

1<sup>er</sup> juin 2011

## Réunion SFAF

### Présentation des résultats annuels 2010/11

*clos le 31 mars 2011*

The power of simplicity  
«Ce qui est simple est fort»

**solucom**   
management & IT consulting

- ▶ 1. Fiche d'identité de Solucom
- 2. Marché et activité en 2010/11
- 3. Résultats financiers 2010/11
- 4. Plan stratégique et perspectives

# Qui sommes-nous ?

- Cabinet **indépendant** de conseil en management et système d'information

- Dans le **top 5** des cabinets de conseil SI

*selon Pierre Audoin Consultants (2010)*

- Notre mission ?

*porter l'innovation au cœur des métiers,  
cibler et conduire les transformations créatrices de valeur,  
faire du SI un actif au service de la stratégie des entreprises*

✓ *Près de 1 000 collaborateurs*

1. IBM
2. Capgemini
3. Logica
4. Accenture
5. **Solucom**
6. CSC
7. Sopra Group
8. Orange Business Services
9. BearingPoint
10. Devoteam Consulting

✓ *2/3 des entreprises du CAC 40 clientes de Solucom*

# Six pratiques pour couvrir toutes les facettes des grands projets SI de nos clients

## Stratégie & management

- Mobiliser l'entreprise sur ses clients et son développement

## Transformation SI

- Aligner le SI sur la stratégie d'entreprise et les besoins métiers

## Gouvernance SI

- Améliorer la performance de la DSI pour les métiers

## Télécoms & innovation

- Apporter de la valeur grâce aux nouveaux services de communication

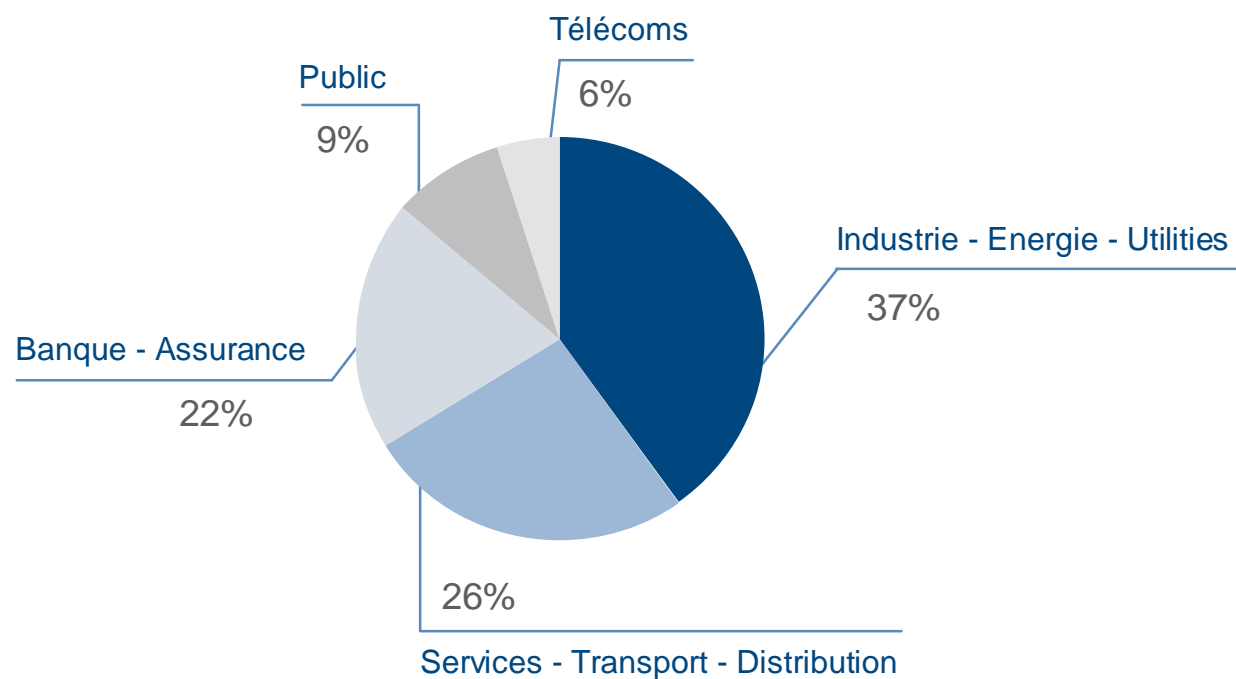
## Architecture SI

- Rendre le SI performant par une approche orientée services

## Sécurité & risk management

- Gérer ses risques et protéger son patrimoine informationnel

# Un portefeuille clients diversifié, facteur de résistance

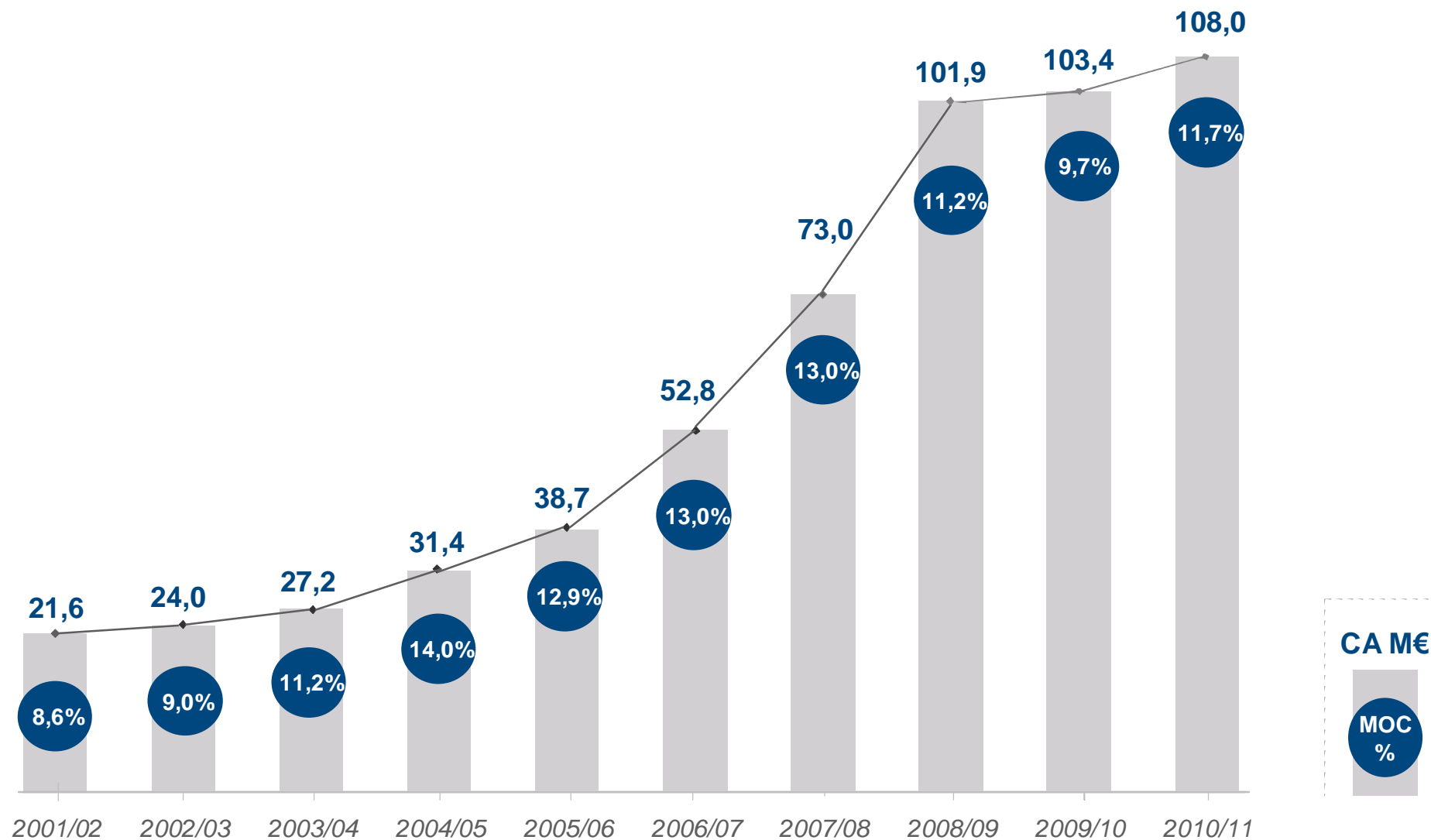


## Nos 10 premiers clients en 2010/11

GDF SUEZ	11%
LA POSTE	10%
EDF	10%
CREDIT AGRICOLE	5%
BANQUE DE FRANCE	5%
SNCF	4%
ORANGE	3%
TOTAL	3%
BNP PARIBAS	3%
BOUYGUES TELECOM	2%

90% de notre CA réalisé avec les 200 premières entreprises françaises

