

Groupe O2I Résultat 2010

Résultats 2010 : Consolidation de la croissance avec des résultats, notamment pour le 2^{ème} semestre 2010, qui marquent les premiers signes d'un redressement.

Après un résultat négatif en 2009, un « quasi » équilibre est atteint pour le Pôle Ingénierie tandis que le Pôle Formation se redresse dans un contexte de réorganisation du secteur à l'échelle nationale.

Le Groupe O2i, leader en France de l'ingénierie pour la production graphique numérique et de la formation informatique et multimédia, annonce un chiffre d'affaires consolidé de 49,75 M€, quasi égal à celui de l'exercice précédent, pour un résultat net de -1 016 K€.

Ces résultats se répartissent de la manière suivante :

- Pôle ingénierie : chiffres d'affaires de 32,29 M€ pour un résultat net de - 56 K€
- Pôle formation : chiffres d'affaires de 17,46 M€ pour un résultat net de - 960 K€

I. Descriptif et analyse des résultats 2010

Compte de résultat

En K€

	1er Sem 2010	2ème Sem 2010	2010	2009
Chiffre d'affaires	24 898	24 856	49 754	49 824
Ingénierie	16 342	15 947	32 289	29 422
Formation	8 556	8 909	17 465	20 402
Marge Brute			23 261	24 373
Ingénierie			10 099	9 279
Formation			31,30%	31,50%
			13 162	15 094
			75,40%	74,00%
Résultat d'exploitation	-623	-251	-874	-1 739
Ingénierie	-4	-10	-14	-595
Formation	-619	-241	-860	-1 144
Résultat Net	-664	-352	-1 016	-1 965
Ingénierie	26	-82	-56	-751
Formation	-690	-270	-960	-1 214
Disponibilités			1 025	1 700

1. Le résultat 2010 s'explique principalement par :

- un Chiffre d'Affaires du Pôle Formation en baisse, qui se comprend par :
 - o la restructuration des Organismes Paritaires Collecteurs Agréés (par l'État) (OPCA) qui a figé un certain nombre de budgets Formation,
 - o le départ du responsable du pôle Multimédia,
 - o la finalisation de l'intégration pour les derniers centres de formation acquis,
- des cycles de ventes de plus en plus longs en Ingénierie, avec des reports de ventes en 2011 des négociations entamées fin 2010.

2. **En ce qui concerne les marges sur activité**, le taux de marge brute est resté quasi identique sur la partie Ingénierie, tandis qu'il augmente pour la partie Formation (75,4 % contre 74 % en 2009).

Cette remontée du taux de marge pour le Pôle Formation est le fait d'une part, de l'harmonisation et de l'évolution des modalités de commissionnement des commerciaux (tous commissionnés sur la marge brute au 1er janvier 2010) et d'autre part, de la centralisation des bases marketing clients prospects, permettant des actions ciblées pour mieux finir de remplir les sessions de formation inter entreprises.

3. Par ailleurs, **la trésorerie du Groupe** reste positive et confortable. De plus, malgré une année difficile, nous bénéficions d'une grande confiance de nos partenaires bancaires.

En outre, il convient de souligner que la société O2i (Pôle Ingénierie) porte sur sa structure l'ensemble des frais financiers du Pôle Formation (M2i).

4. **Conclusion** : dans un contexte économique toujours difficile et complexe, le Groupe O2i a :

- finalisé la structuration et le développement de ses deux pôles activités en 2010,
- maintenu son chiffre d'affaires consolidé,
- pour le Pôle Ingénierie, renforcé son chiffre d'affaires et est parvenu au « quasi » équilibre des résultats,
- pour le Pôle Formation, renforcé son taux de marge et a réalisé un deuxième semestre 2010 en nette amélioration, tant en ce qui concerne le chiffre d'affaires (+ 4,13%) que son résultat net.

II. Descriptif et analyse de la stratégie déployée en 2010

Les résultats susvisés s'expliquent et valident l'organisation commerciale, avant-vente et technique initiée en 2009.

