

Le marché s'étoffe. Au fur et à mesure que les sociétés utilisatrices gagnent en maturité et comprennent l'intérêt de compléter leurs logiciels de gestion par des outils de planification avancée (APS ou SCP), les solutions s'enrichissent et se spécialisent. Si bien que le scope des familles de logiciels qui adressent des problématiques d'anticipation, de planification et d'optimisation des flux s'étend. Du coup, il n'est pas toujours très facile, au delà du discours marketing, de comprendre les spécificités de chaque solution. Petit guide pour mieux présélectionner les éditeurs pertinents en fonction de vos besoins...

# Logiciel de planification avancée Comment choisir ?



142

Lorsque l'on cherche une solution informatique, plusieurs questions se posent. D'abord, veut-on la développer, la construire à base de composants ou prendre une solution packagée du marché. Sur le marché des APS (Advanced Planning Systems), tous les cas de figures sont possibles. Certaines sociétés proposent de développer des solutions autour de moteurs d'optimisation (PSI Business Technology en plus de sa solution packagée, Eurodecision) ou de composants (ex : Ilog, Groupe IBM). Compte tenu de ce

qui a déjà été développé sur le marché des solutions packagées, cette démarche est plutôt réservée à des problématiques très spécifiques. D'autant plus que même au sein des APS du marché, certains sont plus souples que d'autres (ex : TXT, souvent qualifié de « Boîte à outils »).

### Trois principaux critères de choix

Si vous optez pour les progiciels (ou solutions packagées), les principaux critères de présélection vont être le périmètre fonctionnel de la solution et



**Olivier Rouvière**  
Business Development SCM,  
Europe du Sud, Infor



**Gilles Alais**  
Directeur Commercial  
TXT France



**Franck Lheureux**  
Directeur général Europe  
du Sud de JDA

le secteur dans lequel vous travaillez, sans oublier bien sûr le budget.

Au niveau du périmètre fonctionnel, les solutions APS dites « Best of Breed » sont spécialisées dans l'anticipation (prévisions de ventes à partir de modélisations statistiques d'historiques de ventes et de données collectées auprès de tiers), la planification sous contraintes et l'optimisation des flux d'approvisionnement, de production et de distribution. Ces logiciels peuvent aussi intégrer un module stratégique de conception de réseau (localisation de fournisseurs, sites de fabrication, sites de stockage, centres de distributions, entrepôts clients, points de ventes...) afin de simuler divers scénarios (ex : IBM, Infor, OM Partners). Ils peuvent encore inclure un module d'ordonnancement qui séquence des ordres de fabrication de manière à optimiser des contraintes fines (temps de changement, capacité/disponibilité/cadences de lignes ou de postes, etc.). C'est le cas par exemple de Futurmaster, JDA, Lawson, OM Partners, Oracle, Ortens, Preactor ou PSI Business Technology. Ils peuvent également disposer de fonctions d'optimisation du transport (ex : Axxom, Infor, JDA Software, Oracle...). Enfin, les modules de planification des ressources humaines font plus rarement

partie du scope des APS, mais certains en possèdent (ex : Axxom, Infor, OM Partners, Ortens, Preactor).

### Des généralistes et des spécialistes

En terme de secteurs d'activités, une large partie des industries (agroalimentaire, pharmacie, cosmétique, textile, métal, papier, pétrole...) et de la distribution (grande, spécialisée...) est couverte par ces solutions, avec des savoir-faire historiques pour la quasi majorité des éditeurs. Ainsi, Aspen- tech est spécialisé dans l'industrie du procédé (raffinage, chimie...). Futur- master est très bien représenté dans le frais et l'ultra-frais ; OM Partners est très présent dans les industries de process (métal, papier, chimie) ; TXT est très bien placé dans le secteur de la mode et du textile ; PSI Business Technologie est dédié exclusivement à la métallurgie... Ce qui n'empêche pas la plupart de ces éditeurs d'être présents sur de nombreux autres secteurs (Azap, Dynasys, Futurmaster, JDA, Infor...).