# Une entreprise de croissance, résistante pendant les creux de cycle



# Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
- ▶ 2. **Marché et activité en 2010/11**
3. Résultats financiers 2010/11
4. Plan stratégique et perspectives

# 2010, une année de reprise

- Un premier semestre plutôt dynamique pour le conseil
  - ▶ effet rattrapage suite au blocage de nombreux projets pendant la crise
- Une reprise confirmée au second semestre
  - ▶ un effet rattrapage qui a commencé à s'estomper...
  - ▶ ... mais une reprise progressive et sans doute durable

## *Chiffres marché 2010 - France*

---

- Segment Conseil : **+ 1%**  
*selon Syntec numérique*
- Services IT : **+ 1%**  
*selon Gartner*



# Une reprise qui se traduit dans nos indicateurs opérationnels

- Forte amélioration du taux d'activité : 85%
  - contre 80% sur l'ensemble de l'exercice 2009/10
  - une progression qui a profité à l'ensemble des *practices*
- Des prix de vente quasi-stables : -0,5%
  - 713 € contre 717 € en 2009/10
  - baisse contenue au 1<sup>er</sup> semestre...
  - ... avant de repartir à la hausse au 2<sup>nd</sup> semestre
- Mais une visibilité qui ne s'est pas encore redressée
  - carnet de commande : 3,2 mois

# Des tensions vives sur le plan des ressources humaines

- **Inertie dans la relance de notre plan de recrutement**
  - 146 embauches en 2010/11
  - choix de ne faire aucune concession sur la qualité des collaborateurs
  
- **Un rythme de turnover élevé à 20%**
  - contre un taux budgété de 12% à 15%
  
- **Un tassement des effectifs**
  - 915 collaborateurs au 31/03/11 contre 978 un an plus tôt

# Les ressources humaines, un enjeu majeur

## *Éléments d'analyse*

- Accélération mécanique du turnover après 2 années de faible rotation
- Investissement RH sans doute insuffisant par le passé et relance tardive de notre effort de recrutement
- Politique salariale trop prudente face à un retour rapide des tensions sur le marché de l'emploi