D'importants efforts ont été réalisés en 2010 afin :

1. d'adapter l'offre au contexte économique des clients

Les équipes du Groupe O2i ont largement complété l'ensemble des offres, en apportant dans le domaine de l'Ingénierie une offre de service et solutions informatiques de plus en plus complexe et adaptée aux besoins du client, tout en mettant en avant la vente d'abonnements.

De plus, l'agrément *Apple Premium Reseller* dont bénéficie la société O2i permet de consolider sa position de partenaire incontournable auprès des entreprises, pour les produits et solutions Apple.

En ce qui concerne l'activité de M2i, et tout en restant centré sur notre métier, il s'agit de couvrir dorénavant l'ensemble des domaines de la formation informatique et multimédia (de la formation sur les logiciels à celle des métiers informatiques ou d'assistance production). Cette stratégie mise en œuvre en 2010 a d'ores et déjà eu un impact sur les résultats du deuxième semestre 2010 en nette amélioration par rapport aux résultats de l'exercice précédent.

2. d'améliorer et centraliser l'organisation financière, comptable, administrative et sociale

L'ensemble des équipes financières, comptables, administratives et sociales des deux pôles ont été centralisées en septembre 2010 afin de réaliser des économies d'échelles (de l'ordre de 80 K€) et d'assurer une meilleure rentabilité et efficacité.

3. de recentrer sur l'exploitation, l'action des comités de direction des deux pôles

Une réelle autonomie de gestion et d'action a été donnée à chacun des pôles d'activité afin que chaque équipe puisse se concentrer sur ses objectifs commerciaux et son exploitation.

4. de renforcer la force de vente de formation

Virginie Mazza a rejoint au début du 2^{ème} semestre 2010 le Pôle Formation en tant que Directrice du Développement Gamme Multimédia. Son arrivée va permettre dès 2011 de diffuser l'offre multimédia sur un plan national et d'accroître ainsi le potentiel de Chiffre d'affaires.

La mission de Benjamin Teszner s'est quant à elle achevée au terme de l'exercice 2010 ; M2i disposant maintenant d'une entité structurée et rationalisée.

III. Stratégie et perspectives 2011

1. Le **Pôle Ingénierie** après un exercice 2010 en quasi équilibre, vise pour l'exercice 2011 un retour à la rentabilité.

La stratégie mise en œuvre repose sur :

- le passage d'une activité de vente de solutions, à une stratégie tournée vers l'abonnement,
- le développement des ventes de solutions et services liés à l'exploitation,
- le développement des ventes effectuées via notre site internet,
- le renforcement des points de vente O2i Store - agréés *Apple Premium Reseller*,
- l'accroissement des ventes à l'export qui ont été initiées en 2009. O2i a développé des actions commerciales dans les pays d'Afrique du Nord qui sur 2009 avaient permis de remporter un très important contrat (2,4 M€). 2010 n'a pas vu l'émission de nouvel appel d'offre. O2i devrait bénéficier en 2011 et 2012 de nouveaux appels d'offres.

De plus, O2i dispose d'un outil unique sur le marché : un centre technique de plus de 300 m2 en plein cœur du 8ème arrondissement de Paris (« héritage » des années Mitsubishi). Une gamme complète de services et de contrats vient d'être éditée et est proposée depuis février 2011 à nos clients. O2i compte sur cette nouvelle offre particulièrement innovante pour développer ses ventes de contrat et services pour 2011 et les années à venir.

2. Le **Pôle Formation**, s'est constitué par une politique d'acquisitions de 2006 à 2008 puis d'intégration en 2009 et 2010.

Aujourd'hui, le Groupe O2i, à travers ses 33 centres, possède un réseau au maillage national disposant d'une unité (i) de structure, (ii) de force commerciale et (iii) de base de données clientèles.

