



SQLI, N°1 des SSI spécialisées sur l'e-business en France

Résultats annuels 2005

30 mars 2006



les architectes des solutions e-business nouvelle génération

Sommaire

- **Présentation du Groupe SQLI**
- **Faits marquants et résultats 2005**
- **Stratégie et plan de développement 2005-2008**

Présentation du Groupe SQLI

➤ Dates clés

- 🍷 1990 : Création de la société
- 🍷 2000 : Introduction en Bourse
- 🍷 2002 : Nouvelle équipe de direction
- 🍷 2005 : Leader « pure player » e business

➤ 1200 collaborateurs répartis sur 15 sites

- 🍷 11 agences en France
- 🍷 2 en Suisse
- 🍷 2 au Maroc (dont 1 centre Offshore à Rabat)



SQLI, des éléments clés différenciateurs

- **1. Un positionnement exclusif sur l'e-business**
 - 10 ans d'expériences sur les technologies Internet

- **2. SQLI, 1ere SSII européenne certifiée CMM-I**
 - Plus de 50% de l'activité au forfait

- **3. Une proximité géographique avec nos clients**
 - Un réseau de 15 agences, plus de 50% du CA réalisé en régions

- **4. Un centre OffShore 100% SQLI au Maroc**
 - Optimisation des coûts de production et de R&D

- **5. Des solutions sectorielles**
 - Capitalisation sur nos meilleures réalisations (solutions pour les collectivités locales et la santé)

La mission de SQLI

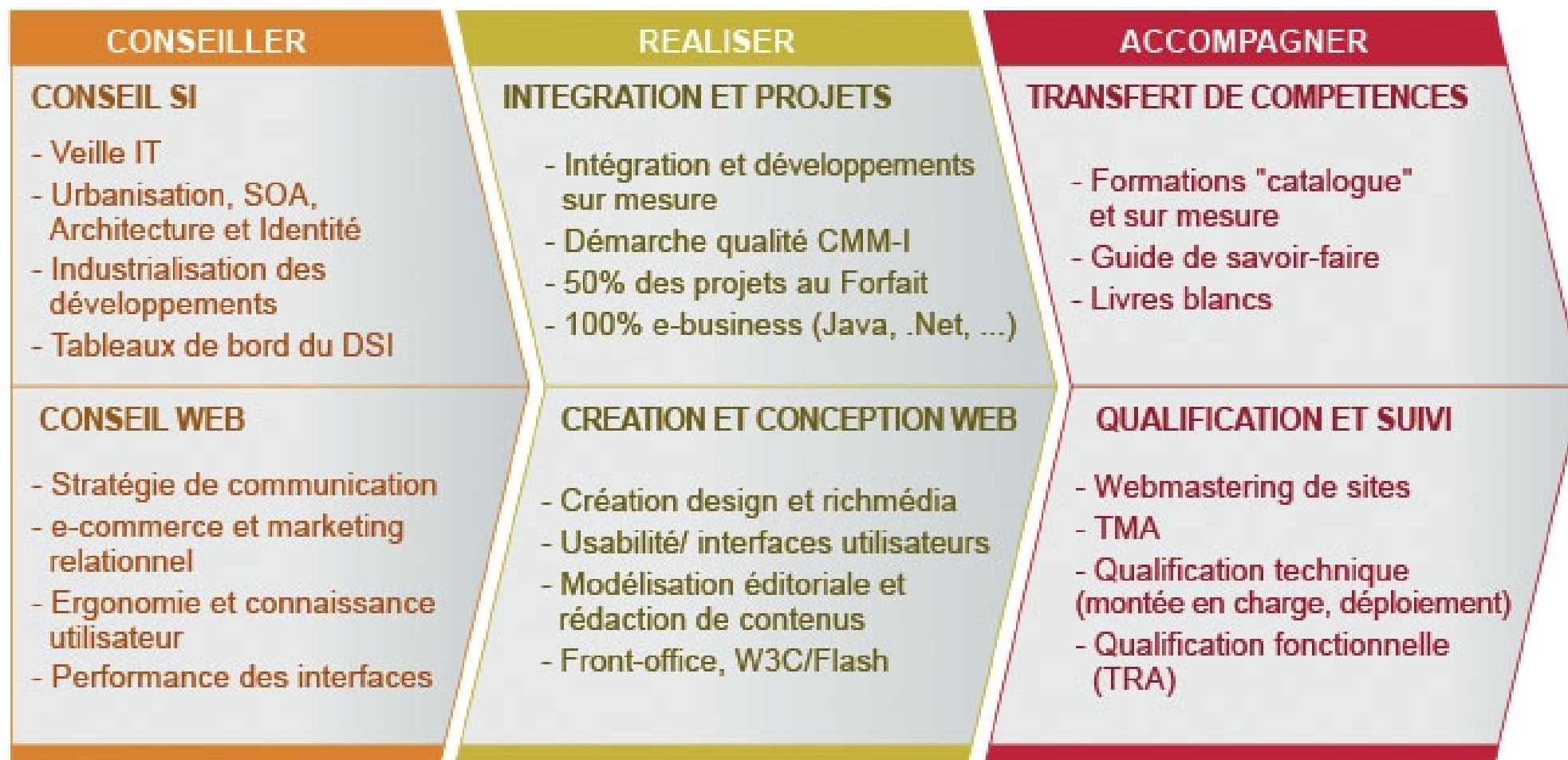
➤ **Modernisation des systèmes d'informations**

