

# С позиции *Dassault Systèmes*: “PLM изменит методы вашей работы!”

Интервью с г-ном *Francis Bernard* и г-ном *Laurent Valroff*,  
руководителями *Dassault Systemes Russia Corp.*

Александра Суханова (*Observer*)

[aleksandra@cadcamcae.lv](mailto:aleksandra@cadcamcae.lv)

“Подобно Windows, платформа V5 компании *Dassault Systèmes* является своеобразной операционной системой для PLM”.  
*Francis Bernard*

## *Laurent Valroff*

Родился во Франции. Закончил Лионскую школу менеджмента (*Lyon School of Management*) в 1998 году, а также Финансовую академию в Москве. Свою карьеру начал в 1998 году на должности младшего аналитика сначала в московском, а затем в парижском офисе консалтинговой компании *Accenture*. Работая консультантом, специализировался на управлении каналами поставок (*SCM*) и внедрении систем планирования ресурсов предприятия (*ERP*).

Получив первоначальный опыт в России в таких отраслях, как фармацевтическая промышленность и производство товаров массового потребления, в 2000 году г-н *Valroff* перешел в телекоммуникационный сектор, где по заданию компании *French Telco* оказывал консультационные услуги в различных странах Европы. Недавнее достижение г-на *Valroff* связано с разработкой и внедрением панъевропейской бизнес-модели продаж и дистрибуции.

В 2005 году г-н *Valroff* перешел во вновь созданное представительство компании *Dassault Systèmes* в России и странах СНГ, где в настоящее время занимает пост регионального менеджера.



## *Francis Bernard*

Родился в Ханое. В 1965 году закончил французскую *Ecole Nationale Supérieure de l'Aeronautique et de l'Espace*. В 1967 году начал работать в *Dassault Aviation* инженером по теоретической аэродинамике, специализировался в области теоретических разработок конструкций самолетов. Там же организовал подразделение *CAD/CAM*, где в 1977 году появилась на свет *CATIA* – первая в своем роде 3D-система. За её создание г-н *Bernard* был удостоен ряда наград, в том числе от французской *Academie Nationale de l'Air et de l'Espace*.

Для дальнейшей разработки *CATIA* в 1981 году г-н *Bernard* основал *Dassault Systèmes*, дочернюю компанию *Dassault Aviation*, и стал её первым президентом. Под его руководством *Dassault Systèmes* заключила партнерское соглашение с *IBM* по распространению и поддержке *CATIA* во всем мире. В 1995 году г-н *Bernard* стал советником нового президента *Dassault Systèmes* и членом совета директоров. В сферу его ответственности входит создание новых технологий, маркетинг и становление бизнеса компании в развивающихся странах и на новых рынках.

офиса, добавили помещения для нашей растущей команды. В этом году мы продолжаем наращивать количество сотрудников в нашем Центре компетенции – это наш технический персонал, миссия которого состоит в том, чтобы поддерживать наших бизнес-партнеров и клиентов в процессе внедрения и настройки наших *PLM*-решений.

– Сегодня *Dassault Systèmes (DS)* и её стратегический партнер – *IBM* – известны как наиболее уважаемые компании на рынке *CAD/CAM/PLM*. За год, пробежавший с момента первого Вашего, г-н *Bernard*, интервью нашему журналу прошлым летом, *DS* приняла ряд решительных действий, включая расширение и ревизию линейки своих продуктов, поглощение нескольких серьезных компаний, укрепление своих позиций в ключевых регионах мира. Всё это требует от вас, господа, новых комментариев.

– Прежде всего, позвольте обсудить деятельность *DS* в России. Расскажите, пожалуйста, как идет формирование российского представительства.

– ***Laurent Valroff (L.V.):*** Название новой компании – *Dassault Systemes Russia Corp.* – было зарегистрировано еще в августе прошлого, 2005 года. Центральный офис находится здесь, в Москве. Этим решением *Dassault Systèmes* взяла на себя обязательства по долгосрочным стратегическим инвестициям на данном рынке, и это первая веха присутствия и дальнейшего роста *DS* в данном регионе. Мы увеличили расходы на содержание

Другая важная цель Центра компетенции заключается в том, что он должен реализовывать основательный план обучения наших бизнес-партнеров. Ведь наши продукты развиваются очень быстро, новая функциональность появляется два раза в год – с каждым новым релизом. Поскольку *DS* теперь предлагает на российском рынке несколько новых продуктов, перед нашей технической командой стоит сложная задача своевременно обучиться и затем передавать знания нашим бизнес-партнерам и клиентам, поддерживать их. Но я хотел бы отметить, что главная роль отводится нашим бизнес-партнерам. Они должны стать для наших клиентов точкой опоры в вопросах *PLM*. На них лежит ответственность за весь портфель решений *DS* в России: от *CATIA* и различных *PDM*-систем до внедрения *DELMIA*. Я бы сказал, что именно сюда направлен главный вектор

развития в этом году. Конечно, мы не станем останавливаться на этом и будем расти и впредь.

– *Каковы ваши планы по увеличению количества бизнес-партнеров в России и СНГ?*

– **L.V.:** Как мы уже говорили в нашем первом интервью вашему журналу, нам необходимо расширять сеть бизнес-партнеров. **Одна из главных миссий DS Russia – повысить эффективность и возможности нашей сети бизнес-партнеров. Это означает также, что мы управляем каналами поставок наших продуктов средним и малым предприятиям.** Сейчас мы решаем эту задачу совместно с тремя бизнес-партнерами: **HetNet Consulting, Bee Pitron и Mebius.** Используя различные сценарии, мы намерены увеличить число наших партнеров, которые будут распространять наши PLM-решения.

Я надеюсь, что в течение этого года новые партнеры появятся. Это важно для того, чтобы наши продукты глубже проникали в российскую промышленность. Недавно мы стали рассматривать также и возможность увеличения числа партнеров в обучении, которые получают статус *PLM Education Partner*. Я имею в виду организации, способные обеспечить профессиональное обучение наших клиентов в области PLM. Так, например, **мы начали сотрудничество с компанией LEDAS из Новосибирска, которая стала официальным партнером DS со статусом PLM Education Partner.** В этом направлении мы будем двигаться и дальше, что позволит еще больше расширить сферу нашей деятельности в России и стать еще ближе к пользователям.

