



Communiqué du 18 juin 2015

# ClubCiel appelle votre adhésion !

## **A tous les revendeurs Ciel,**

La nouvelle gouvernance de Sage nous impose sans cesse des changements sans concertation, cédant à la rentabilité du profit, malmenant son réseau de revendeurs, livrant notre business à sa servitude. Rien n'est perdu devant cette stratégie qui touche désormais tous les revendeurs. Dans un écosystème libre, des forces silencieuses n'ont pas encore donné. Nombreuses et ensemble, ces forces ne capituleront pas et constitueront un levier d'action pour faire entendre puissamment que le réseau indirect que constitue les revendeurs doit être respecté car il contribue durablement aux profits de l'éditeur.

Voilà pourquoi **nous convions tous les revendeurs Ciel, de quelque niveau qu'ils soient, à venir nous rejoindre** pour peser face à une stratégie de l'éditeur qui ne veut plus partager. Tels sont nos objectifs, nos seuls objectifs.

## **QUITTER LA PLANÈTE TAIRE de Sage ET OSER demander avec exigence !**

ClubCiel a été fondé pour regrouper, et de façon indépendante, les revendeurs ou distributeurs Ciel pour assurer la défense de leurs intérêts commerciaux individuels et collectifs, la protection de leurs droits matériels et moraux et la diffusion ainsi que la résolution de problématiques liées à l'usage ou la vente des logiciels Ciel by Sage. ClubCiel est l'expression du rejet des discours individuels envers les uns et les autres revendeurs du réseau indirect que sait savamment entretenir le channel revendeurs Ciel de Sage pour continuer à diviser pour mieux régner.

Avec la création de ClubCiel, nous allons montrer l'extrême importance pour la division du segment des créateurs d'entreprise et des TPE de Sage a désormais se centrer sur les revendeurs qui posent aujourd'hui des vraies questions et non sur la question elle-même. Surtout, parce que le directeur général de cette entité a intégré le comité de direction et reporte directement au directeur général de Sage France.

Ce que Sage n'a pas compris aujourd'hui, c'est que le questionnement de nombreux revendeurs, en particulier ceux qui sont certifiés Centres Partenaires ou Major, est un langage qui démontre un nouveau niveau d'exigences nécessaires et favorables pour le revendeur mais aussi pour le client final, que ce soit en conquête aussi bien qu'en fidélisation des clients.

La recommandation de produits par des experts de proximité reconnaissables ou reconnus est un levier clé pour booster les ventes. En effet, Sage ne peut pas se gargariser d'avoir un modèle axé sur l'indirect pour maîtriser le dernier kilomètre de la proximité avec le client et traiter avec autant de négligence son réseau de revendeurs. La stratégie de la maîtrise du dernier kilomètre est bien connue. Source de confiance, de qualité et de proximité, elle est le facteur clé de la fidélisation d'un client. Il est ensuite très difficile pour un concurrent de capter ce client. Or le dernier kilomètre, c'est le revendeur qui l'assure, très péniblement par des marges sans cesse rognées et des attermoissements de Sage. Mais, c'est un élément extérieur dont Sage ne peut se passer car le revendeur constitue le terrain et la relation directe avec le client. Aussi, la gestion du revendeur doit s'améliorer. **Le revendeur ne doit pas subir les affres internes de Sage, il doit être regardé comme un client-clé avant tout.**

Pour ClubCiel, l'exigence est le prix de l'excellence ; une excellence qui doit profiter à tous. Faire de l'autosatisfaction au sein de la planète TAIRE de Sage est contre-productif. Elle s'oppose à la relation de confiance qui fait converger la coopération complète d'un réseau indirect pour obtenir une vraie valeur ajoutée et une qualité de service visant à satisfaire les exigences du client final.

Le langage évoqué plus haut cherche donc à aborder avant tout les grandes questions existentielles sur la convergence du business model entre le revendeur et Sage ainsi que sur les facteurs clés des offres Ciel by Sage distribuées par l'indirect. Il conditionne la naissance ou la fin d'un partenariat générateur de rentabilité pour le revendeur à s'investir dans la distribution de tel produit ou service de l'éditeur.

