

TÊTE D'AFFICHE

Access Commerce aide les entreprises à faire leurs devis



DE NOTRE
CORRESPONDANT
À TOULOUSE.

L'éditeur toulousain du logiciel de vente Cameleon a enregistré 22 nouveaux clients en dix-huit mois, dont SFR, son plus gros contrat à ce jour.

Access Commerce à Labège, près de Toulouse, concepteur du logiciel de commerce électronique Cameleon, a renoué avec une croissance forte de 20 % en 2007 et au premier semestre de 2008 en développant ses solutions dans les services, après l'avoir fait dans l'industrie et la grande distribution. Ses ventes de licences ont bondi de 65 % en 2007 et il a enregistré 22 nouveaux clients en dix-huit mois, dont Air Liquide, EADS, Technip, PagesJaunes, Apicil, Legrand, l'américain CTB et, surtout, SFR, qui a signé un contrat « de plusieurs millions d'euros de la fin de 2007 à 2010 » pour l'installation du logiciel de vente de ses 1.500 options de téléphonie mobile au grand public. Ingénieur en informatique diplômé de l'Enseihit à Toulouse, Jacques Soumeillan, PDG d'Access Commerce, a créé l'entreprise à vingt-neuf ans, en 1987, avec 7 associés, après avoir travaillé cinq ans chez Hewlett-Packard. L'entreprise s'est d'abord positionnée comme une SSI classique, puis elle a développé en 1990 son propre logiciel de vente Cameleon, ainsi baptisé car il s'adapte aux besoins de chaque client final. Le premier acheteur de cette solution, le groupe Lapeyre (aménagement de la maison), lui a permis de

financer l'industrialisation du logiciel en 1992 et 1993.

L'éditeur a pris son essor quand il a su déployer son outil de vente sur les PC nomades des commerciaux pour établir des devis à distance. Il s'est introduit en Bourse au nouveau marché (Euronext) en 1999 et s'est fortement développé de 1994 à 2001, jusqu'à atteindre un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros avec 200 salariés, sa meilleure performance. Mais, à ce moment-là, l'éclatement de la bulle Internet entraîna une réduction drastique des budgets informatiques des entreprises. Access Commerce a subi un contre-coup sévère : son chiffre d'affaires a chuté de moitié, il a accumulé les déficits jusqu'en 2004 et l'effectif est tombé à 75 salariés. « Une fois l'équilibre retrouvé, nous avons lancé à la fin de 2005 un nouveau plan d'investissement de 20 % du chiffre d'affaires dans la R&D et le développement commercial, dont nous récoltons les fruits aujourd'hui », raconte Jacques Soumeillan. En octobre, l'entreprise a sorti la troisième génération de son logiciel, « 10 fois plus performante que la précédente », basée sur l'interactivité de la technologie Web 2.0, qui permet de calculer un devis en quelques minutes « en évitant les erreurs ». Elle s'attache à le vendre aux entreprises de services, notamment dans les assurances et les télécommunications. Elle a enregistré un chiffre d'affaires de 11,07 millions d'euros en 2007, réalisé à 75 % avec Cameleon, pour un résultat net de 70.000 euros. Elle a remonté l'effectif à 100 salariés et embauche à nouveau quelques consultants et commerciaux.

LAURENT MARCAILLOU