

30 novembre 2011

Réunion SFAF

Présentation des résultats semestriels 2011/12

clos le 30 septembre 2011

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

solucom 
management & IT consulting

- ▶ 1. Fiche d'identité de Solucom
- 2. Activité du 1^{er} semestre 2011/12
- 3. Résultats semestriels 2011/12
- 4. Solucom et les grands projets de transformation
- 5. Situation de marché & perspectives

Qui sommes-nous ?

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

- 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*

- Notre approche du conseil

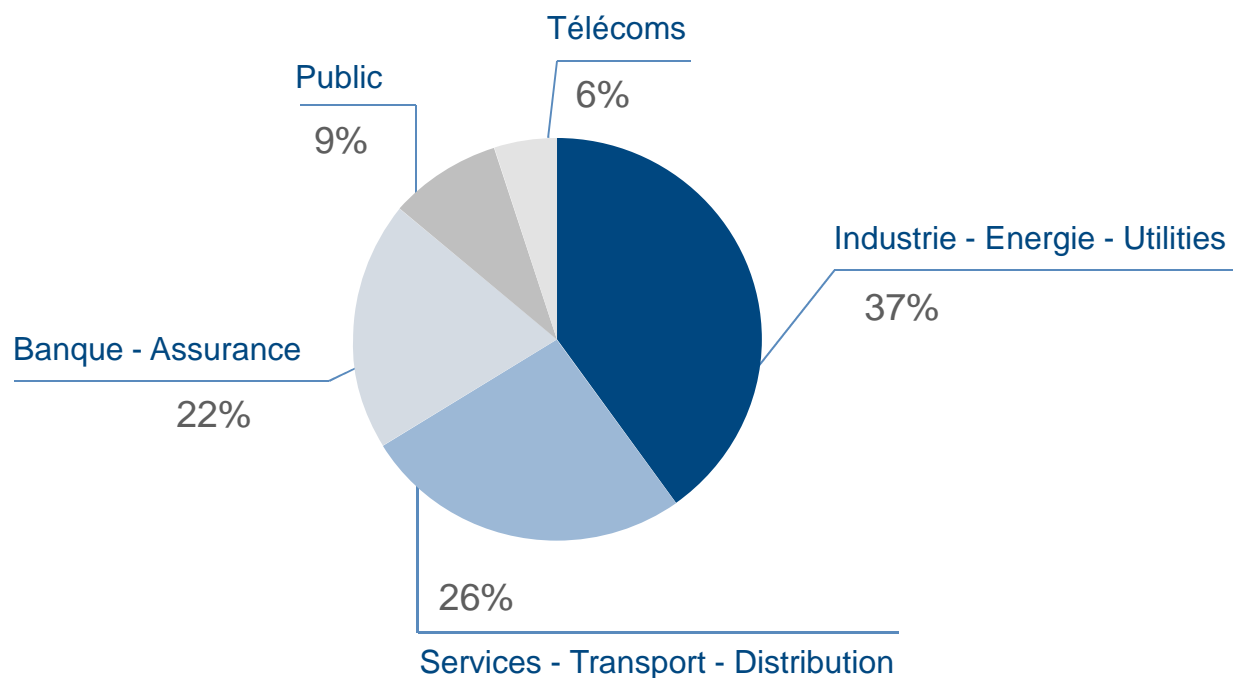
The power of simplicity
«Ce qui est simple est fort»

✓ *20 ans d'existence*

✓ *Près de 1 000
collaborateurs*

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

Un portefeuille clients diversifié



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 offre complète au service de la transformation des entreprises

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

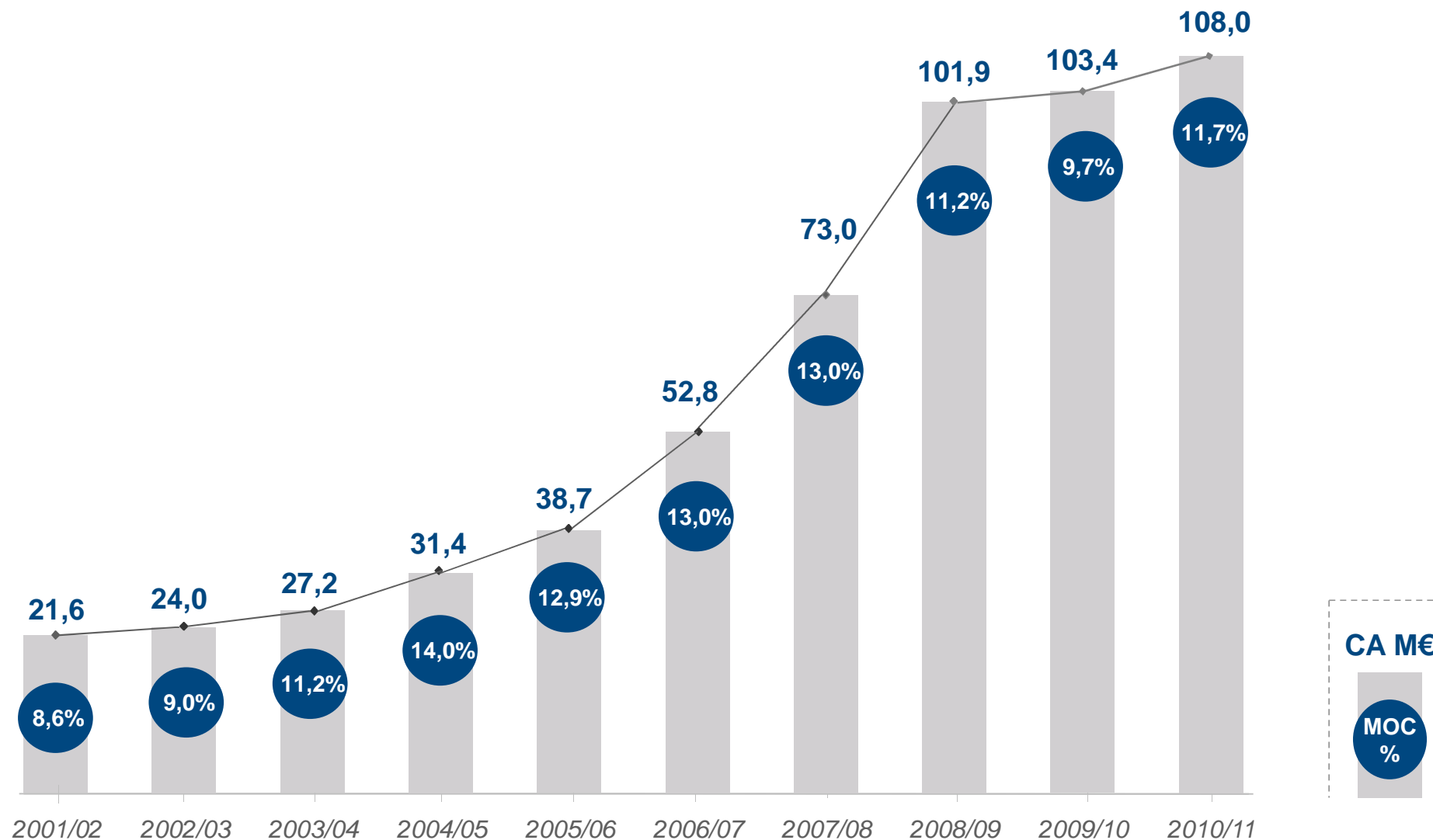
- Rendre le SI performant par une approche orientée services