## *Les initiatives engagées*

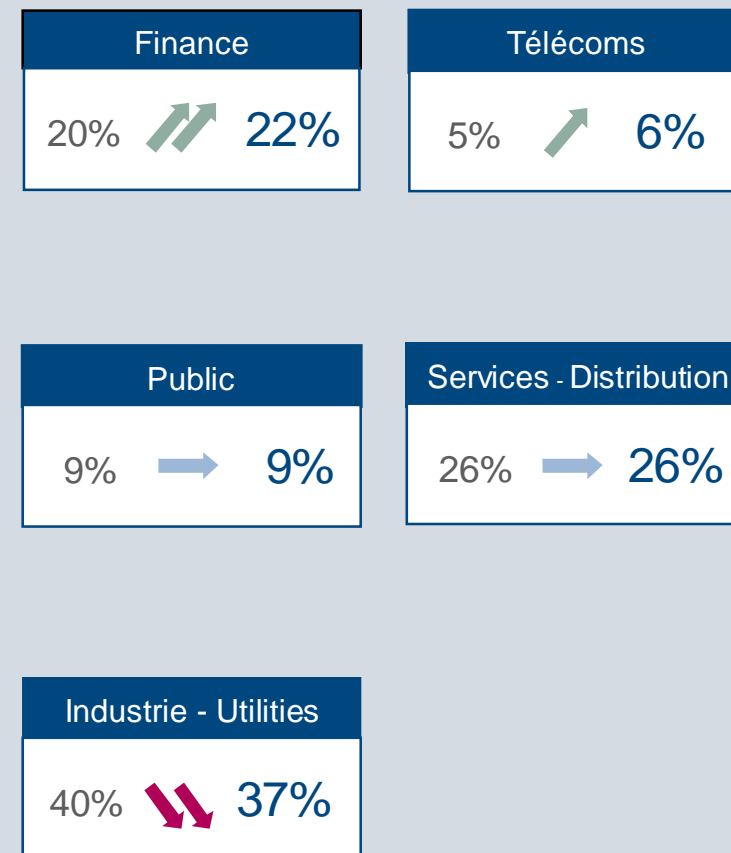
- Définition d'une nouvelle stratégie en matière de ressources humaines
- Renforcement des équipes RH et recrutement
- Mise en place de nouveaux moyens de sourcing
- Nouvelle impulsion à la politique salariale pour le nouvel exercice

Des résultats qui ne se matérialiseront qu'au cours de l'exercice 2011/12

# Une amélioration du marché mise à profit sur le plan commercial

- Rééquilibrage sectoriel de notre portefeuille commercial
- Contribution plus importante du secteur Finance
- Diminution du poids de GDF Suez de 16% à 11% du chiffre d'affaires

*Evolution du poids\* de chaque secteur entre 2009/10 et 2010/11*



\* CA du secteur / CA total du cabinet (en %)

# Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
2. Marché et activité en 2010/11
- ▶ **3. Résultats financiers 2010/11**
4. Plan stratégique et perspectives