Ce réseau de formation à l'échelle nationale s'inscrit dans la réorganisation parallèle au niveau national et non plus local des OPCA, qui collectent les contributions financières des entreprises dans le cadre du financement de la formation professionnelle continue des salariés des entreprises de droit privé. En effet, les OPCA, dont le nombre dépassait la centaine en France, ne sont plus actuellement qu'une vingtaine. Cette réduction de leur nombre a entraîné une extension de leur périmètre les amenant à privilégier les réseaux de formation nationaux comme le notre, au détriment des réseaux locaux.

De plus, cette tendance à la centralisation se confirme au niveau des grands comptes qui concentrent désormais leurs budgets au niveau national et souhaitent donc contracter avec des partenaires nationaux.

Cette stratégie de constitution d'un réseau de formation informatique national s'avère d'ores et déjà validée par :

- des accords de partenariat renforcés avec les OPCA,
- les premiers appels d'offre de grands comptes, remportés pour des formations à réaliser en 2011 et 2012,
- un abaissement significatif du « point-mort » (de 19 M€ à 17,8 M€) en raison notamment de la réalisation d'économies d'échelles.

Par conséquent, le Groupe O2i affirmera sa position de leader national de la formation informatique, dans un contexte national qui lui est favorable.

Dès lors, l'augmentation du taux de marge brute réalisé en 2010, ainsi que l'amélioration des résultats au deuxième semestre 2010, combiné à une augmentation du chiffre du Pôle Formation attendue pour l'exercice 2011, permet au Groupe O2i d'appréhender positivement l'exercice 2011.

3. Le **Groupe O2i**, après la phase d'acquisition (2007-2008) puis d'intégration (2009-2010), vise pour les années 2011 et 2012, la mise en place d'une approche commerciale globale auprès des grands donneurs d'ordre, intégrant les offres spécifiques pour cette typologie de client, de ses pôles Ingénierie et Formation.

Le Groupe O2i dispose en effet d'une gamme d'offre unique sur le marché face à cette clientèle au potentiel commercial démultiplié.

Cette stratégie sera mise en place de manière effective dès le 1^{er} septembre 2011, par les Comités de Directions des Pôles Ingénierie et Formation.

Par ailleurs, l'arrivée de Benjamin Arragon le 1^{er} mars 2011, en tant que Directeur Administratif et Juridique du Groupe O2i, s'inscrit dans cette action au niveau du Groupe. Avocat de formation disposant d'une double compétence en gestion et en droit des affaires, Benjamin Arragon, a accompagné de 2005 à 2011, en tant qu'Avocat, le Groupe O2i pour l'ensemble de ses opérations d'introduction en bourse, d'acquisitions et de restructurations.

Benjamin Arragon prendra notamment en charge la communication financière du Groupe qui vise un rythme plus adapté à la nouvelle orientation du Groupe.

Un communiqué spécifique à l'activité commerciale du Groupe O2i sera publié fin mai 2011.

Le président fondateur et PDG du Groupe O2i déclare :

2009-2010 est une période de crise économique pendant laquelle nous avons du effectuer l'intégration de l'ensemble des sociétés acquises en 2007-2008 (14 opérations de croissance externes - 20 entités juridiques). Nous avons ainsi été amenés à rationaliser d'autant plus vite et de manière efficace ces acquisitions. Le coût en a été important et s'est traduit par des pertes d'exploitations significatives sur la période. Pour autant, nous avons poursuivi pendant cette période le fort développement de nos offres et la consolidation du chiffre d'affaires.

Pour 2011 et 2012, nous visons avant tout à renouer à la rentabilité. N'oublions pas à ce titre, que le Groupe O2i dégagait des résultats positifs en 2008.

Nous avons en effet, construit un groupe et une offre unique sur le marché qui intéresse de plus en plus les grandes et moyennes entreprises qui voient dans notre groupe un partenaire privilégié d'une part pour l'intégration de la composante Apple dans leur système d'information (nous sommes le 1^{er} partenaire d'Apple en France pour la clientèle professionnelle) et d'autre part par une offre axée sur l'utilisateur avec notamment la seule offre du marché de formation et d'accompagnement couvrant l'intégralité des outils informatiques et multimédia.