



AVANT TOUTE CHOSE...

Tout transfert impliquant du code nécessite d'établir la provenance et le statut des briques logicielles utilisées et d'identifier les composants qui pourraient nécessiter une réécriture. Le recours à certaines bibliothèques externes peut par exemple compromettre le schéma de commercialisation envisagé.

Ceci peut également avoir des répercussions sur

LA DISTRIBUTION DU LOGICIEL

Points clés à considérer pour élaborer une stratégie de commercialisation :

1. REVENU

gratuité, paiement fixe, freemium, etc.

2. ARCHITECTURE

logiciel installé, application mobile, service cloud/SaaS, etc.

3. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

protection par brevet, secret d'affaires, open-source, etc.

4. CANAL

entreprise tierce, spin-off, prestation de service, plateforme en ligne, etc.

5. PRODUIT

logiciel, consultance, solution hybride matériel/logiciel

6. RETOUR VISÉ

revenu économique, visibilité, impact sociétal, etc.

Une stratégie de commercialisation (logicielle) réfléchie augmente l'impact et la visibilité de vos recherches !

QUEL BUSINESS MODEL CHOISIR ?

1. La qualité et la pertinence d'un **Business Model**

- se mesure à son adéquation avec les besoins du marché
- nécessite une analyse des attentes des utilisateurs finaux
- doit s'appuyer sur les atouts de la solution développée

L'ANNONCE D'INVENTION LOGICIEL permet d'initier la réflexion sur ces trois éléments

2. Exemples de **Business Model**

Propriétaire	Le créateur impose le prix de son produit	Windows
Dual Licencing	Version payante soutenue par une version communautaire libre	MySQL
Service à Valeur Ajoutée	Vente de prestations intellectuelles sous toutes ses formes : conseil, expertise, développement au forfait, en régie, TMA	Odoo
Achats via une application	Application gratuite avec fonctionnalités supplémentaires payantes	Candy Crush
Fournisseur de Service (SaaS)	Application en ligne accessible par abonnement	Office365
Abonnement	Tarification basée sur le volume des données échangées/stockées	Amazon Cloud

QUELLES MÉTHODES POUR FIXER LE PRIX ?

La tarification doit s'appuyer sur les méthodes habituelles, et notamment sur une étude de marché, une analyse comparative de la concurrence... Il n'existe pas de méthode universelle pour estimer la valeur d'un logiciel. Il est d'ailleurs fréquent de combiner plusieurs critères d'évaluation, qui ne sont pas nécessairement spécifiques aux logiciels.

Il est fréquent de se baser également sur les critères suivants :

- La NPV (**Net Present Value** ou **Valeur actualisée nette**)

Permet de calculer la valeur d'une technologie en se basant sur un plan financier, ce qui demande une certaine connaissance du marché.

- Le benchmark

Permet de proposer un taux de royalties qui se base sur les taux habituellement observés dans des transactions similaires. En alternative, on peut également définir un taux de royalties en se basant sur le pourcentage du budget consacré à la R&D dans l'entreprise ou le secteur considéré.

- Le coût de répllication

On estime le nombre d'hommes x mois nécessaires à un concurrent pour redévelopper la technologie à partir de zéro.

Les mécanismes de rétribution sont variés :

- redevance (royalties)
- paiement à la signature (up-front)
- paiement intermédiaire conditionné (milestones)
- perspectives de collaborations
- etc.

OUTILS

La méthode **COCOMO II**

estime la valeur d'un logiciel en se basant sur le budget de développement calculé à partir du nombre de lignes de code (coût de répllication), dont on retire en général la **dette technique**

CONTACT

Réseau LIEU

✉ contact@reseaulieu.be

☎ +32(0)81/62.25.94