### Côté budget, êtes-vous dans la cible ?

Au niveau du budget, les éditeurs sont très discrets sur leurs tarifications, certains allant même jusqu'à la qua-

lifier de « confidentielle » ! Pour les plus transparents, le coût de licence commence à partir de 10 K€ (Preactor), de 20 K\$/an pour Aspentech, de 20 K€ (Cegid, Futurmaster) et de 50 K€ pour PSI Business Technology. D'autre préfèrent s'exprimer en terme de retour sur investissement (ROI) : d'immédiat à quatre mois pour IBM, de trois mois pour OM Partners, de trois à six mois pour Dynasys et Préactor, inférieur à six mois pour Ortens, de six mois pour Futurmaster et TXT, de six à neuf mois pour PSI, de six à 12 mois pour JDA, d'un an pour Infor. Un bon indicateur est aussi de savoir à quelle taille d'entreprises les éditeurs s'adressent. « *TXT reste positionnée sur des entreprises de Mid Market et Grands comptes (à partir de 50 M€, mais plutôt sur 100-150 M€, et depuis deux/trois ans, de l'ordre de 400 M€ de CA)* », expose Gilles Alais, Directeur commercial de TXT France. « *Nous nous adressons à deux types de clients : notre base installée, essentiellement des Tier1, comptes stratégiques, nos solutions APS pouvant s'adapter à n'importe quel ERP de ces très grosses sociétés et les New Names, des sociétés du Mid Market (30 à 50 M€), matures par rapport aux ERP et qui ont des besoins identifiés*



**Eric Dessert**  
 Chef de produit Supply Chain  
 chez Cegid



**Etienne Allier**  
 Responsable Marketing  
 chez Futurmaster



**Isabelle Saint Martin**  
 Chef de produit  
 Microsoft Dynamics (Nav et AX)

en Supply Chain », explique Olivier Rouvière, Business Development Europe du Sud d'Infor. « Nous nous adressons à trois types de clients : Stratégiques, avec lesquels nous entretenons un partenariat étroit au niveau de nos équipes, les Tier1 de par la taille ou la complexité de leur process et les Tier2/3, pour lesquels

nous sommes plus exposés à des acteurs locaux », indique Franck Lheureux, DG Europe du Sud de JDA Software. Ainsi, il semble que la majeure partie des APS s'adresse aux sociétés qui font plus de 30 M€ de CA, sachant que des éditeurs comme Infor, JDA, Oracle et SAP sont mieux placés pour adresser les grands groupes internationaux (de l'ordre de plusieurs centaines de millions au(x) milliard(s) de CA). En deçà de 30 M€ de CA, souvent des solutions plus simples (ex : Excel, ERP) suffisent.

Cegid affiche néanmoins sa volonté d'adresser des entreprises de plus petite taille : « Face à Dynasys, Azap, TXT, voire APO de SAP qui sont de gros systèmes avec une mise en place assez longue, nous voulons offrir à des sociétés qui font entre 15 et 40 M€ de CA, et qui viennent aux APS, des solutions exploitables facilement et qui répondent à leurs besoins », illustre Eric Dessert, Chef de produit Supply Chain chez Cegid. Il évoque 20 à 40 jours de mise en œuvre pour des solutions pré-packagées mises en œuvre par des consultants experts métiers.

### Un déploiement à l'international

La capacité des éditeurs à vous accompagner dans des développements à l'étranger peut être un plus. Certains s'appuient sur un réseau international préexistant. C'est notamment le cas des éditeurs d'ERP (Cegid, Infor, Microsoft, Oracle, SAP...). D'autres ont déjà une dimension internationale ou sont en train de l'acquérir par croissance interne, par acquisition ou via des partenariats. « Avec une filiale ouverte en 2000 en Angleterre, une en Chine en 2008 et des déploiements dans plus de 60 pays, nous sommes déjà bien sortis de France, déclare Etienne Allier, Responsable Marketing chez Futurmaster. En 2009, 25 % de notre CA a été réalisé à l'international et c'est une part en forte croissance. Nous accompagnons nos clients qui nous demandent de créer des filiales à des fins de support et de consulting local ». De même, avec l'acquisition d'I2 Technologies, JDA Software a acquis de nouveaux bureaux. « Avec le rachat d'I2, nous passons de 385 M\$ de CA en 2009 à 609 M\$ projeté en 2010, de 5.800 clients en 2008 à 6.400 dans 60 pays en 2010 et à 3.000 collaborateurs dans 39 bureaux », annonce Franck Lheureux de JDA.