- Rendre le SI plus productif et plus agile **par l'intégration des technologies internet** dans les applications existantes
- Améliorer la performance des processus métier

➤ **Mise en place de nouveaux services Web**

- Tirer partie des technologies internet pour proposer de nouveaux services
- Services de relation clients, sites e-commerce, dématérialisation des processus et échanges...

Un accompagnement complet sur l'e-business



CAPITALISATION E-BUSINESS

SOLUTIONS MÉTIERS

- Santé : IdéoPass
- Industrie : IdéoCMR
- Collectivités locales

SOLUTIONS PROJETS

- Pilotage de projet : CMM-I Toolkit
- ECM : Interligo
- Accessibilité : Confort De Lecture

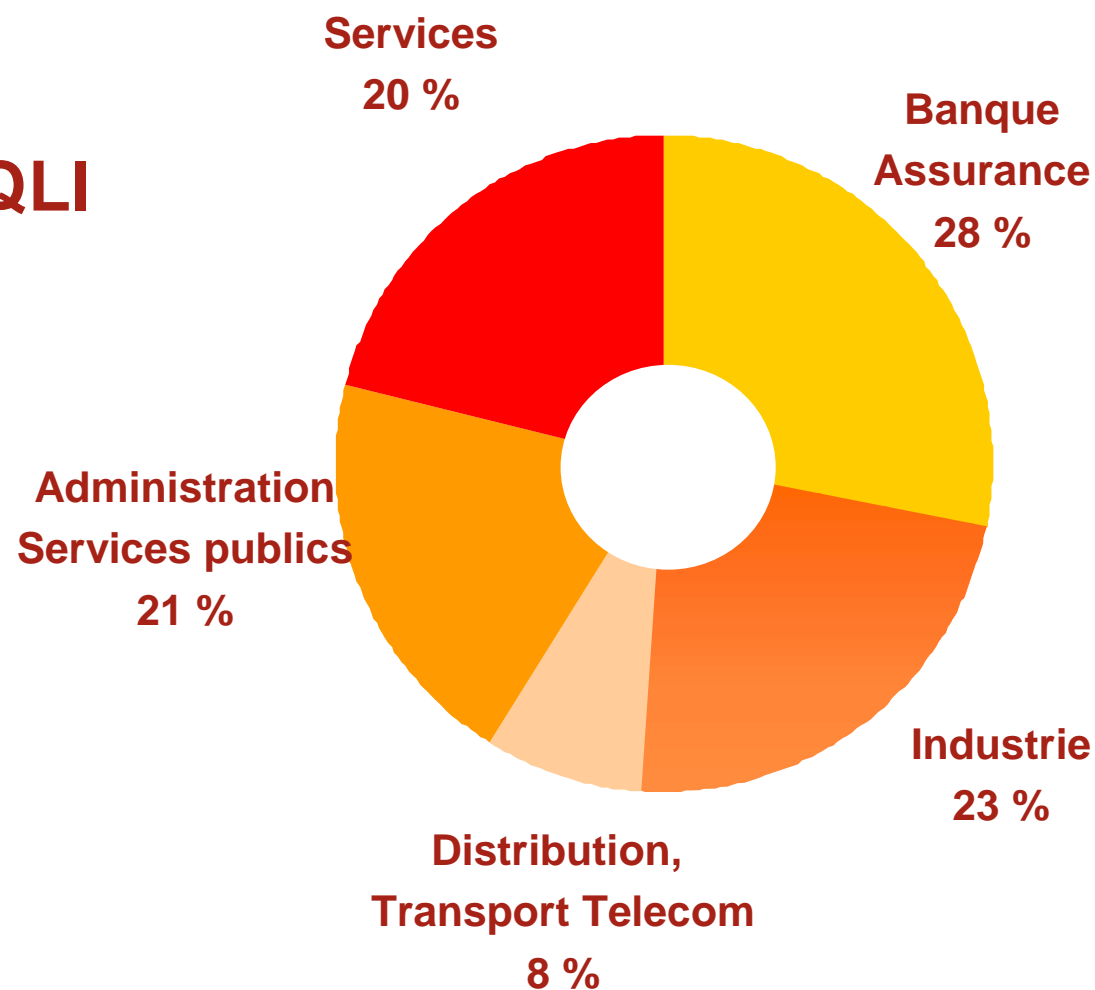
Nos clients

Chiffres clés :

- 900 clients actifs sur tous les secteurs
- 90% de clients fidèles

Les 10 premiers clients de SQLI

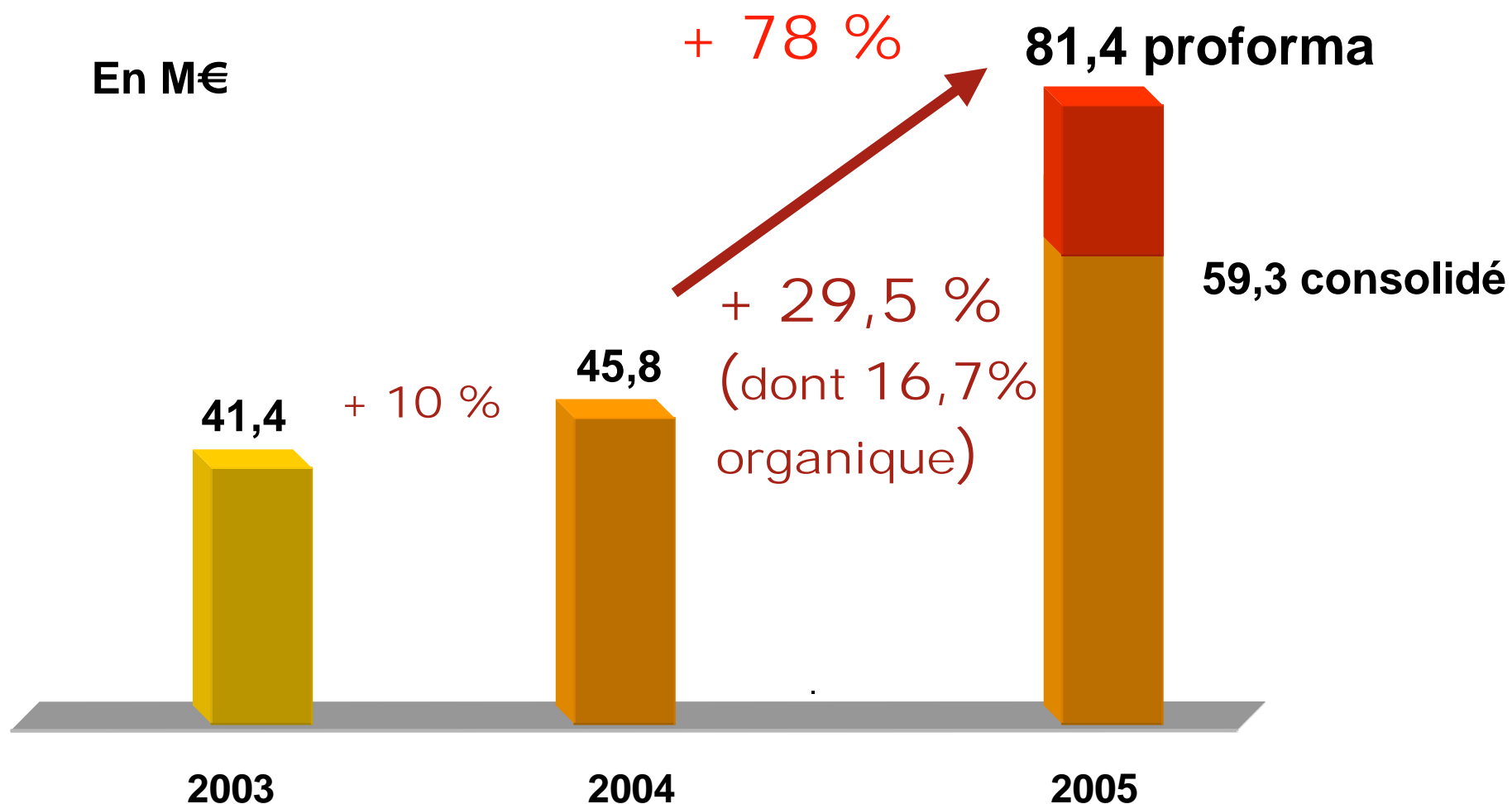
Airbus	6%
Sanofi-Aventis	5%
Crédit Agricole	3%
BNP Paribas	3%
Société Générale	3%
Renault	3%
La Poste	3%
Etat de Vaud	2%
Philipp Morris	2%
Caisse d'Epargne	2%



