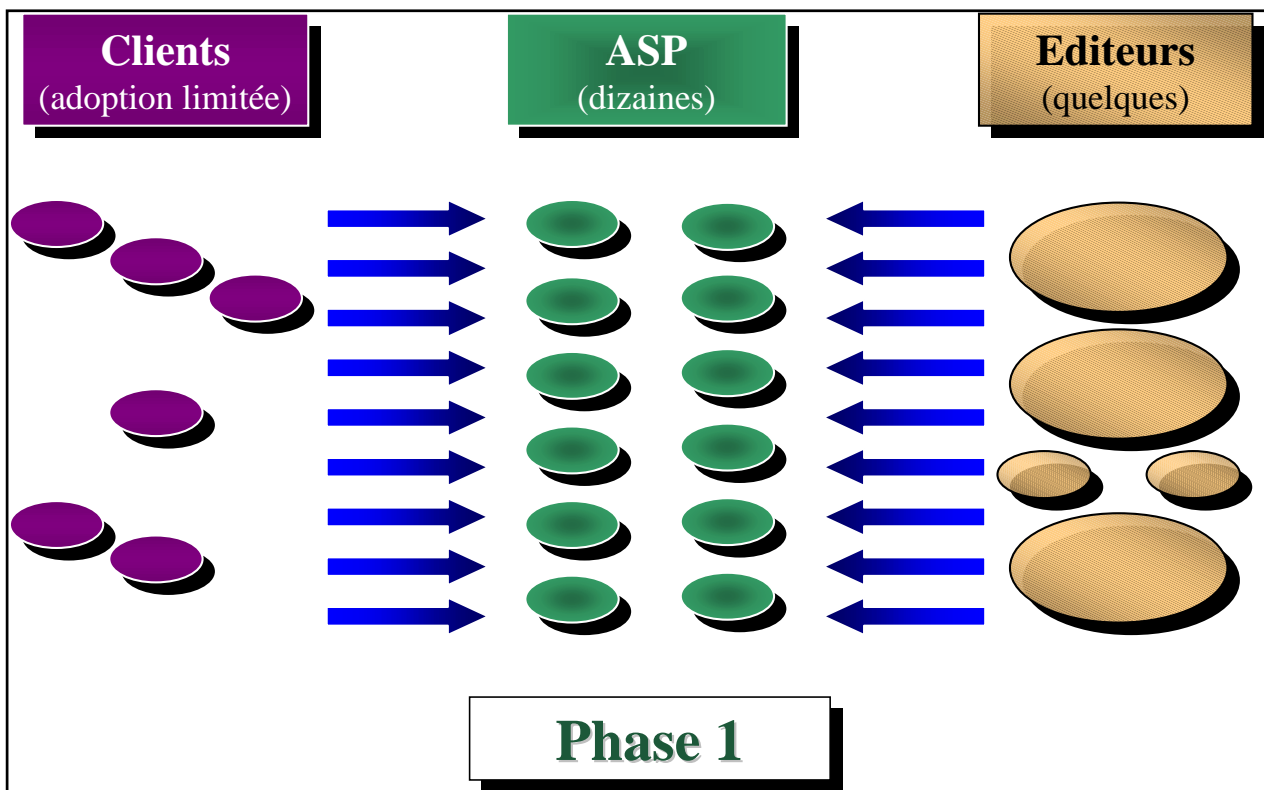
*Source : © CESMO - © CGEY*

Il faut cependant noter que la bourrasque financière de la fin 2000 et la frilosité des investisseurs qui s'en est suivie pour les dot-coms – auxquelles les ASP sont souvent assimilées – risquent d'accélérer le phénomène de concentration bien avant la phase de maturité.

En effet, les « business models » de nombreux ASP impliquent une consommation importante de trésorerie au départ et ensuite un besoin en fonds de roulement assez conséquent, ce qui nécessite de réaliser deux à trois tours de table financiers.

Il existe donc un risque élevé de scénario catastrophe où un nombre important de FSALL n'ayant pas complété leur tour de table financier avant la crise boursière soit obligé, en raison d'un manque de trésorerie, de se vendre aux ASP stables financièrement – et ceci dès l'été 2001.

