



Communiqué du 9 mars 2016

ClubCiel, première assemblée générale

L'association ClubCiel a fait sa première assemblée générale courant mars 2016 en marge de l'IT Partners 2016.

Constituée en mai 2015, l'association avait l'objectif d'assurer la défense des intérêts des professionnels et distributeurs revendeurs de la marque Ciel by Sage et de veiller à l'application de la LME par l'éditeur Sage dans la mise en place ou la modification des contrats.

Depuis, ClubCiel rassemble en ses rangs les 10 premiers revendeurs français et une majorité des revendeurs au label Major (la plus haute certification de l'éditeur) de la marque Sage gamme Ciel.

La marque de Sage apparaît de plus en plus devant la marque de notoriété Ciel qui s'éteint doucement mais sûrement. L'éditeur se restructure au niveau mondial avec en ligne de mire la rentabilité de l'action à Londres. En France, il fusionne clairement les activités TPE et PE notamment. ClubCiel assure une veille très active de cette mutation et va proposer sans attendre à ses adhérents une nouvelle forme de convergence d'intérêts face à la nouvelle structuration de Sage France qui pointe et produit déjà des effets sur les partenaires Sage.

Sur 4000 revendeurs, seulement 70 sont dédiés au marché des moyennes et grandes entreprises. Ce dernier marché sature et ne génère pratiquement plus de new business. Le souffle économique se situe bien évidemment sur le marché des petites et très petites entreprises (TPE-PE). En effet, les immatriculations aux registres de commerce de ces types d'entreprises repartent à la hausse. Mais aussi, les revendeurs de logiciel de gestion, dont la clientèle est très largement constituée de TPE et de PE, observent un taux de croissance moyen de l'ordre de 2 à 3% en cette période de pré-bilan 2015. Face au 1,1% de prévision de croissance globale du PIB français, cela corrèle parfaitement le recentrage des profits sur le marché des TPE et PE.

L'assemblée générale prépare déjà un nouveau plan d'actions et l'association va élargir sa surface de recrutement de revendeurs en raison de la grogne qui monte face à la nouvelle stratégie de label Sage pour les revendeurs TPE et PE. Mais peut-être pas seulement... Car la grogne monte aussi chez les utilisateurs finaux. Des transferts de parts de marché s'identifient clairement au dépend de Sage depuis près d'un an et au profit d'éditeurs alternatifs, soit plus rassurants ou simplement respectueux de leurs clients finaux ou revendeurs, soit plus agressifs dans la conquête des parts de marché pour occuper le terrain. C'est sans doute pour cette raison que Sage, sur le marché des TPE et PE, lance en France une vaste stratégie de reconquête du new business.

Thierry Cambrésy, Président de ClubCiel, indique que les revendeurs Sage PE (ex-revendeurs API) ainsi que les nouveaux prétendants au label Espace de Gestion Sage (EGS dont les cibles sont les TPE-PE), font déjà face aux nouveaux partis pris de leur écosystème revendeur décidé par la direction générale de Sage. La réticence des revendeurs, anciens ou nouveaux venus, s'affiche clairement.

En effet, dans sa stratégie de conquête newbiz, Sage montre son incapacité au partenariat rentable entre l'éditeur et le revendeur. Sage affiche de faibles rémunérations à l'acquisition du nouveau client réduisant quasiment le revendeur au statut d'apporteur d'affaire malgré l'adhésion à un label EGS. Pourtant, le coût d'acquisition d'un nouveau client pour un revendeur s'affiche comme devenant de plus en plus élevé face à une mutation du marché du logiciel de gestion, fort en concurrence et fort en mutations des habitudes de consommation des clients professionnels. Et les marges de récurrence accordées par Sage au revendeur pour les années suivantes sont réduites à la plus basse expression couvrant à peine les frais de gestion de ce dernier !



Communiqué du 9 mars 2016

ClubCiel, première assemblée générale

Si ce coût d'acquisition est élevé pour le revendeur, il l'est tout autant pour Sage qui a évidemment grand intérêt à ne pas le supporter pour se réserver la partie noble des affaires qu'est la récurrence et ce, sans aucun partage avec le partenaire qui lui a apporté le nouveau client... Mais comment accepter un tel partenariat avec un avenir de récurrence à rentabilité quasi nulle pour le revendeur et uniquement accaparé par l'éditeur ?

La gamme Ciel de Sage, fleuron d'attaque du marché TPE, n'est pas en reste de déconiture également. L'équipe du canal revendeur est réduite à sa plus simple expression, avec une réactivité décroissante par voie de conséquence. Une réaffectation des portefeuilles de gestion des revendeurs entre les ingénieurs commerciaux s'est même déjà faite sans que les intéressés eux-mêmes n'en soient informés. Le label Major, voulu haut de gamme en compétences métiers pointues par Sage, se décompose et certains revendeurs n'y voient plus aucun intérêt dans le partenariat avec l'éditeur. Déjà des revendeurs de la première heure de cette certification ont déserté cette ligne de certification chronophage et sans aucune rentabilité par rapport à la certification de Centre Partenaire Ciel.

Enfin, sur l'ensemble des tarifications de Sage, que ce soit pour l'acquisition d'un produit ou d'un service, il est constaté une augmentation plus importante depuis ces 3 dernières années avec une forte diminution des remises qui constituent la marge des revendeurs. Un tel modèle économique révèle immédiatement une santé financière de l'éditeur qui devient fragile. Cette observation est corrélée par la diminution de la masse salariale et la réorganisation massive des équipes commerciales et techniques de Sage en France.

Là où d'autres revendeurs Sage ont pris le chemin de la « class action », ClubCiel va prendre le chemin de la résistance économique du réseau par des actions positionnées en dissidence de tout captage possible par l'éditeur Sage.

ClubCiel va résolument orienter son évolution face à ses changements de lignes de l'éditeur en ne fédérant plus seulement les revendeurs Ciel mais les revendeurs Sage TPE et PE dans leur ensemble. L'association va s'intéresser maintenant aux actions de ralliement des clients finaux et des experts-comptables dans l'année à venir pour avoir une forte prise sur l'éco système global éditeur > revendeur > client final.

La détermination des adhérents de ClubCiel augmente d'autant plus que l'éditeur n'a toujours pas souhaité recevoir les représentants de l'association, ni la reconnaître également comme une partie forte de conviction sur la relation client-fournisseur avec les revendeurs du réseau Sage.

Thierry Cambrésy, Président de ClubCiel.