## Attention aux outils de communications, aux interfaces et aux temps de réponse

Enfin, les aspects technologiques ne sont pas non plus à négliger comme le souligne Isabelle Saint Martin, Chef de produit Microsoft Dynamics (Nav et AX) : « *Les cahiers des charges exprimés par les consultants sont en général encore très centrés sur le fonctionnel alors que la rationalisation de l'organisation peut passer par des outils de connexion Internet, par exemple pour faciliter la saisie d'informations à distance (intégration de forces nomades – commerciaux, livreurs, techniciens –, démarches collaboratives, etc.)* ». En effet, la facilité d'utilisation peut passer aussi par des choix technologiques (environnement Windows ou pas, full web ou pas...). Sans oublier les plates-formes et les bases de données supportées, ni l'apti-

tude à s'intégrer aux ERP existants. Du point de vue des éditeurs, cet aspect est souvent considéré comme acquis car dans l'absolu, il n'est techniquement pas un problème. Mais dans les faits, cela semble moins évident, et en tout cas souvent plus gourmand en énergie que prévu. En effet, d'après l'étude « *SCM dans les marchés établis et émergents : une opportunité pour les technologies SCM* », menée par AMR Research en novembre 2009 et sponsorisée par Infor, les deux premiers critères de choix d'un logiciel de Supply Chain sont la facilité d'utilisation et la flexibilité (pour 43 % de personnes interrogées en Europe). Toutefois, pour 2010, le critère cité comme le plus important devient l'intégration avec les plates-formes ERP. « *Cela explique partiellement pourquoi de plus en plus d'organisations achètent la plupart de leurs solutions SC chez des éditeurs d'ERP*

*plutôt que de se tourner vers des solutions « Best of Breed ».* Ainsi, le revenu des éditeurs d'ERP et de suites complètes augmente tandis que celui des éditeurs indépendants décroît », avance Andrew Kinder, Director Solution Marketing EMEA, Infor. En tout cas, on peut au moins en déduire que cette intégration reste une préoccupation côté utilisateur.

Autre aspect à ne surtout pas négliger : les temps de réponse. Avec la croissance exponentielle de la volumétrie des données à gérer (surtout dans la distribution), les éditeurs qui ont adressé en priorité l'industrie font ou ont fait de gros efforts en termes d'investissement pour développer des moteurs plus puissants (ex : Digma, Futurmaster). Des tests sur jeux de données musclés s'imposent quand même pour éviter les mauvaises surprises !

**Cathy Polge**

## APS COMMENT SE PORTE LE MARCHÉ ?

En dépit de la crise qui a durement gelé les projets, le marché des APS se porte plutôt bien. Les besoins des clients évoluent certes vers des projets souvent plus ciblés, avec des ROI plus courts. Mais de nouveaux venus (la grande distribution, la distribution spécialisée, des sociétés de plus petite taille) dynamisent la demande. Côté éditeurs, le marché se concentre. Ils misent sur l'international pour trouver de nouveaux débouchés. Ils continuent à investir pour offrir une interface plus personnalisée, des puissances de calcul plus importantes afin de réduire les temps de réponse face à des volumétries croissantes et pour concevoir des solutions rapides à mettre en œuvre.

