



Après plusieurs exercices difficiles, la restructuration du portefeuille de produits de l'éditeur de contenus interactifs porte ses fruits. La croissance est forte et la rentabilité de retour. La performance affichée depuis le début de l'année permet à la société de relever ses objectifs.

Un nouveau départ

STEPHANE FAUGERAS

DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ DE NEWTECH INTERACTIVE

CHART'S : Quel est votre domaine d'activité ?

Stéphane Faugeras : Le groupe Newtech Interactive édite des contenus à forte valeur ajoutée sur des supports multimédia tels que le mobile ou l'internet. Ces produits et services sont créés, développés et commercialisés en édition propre ou pour le compte de grands média. L'activité du groupe s'articule autour de l'édition de contenus multi-supports grand public (météorologie, jeux, astrologie, divertissements adultes etc.) et de l'offre de solutions technologiques (services vocaux interactifs ; reconnaissance vocale prestations d'hébergement de contenus ; mise en œuvre de solutions de paiement en ligne...).

CHART'S : Quel bilan faites-vous de l'exercice 2007 jusqu'à présent ?

S. F. : depuis 3 ans, nous avons restructuré tout notre portefeuille de produits et médias. Nous sommes complètement sortis de l'activité minitel et avons construit des offres SMS et web à forte valeur ajoutée. 2006 fut une année charnière pour Newtech. Elle a vu la fin de certains produits entraînant des dépréciations importantes de survaleurs et la construction de notre nouvelle offre. Depuis 2007 notre activité se comporte de très belle façon. Sur le total des neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires est ressorti en hausse de 30% à 16.5 millions d'euros. Comme anticipée, notre croissance s'est à nouveau accélérée au cours du troisième trimestre. Sur cette période, le chiffre

d'affaires est ressorti en hausse de 55% à 6.26 millions d'euros. La rentabilité a suivi cette hausse de l'activité puisque nous sommes revenus aux bénéfices au cours du premier semestre.

CHART'S : Les difficultés sont donc désormais derrière vous ?

S. F. : Nous avons des marges de progression sur la France, en termes de rentabilité et en termes de produits. Nous n'avons pas encore déployé toute notre offre SMS/web. C'est ce que nous sommes en train de faire. Mais nous observons en tout cas les premiers effets positifs du travail accompli à partir de 2006.

CHART'S : Comment évolue votre activité à l'international ?

S. F. : Au Mexique, l'activité a touché son point bas, et le retournement devrait se concrétiser par un rebond dès le début d'année 2008, avec le lancement de nouveaux produits. Parallèlement, nous démarrons une stratégie de prospection de nouveaux territoires, qui viendra participer à cette relance internationale.

CHART'S : Vous avez récemment annoncé le rachat des actifs de la société AlloKids. Quel est le caractère stratégique de cette opération ?

S. F. : Elle nous permet de renforcer notre pôle BtoB, en croissance de plus de 36% sur les 9 premiers mois de l'année 2007. Cette acquisition va nous permettre de poursuivre sur notre lancée. Le service AlloKids a été créé en 2003 et

s'adresse aux organisateurs de séjours de vacances pour enfants et adolescents. Ce serveur vocal interactif permet aux familles de se tenir informées du déroulement du séjour et à l'organisateur de se soustraire à la gestion des appels quotidiens des parents. Compte tenu de la saisonnalité des séjours, le déploiement de cette offre déjà effectif, produira ses premiers effets en 2008 avec un retour sur investissement prévu pour 2009. C'est par ailleurs une activité en parfaite complémentarité du pôle BtoB, à travers duquel nous développons depuis près de 10 ans notre savoir faire technologique et commercial dans la gestion d'appels entrants, et offrons aux entreprises des solutions performantes d'optimisation et de monétisation de leur accueil téléphonique.

CHART'S : Quels sont vos objectifs pour 2007 ?

S. F. : Pour l'ensemble de l'exercice 2007, nous nous appuyons sur ces très bons neuf premiers mois et sur la perspective de résultats positivement impactés au deuxième semestre, pour revoir à la hausse nos objectifs. L'objectif de chiffre d'affaires est ainsi porté à 22.5 millions d'euros (croissance organique supérieure à 30 %), avec un résultat net de 1 million d'euros au minimum.

Propos recueillis par Jean-Christophe Rolland



Le spécialiste des prestations d'ingénierie et de services informatiques, poursuit son développement à un rythme élevé. La solidité de sa situation financière lui permet de tirer son épingle du jeu dans un marché très atomisé et au sein duquel le recrutement est devenu un enjeu majeur.