Sécurité & risk management

- Gérer ses risques et protéger son patrimoine informationnel

Des compétences métiers dans 4 secteurs d'activité : banque & assurance, énergie & utilities, télécoms, transport

Une entreprise de croissance, résistante pendant les creux de cycle



Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
- ▶ 2. **Activité du 1^{er} semestre 2011/12**
3. Résultats semestriels 2011/12
4. Solucom et les grands projets de transformation
5. Situation de marché & perspectives

Un marché en progression, troublé par la crise en fin de semestre

- Un marché prometteur au 1^{er} semestre...
 - ▶ une demande en croissance dans tous les secteurs
 - ▶ des besoins de transformation très présents chez les clients
- ... mais un changement d'état d'esprit à la rentrée
 - ▶ installation d'un climat d'incertitude
 - ▶ attentisme chez les clients
 - ▶ réduction de la visibilité

Bonne tenue des indicateurs d'activité

- Taux d'activité du semestre : 85%
 - ▶ identique à celui de l'exercice 2010/11
 - ▶ un peu au-dessus du taux normatif du cabinet situé entre 82% et 84%

- Légère progression des prix sur le semestre : 716 €
 - ▶ contre 713 € sur l'ensemble du dernier exercice
 - ▶ dans la lignée du mouvement amorcé fin 2010

Ressources humaines : des résultats en ligne avec nos objectifs

- Une campagne de recrutement 2011/12 d'ores et déjà réussie
 - 179 recrutements connus au 30/09/11 contre 100 au 30/09/10
 - un plan de marche respecté, en dépit d'un marché de l'emploi très tendu
- Vers un retour à la normale du niveau de turn-over
 - 16% en rythme annuel, contre 20% en 2010/11

Des initiatives RH qui ont porté leurs fruits

- Nouvelle stratégie en matière de ressources humaines
- Renforcement des équipes RH et recrutement
- Nouveaux moyens de sourcing
- Dynamisation de la politique salariale

→ Retour à la croissance des effectifs
(919 collaborateurs au 30/09/11)

Zoom sur nos 20 premiers clients sur le semestre

| | |
|------------------|-----|
| LA POSTE | 11% |
| EDF | 10% |
| GDF SUEZ | 9% |
| CREDIT AGRICOLE | 8% |
| SNCF | 5% |
| BANQUE DE FRANCE | 5% |
| BOUYGUES TELECOM | 3% |
| SAINT-GOBAIN | 3% |
| TOTAL | 3% |
| LAFARGE | 2% |

| | |
|----------------|----|
| AIR LIQUIDE | 2% |
| THALES | 2% |
| ORANGE | 2% |
| BPCE | 2% |
| AIR FRANCE-KLM | 2% |
| HEINEKEN | 2% |
| POLE EMPLOI | 1% |
| SFR | 1% |
| GROUPAMA | 1% |
| AMF | 1% |

Top 20 = 73% du CA Total

→ Un top 20 solide et équilibré qui constitue un atout pour résister aux aléas du marché

Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
2. Activité du 1^{er} semestre 2011/12
- ▶ **3. Résultats semestriels 2011/12**
4. Solucom et les grands projets de transformation
5. Situation de marché & perspectives

Un 1^{er} semestre en ligne avec notre plan de marche

| <i>Données consolidées au 30/09 (en M€)</i> | S1 2011/12 | S1 2010/11 | Variation | 2010/11 |
|---|-------------------|-------------------|------------------|----------------|
| Chiffre d'affaires | 50,0 | 52,4 | - 4% | 108,0 |
| Résultat opérationnel courant | 4,1 | 7,2 | - 43% | 12,6 |
| <i>Marge opérationnelle courante</i> | 8,2% | 13,7% | | 11,7% |
| Résultat opérationnel | 4,1 | 7,2 | - 43% | 12,6 |
| Résultat net part du groupe | 2,0 | 4,2 | - 52% | 6,9 |
| <i>Marge nette</i> | 4,0% | 8,0% | | 6,4% |