Le marché des APS semble avoir plutôt bien résisté à la crise. En majorité, les éditeurs ont maintenu leur chiffre d'affaires (TXT), ou l'ont fait croître de l'ordre de 5 % (Dynasys, Futurmaster...). « Dynasys clôture l'année 2009 avec un CA de 5,2 M€ en progression de 5% par rapport à 2008. Un excellent résultat comparé aux récentes études des analystes qui annoncent un recul en 2009 de près de 8 % pour le secteur de l'informatique décisionnelle », se félicite Ariel Weil, DG de Dynasys. « Nous avons passé une très bonne année 2009 avec



**Ariel Weil**  
Directeur général de Dynasys

un CA de 6,3 M€ en croissance de 5 % par rapport à 2008, qui était une année record. Nous avons gagné 12 nouveaux clients », annonce Etienne Allier, Responsable Marketing chez Futurmaster. Certains, comme Azap, semblent même s'en être particulièrement bien tirés. « Nous avons fait 60 % de croissance en 2009 en gagnant de très gros projets, se réjouit Dominique Bourgoïn DG d'Azap. Nous avons une bonne équipe, un bon produit, de bonnes références et l'appui d'un groupe : nous inspirons confiance », résume-t-elle.

### Des ROI plus courts

Si avant la crise, les sociétés se demandaient comment gérer leur croissance, elles se préoccupent depuis plutôt de gagner en rentabilité, diminuer le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) et donc ajuster les stocks. D'où de nombreux projets

motivés par ces objectifs. « Par rapport au fait que nous ne sommes pas encore sortis de la crise, les clients adoptent deux types d'approches. Soit ils privilégient des projets qui ont un impact direct sur le cash flow, avec un ROI rapide, i.e. de six à huit mois (contre 12 à 16 mois il y a deux ans). Cela ne les empêche d'ailleurs pas d'avoir des initiatives stratégiques, mais allouées pour chercher des gains plus tactiques à court terme. Soit ils cherchent à revisiter leur organisation sur un plan plus stratégique afin de s'assurer que ce qui est décidé en haut sera bien relayé quotidiennement au niveau opérationnel. Un outil venant pérenniser cette volonté stratégique », analyse Franck Lheureux, DG Europe du Sud de JDA Software. De son côté, Dominique Bourgoïn note : « Si avant la crise, les préoccupations étaient plutôt portées sur des plans d'expansion (ex : adapter l'organisation pour un réseau de magasins en croissance), en 2009, nous avons été très sollicités sur l'optimisation des stocks et des réapprovisionnements. Beaucoup d'entreprises avaient besoin de réduire leur BFR. » Même vision chez AIS de PSI Business Technology : « Bien que les modules APS aient des ROI rapides, les investissements induits et les organisations à modifier peuvent faire prendre de gros risques. Si bien que dans le contexte de crise, certaines entreprises sont devenues frileuses, remarque Thomas Quinet, Directeur commercial d'AIS, groupe PSI. A tel point qu'il y a quatre/cinq mois, dans certaines grosses entreprises, les projets ne trouvaient pas de financement si le ROI n'était pas inférieur à deux mois ! Heureusement la situation s'assouplit... Et de poursuivre : Le lancement ou non des projets dépend très fortement des cultures d'entreprises et de qui est convaincu du bien-fondé des APS. Si c'est au Top



*Management, c'est rapide. Si c'est au Middle, c'est plus long. »*

### Une montée en gamme

De l'avis de plusieurs éditeurs, la crise semble toutefois accélérer un processus de fond de reconnaissance de l'aspect stratégique de la Supply Chain par les dirigeants d'entreprise et de prise de conscience de la nécessité d'avoir des outils complémentaires aux ERP. « Dans notre Club Utilisateurs, 50 % des industriels ont déclaré que la Supply Chain était un point à voir. Ce qui n'était pas encore le cas il y a un à deux ans, souligne Eric Dessert de Cegid. Tout le monde est équipé d'un ERP, que ce soit sa première ou sa troisième solution. Or, les problèmes de stocks, de délais... subsistent, d'où la nécessité de compléter les ERP par des solutions APS pour avoir un poste de pilotage transversal », analyse-t-il. Même sentiment chez Philippe Réchaussat, Consultant avant-vente Ilog, Groupe IBM : « Il me semble qu'au moins en France, le marché des APS n'a pas trop souffert de la crise. Le client a enfin trouvé l'intérêt d'investir en dehors de l'ERP. Et d'ajouter : Le niveau des interlocuteurs a gagné un ou deux niveaux ces derniers temps en SCM ». Ce qu'observe aussi Thomas Quinet : « J'ai l'impression que les projets APS attirent de plus en plus le regard du Top Management. Avant quand nous gagnions des projets, nous rencontrions des N-2 ou N-3, maintenant, c'est le niveau 1 ».