# Des résultats conformes à nos objectifs

<i>Données consolidées au 31/03 (en M€)</i>	<b>2010/11</b>	<b>2009/10</b>	<b>Variation</b>
Chiffre d'affaires	<b>108,0</b>	103,4	+ 4%
Résultat opérationnel courant	<b>12,6</b>	10,1	+ 25%
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<b>11,7%</b>	9,7%	-
Résultat opérationnel	<b>12,6</b>	7,0*	+ 80%
Résultat net part du groupe	<b>6,9</b>	3,3*	+ 113%
<i>Marge nette</i>	<b>6,4%</b>	3,1%	-

\* dont 3,0 M€ d'amortissement de goodwill

# Commentaires sur le compte de résultat

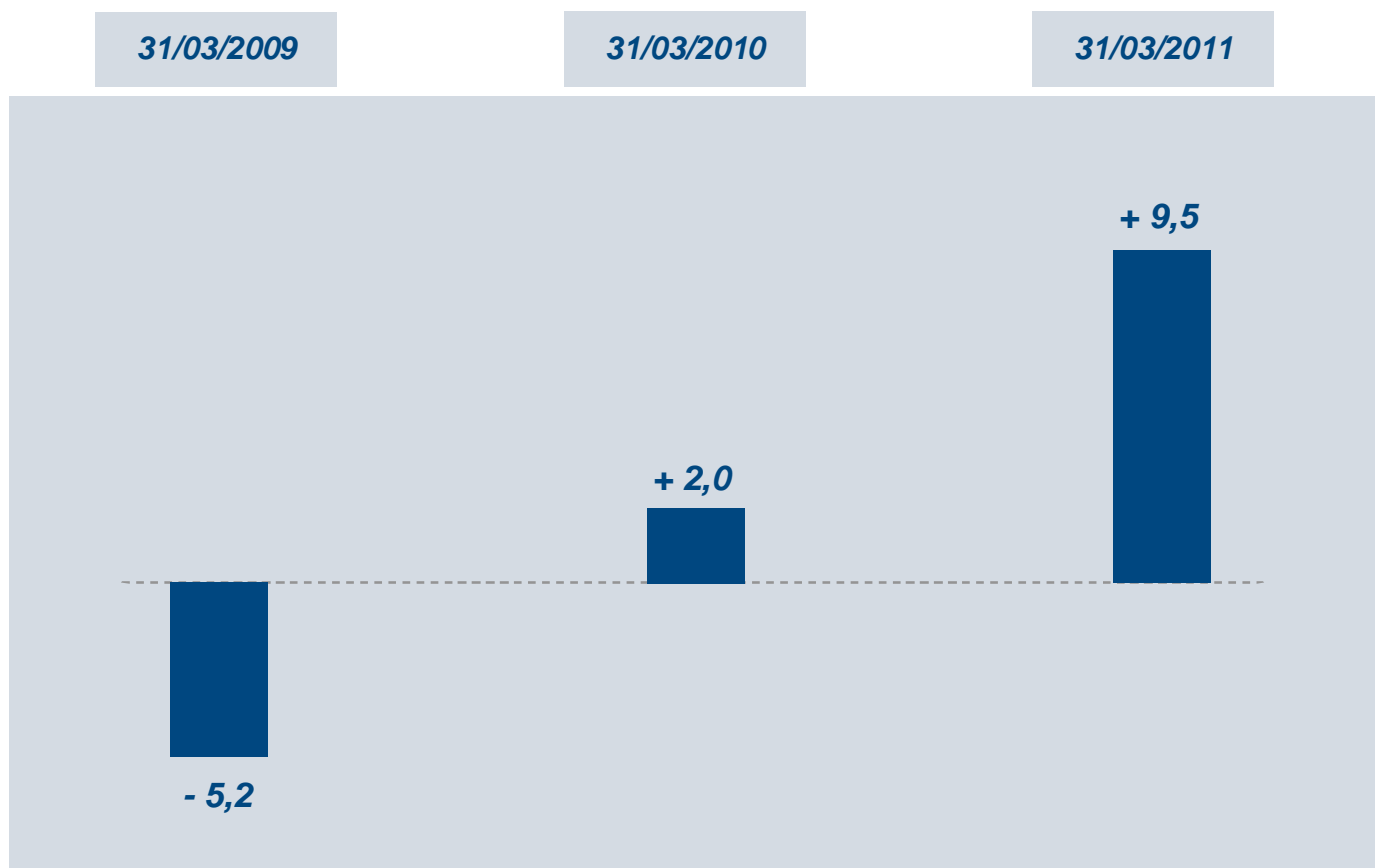
- Une forte amélioration des indicateurs opérationnels
  - ▶ qui a permis de financer une accélération importante de nos investissements destinés à préparer le futur (près de 2 points du CA)
  - ▶ tout en faisant progresser la marge opérationnelle courante
- Un effet CVAE
  - ▶ qui joue à hauteur de 1 point sur la marge opérationnelle courante
  - ▶ et qui vient peser à due concurrence sur la charge d'impôt
- Aucune charge significative non courante à constater