Очень важно для нас, и мы уделяем этому большое внимание, – гарантировать, что наши бизнес-партнеры обладают самой свежей информацией о наших продуктах, поскольку клиенты ждут от нас сервиса высокого уровня. **Хорошо, что сегодня клиенты больше обращаются к нашим партнерам, хотя получают обслуживание и поддержку с их стороны.** В прошлом многие российские компании полагали, что могут всё сделать собственными силами. Сейчас пользователи меняются и всё чаще просят, чтобы мы помогли им в планировании и осуществлении PLM-преобразований, помогли сделать этот процесс быстрым и управляемым. Именно поэтому сегодня наше внимание к уровню квалификации бизнес-партнеров значительно повысилось. План обучения включает не только получение современных знаний о наших продуктах, но также и методологические тренинги по развитию консультационных услуг в сфере PLM. Первый такой тренинг мы провели с сотрудниками

компания *HetNet Consulting*, и, я думаю, все смогли убедиться в ценности такого обучения. При необходимости, для поддержки наших бизнес-партнеров и пользователей мы приглашаем в Россию консультантов из DS. Требования клиентов растут, и наша цель – инвестировать в технические и сервисные команды, составляющие **экосистему DS.** Иногда мы получаем запросы на услуги, которые выходят за пределы наших возможностей – в области управленческого консалтинга, инженерного сервиса, связанного с проектированием автомобилей и самолетов. Для этого мы используем мощь нашей экосистемы, подключая к работе наших сервис-партнеров.

**Отрадно, что мы наблюдаем рост уровня зрелости наших основных клиентов. Теперь они понимают PLM как нечто такое, что изменит методы их работы.** Это не только приобретение технологий, не только покупка софта – это создание реальной PLM-среды. Клиенты требуют от *DS Russia* и наших бизнес-партнеров целостного подхода к PLM, а не как прежде: “Дайте мне только программное обеспечение и технологию, а остальное я сделаю сам!”

– **Francis Bernard (F.B.):** Этот процесс очень соответствует общей тенденции, характерной для России. Я имею в виду высокие темпы реорганизации промышленности и быстрый прогресс в понимании необходимости освоить технологии мирового класса – например, чтобы строить автомобили и самолеты, отвечающие мировым стандартам. Этого не было прежде. И здесь понадобится наше PLM-решение.

– *Поскольку IBM и её партнеры действовали на рынке России задолго до образования DS Russia, интересно знать, удалось ли новичку вписаться в уже действующий бизнес?*

– **L.V.:** За год с момента образования нам удалось форсировать нашу деятельность в большинстве областей. Вначале было время вопросов и ожиданий, что приводило к определенному скептицизму. Сегодня реакция, которую я вижу при разговоре с менеджерами компаний, входящих в экосистему DS, очень позитивна. Они довольны и понимают ценность *DS Russia* для развития бизнеса и продвижения решений DS на российский рынок.

– **F.B.:** Фактически для наших бизнес-партнеров это выгодно, потому что они по-прежнему остаются партнерами IBM, а *DS Russia*, работая на стороне IBM, обеспечивает им более качественную поддержку. Теперь эта поддержка доступна на месте. У нас установились тесные отношения с техническими службами и отделами продаж



наших бизнес-партнеров, развивается совместная деятельность на предприятиях клиентов, упорядочиваются взаимосвязи.

– **L.V.:** Для бизнес-партнеров приход на рынок непосредственного разработчика *PLM*, вкладывающего значительные средства в их обслуживание и поддержку, – это, конечно, очень положительный факт. **Бизнес-партнеры чувствуют ценность нашего присутствия в России сразу в нескольких аспектах: они стали ближе к разработчику *PLM*; они гораздо быстрее получают доступ к новой информации о продуктах и к новым версиям; им становятся доступны все знания и опыт, накопленные как российским представительством *DS*, так и подразделениями *DS* во всём мире; они напрямую связаны с экосистемой *DS* во всём мире. Бизнес-партнеры и клиенты *DS* могут получить консультацию любого специалиста в любой отрасли промышленности и по любому продукту.** Итак, для наших бизнес-партнеров имеются три главных момента, делающих присутствие *DS Russia* ценным: помощь в бизнесе; сервис и поддержка; помощь в контактах.

– *Как вы координируете деятельность *DS Russia* с работой бизнес-партнеров *IBM*, являющихся, по сути, одновременно и вашими реселлерами? Ставят ли им конкретные финансовые задачи?*

– **L.V.:** Вместе с *IBM* мы действительно координируем их работу и для каждого бизнес-партнера мы устанавливаем финансовые цели на год и на квартал. Мы руководим разработкой коммерческих планов и внимательно следим за их выполнением с целью увеличения продаж. Показатели успешности бизнеса – это, конечно же, рост доходов, а также число новых клиентов. По мере того, как мы расширяем наше присутствие на рынке *PLM* в России, здесь началось выравнивание ситуации. **В России *DS* пока еще не занимает таких же лидирующих позиций, как на всех основных рынках во всём мире. *Francis* и я должны это исправить.**

– *Что конкретно удалось сделать *DS Russia* за прошедший год? Чем можно похвастаться перед читателями, включая ваших пользователей и конкурентов?*

– **L.V.:** Первым достижением, свидетелем чего Вы были лично, стало проведение в Москве “*PLM Forum Russia 2005*” в октябре прошлого года. Форум собрал более 500 человек из почти всех отраслей промышленности и многих вузов, а также представителей большинства

компаний, составляющих нашу экосистему. Мы считаем это очень серьезным и важным событием, которое показало всем, что *DS Russia* пришла всерьез и надолго. Форум подтвердил оправданность нашей стратегии.