### De nouveaux clients

En plus de cette prise de conscience, les éditeurs ont bénéficié de l'arrivée de nouvelles entreprises de taille plus petite ou d'autres secteurs d'activité. En plus des industriels (chimie, agroalimentaire, etc.), Azap a par exemple été davantage sollicité par la distribution spécialisée (outillage, bâtiment...). De même, Futurmaster constate l'arrivée de la grande distribution avec deux nouveaux clients Carrefour et Casino et reçoit de plus en



**Dominique Bourgoïn**  
Directrice générale d'Azap



**Thomas Quinet**  
Directeur commercial AIS nv, Groupe PSI



**Florian Foresti**  
Project Manager, OM Partners



**Philippe Réchaussat**  
Consultant avant-vente Ilog, Groupe IBM

plus de demandes de grands industriels hors Produits de Grande Consommation (PGC) (ex : signature avec le groupe aéronautique Safran). « Pas mal de sociétés automobile et aéronautique se mettent au Sales & Operations Planning (S&OP) », annonce pour sa part Philippe Réchaussat. « Alors que nous étions consultés essentiellement par de grands groupes internationaux, de plus en plus de sociétés de taille plus petite – de l'ordre de 50 à 200 M€ de CA- font appel à nous, remarque Florian Foresti, Project Manager Responsable de la France chez OM Partners. Il est d'ailleurs parfois plus compliqué de leur répondre, car ces sociétés n'ont pas toujours vu tous les enjeux du projet et cela demande beaucoup de discussions pour les aider à cibler leur problématique et à définir leur solution. »

### Le marché se concentre et s'internationalise

Pour construire ses solutions SCM, Infor a racheté quatre sociétés : Mercia Link (Prévisions et Supply Chain Planning), Agilisys (plan de production/ ordonnancement), EXE Technologies (WMS) et SSA (Baan et CTS, solution de transport). De même, JDA a investi 1Md\$ depuis 1998 dans l'acquisition de sociétés : Arthur en 1998, Intactix en 2000, E3 en 2001, Manugistics en 2006 et I2 Technologies en 2010. AIS s'est fait racheter par PSI Business IT, éditeur de MES, en août 2009 et SteelPlanner a été rebaptisé PSImetals Planning. « Le marché continue à se concentrer », commente Olivier Rouvière d'Infor. De plus, les éditeurs sortent de leurs frontières. « L'international représente 25 % des ventes en 2009, en progression de 10 % par rapport à 2008, déclare Ariel Weil, DG de Dynasys. Nous avons de nouveaux distributeurs en Espagne et en Pologne. En 2010, un de nos objectifs est de développer notre présence à l'international, notamment en Europe du Nord et au Canada. » La Chine

apparaît aussi comme un marché prometteur sur lequel les éditeurs d'APS veulent s'implanter. C'est déjà le cas de Futurmaster, OM Partners y réfléchit sérieusement et PSI Business Technology pense que le marché devrait décoller à moyen terme. « *En Europe de l'Ouest, aux Amériques et en Australie, les services aux clients sont poussés, d'où le besoin important d'APS pour gérer les délais et maintenir les stocks intermédiaires au niveau le plus bas. Ce sont des marchés qui travaillent sur l'optimisation des divers processus*, observe Thomas Quinet. *En Chine, on sent que les questions s'affinent et nous devrions avoir une grosse demande d'ici deux à cinq ans.* »