## Près de 10 M€ de cash-flow opérationnel

(en M€)	2010/11	2009/10
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>8,7</b>	<b>6,7</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	1,2	2,1
<b>Flux net de trésorerie généré par l'activité</b>	<b>9,8</b>	<b>8,8</b>
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	(1,4)	(0,7)
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(3,1)	(3,0)
- dont remboursement d'emprunts	(2,1)	(2,1)
- dont dividendes	(0,9)	(0,9)
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>5,3</b>	<b>5,1</b>

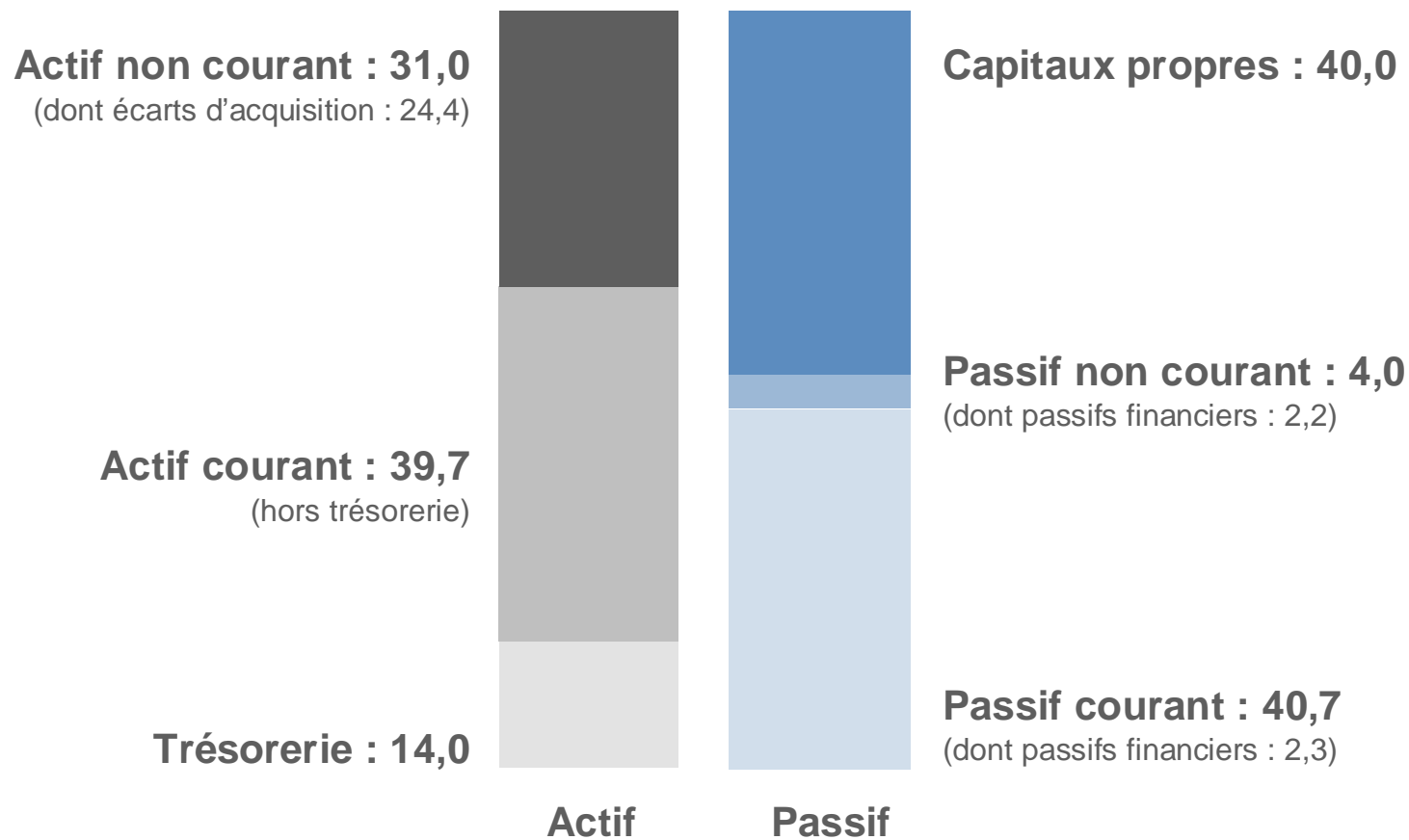


# Une force de frappe financière renforcée



# Bilan au 31 mars 2011

En M€



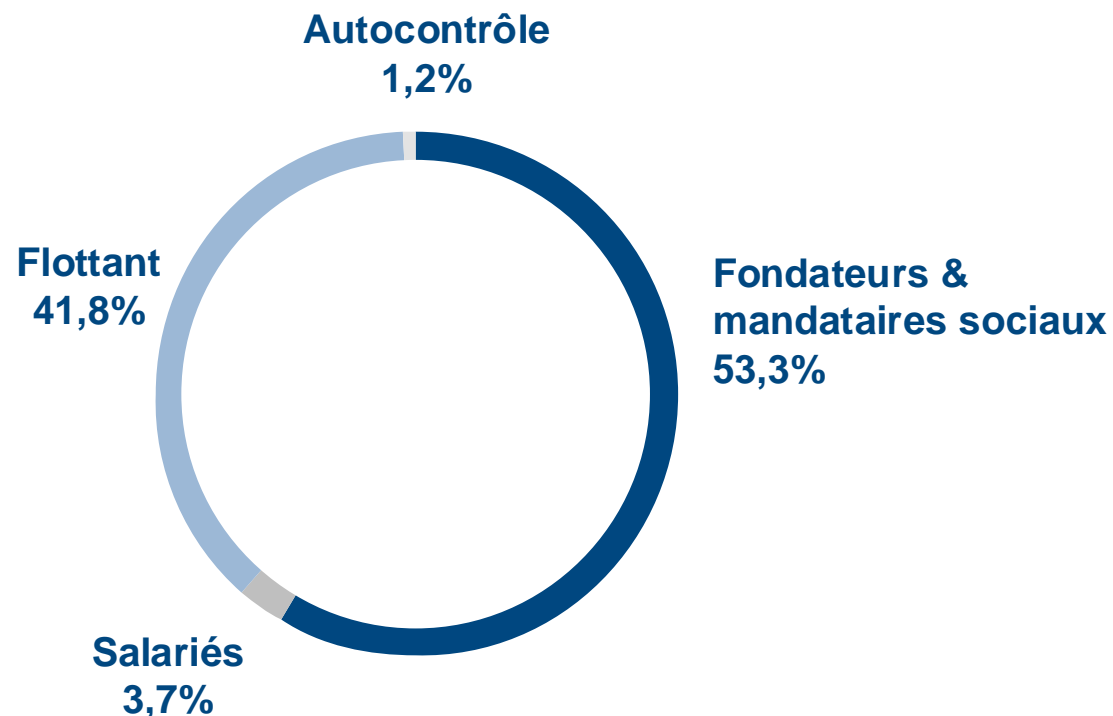
Aucun covenant sur les passifs financiers