Pour réaliser la simulation dont le résultat est présenté sur le graphique 6, nous n'avons conservé que deux paramètres, qui correspondent aux interlocuteurs principaux des FSALL : les partenaires éditeurs et les clients. Nous avons alors assimilé les FSALL à des packageurs de contenus : ils réalisent l'agrégation de solutions logicielles pour leurs clients.



Graphique 7 – Situation actuelle du marché des ASP en utilisant un modèle de packageur de contenus.

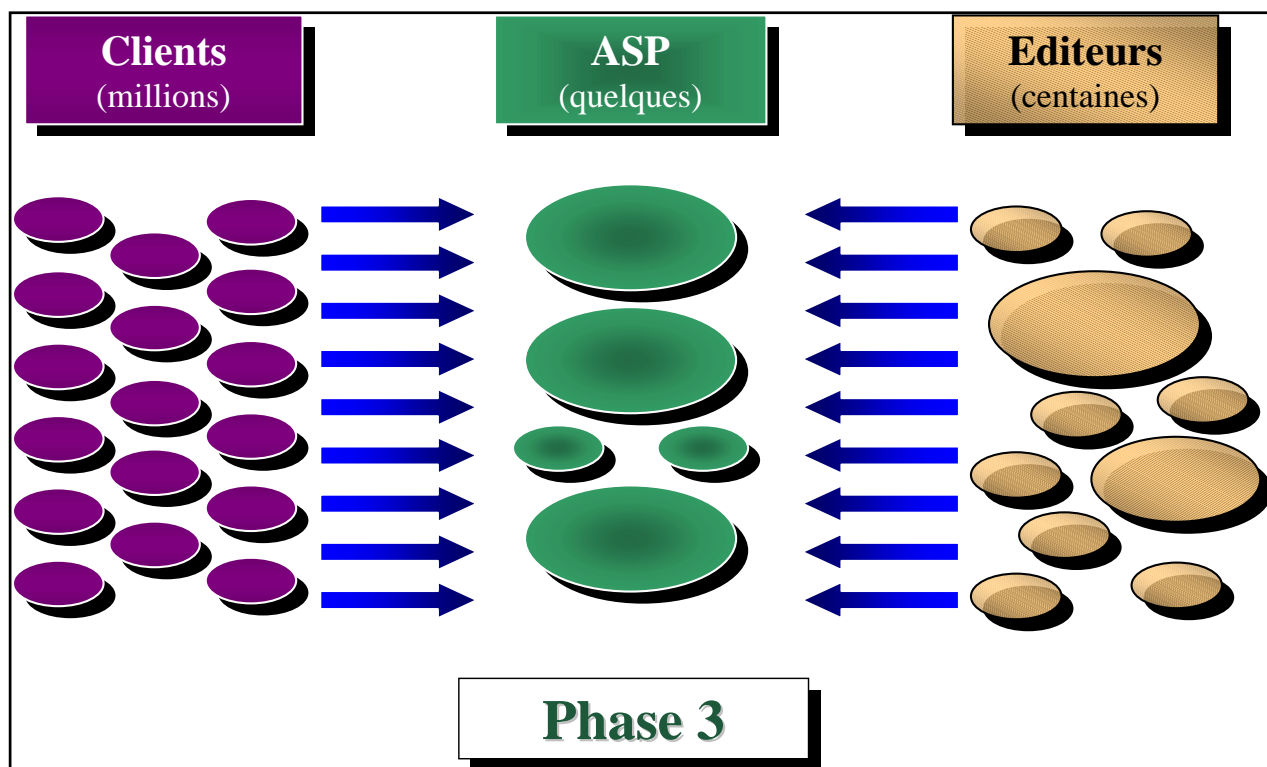
Source : © CESMO - © CGEY

Les deux phases extrêmes (phases 1 et 3) peuvent alors être décrites plus en profondeur en plaçant les ASP au milieu du duo client – éditeur, et en représentant le nombre et la taille des acteurs de chaque catégorie (voir graphiques 7 et 8).