“Notre croissance est supérieure à celle du marché”

THIERRY CONGARD

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE PROSERVIA

CHART'S : Pouvez-vous nous rappeler votre métier ?

Thierry Congard : J'ai fondé Proservia en 1994. Nous sommes spécialisés dans le domaine des infrastructures informatiques avec une offre complète qui va du conseil en architecture jusqu'à l'infogérance d'exploitation. Par ailleurs, nous développons en parallèle de fortes compétences en R&D externalisée dans le domaine du multimédia et de la télévision numérique illustrée notamment par le lancement de Wiztivi. Nous sommes présents régionalement au travers de 14 agences. Le groupe a réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 26.8 millions d'euros. Nous sommes cotés sur Alternext depuis le 31 juillet 2006.

CHART'S : Comment s'est déroulée votre activité au troisième trimestre 2007 ?

Th. C. : Nous avons poursuivi notre croissance sur un rythme élevé avec une hausse de 44% de notre chiffre d'affaires au troisième trimestre à 9.2 millions d'euros. La croissance à périmètre comparable est ressortie à 15.6% dans la lignée de celle de 15.7% réalisée au cours du premier semestre. Cette croissance vigoureuse a reposé sur une activité commerciale particulièrement dynamique avec

notamment de nombreux appels d'offre gagnés en infogérance auprès de grands comptes sur l'ensemble du territoire. Elle porte le chiffre d'affaires sur 9 mois à 26.4 millions d'euros, en hausse de 42% avec une croissance à périmètre comparable de 15.6% très largement supérieure à celle des marchés informatiques. Afin d'accompagner cette croissance et les récents succès commerciaux du groupe, nous avons accéléré fortement notre recrutement, avec désormais 124 embauches nettes réalisées à fin octobre, dépassant ainsi notre objectif initial de 100. L'effectif global du groupe était ainsi de 680 collaborateurs au 31 octobre 2007.

CHART'S : Cette hausse de l'activité s'accompagne-t-elle d'une croissance de la rentabilité ?

Th. C. : Sur le premier semestre 2007, le résultat d'exploitation s'est élevé à 1.9 million d'euros, en hausse de 14.7%. Avec une marge opérationnelle élevée de 11%, conforme à notre objectif d'une marge opérationnelle à 2 chiffres, nous continuons de figurer parmi les acteurs les plus rentables du marché des services informatiques. Dans notre activité, peu de confrères peuvent se targuer d'avoir réussi à croître en maintenant une marge opérationnelle à deux chiffres.

Nous sommes donc forcément heureux de cette situation. Cette performance est d'autant plus satisfaisante qu'elle a intégré sur le semestre des investissements de croissance. Ces dépenses se sont notamment matérialisées par l'accroissement ponctuel des effectifs d'encadrement. Le résultat net après survaleurs a progressé ainsi de 63% à 1.5 million d'euros au premier semestre, soit une marge nette de 8.6%, à comparer à 7.4% au premier semestre 2006.

CHART'S : Le recrutement est le grand enjeu actuel de votre secteur. Quelle est votre politique en la matière ?

T. C. : Dans un marché plus tendu, nous nous sommes structurés pour accélérer le développement de l'entreprise et permettre à court ou moyen terme, d'atteindre les objectifs que nous nous fixons, soit 1000 collaborateurs d'ici à trois à quatre ans. Tout cela doit se faire en respectant, bien entendu, ce qui fait le succès de Proservia, à savoir le maintien d'une culture d'entreprise, basée sur des valeurs simples que sont l'honnêteté, la transparence et la franchise. Nous investissons également toujours sur la formation qui est un axe majeur de notre stratégie dans ce domaine. Actuellement, nous organisons par

exemple une session de contrats première chance avec douze personnes que nous formons de A à Z à nos métiers. Ces actions portent leurs fruits avec un rythme de recrutement toujours élevé, supérieur à nos prévisions initiales. Notre secteur vit à l'heure de la course à la taille, afin de pouvoir être référencé chez les grands donneurs d'ordres. Quand nous pourrions nous targuer d'avoir à peu près 1,000 collaborateurs, cela permettra d'avoir encore plus de crédibilité et de pouvoir peut-être envisager une orientation au-delà de nos frontières.

CHART'S : Comment voyez vous l'évolution de la structure du marché en France ?

Th. C. : Pour le moment, le marché est encore très atomisé en France. Beaucoup d'entreprises de services de très petites tailles n'auront pas d'autre choix, dans les semaines et mois à venir, que de s'adosser à d'autres groupes, sinon elles disparaîtront. Nous avons la chance de pouvoir rencontrer beaucoup de dirigeants d'entreprises de structures de 30, 40, 50 personnes, qui cherchent à trouver une solution, soit pour pérenniser leur activité, ou tout simplement pour se réaliser et pour éviter d'avoir à se retrouver dans une situation difficile.