### Des solutions en développement permanent

Les éditeurs d'APS investissent massivement pour continuer à développer leurs solutions sur le plan fonctionnel, technique et de la mise en œuvre. Dynasys a consacré 20 % de son CA à la R&D en 2009, Futurmaster : 35 %. Un record ! Ce dernier sort en effet une prochaine version en septembre (qui réduira les temps de traitement des volumétries importantes) et une version complètement revue début 2011, qui placera le client au cœur de l'interface (feuille de route pour la journée). Azap travaille également sur ce mode dans lequel l'utilisateur se connecte et voit s'afficher la liste des tâches à effectuer. La gestion par exception est très plébiscitée par les clients : automatiser tout ce qui peut l'être pour se focaliser sur ce qui demande réflexion et des prises de décisions concertées sur la base de scénarios comparés (ex : gestion des promotions). Le lien avec l'aspect financier, au niveau du S&OP, lui-même en pleine expansion, est un autre axe de développement : « *Pour la mode et la distribution textile, nous allons porter nos efforts sur PLM (Product LifeCycle Management) et Assortment Planning. Pour les autres secteurs (CPG et Manufacturing),*

*nous allons déployer davantage le S&OP avec une dimension financière et décisionnelle (Business Intelligence), dans un processus d'amélioration continue* », prévoit Gilles Alais, Directeur commercial de TXT France. Les éditeurs sont aussi soucieux d'avoir le logiciel le plus adapté possible pour gagner du temps lors de la mise en œuvre. C'est ainsi que Dynasys propose deux nouvelles solutions pré paramétrées dédiées aux PME/PMI : n.Skep One Retail, pour la distribution et le négoce, et n.Skep One Agro, pour l'agroalimentaire. De même, Infor a développé la méthode Fast Start, pour mettre en place les fonctions clefs dont le client a besoin.

### 2010 se présente bien

Cette année semble se présenter sous de meilleurs auspices que la précédente, à en juger par les nombreux cahiers des charges reçus par les édi-

teurs. « *L'année s'est bien terminée et nous sentons une reprise sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2010 tant pour TXT France que pour TXT Groupe. Elle est d'ailleurs plus précoce en France et en Italie où les budgets se dégèlent* », observe Gilles Alais, Directeur Commercial TXT France. Même optimisme pour Franck Lheureux : « *Compte tenu du nombre de sollicitations que nous connaissons aujourd'hui sur l'Europe du Sud, le dynamisme du marché est assez surprenant. Nous sommes très positifs parce que de gros projets de Manufacturing sortent, parce que nous avons les moyens humains de notre croissance, parce que nous avons délivré une croissance exceptionnelle à nos actionnaires et que nos clients sont nos meilleurs points de référence par rapport à la vente de solutions additionnelles.* » Que dire de plus ? Rendez-vous en 2011 !

Cathy Polge

## UN SCOPE ELARGI

Cette année, nous avons recensé une trentaine de solutions qui viennent de divers horizons. En plus des APS (Advanced Planning Systems) classiques comme Axxom, Azap, Demand Management, Dynasys, Futurmaster, JDA Software (Manugistics, I2 Technologies), Logility, OM Partners, PSI Business IT (ex AIS), Quintiq et TXT, les ERP (Enterprise Resource Planning) développent des fonctions de planification avancée en complément de leurs propres solutions, mais aussi des ERP d'autres éditeurs, qui peuvent être achetées séparément. Sont dans ce cas : Aspentech, Cegid, Infor, Lawson, Oracle ou SAP. Certains éditeurs d'ERP, comme Sage et Microsoft, préfèrent quant à eux nouer des partenariats avec des éditeurs d'APS (Azap et Dynasys pour Sage, TXT Groupe pour Microsoft). Les éditeurs de SCE (Supply Chain Execution) sont de nouveaux venus. Historiquement plus centrées sur le traitement de la commande (centrale d'achat, gestion commerciale, d'entrepôts, du transport, des points de ventes...), ces solutions de SCE s'étendent aux prévisions et à l'optimisation des approvisionnements et couvrent, à ce titre, une partie des fonctions des APS. Nous les avons sélectionnées car pour les entreprises qui gèrent des flux de négoce et de distribution, elles peuvent être tout à fait appropriées. Acteos, Aldata, Generix Group, Manhattan Associates (plus aux Etats Unis qu'en Europe, pour le moment) ou Red Prairie se sont engagés dans cette voie.