Второе достижение – мы согласовали с головным подразделением *DS* по разработкам (*R&D*) решение о локализации нашей *PLM*-системы для российского рынка. В этом году она начнется с *CATIA*. Прежде всего, это означает, что этим вопросом будет заниматься непосредственно подразделение *R&D*, то есть задача локализации не будет местной заботой. Такой подход *DS* реализует не только в России, но и в Японии, Китае, странах Ближнего Востока. Это отличается от подхода некоторых других разработчиков, которые создают русифицированные версии на месте, используя для этого собственные команды. Мы считаем, что наш метод более надежен с точки зрения пользователей, так как он гарантирует своевременный выход всех новых версий и апдейдов на русском языке. Мы сотрудничаем с компанией – международным переводчиком программного обеспечения, которая имеет опыт работы с такими поставщиками, как *Oracle* и др. С ней *DS* уже работала над китайской версией программ, поэтому мы уверены, что и с русской проблем не будет.

Наша цель – представить русифицированную *CATIA* во время *PLM Forum Russia 2006*, который намечен на 12 октября, и объявить о выходе этого продукта на рынок, что важно для тех наших пользователей, которые хотели бы иметь *CATIA Version 5 Release 17* полностью на русском языке. В отношении других наших продуктов мы собираемся придерживаться такой же стратегии.

– *Каков суммарный доход за 2005 год ваших реселлеров в России и СНГ? Каков рост в сравнении с 2004 годом? Можете ли вы обнародовать объемы продаж ваших продуктов в России?*

– **L.V.:** Что касается роста наших *PLM*-продаж в 2005 году, то по сравнению с 2004 г. в России и СНГ он был на уровне 40÷50%. **Цель и ожидания на будущее – ежегодный рост, измеряемый в десятках процентов.**

– **F.B.:** Мы не делим данные о проданных местах по регионам и странам, мы представляем их только на корпоративном уровне. Нужно быть осторожным при сравнении таких данных, поскольку они могут включать лицензии, отданные вузам. И, к сожалению, на рынке всё еще есть много “черных лицензий”. По моей оценке, общий объем рынка *CAD/CAM/CAE/PLM* в России – порядка 100 млн. долларов в год. Но это – очень приблизительно. Скорее даже, надо говорить о диапазоне





от 60 до 120÷150 млн. На самом деле никто точно не знает, так что я могу ошибаться и в два раза, и больше. Иногда к нам приходят компании с известными именами, которые я не хочу называть, имеющие по сотне нелегальных лицензий CATIA. Однако, есть и растущее понимание того, что подобная ситуация не может сохраняться долго.

– **L.V.:** Да, мы должны быть осторожны с данными по двум причинам. Во-первых, корпоративные данные перепроверены и отредактированы, поскольку они используются аналитиками финансового рынка. У таких данных высокий уровень достоверности. На уровне страны или региона таких требований к достоверности нет, поскольку эти данные не влияют на финансовый рынок. Так что эти данные в большей степени относятся к сфере коммерческой стратегии. Когда анализируют мировой рынок, что делает и ваш журнал в рубрике “Короли” и “капуста”, то исходная информация, которую препарируют, обобщают и сопоставляют, намного обширнее той, что можно найти о российском рынке. Чтобы рассчитать процентный рост, необходимо знать число лицензий; чтобы понять динамику, надо иметь возможность сравнения по продуктным линиям и отраслям промышленности...

Конечно, нам важно знать перспективы разных сегментов рынка. Надеюсь, в этом году у нас будет возможность больше рассказать о наших победах, поскольку это важные индикаторы степени проникновения на рынок.

Что касается пиратства, мы видим здесь интересные тенденции. В крупных корпорациях и недавно сформированных индустриальных холдингах всё больше понимают, что программное обеспечение – это тоже часть активов. “Черные лицензии” не увеличивают ценность компании ни на доллар! Поэтому мы видим свою миссию в том, чтобы защитить инвестиции. Когда вы вкладываете капитал, вы совершенствуете ваши изделия. При этом вы знаете, что ваша стратегия базируется на надежных инструментах, технологиях и решениях. Вы уверены, что всегда получите необходимый сервис и поддержку. В России подход к инвестициям в программное обеспечение становится серьезным. Важно повышать стоимость активов компании. Большие корпорации хорошо чувствуют эту тенденцию, и мы работаем с ними, помогая переходить к использованию легального софта. Это дает им доступ к получению сервиса, поддержки и конкурентоспособного программного обеспечения.

– В этой связи вопрос: какие у DS Russia отношения с недавно созданной Объединенной авиастроительной корпорацией (ОАК)? Ваши конкуренты из PTC открыто заявили о своем успехе в ОАК...

– **F.B.:** Мы общаемся со многими игроками на автомобильном и аэрокосмическом рынке. Но, как я уже сказал, ситуация в России сильно отличается от того, что мы видим в Западной Европе или США. В этих компаниях сегодня идут процессы полной реорганизации. Однако мы установили с ними отношения и пытаемся понять, что там происходит. У них пока есть приоритеты, которые выше задач PLM – реорганизовать компанию, договориться о том, как объединить разработки, производства и т.д. Но мы – в игре.

– **L.V.:** Да, мы работаем со всеми игроками на аэрокосмическом рынке России. Есть совокупность многих

движущих сил, которые в конечном счете приведут к образованию ОАК. Мы работаем с дюжиной компаний, как в сфере PDM, так и CAD/CAM/CAE, которые, собственно, образуют российский авиационный рынок и скоро будут частью ОАК. Я сказал бы, что эти компании поступательно движутся к консолидации в рамках ОАК. Мы также очень внимательно наблюдаем за процессом формирования этого холдинга, чтобы занять в нем соответствующее место. Мы считаем, что поскольку DS – поставщик PLM номер один, а CATIA – фактический стандарт в гражданском авиастроении во всем мире, то, по меньшей мере, той части ОАК, которая будет заниматься гражданским авиастроением, имеет смысл применять PLM-решения DS.

Хотел бы добавить, что с конца 2005 года мы наблюдаем ускорение такого нового процесса, как формирование крупных промышленных холдингов, и мы постоянно общаемся с представителями всех отраслей промышленности, которым адресуется PLM. Но, как вы можете понять, это требует времени – выстроить PLM-стратегию для холдинга такого размера, находящегося в процессе преобразований и реорганизаций.

DS видит своей целью донести ценность PLM до всех клиентов в России, предоставить свой международный опыт и лидерство главным игрокам российской индустрии.