# Répartition du capital au 10 mai 2011

Nombre d'actions

4 966 882

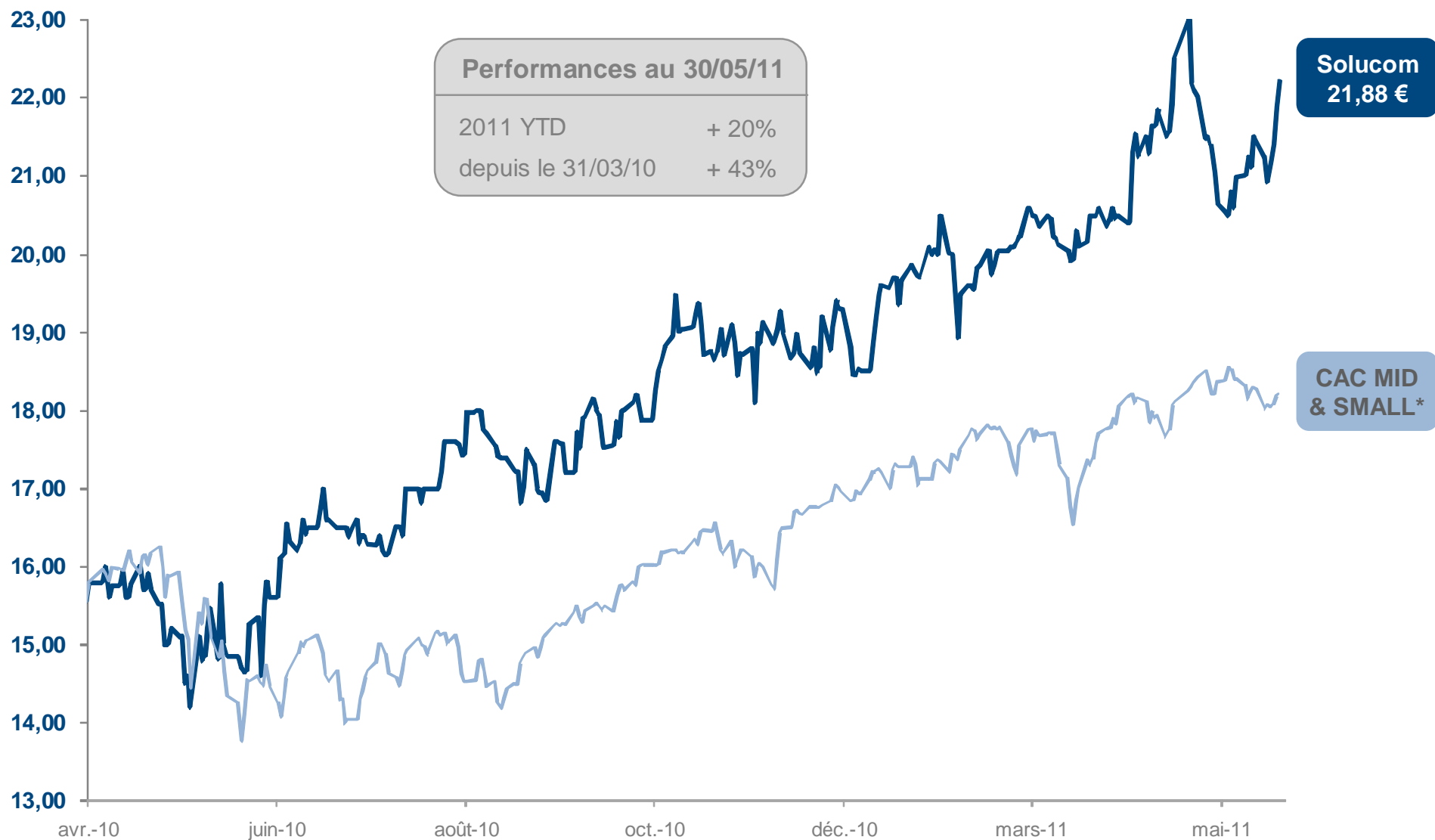
Aucune dilution potentielle



Qualification « entreprise innovante »  
renouvelée en avril 2011

Dividende proposé à l'AGM du 28/09/11 :  
**0,21 €** par action

# Evolution du cours de bourse



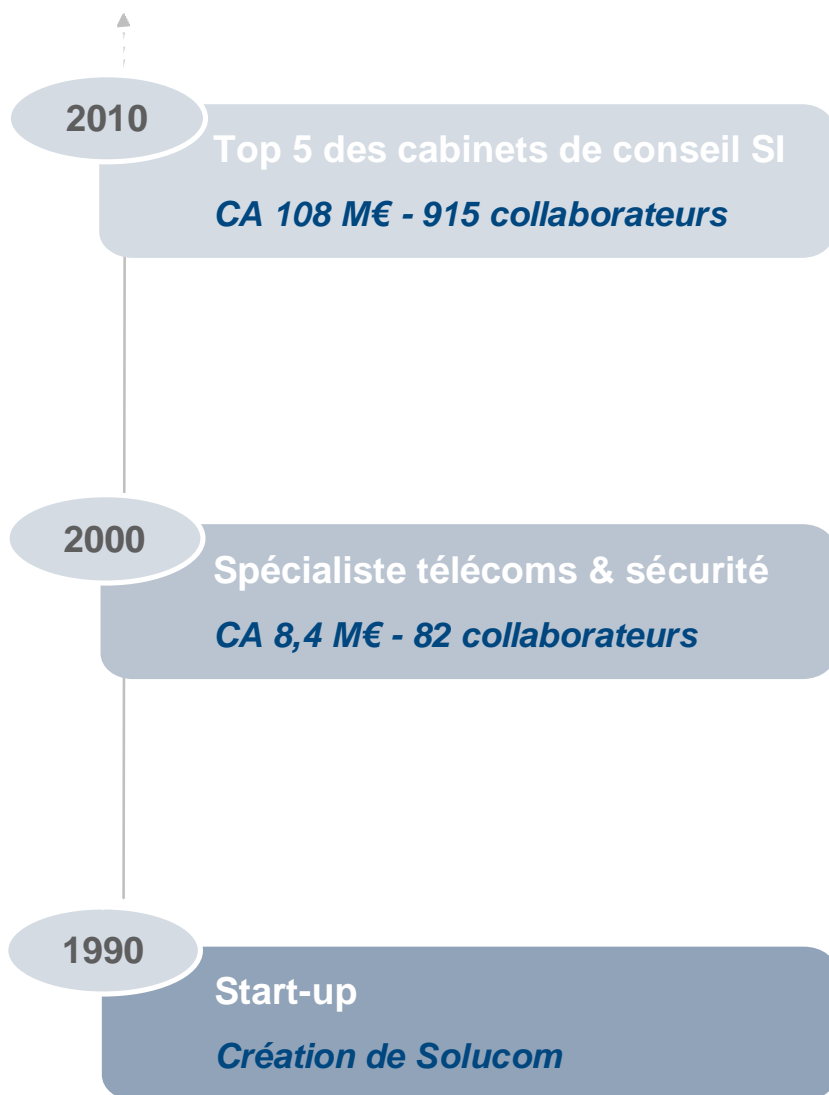
\* CAC MID & SMALL rebasé sur le cours de Solucom au 31 mars 2010

1<sup>er</sup> juin 2011

# Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
2. Marché et activité en 2010/11
3. Résultats financiers 2010/11
- ▶ 4. Plan stratégique et perspectives

# 1990 → 2010 : un développement en 2 phases



## 2000 → 2010

- Grandir vite et couvrir toutes les facettes du SI pour devenir un acteur incontournable du marché

## 1990 → 2000

- Une stratégie de spécialiste pour percer sur le marché

# 2011 : début d'un nouveau cycle pour Solucom

## *Un monde qui change, des entreprises en mouvement*

- De profondes modifications de l'environnement concurrentiel et réglementaire
- Des mutations technologiques qui bouleversent tous les métiers
- Des entreprises en quête de nouveaux marchés