Le mid-market (entreprise de 100 à 1000 salariés) est l'un des éléments de la nouvelle organisation européenne de Sage. Toutefois, nombreux sont les éditeurs de logiciel de gestion à vouloir conquérir ce marché qui sature en raison de son étroitesse



Communiqué du 18 juin 2015

## ClubCiel appelle votre adhésion !

en France. Le réservoir de croissance se situe en fait sur le marché français des prospects et des clients que sont TPE et les créateurs. Ce n'est pas pour rien que Sage France vient de créer la division des TPE et des créateurs d'entreprise à grand renfort de dossier de presse et dont Ciel est la pierre angulaire avec 450000 clients. Mais ces centaines de milliers de clients Ciel, c'est en grande partie par le réseau indirect que l'éditeur a pu les conquérir. C'est le revendeur qui les gère et qui va être amené à les gérer de plus en plus. En effet, dans le dernier dossier de presse de Ciel de décembre 2014, les partenaires sont déclarés « maillon stratégique de la chaîne de valeur Ciel ».

### **Les revendeurs Ciel ne sont plus dupes, ils sont un facteur hautement sensible chez Sage.**

Depuis 2012 dans le secteur économique de l'édition de logiciel, il est observé un recentrage de la quasi-totalité des éditeurs de logiciel de gestion à miser sur la stratégie de la vente indirecte pour doper la croissance. Il est possible de constater par de très nombreux articles de presse, dont ceux sur Sage également, que les objectifs de croissance se réalisent sur les offres qui sont vendues en indirect !

Cette stratégie associée à un nettoyage des actifs non rentables sont des leviers de revalorisation économique et de rentabilité financière de l'action cotée en bourse qui permettent même de pulvériser le cours d'une action sur un court terme de 3 ans. Pour s'en convaincre, il suffit juste de regarder le cours de l'action Sage GRP parti de 280 livres début 2012 pour arriver à 570 livres aujourd'hui !

Ne nous voilons pas la face, la rentabilité de l'action reste le leitmotiv vital d'une entreprise assise sur un stock exchange. Aussi, la plus parfaite maîtrise du réseau de revendeurs indirects, qui est un élément exogène, devient un exercice très compliqué où la psychologie et l'intelligence économique doivent s'exercer avec talent et finesse.

Sage réduit sa voilure interne, surtout en ressources, par des restructurations successives de ses divisions, et affaiblit considérablement sa task force. Alors pour savoir gérer un réseau externe sur lequel on ne dispose pas d'un pouvoir ou d'une puissance lié à l'appartenance à l'entreprise, tant sur la base de la subordination que sur la discipline, il faut savoir maîtriser la peur intimement liée à l'importance stratégique et grandissante que prend le réseau indirect.

**Dans cet état de fait de l'économie de distribution, dont les usages stratégiques mondiaux viennent bouleverser la donne, c'est le meilleur moment pour le réseau de revendeurs de se repositionner durablement afin d'accroître la rentabilité partagée.** Alors, la tentation est grande pour un éditeur au 3<sup>ème</sup> rang des entreprises européennes de diviser, d'agir sans aucune concertation et de tenter de régner par la peur. Même, si dans un premier temps, le sentiment de peur provoqué chez le revendeur entraîne une réaction instinctive, c'est sans compter sur le mécontentement latent et l'effet pervers d'une stratégie récurrente qui conduit inexorablement au soulèvement. Asphyxier un partenaire sans lui laisser sa libre pensée, c'est l'amener à comprendre qu'il n'a plus rien à perdre et la réaction est inéluctable.

Pour un revendeur ou un distributeur, se taire et rester isoler sera une grave erreur stratégique qui pourra lui être fatale. En effet, tout bon économiste d'entreprise sait que la distribution indirecte est une source d'économie très appréciée sur les charges des centres de profits et de responsabilités des chefs de marché. Le transfert de charge se fera « aimablement » et de façon indolore sur le revendeur ou le distributeur qui verra ses marges s'appauvrir. La rente se répartira alors inégalement et l'éditeur deviendra le seul rentier. **ClubCiel est né de cette analyse et entend bien le faire savoir.**

**Revendeurs Ciel, certifiés ou non, vous êtes devenus le maillon « essenCiel » de la stratégie de Sage France, faites-vous entendre et écoutez !**

**Revendeurs Ciel, quittez vos peurs et créez l'agitation nécessaire aux changements de positions et au recul de l'éditeur face à vous !**