Sommaire

- **Présentation du Groupe SQLI**
- **Faits marquants et résultats 2005**
- **Stratégie et plan de développement 2005-2008**

2005 : Un véritable changement de dimension



Une année 2005 très rich

- **16,7% de croissance organique en 2005 : succès de notre stratégie**
 - **Performance nettement supérieure à celle du marché (entre 6 et 8% selon le Syntec)**
 - **Développement de nos référencements existants et ouverture de nouveaux comptes**
 - **Des actions marketing et de partenariats qui portent ses fruits : SQLI de plus en plus visible et consulté sur les appels d'offre**

- **Plus de 28M€ de chiffre d'affaires acquis par croissance externes ciblées**



Des intégrations rapides, porteuses de synergie

- **LN Multimédia (CA 2005 : 1,2M€) : renforcement de nos positions dans l'Ouest de la France et au Maroc**
 - Succès de l'intégration dans l'agence Ouest et au Maroc
 - Un management motivé, des performances supérieures aux attentes
 - Des solutions vendues dans tout le groupe

- **Aston (CA 2005 : 20M€) : fortes synergies technologiques, métiers et commerciales sur l'ensemble de la chaîne e-business**
 - Déménagement de l'ensemble des effectifs à Saint Denis, Lyon et Toulouse
 - Revente de l'activité formation en perte (CA : 1M€)
 - Des économies d'échelle de 1,5M€ en 2006

- **Sysdeo (CA 2005 : 7M€) : acquisition d'une forte compétence sur les prestations à très forte valeur ajoutée (conseil, formation)**
 - Intégration des équipes en cours : déménagement prévu fin avril
 - Intégration de l'offre au niveau des commerciaux groupe
 - Economies d'échelle de 0,3M€ en 2006

Résultats 2005

En K€IFRS	2004	2005	Variation	2005 proforma
Chiffre d'affaires	45 776	59 344	+29,6%	81 422
Résultat opérationnel courant	1 782	2 153	+20,8%	1 473
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<i>3,9%</i>	<i>3,6%</i>		<i>1,8%</i>
Autres produits et charges non ordinaires	45	(688)		(621)
Coût de l'endettement financier net	(27)	(48)		(156)
Impôts sur les résultats	(166)	1 146		1 144
Résultat net part de groupe	1 600	2 501	+56,3%	1 786
<i>Marge nette</i>	<i>3,5%</i>	<i>4,2%</i>		<i>2,2%</i>

- Impact des investissements en prévision de la croissance future
- Coût de restructurations compensé par l'activation d'impôts différés compte tenu des perspectives bénéficiaires 2006

2005 : Une MOC de 3,6% intégrant le investissements de croissance

➤ Investissements dans les agences

- **Agrandissement des locaux** à Paris, Lyon, Toulouse, Montpellier, Dijon et Casablanca: capacité d'accueil renforcée pour faire face à la croissance
- **Déploiement CMM-I de niveau 3 : effort important sur la formation et la certification.**
Un effort moindre pour atteindre les niveaux 4 et 5
- **Renforcement du management nécessaire dans certaines agences**
A partir de certains seuils d'effectif création de postes de middle management, et de responsable commerciaux locaux

➤ Renforcement des fonctions transverses

- **Renforcement des équipes marketing, communication**
- **Création d'une direction commerciale transverse**
Référencements nationaux et développement les partenariats (IBM, Microsoft, Borland...)
- **Equipe CMM-I**
Renforcement indispensable en 2005 pour la production des outils, le déploiement sur les agences et la certification