– *Некоторым охлаждением отношений DS и IBM сразу воспользовались конкуренты. Вот уже и PTC дружит с IBM, заключает кооперационный договор, представители обеих компаний встречаются в Москве и обсуждают возможное сотрудничество в России. С Вашей точки зрения, есть ли у этого реальная перспектива?*

– **F.B.:** Я не думаю, что у них есть большой потенциал для сотрудничества. IBM и PTC сделали то же самое в Китае. Могут быть разовые отношения, главным образом, между сервисными службами IBM и PTC по применению Windchill on Demand. Это возможно. Но мы поддерживаем связи с топ-менеджерами IBM из штаб-квартиры в Нью-Йорке, и от них знаем, что IBM не будет устанавливать каких-либо отношений с PTC, за исключением некоторых, очень ограниченных тактических совместных действий, которые позволяют им продавать услуги. **IBM не будет поддерживать никаких отношений, связанных с продажей софта и совместной маркетинговой активностью с любым из наших конкурентов, будь то PTC или UGS.**

– *И всё же... Если раньше вы дружили с IBM против PTC и UGS, то логично предположить, что зарождающаяся дружба PTC и IBM направлена и против вас. Может ли IBM плодотворно “дружить” с конкурирующими между собой компаниями?*

– **F.B.:** Нет, я так не думаю. **Прежде всего, Dassault Systèmes уже не так зависит от IBM, как это было 10 лет назад.** Сейчас мы получаем от IBM примерно 50% всех наших доходов, а 50% – по своим прямым каналам. Еще 10÷15 лет назад 95% наших доходов мы получали от IBM. Так что вес IBM в общих доходах DS становится всё меньше, и эта тенденция будет развиваться. Но даже когда IBM станет давать только 10% наших доходов, она всё равно навсегда останется для нас стратегическим партнером.

Поскольку *IBM* всё больше фокусируется на оказании услуг, она, подобно любой другой сервисной компании, должна сохранять определенный нейтралитет при обслуживании своих клиентов. Её специалисты могут внедрять на предприятии различные *PDM*-системы. Но *IBM* никогда не будет прямо продавать продукты *PTC*. Честно говоря, вероятность этого очень мала.

– **L.V.:** Наша позиция такова, что отношения *IBM* с любым другим поставщиком *PLM* никак не могут отвечать характеру партнерства между *IBM* и *DS*. Конечно, могут быть тактические решения для некоторых продуктов, могут привлекаться к работе подразделения *IBM*, не имеющие отношения к поставкам *PLM*-систем, но ядро отношений – обязательства *IBM* и *DS*, касающиеся *PLM*, – остается неизменным.

– Не так давно, 31 мая, *Observer* вёл здесь в Москве “круглый стол” *UGS*, в котором участвовали три вице-президента компании. Они, как и вы, высоко оценивают потенциал российского рынка и ставят задачу своему представительству и реселлерам увеличить в четыре раза объем доходов к 2010 г. Мы были приглашены и на “*PTC InnovationForum 2006*”, где было объявлено о стопроцентном росте доходов *PTC* в России за 2005 год и прекрасных перспективах на 2006 г. Что вы собираетесь противопоставить экспансии конкурентов?

– **F.B.:** Прежде всего я хочу сказать, что увеличить бизнес в России к 2010 году в четыре раза вполне реально. Всего несколько недель назад *DS* объявила мировому аналитическому сообществу о своей цели удвоить к 2010 году общий доход. Это означает, что мы будем двигаться от примерно 1 млрд. евро к двум. Пока Россия входит в число развивающихся стран, темпы роста здесь будут выше, чем в странах с устоявшейся экономикой – таких как Франция или Германия. Так что для нас задача добиться в России темпов роста вдвое больших, чем в среднем, – вполне реалистичная. **Сравнивая наши достижения в этом году с результатами 2004 года, мы видим, что в течение двух лет наши доходы здесь удвоились.**

Это верно, что *UGS* – наш главный конкурент в России. Мы чувствуем их давление, потому что *UGS* была в России задолго до нас. Это реальность. Но мы относимся к российскому рынку очень серьезно. Именно поэтому в прошлом году мы создали *DS Russia*, создали экосистему, формируем кадры и выстраиваем отношения с нашими бизнес-партнерами. Мы движемся энергично, и я не думаю, что мы запоздали. Во-первых, раньше у *DS* были другие приоритеты. Во-вторых, до нас сюда пришла *IBM*. Более того, еще до *IBM*, во времена СССР, здесь без нашего ведома уже были “черные лицензии” *CATIA*. (Улыбается.) Мы будем расти в России в соответствии с ростом потенциала рынка.

– **L.V.:** Сравнивая *DS* с *UGS*, следует учесть не только *PLM*-бизнес, но и наше подразделение *SolidWorks*, у которого в России отдельный офис. Ведь *UGS* одновременно работает как с решениями уровня *high-end*, так и *middle range*. Сейчас мы говорим только о *PLM*-бизнесе и его росте, который поддерживается соответствующим уровнем инвестиций. Если же сопоставить общие достижения *DS Russia*, реселлеров



*Francis Bernard и Анастасия Кузнецова, менеджер по маркетингу DS Russia*

*ABAQUS/SIMULIA* и подразделения *SolidWorks* с результатами *UGS*, то наши доходы окажутся эквивалентными. Кроме того, у нас сейчас есть *ENOVIA MatrixOne* – система, которую мы пока не продаем в России, но видим в ней потенциал для нашего дальнейшего роста.

– Вы упомянули о готовности внедрять на российском рынке систему для цифрового производства – *DELMIA*. Конкурирующая *UGS* также следует этой стратегии, продвигая здесь *Tecnomatix*. Видите ли вы таких заказчиков, которые уже созрели для моделирования производственных процессов?