Chiffres ayant fait l'objet d'un examen limité des commissaires aux comptes

Éléments clés d'analyse du compte de résultat du 1^{er} semestre

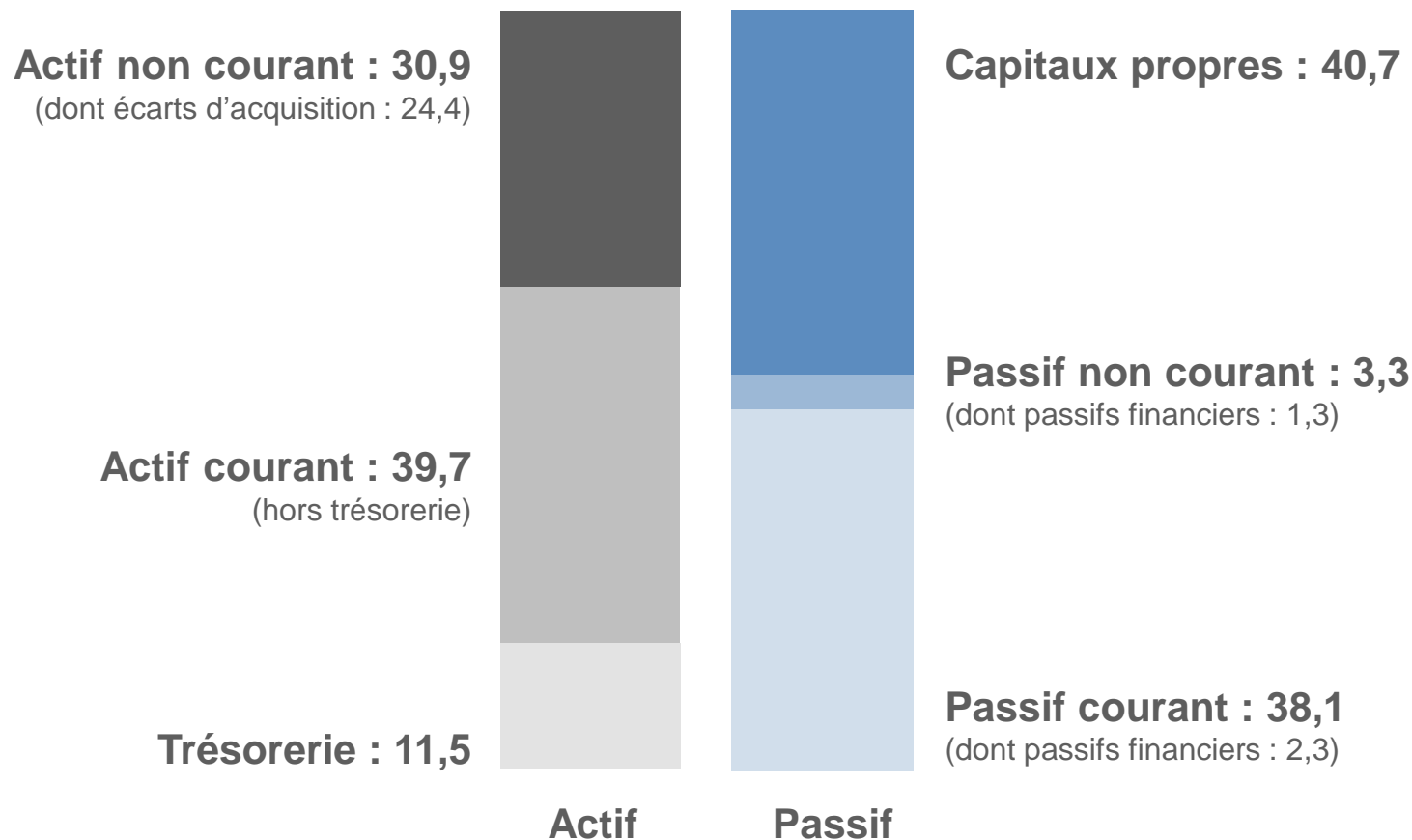
- Un chiffre d'affaires pénalisé par le tassement des effectifs en 2010/11
- Une bonne tenue des indicateurs opérationnels
- Des investissements en forte accélération
- Une rentabilité opérationnelle qui revient à une saisonnalité habituelle, contrairement à la rentabilité exceptionnelle du S1 2010/11

Flux de trésorerie au 30 septembre 2011

| (en M€) | S1 2011/12 | S1 2010/11 | 2010/11 |
|--|--------------|--------------|------------|
| Capacité d'autofinancement | 2,5 | 4,8 | 8,7 |
| Variation du besoin en fonds de roulement | (1,9) | (7,9) | 1,2 |
| Flux net de trésorerie généré par l'activité | 0,6 | (3,1) | 9,8 |
| Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement | (1,1) | (0,4) | (1,4) |
| Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement | (2,0) | (2,1) | (3,1) |
| - dont remboursement d'emprunts | (1,0) | (1,2) | (2,1) |
| - dont dividendes | (1,0) | (0,9) | (0,9) |
| Variation de trésorerie | (2,6) | (5,6) | 5,3 |

