



Robert Bonavito, CEO, Jaggaer

« L'Europe est notre marché à la

Jaggaer, qui revendique la place de numéro deux mondial des solutions Source to Pay, vient de fusionner ses solutions au sein d'une plateforme unique : Jaggaer One. Avec 350 développeurs répartis entre l'Europe et les Etats-Unis, l'éditeur américain affiche de grandes ambitions en matière d'intelligence artificielle, nourries également par une stratégie de partenariats.

Propos recueillis par François-Charles Rebeix et Guillaume Trécan

Quel est le bilan de l'année 2018, en termes de revenus et de nouveaux clients pour Jaggaer ?

En tant qu'entreprise privée, nous ne rendons pas public notre chiffre d'affaires et nos résultats, mais je peux toutefois vous dire que 2018 fut la meilleure année de l'entreprise en vingt ans, avec 185 nouveaux clients enregistrés. Ces trois dernières années, nous avons plus que doublé de taille et notre objectif est de doubler à nouveau dans les cinq prochaines années. Nous sommes en seconde position sur le marché, derrière



Robert Bonavito

(Bachelor of Science San Jose State University, MBA John F. Kennedy University) est directeur général de Jaggaer depuis septembre 2016. Il a 30 ans d'expérience dans le domaine des Achats, des logiciels de Sourcing et d'eProcurement et occupait précédemment le poste de président de On Center Software. En 1999, il a également fondé iTradeNetwork, un fournisseur SaaS mondial de solutions de Supply Chain.

SAP. Nous employons 1 100 personnes, dont plus de la moitié en Europe qui est notre marché à la croissance la plus rapide et où nous réalisons également plus de la moitié de notre chiffre d'affaires. En France, nous employons soixante-dix personnes plus dix au Benelux, basées à Amsterdam.

Vous avez annoncé dernièrement la fusion de Jaggaer direct, Jaggaer indirect et Jaggaer avantage. Désormais tous vos clients sont donc connectés à la même plateforme, Jaggaer One ?

Nous avons tout fusionné pendant ces seize derniers mois en une seule plateforme source-to-pay réunissant dix modules. Nos clients qui n'utilisaient que la partie amont de nos solutions ont désormais la possibilité d'avoir accès aux modules aval et inversement. Les flux de données circulent d'un module à l'autre de manière totalement intégrée. Un client peut donc passer d'un module à l'autre à mesure que ses usages évoluent. Notre modèle est full saas, tous nos clients basculent ensemble sur les dernières

mises à jour. C'est la clef pour avoir un outil robuste et évolutif. Certains de nos concurrents se convertissent à ce modèle, mais chez nous c'est natif. L'aspect positif est que le marché a changé et les clients comprennent ce modèle. Ils entrent en discussion avec nous en sachant qu'ils veulent du standard. Ils peuvent avoir ensuite à faire un travail de configuration, mais pas de développements spécifiques.

Combien de temps faut-il pour travailler avec votre solution ?

Il faut deux jours pour que la plateforme soit utilisable, ensuite la configuration peut prendre de deux semaines à six mois, en fonction de la complexité des organisations, du nombre d'utilisateurs et de leur localisation. Notre objectif est de mettre une équipe et de l'expertise à disposition de nos clients pour qu'ils puissent retirer de la valeur le plus rapidement possible de la solution. La méthodologie que nous employons dépend aussi des clients, elle peut être très agile ; avec certains clients, nous entrons très rapidement dans l'outil préconfiguré que nous adaptions ensuite. D'autres ont une approche plus classique..

Avez-vous développé des spécificités en fonction des attentes propres à certains secteurs d'activité qui seraient très représentés dans votre base clients ?

Nous avons développé des expertises par sujets et nos outils sont concentrés



croissance la plus rapide »

sur certaines verticales, comme le secteur public, l'énergie, la distribution, ou encore l'industrie. Ce sont des domaines dans lesquels nos outils apportent des spécificités fondées sur des cas d'usages. L'un des avantages concurrentiels de Jaggaer One est d'être particulièrement configurable et flexible. Notre solution peut adresser un grand nombre de cas en termes de prérequis. Nous pouvons nous adapter à différentes catégories ou types d'achats ; des achats indirects et directs, des achats simples nécessitant des scénari avancés.