– **F.B.:** Во-первых, *UGS* сделала то, что мы сделали гораздо раньше. Мы приобрели *DELMIA* в 1995 году, на 10 лет раньше, чем они *Tecnomatix*. Я не думаю, что *UGS* и *Tecnomatix* достигли такой же глубины интеграции, как мы с *DELMIA*. Работая с *DELMIA*, вы используете тот же интерфейс и базу данных, что и при работе с *CATIA*. *DELMIA* полностью интегрирована с нашим *PLM*-решением. Вообще-то у нас существует правило – никогда не сравнивать характеристики наших продуктов с конкурирующими. Мы говорим только о том, что мы можем сделать для клиента, и что он может достичь, используя наши решения. На международном уровне мы каждый день конкурируем с *Tecnomatix* в автомобильной промышленности. Однако у нас есть очень сильные заказчики, и наши системы близки к тому, чтобы стать стандартом на аэрокосмическом рынке. Кроме того, *DELMIA* может читать геометрию, созданную в других системах. У нас есть хороший пример, когда *DELMIA* сосуществует с другими *CAD/CAM*-решениями. И наоборот, некоторые из клиентов, использующие наши *PLM*-инструменты, для цифрового производства применяют *Tecnomatix*. Конечно, в этом случае интеграция будет уже не столь тесная.

В России рынок еще только развивается, и число заключенных сделок по *DELMIA* здесь невелико.

– **L.V.:** Мы начали продавать *DELMIA* в России в этом году через двух наших бизнес-партнеров. Кроме того, мы расширяем возможности офиса *DS Russia* по поддержке *DELMIA*. Первая сделка с одной из судостроительных компаний близка к завершению. Как только сделка будет заключена, мы сообщим об этом. Есть перспективы в аэрокосмической и автомобильной отраслях. В общем, мы наблюдаем интерес серьезных российских заказчиков к решению для цифрового

производства. Многие из них сейчас стараются разобрататься в возможностях *DELMIA* для решения стоящих перед ними задач. *DELMIA* привлекает внимание. Что интересно, наши клиенты практически по своей инициативе приходят к нам, чтобы ознакомиться с этим продуктом. Я слежу за тем, что происходит в тех отраслях, для которых предназначена *DELMIA*.

– Если не возражаете, перейдем к делам международным и корпоративным проблемам. Долгое время у *DS* не было ясности относительно собственной *CAE*-системы, что ослабляло её позиции. Но вот появился бренд *SIMULIA*. Что это – название платформы, продуктовой линии? Что сегодня получит пользователь, купив *SIMULIA*, – *CAE*-средства из состава *CATIA*, *Nastran* или *ABAQUS*?

– **F.B.:** В данный момент *SIMULIA* является только торговой маркой, а не платформой. Это видение того, как должен применяться инженерный анализ для оптимизации модели изделия еще до его изготовления. Нам предстоит преобразовать это видение в стратегию развития и набор продуктов. Отвечает за практическую реализацию наших представлений и вывод *SIMULIA* на лидирующие позиции г-н **Mark Goldstein**, CEO компании *SIMULIA*. В настоящее время у них есть *ABAQUS* для нелинейного анализа и инструменты для МКЭ-анализа из портфеля *CATIA*. Третья составная часть *SIMULIA* формируется из *CAE*-продуктов наших партнеров, таких как *LMS*, *MSC Software*, *ESI Group* и т.д.

Эти продукты предназначены для различных видов инженерного анализа, от краш-тестов до моделирования подвески, в том числе – анализа шума и вибраций, проверки на долговечность и усталость материала, для акустического и теплового анализа, анализа строительных конструкций и т.п. Основная задача г-на **Goldstein** – шаг за шагом охватить все области инженерного анализа. Необходимо также добиться хорошей интеграции всех компонентов *PLM*-решения. В идеале пользователь вообще не должен замечать, что он выходит за пределы *CATIA* и работает с софтом наших партнеров. Сейчас это справедливо для программ компании *LMS*, поскольку они взяли на вооружение платформу *CAA V5* даже для своих собственных клиентов

Если клиент приобретает *SIMULIA* сегодня, он получает *ABAQUS* или некоторую программу “икс” от партнера “игрек” – в зависимости от своих потребностей. Интеграция ПО будет осуществляться поэтапно.

– Стоило ли платить 413 млн. долл. за *ABAQUS*, если их годовой доход составляет порядка 100 млн.? Сколько же лет вам понадобится на то, чтобы вернуть вложенные деньги?

– **F.B.:** И продукт, и сама компания *ABAQUS* – очень успешные, прибыльные и уважаемые на рынке. У них есть важные клиенты в автомобильной и аэрокосмической промышленности. Кроме того, 60% их клиентов не являлись нашими. Это расширяет наши возможности проникновения на рынок. У нас были деньги для такой покупки. Вместо того, чтобы использовать их для приглашения на работу новой команды, которая стала бы заново разрабатывать то же самое, мы предпочли купить

компанию. При этом мы выигрываем время и сразу приобретаем весь накопленный ими опыт. Это имеет свою цену. Представьте, что у Вас есть 400 млн. Что Вы будете с ними делать? Можно положить их в банк и получать примерно 5÷10% годового дохода. Или же купить такую компанию как *ABAQUS* и получать 20% дохода.

Приобретение *ABAQUS* для *DS* было лучшим из всех возможных финансовых вложений. Этот шаг расширяет наши возможности проникновения на рынок, наш портфель продуктов и круг наших клиентов. Таким образом, мы выигрываем во многих аспектах.

– Так ли уж велика неудовлетворенная потребность рынка в продуктах типа *ABAQUS*? Не слишком ли вы доверяете оценкам *Daratech* относительно темпов роста *CAE*-бизнеса?

– **F.B.:** Как я уже сказал, потраченные деньги были хорошим вложением даже без учета других аспектов. Мы убеждены, что все изделия будут создаваться в цифровой форме. И если вы не можете проводить инженерный анализ модели изделия до того, как оно будет реально изготовлено, вы не можете считать, что создали хорошую модель. **Инженерный анализ становится столь же важным, как и проектирование.** На самом деле он полностью связан с проектированием. Меня не интересуют отчеты *Daratech* и других аналитических агентств, поскольку я сам считаю, что инженерный анализ, безусловно, является ключевым фактором. Могу сказать, что задолго до того, как я начал разрабатывать *CATIA*, еще 30 лет назад, наиболее сложной задачей было не проектирование, а инженерные расчеты. Перед компанией *Dassault Aviation* стояла задача оптимизации корпуса самолета посредством анализа его аэродинамики и прочности, поскольку самолет должен быть легким и при этом выдерживать разнообразные нагрузки. И мы разрабатывали инструменты проектирования для того, чтобы можно было подготовить данные к расчетам на компьютере. Не для проектирования, а для расчетов! Сегодня проектирование, инженерный анализ и производство – это как три ножки стола, необходимые для устойчивости.