Bilan au 30 septembre 2011

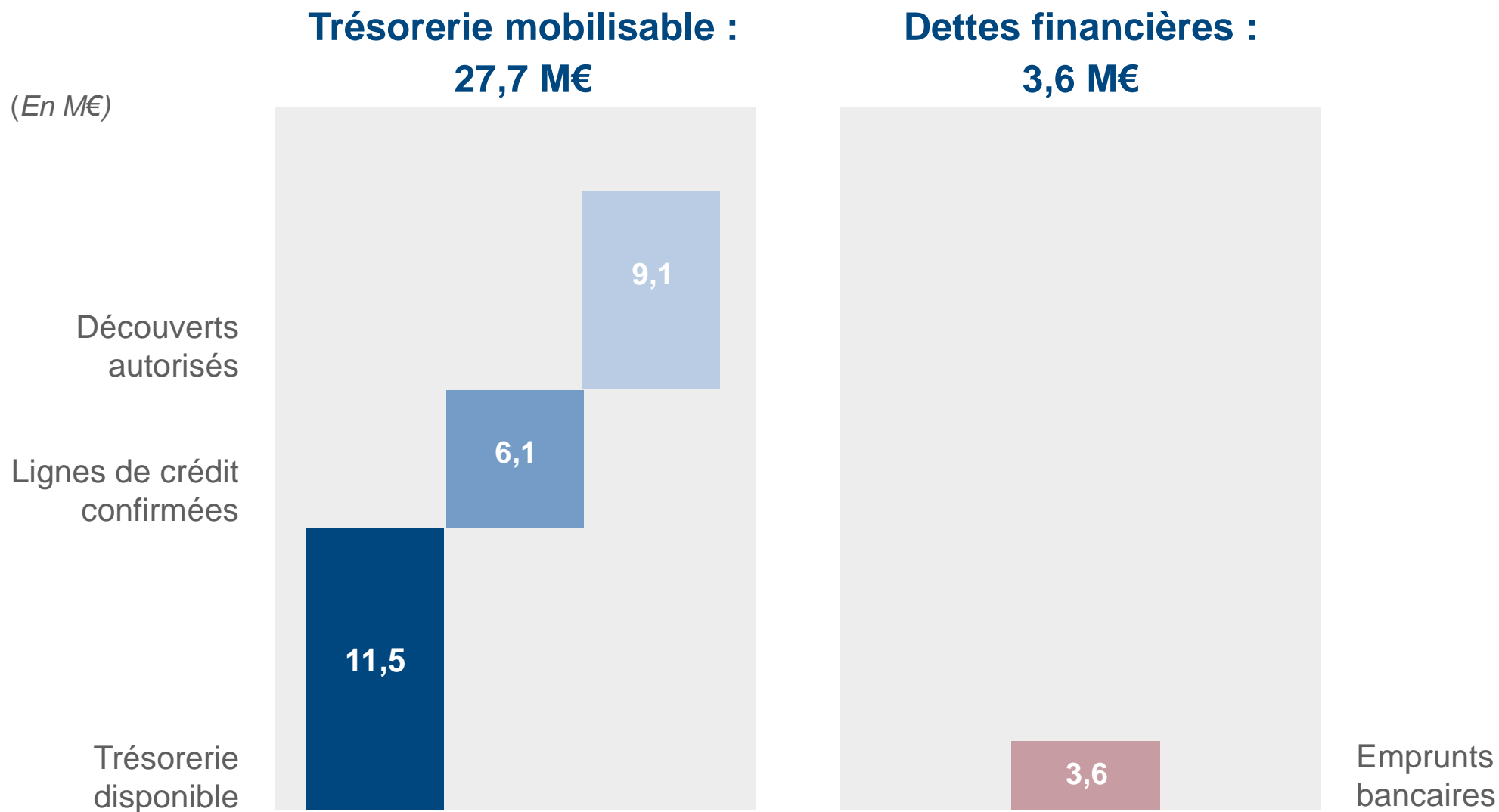
En M€



Trésorerie nette au 30 septembre 2011 : **7,9 M€**

Aucun covenant sur les passifs financiers

Des marges de manœuvre financières importantes

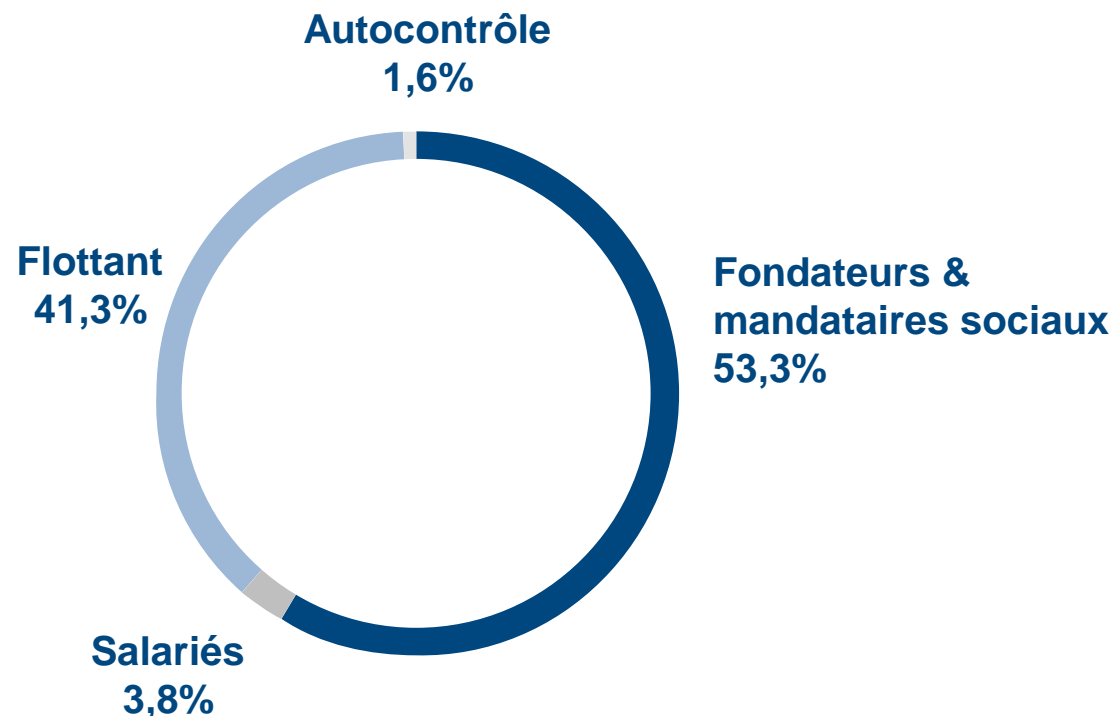


Répartition du capital au 30 septembre 2011

Nombre d'actions

4 966 882

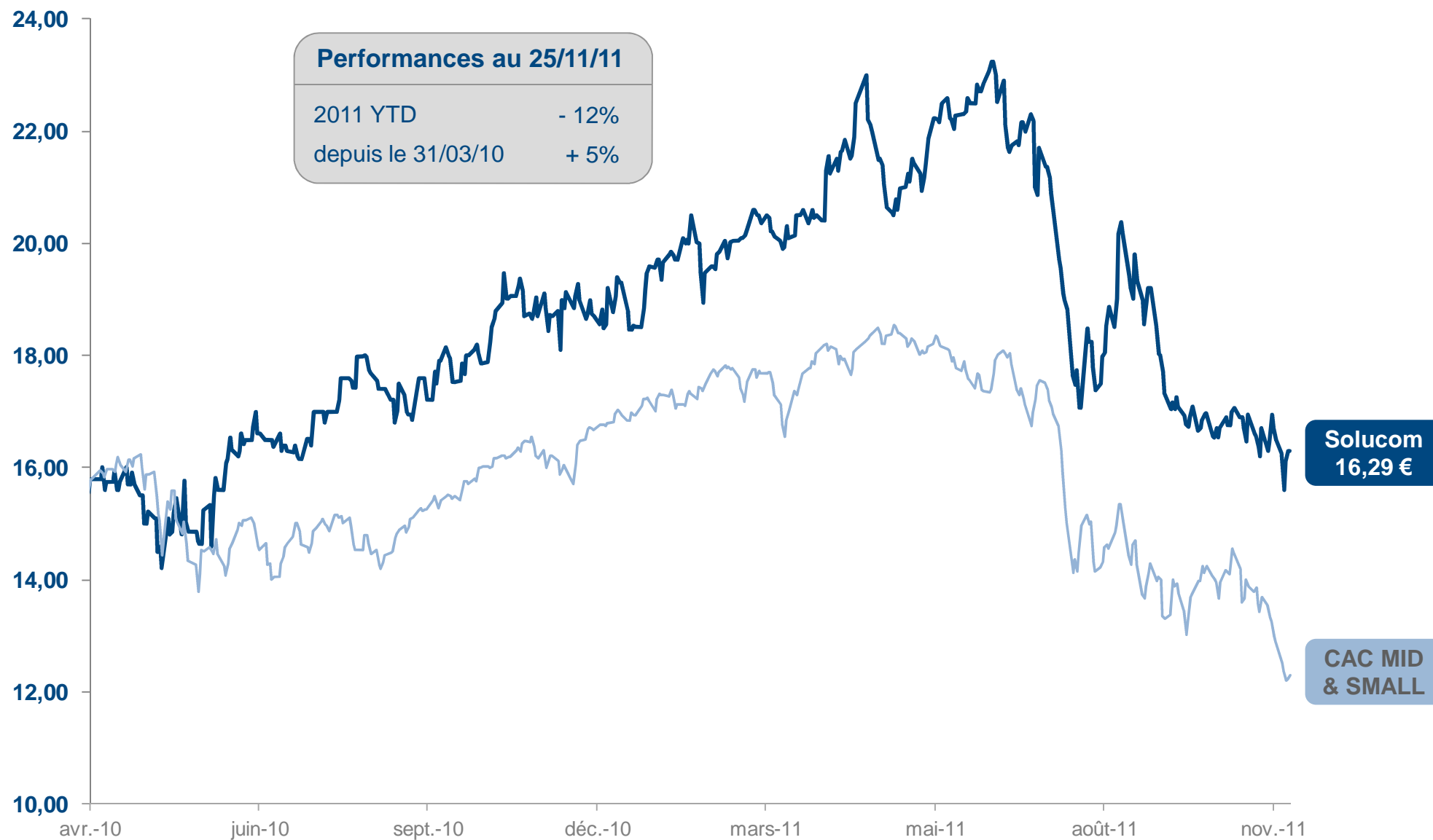
Aucune dilution potentielle



Qualification « entreprise innovante »
renouvelée en avril 2011

Dividende versé le 13 octobre 2011 :
0,21 € par action

Evolution du cours de bourse



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

Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
2. Activité du 1^{er} semestre 2011/12
3. Résultats semestriels 2011/12
- ▶ 4. Solucom et les grands projets de transformation
