

## **Exposé Sommaire de la situation du groupe SQLI**

### **1) Exercice 2010**

Après un exercice 2009 marqué par une crise profonde, le marché du service informatique a renoué avec la croissance en 2010 selon le Syntec (+ 1% en 2010 contre -4% en 2009). SQLI affiche une croissance du chiffre d'affaires consolidé de 10% (+8,4% en données consolidées à périmètre comparable).

Une amélioration des principaux indicateurs du groupe concoure à cette croissance du chiffre d'affaires : hausse du taux d'emploi (80% contre 78% en 2009) hausse du taux journalier moyen (494 € contre 467 € en 2009). La reprise de l'activité sur le secteur a également conduit à une sensible augmentation du turnover en 2010 (22 % en 2010 contre 18 % en 2009).

La rentabilité opérationnelle du groupe SQLI s'est améliorée notablement en 2010 par rapport à 2009 (résultat opérationnel Courant de 2,6 M€ en 2010 contre une perte opérationnelle courante de 1,6 M€ en 2009). La situation financière du groupe SQLI reste solide avec un endettement net de 1,1 M€ (gearing de 2 %), une capacité d'affacturage intacte (ligne disponible de 21,9 M€ au 31 décembre 2010 mobilisable à hauteur de 90 %) et une capacité de financement bancaire de 3,5 M€ (découverts).

Depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2010, la Direction Générale de la Société a été confiée à Julien Mériaudeau.

### **2) Evolution du périmètre**

En 2010, la société a procédé à la fermeture de ses agences de Strasbourg et Lorient, à la cession de sa filiale LNET Multimédia basée à Poitiers, au regroupement des sites de Casablanca et de Rabat de la filiale SQLI Maroc et a entamé l'arrêt de l'activité de la filiale ALCYONIX Inc au Canada.

Début 2011, la société a cédé le fonds de commerce de son agence Méditerranée regroupant les sites d'Aix-en-Provence et Montpellier. SQLI a acquis la société Wax ! Interactive le 1<sup>er</sup> mars 2011. Cette acquisition permet également de renforcer l'offre de SQLI au sein de l'axe Ubimédia et va constituer un pilote pour développer ses activités hors SAP en Belgique.

### **3) Perspective, Stratégie et Vision d'entreprise**

En 5 ans, SQLI a intégré 14 acquisitions qui lui ont permis de renforcer sa position de leader français dans l'e-business et de développer des Solutions Métiers (Santé, MCO,...) à forte valeur ajoutée. Les exercices 2009 et 2010 ont été consacrés à la transformation en profondeur du groupe pour permettre d'exploiter au mieux ces potentiels et savoir-faire. Ces transformations ont d'autant plus pesé sur la rentabilité opérationnelle qu'elles ont été mises en œuvre en période de crise économique sévère.

La rentabilité opérationnelle courante s'est redressée en 2010, le groupe commence à recueillir les fruits de ses investissements. Julien Mériaudeau a indiqué qu'il entendait poursuivre sa stratégie visant à accroître significativement la valeur ajoutée des offres du groupe.

La réalisation de l'émission d'Obsaar le 20 avril 2011 va donner au groupe les moyens de poursuivre son plan de développement. Le groupe ne communique pas d'objectifs chiffrés pour les exercices à venir, mais table toutefois sur une amélioration progressive de ses principaux indicateurs financiers.

- **Stratégie de développement**

La stratégie de développement de la valeur ajoutée mise en œuvre par la nouvelle Direction Générale s'articule autour des axes suivants :

- Rationalisation des moyens de production : les agences ou filiales ne pouvant atteindre la taille critique ou dont l'activité ne répond pas aux objectifs d'accroissement de la valeur ajoutée sont fermées, cédées ou restructurées. Une remise à niveau des structures managériales et des coûts « siège » a également été mise en œuvre en 2010.
  - En 2010 la société a ainsi procédé à la fermeture de ses agences de Strasbourg et Lorient, la cession de sa filiale Lnet Multimédia à Poitiers, l'arrêt de l'activité de la filiale Alcyonix inc au Canada, et au regroupement des sites de Casablanca et de Rabat de la filiale SQLI Maroc.
  - Fin février 2011, la société a cédé le fonds de commerce de son agence Méditerranée.
- Renforcement de la valeur ajoutée des offres : un plan de développement détaillé a été élaboré par la nouvelle Direction Générale pour chaque foyer de valeur ajoutée. Le groupe bascule définitivement dans une organisation matricielle organisée par lignes de business transverses et agences géographiques. Les axes stratégiques majeurs sur lesquels la société compte renforcer la valeur ajoutée de ses offres sont : Progiciels et solutions Métiers, Conseil et Gestion de changement, Solutions et Ubimédia. En mars 2011, SQLI a acquis la société Wax ! Interactive qui vient renforcer ses offres au sein de l'axe Ubimédia et qui va constituer son pilote pour développer ses activités hors SAP en Belgique.
- Emission d'une OBSAAR de 17 M€ le 20 avril 2011 (visa AMF n°11-085 du 25 mars 2011) destinée à :
  - renforcer les marges de manœuvres financières du groupe (allongement de la maturité de la dette) et lui donner les moyens de réaliser des acquisitions ciblées,
  - Fédérer les actionnaires, les partenaires financiers et les managers autour du plan stratégique.

- **2011 : l'An 1 de la reconquête**

L'exercice 2011 doit pleinement s'inscrire dans le cadre du plan stratégique à moyen terme. La poursuite d'une forte dynamique commerciale associée à une politique plus offensive en termes de recrutement (plus de 400 nouvelles embauches prévues sur l'année), doivent permettre de maintenir un rythme de croissance supérieur au marché.

En parallèle, grâce aux mesures énergiques de rationalisation et à l'amélioration continue des indicateurs de gestion, SQLI confirme son ambition d'améliorer progressivement sa marge opérationnelle courante.