– *DS* заявила, что не намерена привлечь *IBM* для продаж *ABAQUS* и *SIMULIA*, будет делать это сама. Как на это отреагировала *IBM*?

– **F.B.:** Я не могу сказать, что со стороны *IBM* последовала какая-либо особая реакция. *IBM* является нашим стратегическим и долговременным партнером, однако мы сами строим свою жизнь и сами принимаем решения, касающиеся нашего бизнеса. *IBM* поступает так же. Так что нет никаких особых проблем. Конечно, постепенно *IBM* может вовлекаться во взаимоотношения *ABAQUS* и его клиентов, играя роль интегратора программного обеспечения. Это обычный бизнес.

– *DS* сравнительно давно и успешно сотрудничает с *MSC Software*, одним из лидеров рынка *CAE*, и владеет 9% акций этой компании. Как сделка с *ABAQUS* и развитие *SIMULIA* повлияют на эти отношения?

– **F.B.:** Ничто не может идти абсолютно гладко. (Улыбается.) *MSC Software* для нас и конкурент, и *CAE*-партнер. Такова реальная жизнь. Трудно найти





*Laurent Valroff и команда технической поддержки DS Russia*

партнера, у которого нет конкурирующего продукта в какой-либо сфере вашей деятельности. Более того, многие из наших CAE-партнеров – ABAQUS, MSC.Software, LMS – в определенной степени конкурируют между собой, хотя и не во всех областях. Эти компании понимают ценность партнерских отношений с DS, поскольку это дает им возможности интеграции, которая необходима их клиентам. Здесь есть аналогия с программами, работающими на платформе Windows. Подобно Windows, платформа V5 компании Dassault Systèmes является своеобразной “операционной системой” для PLM. Так что конфликта между DS и MSC.Software нет, но имеет место конкуренция между ABAQUS и MSC.Software.

– Еще одно заметное событие – ваше приобретение компании MatrixOne, известного игрока рынка PDM/PLM. В портфеле DS уже были ENOVIA и SmarTeam. Зачем понадобилось выкладывать 408 млн. долл. еще за одну PDM-систему?

– **F.B.:** То, что мы понимаем под PDM, в действительности является огромной областью, масштабы которой зависят от вида обрабатываемых данных, числа пользователей, количества обрабатываемых файлов, находящихся в совместной работе, и т.д. Для того, чтобы закрыть такую огромную область, единой универсальной системы в настоящее время не существует. MatrixOne предлагает такой набор возможностей, которые не были представлены в нашем портфолио, а 65% клиентов MatrixOne не были пользователями наших PLM-решений. Эти клиенты работают в сфере хай-тек, электронике, производстве товаров широкого потребления, химической промышленности. Фактически, для нас это четыре новых рынка. До этого DS предлагала свои продукты для семи рынков, в том числе для автомобилестроения, аэрокосмической, судостроительной, машиностроительной и электротехнической отраслей, для проектирования предприятий, для производителей отдельных групп товаров массового спроса, а теперь мы представлены уже на одиннадцати. Для наших собственных клиентов MatrixOne предоставляет набор возможностей, которых не было в ENOVIA VPLM и в ENOVIA SmarTeam. Лучшей иллюстрацией здесь

является то, что один из крупнейших пользователей CATIA – японская компания HONDA – одновременно применяет ENOVIA и MatrixOne.

Клиенты рады этому приобретению и даже предлагают идеи, как можно совместно использовать и постепенно интегрировать ENOVIA VPLM и MatrixOne. Я думаю, что для DS это открывает прекрасные перспективы.

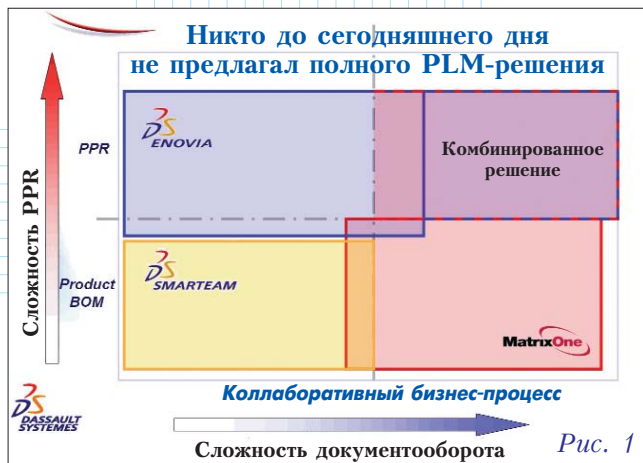
– При всех достоинствах продукта, финансовые дела MatrixOne или отнюдь не блестяще. Четыре года убытков подряд – и это при работе на упомянутых Вами четырех рынках. Вы считаете, что DS добьется большего? В чем Вы видите ключ к успеху?

– **F.B.:** Основной результат будет получен за счет более широкого географического охвата. Ключевой проблемой MatrixOne была слабая сеть дилеров. Теперь она будет расширена. Мы ждем эффекта от слияния возможностей MatrixOne, возможностей нашей компании и возможностей наших бизнес-партнеров, что позволит лучше реагировать на потребности рынка. Иными словами, часть прибыли от MatrixOne будет получена за счет расширения рынка. Другая часть – от слияния технологий и возможностей продукта MatrixOne с нашим PLM-решением. Мы потратили большие средства, так как считаем, что дело того стоит. В этой компании работает около 500 сотрудников, сильный отдел разработчиков с богатым практическим опытом, хорошо знающих разработанные технологии. Мы считаем это решение правильным для DS.

– По завершении поглощения MatrixOne было объявлено, что структура продуктных линий и подразделений DS, разрабатывающих системы PDM/PLM, пересмотрена. Теперь существуют три системы: ENOVIA VPLM, ENOVIA MatrixOne и ENOVIA SmarTeam. Разъясните, пожалуйста, нашим читателям отличия и область применения каждой.