5. Situation de marché & perspectives

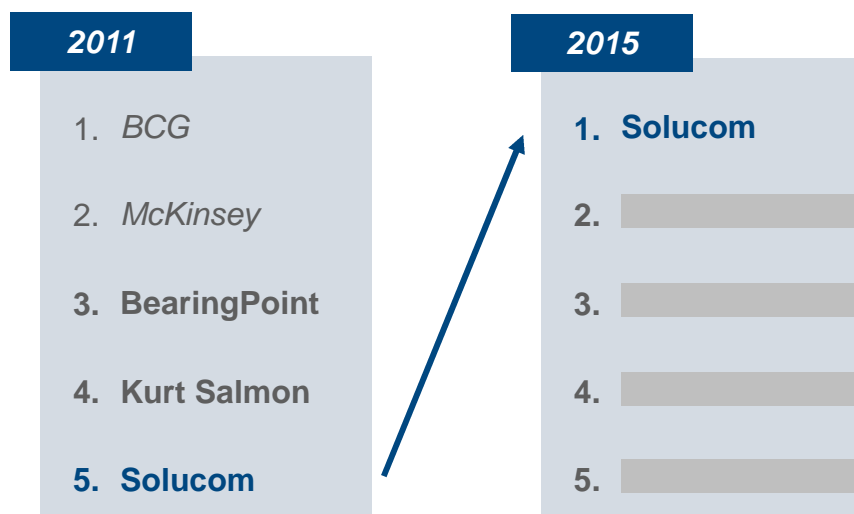
Solucom 2015 : notre ambition

① Devenir un **champion de la transformation des entreprises** en combinant savoir-faire métiers et technologiques

② Sortir des frontières pour accompagner nos clients internationaux

③ Franchir un nouveau cap en termes de taille

➔ Devenir le 1^{er} cabinet de conseil indépendant en France



Source : PAC (mai 2011)

Une enquête pour nous positionner comme leader d'opinion

- Comprendre les tendances en matière de transformation des SI chez les grands comptes
- Des entretiens de haut niveau (dirigeants exécutifs, DSI)
- 30 entreprises/administrations parmi les 50 premiers comptes français

Finance

Allianz
AXA
Banque Postale
BNP Paribas
Caisse des Dépôts
Galeries Lafayette
Malakoff Médéric
Société Générale

