



DOSSIER DE PRESSE



prodware

l'informatique maîtrisée

Table des matières

1 ère Partie

Communiqués de presse

Intégrateur global de services.com	3
Un groupe en ordre de marche	3

2e Partie

Le marché, clé de voûte de la stratégie du groupe	4
Les leaders de l'édition entrent en jeu.	4
Les distributeurs pas toujours adaptés au contexte et aux nouveaux besoins.	4

3e Partie

Un contexte favorable au développement — Stratégie & perspectives	6
Croissance organique	6
Stratégie commerciale avec une forte présence en régions et à l'international.	8
Croissance externe	8
Acquisitions	9
Informations pratiques	10

INTEGRATEUR GLOBAL DE SERVICES.COM

Créé en 1989, le groupe PRODWARE est un acteur majeur de l'intégration de services informatiques.

Ceci s'inscrit dans un créneau particulier où le succès passe par le mariage très étroit entre la maîtrise des **techniques informatiques** et la **connaissance des métiers de la gestion**.

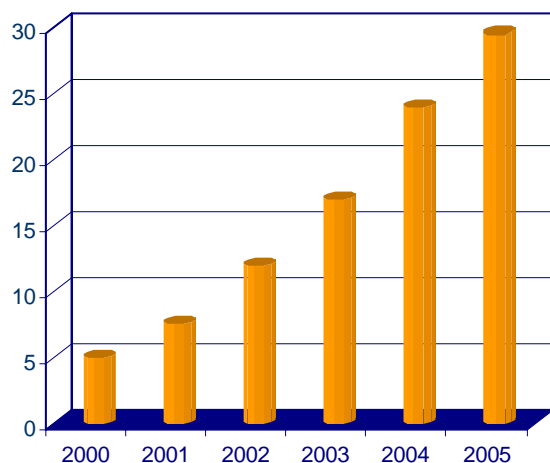
UN GROUPE EN ORDRE DE MARCHÉ

PRODWARE ambitionne de devenir l'acteur incontournable dans la fourniture de solutions informatiques globales auprès des PME et Grandes Entreprises*.

Et ceci, en maintenant et en développant sa position de leader dans :

- l'intégration de Solutions de Gestion
- Le Consulting et l'Ingénierie
- La Gestion des Infrastructures

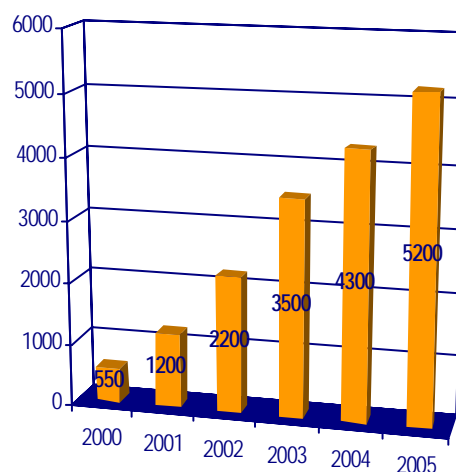
Evolution du CA en millions €



Ses dirigeants, issus de la gestion et de l'informatique, ont affirmé dès le début leur vocation d'accompagner dans la continuité les responsables d'entreprises en leur fournissant un service et un conseil de haut niveau.

Plus de 4000 sociétés font confiance à PRODWARE qui compte environ 5000 sites installés.

Clients actifs PRODWARE



Les prestations du groupe :

- Audit (analyse d'organisation, de gestion des flux, d'outils informatiques,...).
- Consulting (rédaction de cahier des charges, conduite du changement, définition de S.I. cible...)
- Intégration (installation, paramétrage, développement ...)
- Formation (centre de formation agréé)
- Assistance (assistance téléphonique et télémaintenance).

* Entreprises comptant de 5 à 2000 salariés.

LE MARCHE, CLE DE VOUTE DE LA STRATEGIE DU GROUPE (1)

Aujourd'hui le groupe PRODWARE est sur un marché en pleine mutation et à très fort potentiel. Après une forte croissance entre 1996 et 1998, croissance liée notamment à la mise en conformité des S.I. des entreprises au passage à l'an 2000 et à l'Euro, le marché mondial en 2003 est marqué par un tassement fort des nouveaux projets (- 13% selon la dernière étude IDC).

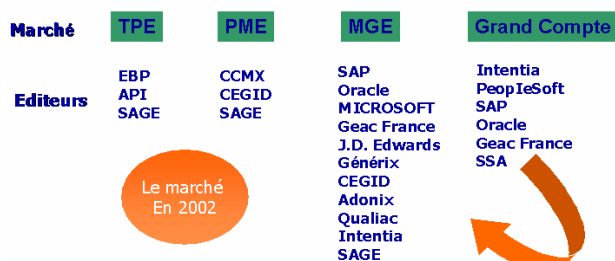
Les taux de croissance des marchés informatiques sont passés de plus de 30% à moins de 10% sur la plupart des segments. Pour soutenir leur croissance les éditeurs et constructeurs passent d'un marché Grand Compte saturé en terme d'équipement à celui du Mid-Market (MM).