CHART'S : Quelles sont les activités qui ont enregistré les plus forts succès commerciaux ?

Th. C. : Les activités qui se développent fortement actuellement sont les pôles infogérance et téléservices, notamment auprès des grands comptes, mais aussi des grosses PME/PMI. Pour notre part, Nous nous appuyons sur notre centre de téléservices, basé à Niort, qui connaît un fort développement. Pendant que certains de nos confrères se positionnent sur des pays à bas coûts, comme les pays de l'Est, le Maroc ou l'Inde, nous avons donné la priorité à la province, dans une ville où le turn-over est moindre par rapport aux grandes villes. Niort est donc un choix stratégique par rapport à sa position géographique centrale et je suis attaché à préserver l'emploi en France.

Cela permet d'avoir également accès à tous les grands comptes dans le domaine de l'Assurance sur la région niortaise, tout en étant proche de la région parisienne. Nos clients ne calculent pas toujours tous les coûts cachés qu'il y a en faisant appel aux pays comme le Maroc, l'Inde ou les pays de l'Est. Ce sont notamment la différence de culture, les coûts liés aux déplacements, l'apprentissage des applications, des infrastructures... de la culture métier des clients. Etre en province nous permet aujourd'hui d'être très compétitif. Sur l'activité infogérance, nous sommes de plus en plus sollicités. Nous avons gagné certains dossiers, face à de très grandes SSII. Proservia est un challenger de qualité : nous avons des coûts relativement compétitifs par rapport à nos confrères, notamment grâce à notre politique de mutualisation totale des charges de structure.

CHART'S : Votre structure financière apparaît comme très solide. De nouvelles opérations de croissance externe peuvent-elles avoir lieu, à l'avenir ?

Th. C. : Oui, d'abord parce que la structure financière le permet avec une trésorerie disponible positive de 4.5 millions d'euros. Nous voulons faire des opérations de croissance externe ciblées, créatrice de valeur aussi bien sur le plan industriel qu'économique, avec notamment la capacité pour la société acquise de rejoindre rapidement les ratios historiques de l'entreprise. Par ailleurs, je rappelle une nouvelle fois que le principal challenge des sociétés de services, c'est d'abord le recrutement. La croissance externe répond également à cette réalité en nous faisant gagner du temps. Nous sommes actuellement en négociation sur deux dossiers de petite taille qui sont à l'étude.

CHART'S : Vous avez annoncé le lancement de la solution WizTiVi. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Th. C. : Nous sommes leader dans le

domaine du multimédia et de la TV numérique en France, et nous avons annoncé le développement d'une technologie très innovante qui rapproche les Fournisseurs d'Accès Internet (FAI) et les fournisseurs de contenu Web. Cette solution novatrice permet de créer et de diffuser des contenus interactifs sur la télévision. Nous répondons ainsi parfaitement aux évolutions technologiques et notamment au formidable essor de la TV 2.0. Chaque téléspectateur, muni d'une connexion Internet ADSL pour regarder la télévision, pourra surfer sur le Web au moyen de sa télécommande. Les "télénautes", visualiseront ainsi des vidéos ou des informations en provenance d'Internet, sur leur écran de TV. En renforçant l'interactivité entre diffuseurs et télénautes, des fonctionnalités et services inédits seront offerts aux utilisateurs ouvrant ainsi la voie à de nouvelles applications communicantes. C'est dans ce cadre que nous avons lancé la solution WizTiVi. Au travers de celle-ci, nous ambitionnons de devenir rapidement un acteur majeur sur ce marché naissant en couplant des offres technologiques et des offres de services interactifs. En intéressant aussi bien les utilisateurs finaux, les FAI que les fournisseurs de contenus (web et télévision), nous nous ouvrons à un marché au potentiel de croissance important pour les prochaines années. Nous avons déjà annoncé la signature d'un accord de partenariat avec Dailymotion, le premier site mondial indépendant de partage de vidéos. Dans le cadre de cet accord, l'équipe de WizTiVi adapte l'ergonomie et la navigation du site Web www.dailymotion.com à la télévision et à l'usage de la télécommande et développe le "TV Site" Dailymotion. Par ailleurs, afin d'accélérer le développement de cette technologie, nous avons créé une filiale, WizTiVi, détenue majoritairement à 50.01%, en charge de la commercialisation de cette nouvelle offre.

Propos recueillis par Jean-Christophe Rolland