Industrie / Energie

Air Liquide
Arcelor-Mittal
Areva
EDF
Faurecia
GDF SUEZ
Safran
Siemens
Total

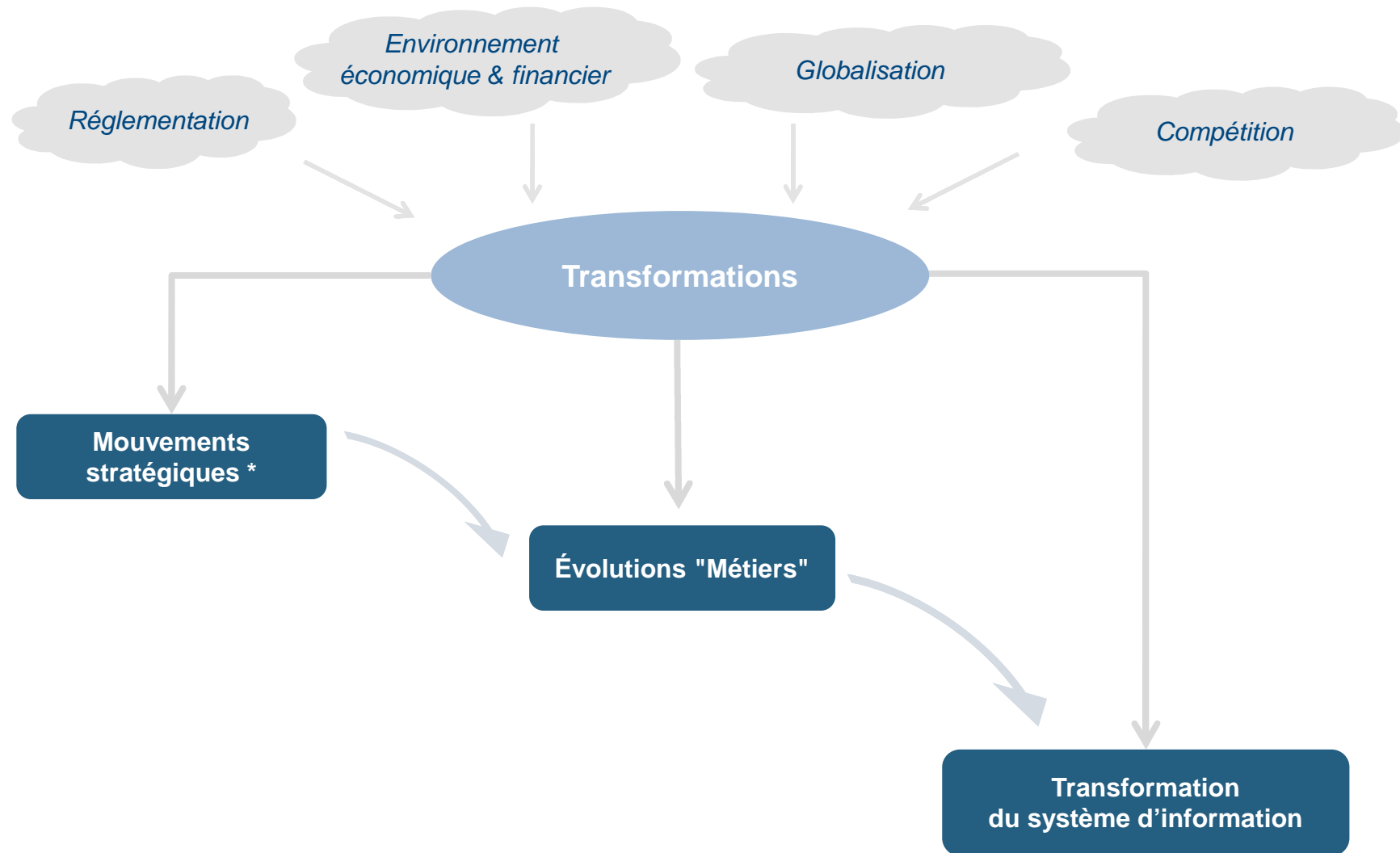
Services / B2C

Carrefour
France Télécom
La Poste
LVMH
PMU
SFR

Secteur public

Ministère de la Défense
Ministère des Finances
Ministère de l'Intérieur
Ministère de la Santé