Par ailleurs, deux types de solutions, plus pointues, sont aussi dans notre scope. Les APS (Advanced Planning & Scheduling), qui sont historiquement partis de modules d'ordonnancement d'ordres de fabrication et sont très calés en planification de production fine (Ilog, Ortems, Preactor...) et les solutions d'optimisation de stocks mono et multi-échelons (Generix Group, Planipe, SEI, Servigistics, Slimstock, Smartops, Syslife, Telamon, Terra technology, Toolsgroup) (voir le PVAO qui leur est dédié sur [www.SupplyChainMagazine.fr](http://www.SupplyChainMagazine.fr)). Ces dernières sont des solutions complémentaires tout à fait adaptées à des projets plus ciblés.

**Pour en savoir plus sur la majeure partie des solutions citées ci-dessus, vous pouvez consulter les fiches détaillées remplies par les éditeurs sur notre site internet (Rubrique POUR VOS APPELS D'OFFRE APS 2010), ainsi que le tableau synthétique ci-après.**

## PRINCIPAUX EDITEURS DE SOLUTIONS DE PLANIFICATION AVANCEE

EDITEUR	SOLUTION	TYPE	CA total/ France	Effectif total/ France	Principaux secteurs	Network Design	Prévisions de ventes	Prévisions de vente collaboratives	Planification de production tactique sous contraintes (PDP)	Ordonnement	Planification des appro.	Planification de la distribution (DRP)	Planification du transport	Planification des RH
<b>ACTEOS</b>	PPS	SCE	10 / 6 M€	120 / 50	Distributions	○	●	○	○	○	●	○	●	●
<b>ALDATA</b>	G.O.L.D.	SCE	NC	NC	Grande Distribution Grossistes	○	●	●	○	○	●	●	●	●
<b>ASPENTECH</b>	aspenONE Planning & Scheduling	ERP	311 / 31 M\$	1.300 / 10	Raffinage, Chimie, Pharma, PGC, Ciment...	●	●	●	●	NC	●	●	●	○
<b>AZAP</b>	AZAP	APS	NC	20 / 20	PGC, Distribution spécialisée, Chimie, Pharma, etc.	●	●	●	●	Preactor	●	●	○	○
<b>AXXOM</b>	Orion-PI	APS	NC	90 / NC	Chimie, Pharma	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>CEGID</b>	Yourcegid Industry / Yourcegid Retail	ERP	248 M€ NC	100 / + de 20	Textile, Industrie, Automobile, Pharma, Plasturgie, Electronique	●	●	○	●	○	●	●	●	●
<b>DEMAND MANAGEMENT</b>	DS APS	APS	45 M NC	110 / 18	Pièces détachées, Produits industriels, Vêtements & Distribution	●	●	●	●	●	●	●	○	○
<b>DYNASYS</b>	n.SKEP	APS	5,2 / 3,9 M€	42 / 42	Distribution & négoce Agroalimentaire, Pharma., Chimie/ Cosmétiques, Luxe, Mode, Automobile, Hgh Tech...	●	●	●	●	Preactor	●	●	○	○
<b>GENERIX GROUP</b>	AKILA	SCE	70 / 60 M€	580 / 540	Distributeurs, Grossistes, Importateurs, Négociants, Prestataires log.	○	●	●	○	●	●	○	●	○
<b>IBM</b>	IBM ILOG SC Applications	APS	103,6 Md\$ / NC	398.455 / NC	PGC, Pharma, Produits Industriels, Grande Distribution	●	●	○	●	●	●	○	●	○
<b>FUTURMASTER</b>	FUTURMASTER	APS	6,3 / 5,9 M€	62 / 40	Cosmétique, Luxe, Agroalimentaire, Distribution, Santé, PGC et Industrie	●	●	●	●	●	●	●	●	○
<b>INFOR</b>	INFOR SCM	ERP	2 Md\$ / NC	+ 8.000 / NC	Industrie process, PGC, Distribution, MRO	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>JDA Software</b>	-	APS	609 M\$ / NC	3.000 / 50	High Tech, Distributions, Métallurgie, PGC, Pharma, Transport	●	●	●	●	●	●	●	●	○
<b>LAWSON</b>	M3 SCP	ERP	757 M\$ / NC	3.700 / 200	Manufacturing, Distribution, Mode Agroalimentaire,	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>OM Partners</b>	OMP Plus	APS	16 / 4,5 M€	130 / NC	Industries Semi-process et Mill Products	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>ORACLE</b>	Value Chain Planning	ERP	23,3 Md\$ / NC	85.000 / NC	High Tech, Discret, PGC...	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>ORTEMS</b>	Agile Manufacturing Software	AP Scheduling	NC	50 / 40	Pharma, Chimie, Medical Device, Câble, Aéronautique & Défense, Auto., Mécanique, PGC Plasturgie, Métal,	○	○	○	●	●	●	○	○	●
<b>PLANIPE</b>	AAF et IDO	IO	1,1 / 1 M€	12 / 12	Distribution, Industrie	●	●	●	Alicor	Alicor	●	●	●	Alicor
<b>PREACTOR</b>	PREACTOR	AP Scheduling	NC 15	40 /	Tous secteurs, de l'industrie aux services	○	Azap, Dynasys	Azap, Dynasys	●	●	○	○	○	●