En appliquant notre modèle à la situation actuelle du marché français, il apparaît qu'il existe vraisemblablement (voir graphique 7) :

- peu d'éditeurs (les ASP fédérateurs proposent bien souvent toujours les mêmes « software vendors » américains tels que Microsoft, Lotus, PeopleSoft..)
- des dizaines d'ASP (remarquons au passage qu'au niveau mondial, [www.internet.com](http://www.internet.com) recense plus de mille ASP)
- et encore très peu de clients.

En suivant la logique de notre modèle de « packageur de contenus », il devrait pourtant y avoir une prolifération d'éditeurs, une concentration



Graphique 8 – Situation à long terme du marché des ASP en utilisant un modèle de packageur de contenus.

Source : © CESMO - © CGEY

d'ASP (qui agrègent les offres des éditeurs) et beaucoup de clients (voir graphique 8).

Cette vision, représentant la phase 3 de notre graphique d'évolution, correspond à la situation à long terme du marché des ASP :

- Tout d'abord, il semble que les ASP vont permettre une explosion des sociétés d'édition de logiciels, en proposant à celles-ci d'intégrer leurs solutions facilement sous forme de partenariats.
- De plus, la consolidation concernant les ASP, mise en valeur dans le graphique 6, devrait arriver assez vite, concentrant le marché sur quelques concurrents.
- Enfin, remarquons qu'avant cette phase de restructuration, devraient arriver en Europe les leaders américains, qui pour l'instant n'y ont pas réalisé d'entrée retentissante.

### ***Les nouvelles générations de FSALL***

Au-delà de l'utilisation en mode ASP de logiciels traditionnels tels que les applications ERP ou la bureautique, on constate aujourd'hui une tendance de fonds dans le passage en mode ASP de fonctions du système d'information liées au back-office, telles que la sécurité, la téléphonie voire l'administration de système.

Ces fonctions présentent toutes la caractéristique d'être quasiment invisibles pour l'utilisateur tout en étant critiques pour le bon fonctionnement de la société.

Par ailleurs, de nouvelles applications (ex : streaming) vont se développer dès le départ dans une configuration ASP en raison des investissements qu'elles impliquent.

Enfin, le marché des particuliers représente un nouveau segment prometteur.

## Conclusion

Le concept d'ASP sur le marché français est à la fois peu connu du marché des PME-PMI qu'il est supposé adresser, mal défini par la presse spécialisée, et mis en valeur de façon maladroite par certains « évangélistes du marché ».

Bien plus qu'un mode de distribution spécifique de logiciels, l'ASP est un phénomène de fonds qui impactera de façon durable le paysage informatique des entreprises françaises, pour peu que le marché soit éduqué à l'emploi de cet outil.

Le modèle ASP crée de la valeur pas seulement par les gains qu'il permet (arguments financiers) : il peut en cela être concurrencé largement voire de façon plus efficace par d'autres modèles informatiques, proposant des solutions plus ou moins évoluées de location avec option d'achat.

L'ASP est intéressant pour les entreprises dans le sens où il permettra la mise à disposition pour des communautés d'entreprises d'espaces applicatifs partagés, neutres, favorisant la capitalisation des connaissances et des bonnes pratiques d'un secteur vertical. En réussissant à expliquer ce phénomène aux clients, les fournisseurs de services applicatifs loués en ligne réussiront à capter et protéger leurs flux de profit.

Le concept ASP aura réussi sa percée sur le marché français le jour où son appellation même n'aura plus de résonance étrange, et où sa pratique sera devenue commune. Le déport d'applications sur des réseaux partagés entre de plus en plus dans les mœurs. La proposition de packaging d'offres en association avec une prestation de base d'ordre informatique est de plus en plus courante. L'ASP en tant que modèle est selon notre analyse amené à se dissoudre dans un concept encore plus large qui est la fourniture de services payants sur les réseaux publics via des processus d'authentification et de facturation spécifiques, services à base d'applications informatiques ou non (notion d'« xSP »).



CAP GEMINI ERNST & YOUNG

Tour Ernst & Young -  
Faubourg de l'Arche -  
92037 PARIS-LA DEFENSE Cedex – tél. : 01 46 93 45 45  
<http://www.fr.egey.com>

CESMO