Comment vos équipes sont-elles organisées depuis la fusion ?

Nous sommes répartis sur trois zones : Etats-Unis, Asie Pacifique et EMEA où nous avons encore des responsables pays. Tout en ayant une approche globale nous voulons continuer à aborder nos clients sur une base locale. Deux types d'activité en particulier sont coordonnés à l'échelle mondiale : le support clients, actif 24 heures sur 24, sept jours sur sept et le développement. Nos 350 développeurs sont basés sur trois sites aux Etats-Unis et trois sites en Europe : en Italie, en Autriche et en Serbie.

Continuerez-vous à être présents sur le marché du conseil ?

Oui, nous continuerons à fournir des services de conseil et, à la demande, de BPO. Mais nous croyons aussi que des opportunités de croissance plus importantes peuvent passer par des partenariats. Nous voulons travailler en partenariat avec de grands cabinets intégrateurs, tels que PWC ou encore Zoomworks, qui offrent à nos clients la flexibilité de développer plusieurs options. C'est un changement important dans notre modèle et nous disposons d'une organisation globale pour manager ces partenaires, des partenaires

pour l'implémentation, l'intégration et la transformation, mais aussi, dans certains cas, pour commercialiser nos offres.

Quelle est votre feuille de route technologique ?

Tout ce que nous faisons est guidé par l'idée d'apporter du ROI à nos clients. Nous nous concentrons donc sur tous les process susceptibles d'apporter des gains achats directs ou indirects. En parallèle, nos équipes de développement travaillent sur certaines applications dans les domaines de l'intelligence artificielle, du RPO et du machine learning. Nous concentrons nos travaux sur les achats guidés, l'analyse des contrats, l'analyse prédictive et les réapprovisionnements automatisés. L'idée de la plateforme Jaggaer One est de fournir à nos clients plusieurs options, certaines développées par nos propres moyens et d'autres avec des partenaires. Nos clients auront la possibilité de choisir celles qui seront susceptibles d'apporter de la valeur à leur organisation.

Avez-vous suffisamment de données pour nourrir vos analyses prédictives ?

Nous traitons chaque année dans notre système 420 milliards de dollars et notre base fournisseurs comprend 3,9 millions d'entreprises. Ainsi, par exemple, si nous détectons un problème sur un de vos fournisseurs, nous sommes capables de vous alerter afin que vous puissiez anticiper le problème et pour certains achats directs, nous bénéficions d'une visibilité sur toute la supply chain, y compris les fournisseurs de vos fournisseurs.

Pensez-vous que le phénomène de consolidation sur votre marché va continuer ?

Je pense que c'est une évolution logique et que cela va continuer.

Compte tenu des nouveaux développements liés à la transformation digitale, le marché devrait continuer à progresser sur un rythme de croissance à deux chiffres durant les quatre à cinq prochaines années. C'est un marché très dynamique et nous constatons que beaucoup d'entreprises s'y intéressent.

Pensez-vous que de plus grands acteurs puissent venir faire des acquisitions sur le marché de l'e-achat ; des généralistes capables de digitaliser toutes les données de l'entreprise, les données clients, RH, achats... ?

Nous nous différencions par notre expertise et nos outils. Les éditeurs d'ERP aiment dire qu'ils sont capables de tout faire. Depuis 25 ans que je suis dans ce métier, j'ai toujours entendu ce discours, mais ils n'en sont objectivement pas capables. C'est bien pour cela que SAP a racheté Ariba. Nous coexistons avec eux, nous travaillons ensemble, mais nous sommes concentrés sur la gestion des dépenses et nous avons acquis une forte expertise dans ce domaine.

Ce que nous constatons en ce moment c'est que nos clients sont un train de repenser leur stratégie entre Best of Breed et Full Suite. Il y a trois ans, ils portaient leur attention sur les Best of Breed, mais à présent ils sont en train de reconsidérer leur point de vue. Ils comprennent que les données doivent circuler d'un domaine à l'autre. Peut-être est-ce une étape vers la situation que vous décrivez : une plateforme générale pour toutes les données de l'entreprise, mais nous n'en sommes pas encore là. ■