– **F.B.:** Да, вы правы, мы реорганизовали продуктную линию под брендом ENOVIA. Теперь она состоит из трех наборов продуктов, имеющих одну торговую марку. Это означает, что г-н **Joel Lemke**, CEO компании ENOVIA Corp., отвечает за развитие всех трех. Он может на свое усмотрение организовывать работу по их интеграции. Он будет взаимодействовать с клиентами, и искать лучший способ и уровень интеграции этих продуктов. В подразделении R&D за все эти разработки также отвечает один менеджер. Чтобы лучше объяснить назначение и различие этих наборов продуктов, обратимся к схеме (рис. 1), иллюстрирующей нашу модель интеграции.

Хорошо видно, как тесно связаны между собой продукты, управляющие тремя видами данных: об изделии, о производственных ресурсах (инструмент, возможности оборудования и рабочих) и о производственных процессах. Компоненты триады “продукт–процессы–ресурсы” (PPR – Product, Process, Resources) являются основными строительными блоками PLM-стратегии DS, базирующейся, соответственно, на CATIA, DELMIA и ENOVIA. Интеграция означает, что если пользователь меняет конструкцию изделия в CATIA, то эти изменения отражаются и на связанных с изделием производственных процессах, определенных в DELMIA, и в данных о ресурсах, хранящихся в ENOVIA.



**ENOVIA SmartTeam** хорошо работает в тех случаях, когда необходимо управлять данными с простой структурой и небольшим количеством документов. Она обеспечивает управление и совместное использование данных об изделии для не очень больших проектных групп, инженерных подразделений более крупных организаций, а также цепочек поставщиков.

**ENOVIA MatrixOne** необходима тогда, когда у заказчика очень много пользователей системы (их может быть и 10 тысяч, и даже 100 000), а также очень большое количество документов и файлов деталей, однако структура данных простая. Это коллаборативный продукт для усовершенствования бизнес-процессов. В качестве примера представим, что я занимаюсь сборкой компьютеров и работаю с тысячей поставщиков. С помощью **ENOVIA MatrixOne** я могу организовать управление отношениями между ними с целью наиболее быстрого производства компьютеров.

**ENOVIA VPLM** – это решение для совместной работы с виртуальными 3D-моделями сложных изделий и связанными с ними производственными процессами. Оно крайне полезно там, где приходится иметь дело со сложной структурой данных цифровых макетов, к примеру, в автомобильной и аэрокосмической промышленности.

Четвертый прямоугольник на рисунке обозначает комбинацию этих пакетов, подобно гибриднему решению, используемому в компании **HONDA**, для которого необходимы и **ENOVIA VPLM**, и **MatrixOne**.

Как и все крупные игроки рынка **PLM**, мы занимаемся **PDM**-системами начиная с середины 1980-х. Уже 20 лет. Постепенно мы осознали, насколько обширна эта область. На самом деле всё это относится к организации совместной работы. Когда мы говорим о коллаборативности, то, прежде всего, нам необходимо понять, какими данными мы будем обмениваться, и кто с кем будет совместно работать. Единственный продукт из показанных на рис. 1, который мы разработали сами – **ENOVIA VPLM**. Остальные были нами куплены. Впрочем, долгая история разработки нашей собственной системы **ENOVIA** тоже включает кое-какие приобретения. Как и в случае с **SIMULIA**, структура **PLM**-решения сродни паззлу, состоящему из фрагментов. Мы согласны с тем, что между **ENOVIA VPLM** и **MatrixOne** пока нет интеграции. Сейчас у нас есть клиенты, которые используют только **MatrixOne**, есть клиенты,

которые используют только **ENOVIA VPLM**, но есть и такие, кто использует обе системы. На них мы будем изучать, как лучше интегрировать два решения, чтобы добиться синергетического эффекта. **Основная мысль, которую я хотел донести – наше приобретение MatrixOne приносит пользу этой компании, так как наши каналы сбыта шире, однако оно является выгодным и для ENOVIA, поскольку клиенты рассматривают систему MatrixOne как хорошее дополнение для управления предприятиями.**

Интеграция не является для нас проблемой. Когда мы покупали **MatrixOne**, наша цель была не в том, чтобы немедленно свернуть работы по этому продукту, а ресурсы и технологии использовать в нашем портфолио. Цель формулировалась так: мы покупаем компанию, которая имеет самостоятельную ценность. При слиянии с **DS** она станет более успешной, поскольку у нас больше контактов с клиентами. И мы будем продолжать работать с клиентами, чтобы понять, что нам необходимо делать дальше.

– В прошлогоднем интервью Вы, г-н Bernard, сказали фразу, которая приобрела известность: “Мы держим SolidWorks абсолютно отдельно от нашего PLM-бизнеса”. Недавно её подтвердил и г-н Jeff Ray, COO SolidWorks, в интервью нашему журналу. Мы воспринимаем это как официальную стратегию Dassault Systèmes в отношении с дочерней компанией. Однако компания SolidWorks недавно приобрела PDM-систему Conisio, из чего можно сделать вывод, что она (как и UGS, и Autodesk) следует современной тенденции предлагать небольшим предприятиям PLM-решения среднего уровня, хотя DS и не разрешает называть это так. Возможно, опасаясь внутренней конкуренции...

– **F.B.:** Прежде всего, я считаю естественным, что **SolidWorks** также необходимо двигаться в сторону **CAM**- и **PDM**-систем, так как их клиенты требуют этого. Это необходимо для того, чтобы оставаться конкурентоспособными. Таковы правила игры. Поэтому я не удивляюсь, что они движутся в этом направлении. Ведь и у нас то же направление, только на более высоком уровне, хотя подходы у нас разные. Я думаю, что разница между нами и компанией **SolidWorks** в совершенно иной модели бизнеса. Они продают продукт, и им при этом не обязательно устанавливать долговременные отношения с клиентом. **CEO** компании **SolidWorks** каждый вечер получает на свой мобильный телефон сообщение о количестве проданных рабочих мест. Главная их цель – расширение клиентской базы. **SolidWorks** – это товар.