➤ Aucun investissement supplémentaire nécessaire en 2006

2005 : Une force de frappe financière renforcée

ACTIF (M€)	12/04	12/05	PASSIF (M€)	12/04	12/05
Goodwill	0,1	15,0	Capitaux Propres	6,8	23,5
Autres immobilisations	1,3	2,9	Impôt différé Passif	-	0,2
Impôt différé Actif	0,3	0,8	Autres Passif long terme	0,3	0,9
Actif court terme	14,7	34,7	Passif court terme	16,1	33,1
Trésorerie et équivalent	7,4	10,6	Dettes Financières long terme et court terme	0,6	6,3
TOTAL ACTIF	23,1	64,0	TOTAL PASSIF	23,1	64,0

➤ **Impact positif de l'augmentation de capital de 9,1M€ au S2 2005 :**

- **Une trésorerie disponible de 10,6M€**
- **Capitaux propres multipliés par 3,5**

Tableau de financement

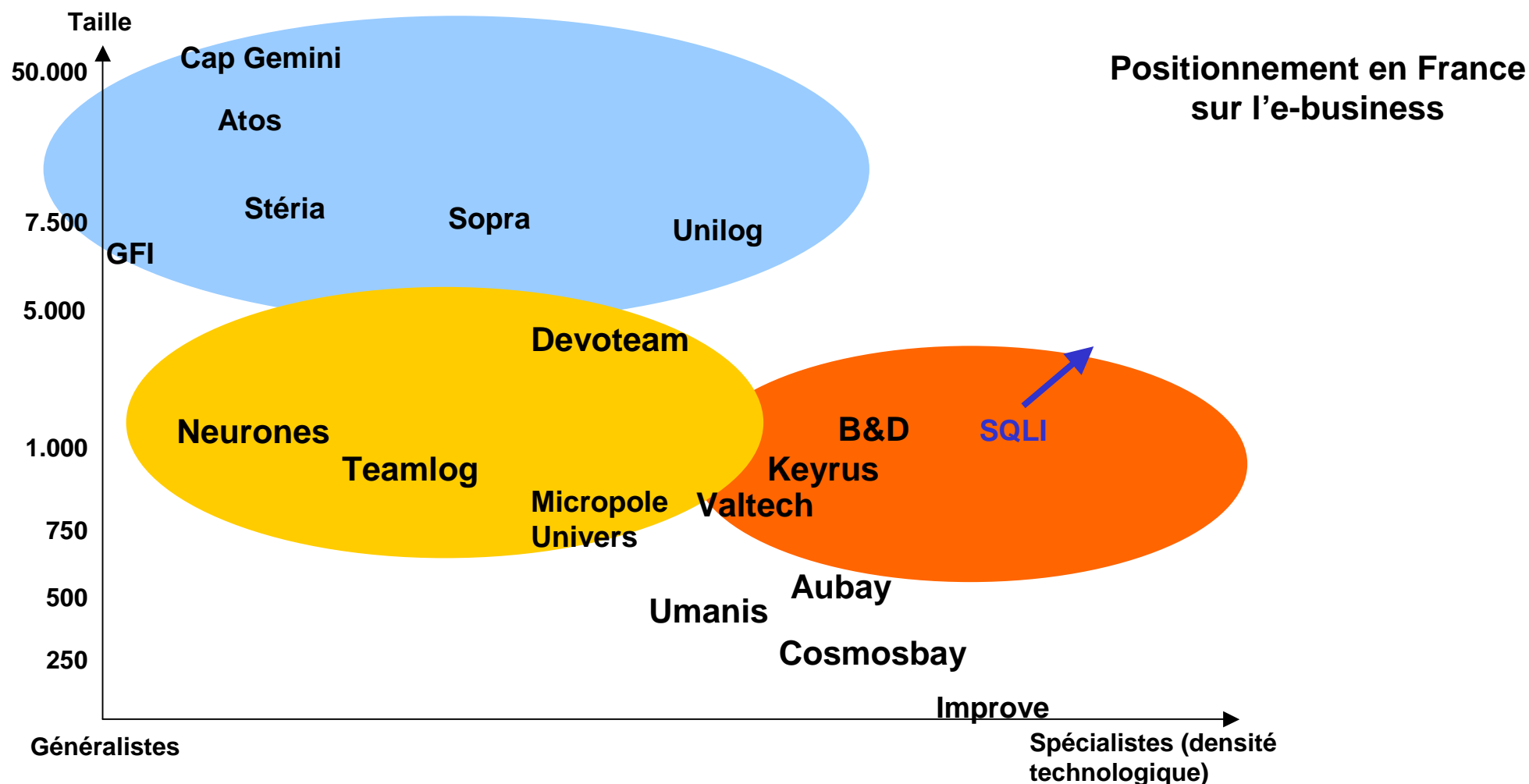
(en K€)	31/12/05
Capacité d'Autofinancement	2,5
Variation de BFR	(6,7)
Investissements	(12,0)
Augmentation de capital	14,3
Emprunt net	4,5
Divers Financement	(0,1)
Variation de la trésorerie	2,5