## *Solucom prêt à conquérir de nouvelles positions*

- Un statut fermement établi sur le conseil SI
- Un modèle repensé, prêt à absorber la croissance
- Une force de frappe financière reconstituée

→ **Solucom 2015** : un plan stratégique pour initier un nouveau cycle de développement

# Les nouveaux enjeux de nos clients

- ✓ Innover,  
... gagner en compétitivité,  
... se développer sur de nouveaux marchés,  
... répondre aux défis concurrentiels et réglementaires

▶ Des entreprises confrontées à un besoin impérieux de transformation

- ✓ Un système d'information...  
... qui envahit tous les processus,  
... qui s'est placé au cœur du métier de l'entreprise

▶ Le SI pièce maîtresse et incontournable de la transformation

➔ Se transformer en conjuguant savoir-faire métiers et technologiques : facteur clé de succès pour nos clients



# Des enjeux concrets dès aujourd'hui

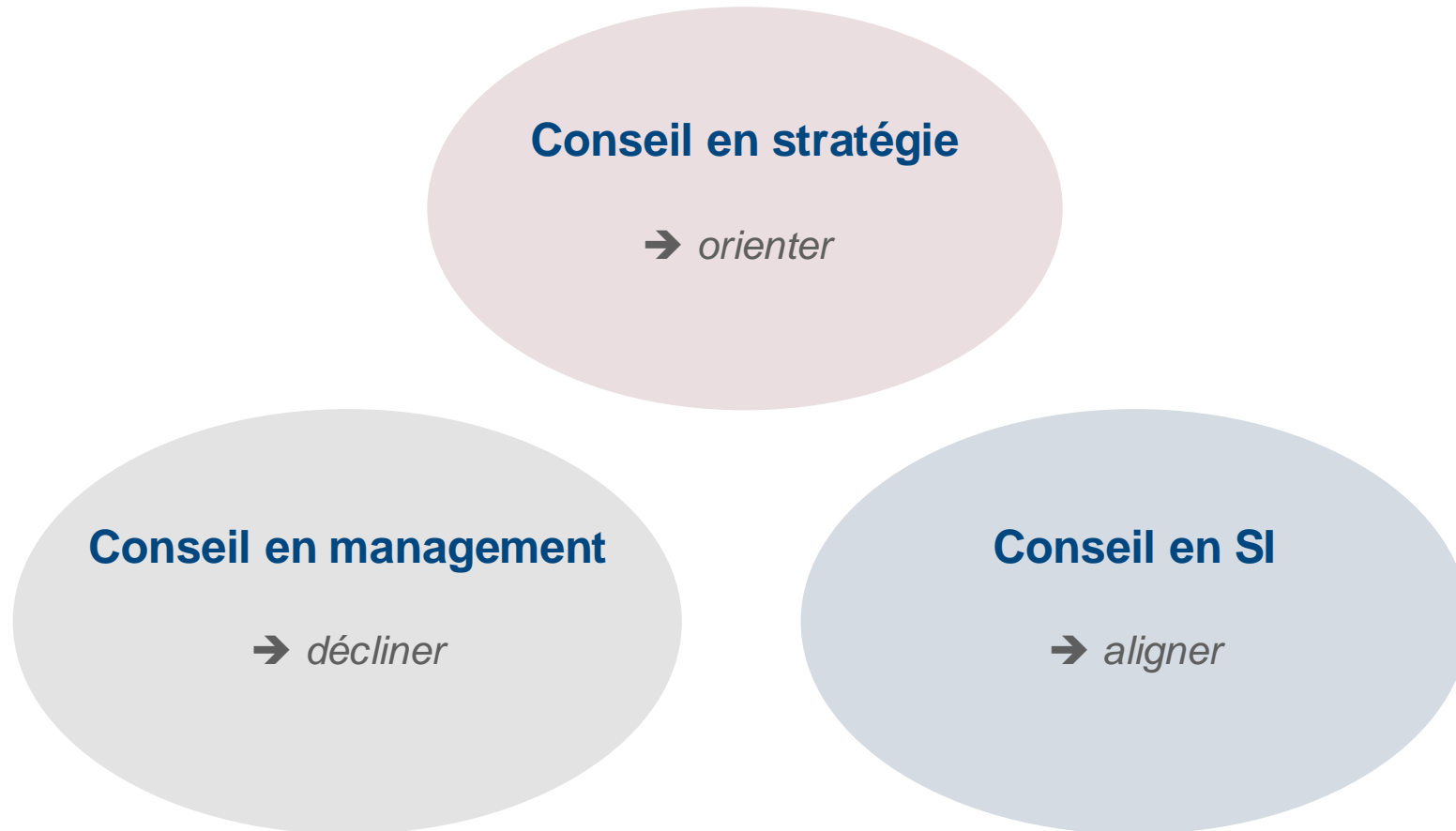
## Relation client multicanal

- Le « client multicanal » est né...
- ... il faut réinventer les processus de vente et le parcours client
- ... en tirant parti des canaux à distance (centres de relation clients, web, mobile)

## Smart energy

- Un marché banalisé...
- ... qui impose une création de valeur par l'efficacité énergétique et des services différenciés
- ... grâce à des infrastructures intelligentes (compteurs, boxes, réseaux de transport intelligents)

# Vers une recomposition du marché du conseil



# Vers une recomposition du marché du conseil

**Conseil en stratégie**

→ *orienter*

**Conseil en management & SI**

→ *transformer*

# Solucom 2015 : notre stratégie

## Solucom 2015 :

nous placer en pointe de cette recomposition du marché...