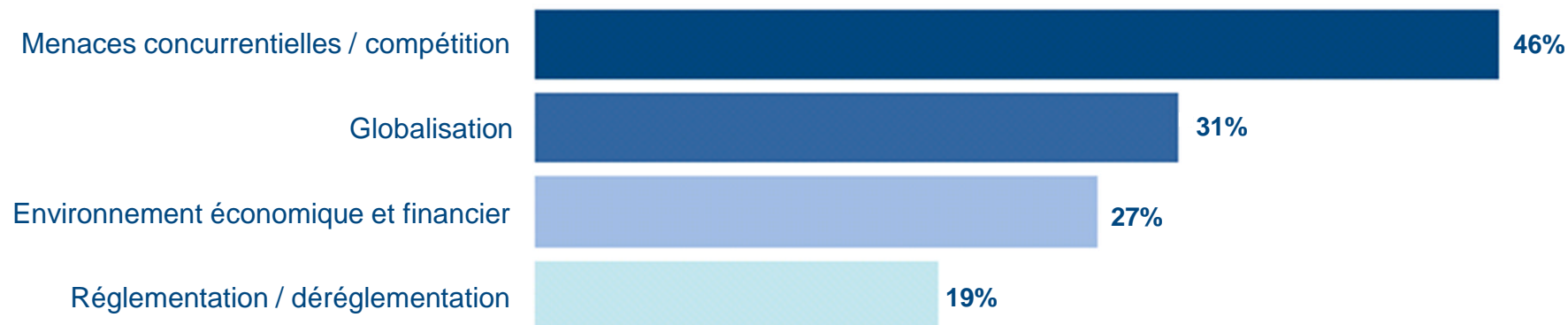
Des transformations qui s'accélèrent



* *Fusions/acquisitions, restructurations, business models*

De puissants déclencheurs

Facteurs déclencheurs *(plusieurs réponses possibles)*

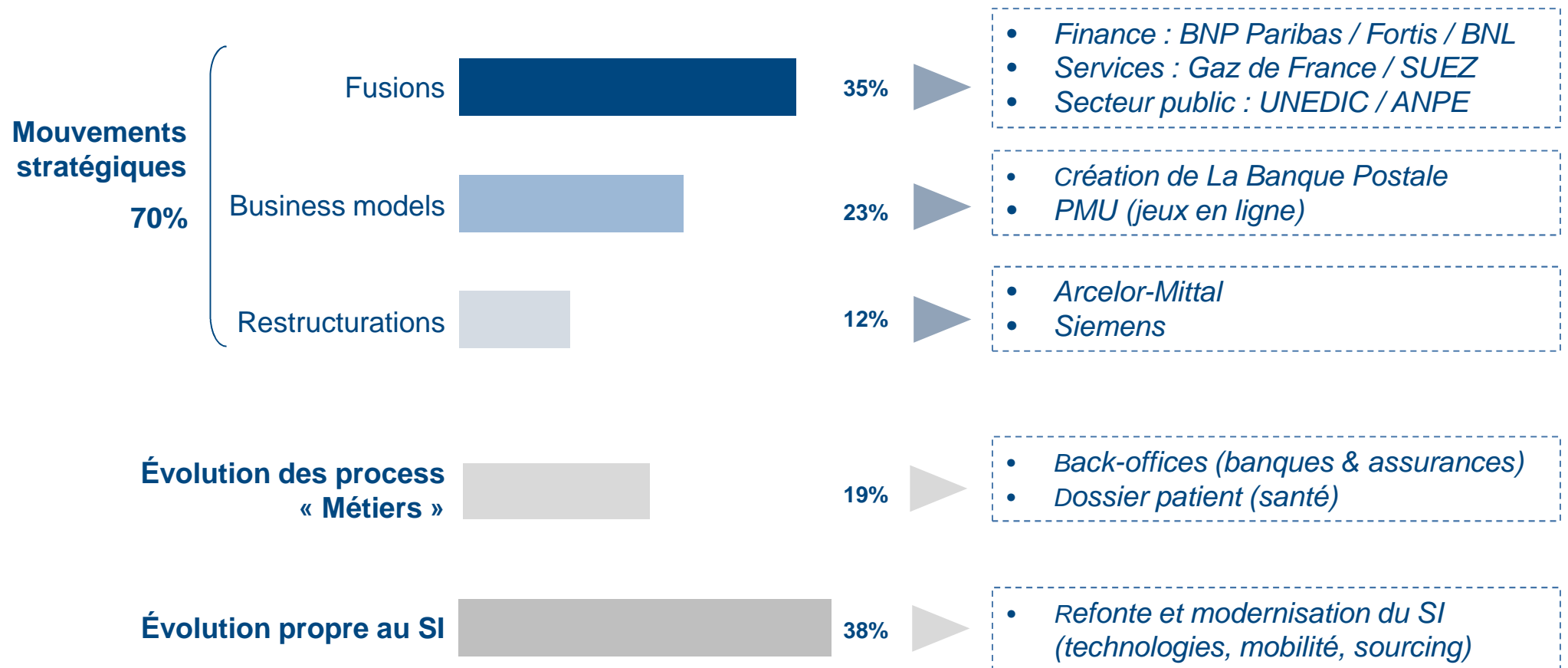


Facteurs d'accélération

- L'explosion du canal internet qui introduit une rupture dans le monde B2C
- La conjoncture & la crise financière

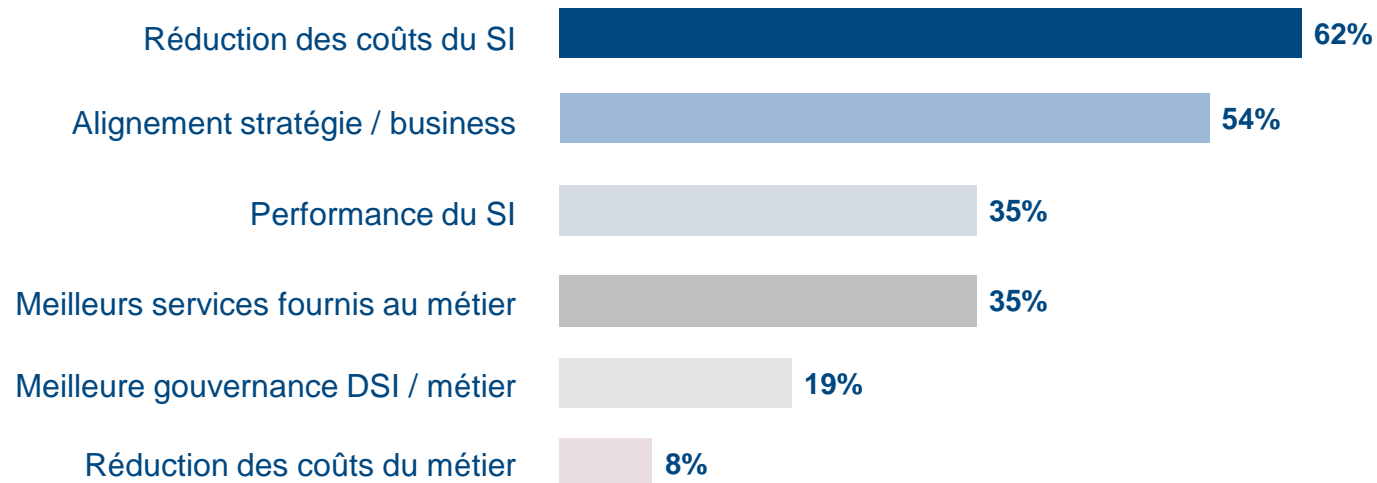
Les mouvements stratégiques, 1^{ère} source des transformations SI

Source des transformation SI (plusieurs réponses possibles)



La réduction des coûts, en tête des bénéfices recherchés

Bénéfices recherchés (*plusieurs réponses possibles*)



La réduction des coûts est l'objectif dominant dans toutes les transformations SI, tous secteurs confondus

Agenda

1. Fiche d'identité de Solucom
2. Activité du 1^{er} semestre 2011/12
3. Résultats semestriels 2011/12
4. Solucom et les grands projets de transformation
- ▶ 5. Situation de marché & perspectives

Crise financière : les indications de notre dispositif de veille (au 22/11/11)