Мы же продаем более сложное решение, которое во многих случаях включает также и услуги по внедрению. Наша задача – изучить специфику каждой отрасли промышленности, чтобы точно знать, как конструируется дверь автомобиля или как создается его дизайн. У **SolidWorks** другой подход. Основная задача у них, как и у конкурентов, заключается в разработке продукта, который не зависит от отрасли применения и бизнес-процессов, а, по возможности, наилучшим образом помогает в работе клиенту (который, в свою очередь, желает купить систему, простую в использовании и внедрении). Конечно, если у заказчика несколько рабочих мест



*SolidWorks*, то ему необходимо организовать взаимодействие пользователей, почему и нужна *PDM*-система. Если клиент занимается проектированием всерьез, ему, безусловно, необходим и дополнительный функционал для инженерного анализа. Однако решения *DS* позволяют создавать автомобили и самолеты, а *SolidWorks* предоставляет инструменты, которые дают возможность выполнять широкий спектр работ для широкого круга клиентов, но без учета специфики создания автомобилей и пр. Я уверен, что специалисты по продажам и маркетингу компании *SolidWorks* рассказывают своим клиентам, что их системы могут делать всё. Однако наши службы продажи *PLM*-решений не ощущают большой конкуренции со стороны реселлеров *SolidWorks*. На самом деле *PLM* – вещь очень обманчивая. Разница между *SolidWorks* и *DS* заключается в культуре, каналах дистрибуции и способах удовлетворения потребностей клиентов.

– **L.V.:** Сегодня наблюдается тенденция, или даже скорее маркетинговый трюк, – давать всему название *PLM* и загущивать границы между тем, что исторически понимается под *PLM* (то есть, *CAD*-система уровня *high-end*, которая постепенно была интегрирована с *PDM*-системой, системами для подготовки производства и инженерного анализа), и системой, которая ориентирована на разработку изделия (“*product-centric*”), имеющей развитый набор продвинутых инструментов, но в которую не заложены представления о *PLM*. Хорошая иллюстрация к этому – недавнее мероприятие *SolidWorks* в России, которое было названо *PLM Forum*.

Мы относимся к *SolidWorks* с большим уважением. Эта компания демонстрирует чрезвычайно высокую результативность. Уважение проявляется и в том, что наша дочерняя компания обладает большой свободой в выборе стратегии своего развития, так как мы устанавливаем лишь простые и понятные ограничения. Выгодно отличается нас и то, что я, как представитель *DS*, не вмешиваюсь в дела *SolidWorks* здесь, в России. У них своя стратегия.

Если говорить о конкуренции между подразделениями *SolidWorks* и *DS*, занимающимися продажами, – такая конкуренция действительно может иметь место, но, как говорил *Francis* в прошлогоднем интервью, риск, что интересы будут перекрываться, в масштабах продаж по всему миру не превышает отметки в 5%. По мнению наших бизнес-партнеров, в России риск составляет 5÷10%. Это несколько выше среднего – во-первых, из-за давления конкуренции на цену продаваемых пакетов, а, во-вторых, вследствие того, что по сравнению с другими странами взаимодействие предприятий-пользователей здесь слабее – как между *OEM*-производителями внутри страны, так и с зарубежными компаниями.

На самом деле мы все выигрываем от того, что несем нашим клиентам понимание роли *PLM*, ведь именно

*PLM* является краеугольным камнем преобразований в промышленности. Хотя одна только *PLM* не может обеспечить эти преобразования, поскольку для этого необходимо сочетание технологий, *know-how*, передового опыта и соответствующей производственной среды. Лично я наблюдаю огромную разницу по сравнению с прошлым годом, когда я начал работать в должности директора представительства *DS*. Динамика развития России в 2006 году просто колоссальная, произошли также изменения и в менталитете!

– *Что бы вы хотели сказать в заключение нашей обширной русскоговорящей аудитории?*

– **F.B.:** Я бы хотел подчеркнуть, что *DS* очень заинтересована в рынке России и СНГ. Для нас он – один из ключевых в расширении нашего присутствия во всем мире и обладает хорошим потенциалом. Очевидно, что у него есть как сильные, так и слабые стороны, которые мы изучаем, чтобы выбрать стратегию продаж. На наш взгляд, Россия – многообещающий рынок, где идет многоплановая реконструкция. Это новый для нас аспект по сравнению с другими странами. Мы будем продолжать расширяться, чтобы сформировать здесь более развитую экосистему и чтобы сконцентрировать больше ресурсов для наших заказчиков.

– **L.V.:** В заключение я бы хотел сказать читателям *Observer*'а следующее. Во-первых, за прошедший год у г-на *Bernard*, у меня, у всех членов команды *DS Russia* сложились самые приятные впечатления от того, как нас приняли наши клиенты, бизнес-партнеры и рынок в целом. Комментарии в наш адрес были по большей части позитивные. В начале работы *DS Russia* нам была оказана большая помощь. Во-вторых, нам повезло оказаться в гуще процесса реорганизации российской промышленности. Мы рады возможности работать с нашими клиентами, заниматься поставками *PLM*-технологий и решений для них, вносить свой вклад в успех преобразований. Каждый день мы наблюдаем процессы объединения компаний, отражающие активность в различных отраслях промышленности. **Очень важно, что мы тесно сотрудничаем с этими компаниями, делая эти преобразования успешными, помогая им стать конкурентоспособными на мировом рынке.** Они, со своей стороны, обращаются к нам за помощью в процессе этих преобразований. Мы также уверены, что наш опыт и наши *PLM*-решения являются ценными для российской промышленности, и в этом я вижу залог нашего дальнейшего роста в последующие годы.

– *Большое спасибо вам, господа, за ваши ответы и комментарии!*

Москва, 4 июля 2006 г. ☺

Компания *DS Russia* приглашает всех читателей журнала “*CAD/CAM/CAE Observer*” принять участие в “*PLM Forum Russia 2006*” ([www.plmforum.ru](http://www.plmforum.ru)), который пройдет 12 октября в Москве, в гостинице “Рэдиссон САС Славянская”. Мы будем рады видеть всех, кто интересуется *PLM* и хочет познакомиться с продуктами, стратегией компании *DS* и прекрасными возможностями, предлагаемыми партнерами, входящими в нашу экосистему. Все это вы сможете воочию наблюдать во время форума. Мы надеемся, что к тому времени с помощью *Observer*'а у нас будет возможность рассказать о наших достижениях на российском рынке в 2006 году и о наших планах в области *PLM* на следующий год. В это замечательное время года мы счастливы пригласить вас присоединиться к нам на “*PLM Forum Russia 2006*”!