- **BFR : arrêt total de l'affacturage (3,8M€ en 2004) et croissance**
- **Financement des croissances externes en cash et en titres**

Sommaire

- Présentation du Groupe SQLI
- Faits marquants et résultats 2005
- **Stratégie et plan de développement 2005-2008**

Un positionnement de pure player sur un marché porteur



Positionnement des SSII sur le marché des projets en technologie Internet (source PAC)

Généralistes	
Capgemini	135
Unilog/LogicaCMG	105
Atos Origin	95
IBM GS/BCS	75
Sopra Group	60
Accenture	60
Altran	55
Alten	40
Devoteam	40
Open/Teamlog	35
CSC	35
Steria	35
Bull	30
EDS	30
Thales Services	30
GFI Informatique	25

Dans le Top 5
toutes SSII
confondues

**N°1 en régions
(hors Ile de France)**

Pure players	
SQLI	73
Micropole Univers	30
Net 2S	25
Valtech	20
Business & Decision	20
Business Interactif	15
Cosmobay	15

**SQLI, N°1 des
"pure players"
sur ce marché
(2 fois la taille
du n°2)**

Une organisation adaptée à plus 1 200 personnes

➤ La puissance d'une grande entreprise

- Force de frappe commerciale (Paris, Régions, Suisse)
- Organisation claire en business unit favorisant la responsabilisation
- APP, le SI de pilotage alliant décentralisation (autonomie) et centralisation (contrôle)
- Processus transverses de mutualisation (CMMI, Marketing, Partenaires, Direction commerciale...)

associée à

➤ La réactivité et la souplesse d'une petite entreprise

- Découpé en équipes à taille humaine
- Management de proximité et recherche de l'excellence dans la gestion des RHs (People CMM)
- Proximité géographique facilitant la réactivité auprès de nos clients

Plan de développement 2005-200

- **Croissance organique dynamique supérieure au marché soutenue par :**
 - Une position de leader «pure player» sur les technologies e-business (marché porteur)
 - Un maillage géographique complet avec des positions locales fortes
 - La commercialisation des solutions (santé, accessibilité, ideoproject...)
 - La montée en en puissance de l'offshore : signature récente d'un très gros contrat avec un grand compte Suisse
 - Le bénéfice des synergies métiers et commerciales liés aux acquisitions

- **SQLI bien placée pour fédérer des sociétés spécialisées**
 - Des cibles en négociation : Recherche de sociétés à densité technologique élevée
 - Complémentarité métier, business ou géographique
 - Privilégier les opérations relatives
 - Une structure financière suffisante pour acheter 15-20 M€ de chiffre d'affaires

Plan de développement 2005-200

➤ Un fort effet de levier sur la rentabilité attendu en 2006 : 6% MOC visée

	2005 proforma	Cession aston Education	Economies d'échelle Aston 2006	Economies d'échelle Sysdeo 2006	Total	Effet de levier croissance	Total
CA	81,4	(1,2)	-	-	80,2	> +10%	> 88,2
ROC	1,5	0,3	1,5	0,3	3,6		
MOC	1,8%	-	-	-	4,5%	+1,5 pt	6,0%

➤ Tendre progressivement vers 10% en 2008

- Amélioration des marges agences : 3 points de marge à gagner en trois ans
Référencements grands comptes, cross selling avec les acquisitions, CMM-I, Solutions, Offshore, effet de levier sur les coûts fixes agence...
- Meilleur amortissement des frais de sièges (de 10% en 2004 à 5% en 2008)

Rappel du plan de développement 2006-2008 élaboré en 2005

➤ Un plan de marche parfaitement respecté

	CA (M€)	MOC (%)
2006	90	6%
2007	120	8%
2008	150	10%



Questions / Réponses