**POUR EN SAVOIR PLUS : [www.SupplyChainMagazine.fr](http://www.SupplyChainMagazine.fr)**  
**Rubrique « Pour vos appels d'offre »**

EDITEUR	SOLUTION	TYPE	CA total/ France	Effectif total/ France	Principaux secteurs	Network Design	Prévisions de ventes	Prévisions de vente collaboratives	Planification de production tactique sous contraintes (PDP)	Ordonnancement	Planification des appro.	Planification de la distribution (DRP)	Planification du transport	Planification des RH
<b>PSI Business Technology</b>	<b>PSImetals Planning</b> (ex SteelPlanner)	APS	26 / 0,5 M€	300 / 0	Métallurgie exclusivement	○	●	●	●	●	●	●	●	○
<b>SEI</b>	<b>OPTIMATE</b>	IO	NC	50 / 20	Mode	●	●	●	○	○	●	●	○	○
<b>SERVIGISTICS</b>	<b>Service Parts Management</b>	IO	NC	280 / 2	Aéronautique & Défense, High Tech, Industrie lourde, Biens durables, Véhicules, Telecommunications, Equipements médicaux	●	●	NC	○	●	○	●	○	○
<b>SLIMSTOCK</b>	<b>SLIM 4</b>	IO	5 M€ NC	75 / 5	NC	○	●	●	○	○	●	●	○	○
<b>SYSLIFE</b>	<b>ADEXIO</b>	IO	NC	10 / 10	Distributions, B2B, VPC Equipements de la maison, Fournitures,	●	●	●	●	●	●	●	○	○
<b>TELAMON</b>	<b>TELAMON</b>	IO	2,2 / 2,2 M€	15 / 15	Distribution spécialisée, Négoce exclusivement	●	●	○	○	●	●	●	○	●
<b>TXT e-solutions</b>	<b>TXT PERFORM 2008</b>	APS	NC	600 / 22	Mode, Distribution Textile, PGC, Industrie	○	●	●	●	●	●	●	○	●

**NB :** Figurent dans ce tableau les solutions des éditeurs que nous avons sollicités et qui nous ont répondu dans les conditions imparties (délais, bon questionnaire...). Les informations nous ont été fournies par les éditeurs.

**Légende :** ● = Oui, ○ = Non, ◐ = Partiellement car via un partenariat (nom du partenaire précisé si connu), IO = Inventory Optimization