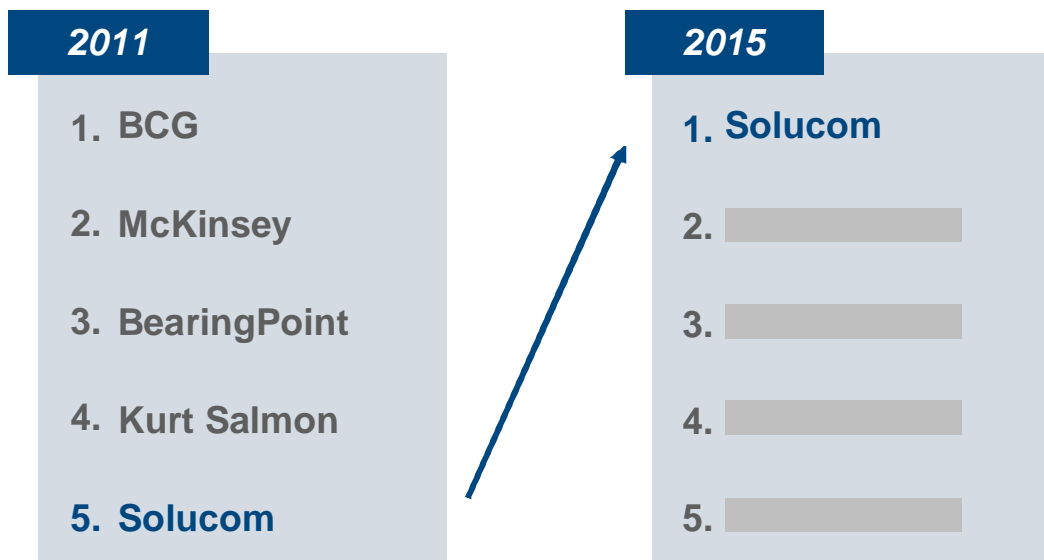
- Combiner étroitement métiers et technologies
- Capitaliser sur un modèle unique au-delà des frontières dépassées entre management et SI
- Généraliser la proposition de valeur expérimentée avec succès depuis un an
- Acquérir de nouvelles compétences sectorielles

... pour devenir un champion de la transformation des entreprises

# Solucom 2015 : notre ambition

Devenir le 1<sup>er</sup> cabinet de conseil indépendant en France

*Classement  
des cabinets de conseil  
indépendants*



Source : PAC (mai 2011)

**Solucom :**

- > 1<sup>er</sup> indépendant
- > dans les 5 premiers toutes catégories confondues

# Solucom 2015 : trois mouvements stratégiques majeurs

- ① Prendre des positions de 1<sup>er</sup> plan auprès des donneurs d'ordre métiers
- ② Sortir des frontières pour accompagner nos clients internationaux
- ③ Franchir un nouveau cap en termes de taille

➔ Peser 170 M€ à 200 M€ de chiffre d'affaires à horizon 2015

# Solucom 2015 : quatre leviers

## → Vision

Construire une proposition de valeur différenciante pour devenir le champion de la transformation des entreprises

## → Croissance organique

Devenir un employeur de référence sur le marché du conseil pour recruter et fidéliser les meilleurs talents

## → Croissance externe

Accélérer nos prises de position par des acquisitions ciblées

## → Image

Devenir un leader d'opinion sur le thème de la transformation des entreprises

# 2011/12 : 1<sup>ère</sup> étape de notre plan stratégique

## Les enjeux de l'exercice

- ➔ Renouer avec une croissance soutenue des effectifs
- ➔ Relancer la dynamique de croissance externe
- ➔ Prendre de nouvelles positions auprès des directions métiers
- ➔ Engager de premières initiatives de développement à l'international



## Nos objectifs de l'exercice 2011/12

- Un tassement des effectifs au 31/03/11 qui pèsera sur le chiffre d'affaires des 2 premiers trimestres
- Objectifs financiers 2011/12 :

Chiffre d'affaires  
*(à périmètre constant)*



**110 à 115 M€**

Croissance externe



**Au moins 1 acquisition ciblée**

Marge opérationnelle courante  
*(avant acquisition)*



**10% - 12%**

→ Renouer avec la croissance et accélérer nos investissements stratégiques

## En synthèse

- ➔ 2010/11 : des résultats conformes aux objectifs
- ➔ 2011/12 : début d'un nouveau cycle pour Solucom
- ➔ Solucom 2015 : l'ambition de devenir le 1<sup>er</sup> cabinet de conseil indépendant sur le marché français

The logo for Solucom 2015 is displayed within a thin grey rectangular border. The word "Solucom" is written in a blue, sans-serif font. Below it, the year "2015" is written in a larger, bold, sans-serif font. The "2" and "5" are blue, while the "0" and "1" are red. A red arrow is integrated into the "0", pointing upwards and to the right.

## Prochains rendez-vous

- Chiffre d'affaires T1 2011/12  
*Suivi d'une conférence téléphonique* **20 juillet 2011**  
*(après bourse)*
- Chiffre d'affaires semestriel 2011/12 **20 octobre 2011**  
*(après bourse)*
- Résultats semestriels 2011/12 **29 novembre 2011**  
*(après bourse)*
- Réunion SFAF semestrielle **30 novembre 2011**  
*(8h30)*

The power of simplicity  
«Ce qui est simple est fort»



[www.solucom.fr](http://www.solucom.fr)

Vos contacts :

Solucom

**Pascal IMBERT**

Président du Directoire

01 49 03 20 00

**Pascale BESSE**

Directeur Financier

01 49 03 20 00

---

Actus Finance

**Mathieu OMNES**

Relations analystes - investisseurs

01 72 74 81 87