■ Ralentissement confirmé des dépenses des grands comptes

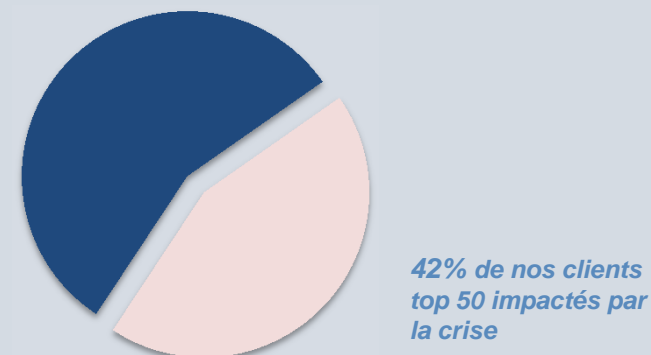
- ▶ 26 de nos clients réduisent ou prévoient de réduire leurs dépenses en 2012
- ▶ dont 21 au sein de notre top 50

■ Des effets de plus en plus perceptibles dès maintenant

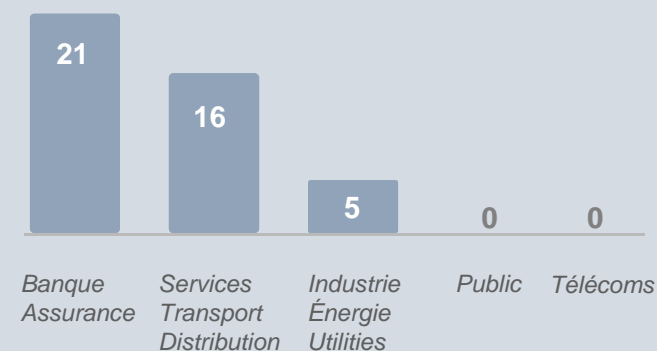
- ▶ 42 missions interrompues ou reportées (sur plus de 500 en cours)
- ▶ le phénomène s'étend progressivement à tous les secteurs

Clients impactés

(en % parmi les 50 premiers clients de Solucom au S1 2011/12)



Nombre de missions interrompues ou reportées par secteur



Un ralentissement qui se précise et s'amplifie

→ Une révision quasi-générale des perspectives marché

→ Des premiers mois 2012 certainement difficiles

→ Un ralentissement de l'activité perceptible dès fin 2011

Des chiffres marché en cours de révision

Prévisions 2011

IDC

3,5% → 2,5%

*Dépenses IT
(France)*

**Syntec
numérique**

3,0% → 2,7%

*Conseil et services
informatiques (France)*

Perspectives 2012

Gartner

1,5%

*Dépenses IT
(Europe ouest)*

PAC

0 - 1%

*Segment conseil
(France)*

**Syntec
numérique**

1,0%

*Logiciels & services
(France)*

Traduction dans nos indicateurs commerciaux

| | Situation 31/03/11 | Situation 30/06/11 | Situation 30/09/11 | Situation 31/10/11 |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ▪ <i>Pipe</i> commercial | 3,9 | 4,2 | 3,7 | 4,2 |
| ▪ Délai de rotation du <i>pipe</i> | 2,2 | 2,2 | 2,9 | 2,5 |
| ▪ Carnet de commande | 3,2 | 3,2 | 2,8 | 2,6 |

Définitions

- *Pipe* commercial :
Photo du volume d'affaires en cours de traitement, exprimé en mois de CA
- Rotation du *pipe* :
Délai moyen de renouvellement total du *pipe* exprimé en mois
- Carnet de commande :
Prestations signées restant à produire exprimées en mois de CA

Un assombrissement à relativiser

- Un pic d'attentisme et de pessimisme chez les clients lié
 - aux interrogations persistantes sur l'avenir de la zone Euro
 - aux incertitudes quant aux effets de la situation actuelle sur les perspectives de croissance
- Des « amortisseurs » sur lesquels Solucom est prêt à s'appuyer
 - un SI omniprésent au sein des *process* cœur de métier des entreprises
 - un retour des projets de rationalisation et de *cost killing*
- Des moteurs de transformation toujours actifs
 - une pression concurrentielle accrue
 - des technologies en perpétuelle évolution
 - un environnement réglementaire en profonde mutation

Solucom face à ce nouveau contexte de marché

| | | |
|--------------------|---|--|
| Recrutement | ➔ | introduction d'une dose de prudence dans notre plan de recrutement |
| Croissance externe | ➔ | resserrement de nos critères de décision |
| International | ➔ | maintien des actions engagées (partenariats, prospection ciblée) |
| Action commerciale | ➔ | intensifier nos efforts |

Absorber les effets de la crise,
tout en préservant l'essentiel de nos actions de développement

Action commerciale, 1^{ère} priorité des mois à venir

- ➔ Renforcement de notre équipe commerciale par mobilité temporaire de consultants
- ➔ Mobilisation prioritaire de l'ensemble du management sur le *business development*
- ➔ Politique d'arbitrage en faveur de la visibilité

Notre enjeu :

déployer plus d'énergie commerciale pour faire remonter notre volume de *pipe* et notre carnet de commande

4,2 

Pipe commercial



Délai de rotation du *pipe*

2,6 

Carnet de commande

Prudence vis-à-vis de nos objectifs de fin d'exercice

Objectifs 2011/12 ajustés

| | | <i>Objectif initial</i> |
|---|-----------------------|-------------------------|
| Chiffre d'affaires <i>(à périmètre constant)</i> | ➔ 108 à 112 M€ | 110 à 115 M€ |
| Marge opérationnelle courante <i>(avant acquisition)</i> | ➔ 10% - 12% | Inchangé |

Croissance externe



1 acquisition ciblée
sous réserve de critères resserrés

Prochains rendez-vous

- Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2011/12 **25 janvier 2012**
(après bourse)
- Chiffre d'affaires annuel 2011/12 **15 mai 2012**
(après bourse)
- Résultats annuels 2011/12 **5 juin 2012**
(après bourse)
- Réunion SFAF annuelle **6 juin 2012**

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



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