Les leaders de l'édition entrent en jeu .

Repositionnement en terme de cible client.

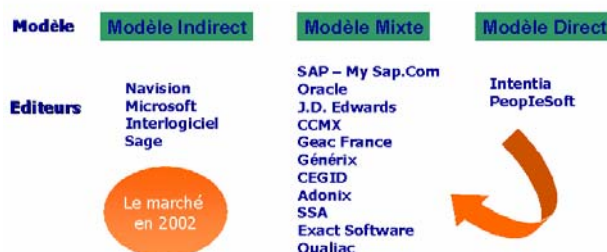
Avec l'acquisition de nouvelles offres (Micosoft rachète Navision, Sage rachète Interact, SAP le leader Israélien créer l'offre Business One).

La stratégie des éditeurs de gestion Répartition par marché cible



Repositionnement du modèle de distribution. Adoption du modèle indirect au détriment du direct afin de maintenir et développer les ventes dans un contexte économique plus difficile.

La stratégie des éditeurs de gestion Répartition par modèle de distribution



Les distributeurs pas toujours adaptés au contexte et aux nouveaux besoins.

Des distributeurs historiques PME en proie à :

- Des charges de structures lourdes héritées des recrutements effectués dans les périodes fastes de l'Euro et l'An 2000.
- Des décisions stratégiques d'investissement et d'alliance dans un marché très peu porteur, très concurrentiel et aux marges réduites.
- Des demandes de la part des clients et prospects sur les domaines de plus en plus vastes et peu en adéquation avec une activité souvent mono produit.

LE MARCHÉ, CLE DE VOUTE DE LA STRATEGIE DU GROUPE (2)

Les distributeurs et les intégrateurs historiques pas toujours adaptés au contexte et aux nouveaux besoins.

Des SSII nationales (cotées au SBF120) face à :

- Une grande méconnaissance des PME
- Des charges de structures trop lourdes et en totale inadéquation avec les budgets PME.
- Une approche du Mode Projet directement hérité du Grand Compte et inadaptée aux attentes de la PME (pas ou peu d'interlocuteurs informatiques et fonctionnels dédiés).

PRODWARE se trouve sur un marché où les éditeurs et les constructeurs investissent considérablement avec :

Un besoin de rentabilité forte et un maintien de la croissance indispensable pour les marchés financiers.

Peu de SSII ont donc le profil requis d'où, l'émergence d'un nouveau type d'intégrateurs favorable au développement de PRODWARE.



UN CONTEXTE FAVORABLE AU DEVELOPPEMENT

Le groupe PRODWARE continue son développement grâce à un juste équilibre entre croissance organique et croissance externe :

CROISSANCE ORGANIQUE

Placer le client au centre de la stratégie PRODWARE pour le fidéliser.

- Placer le client au centre de la stratégie PRODWARE lui donner pleine satisfaction et le fidéliser, d'où la création d'une Direction de la Relation Clients regroupant plus de 50 personnes.
- Développer une politique de services industrielle auprès des clients en leurs garantissant :
 - Un service de référence en termes technique, commercial et administratif avec le lancement de 3 formules inédites :
Les formules Confort, Sécurité et Sérénité
- Développer la promotion de cette politique de services PRODWARE auprès des utilisateurs Sage non abonnés ou bien mécontents de leur partenaire actuel.
- Une fourniture globale de toutes les composantes de leur S.I. (gestion et réseau, ingénierie, décisionnel, sécurité,...)
- Établir une stratégie produit avec un catalogue d'offres qui permet au groupe de jouer son rôle d'audit et de conseil, qui est son premier métier d'où le référencement des offres du marché les plus pertinentes.

- Développer une politique marketing et commerciale très forte en privilégiant le contact direct avec les décideurs des PME.
- Développer les métiers de l'ingénierie, du réseau et de la sécurité afin d'offrir un service global.
- Maintenir une présence forte du groupe en régions et à l'international afin d'accompagner le développement géographique de nos clients.
- S'appuyer sur des partenaires d'expérience pour offrir à nos clients des solutions fiables et pérennes.

Next Fund (NTF), société d'investissement spécialisée dans le capital risque de technologie est actionnaire du groupe PRODWARE. Philippe BOUAZIZ, Président de PRODWARE et Alain CONRARD Directeur général, souhaitent s'appuyer en termes de conseil et de stratégie sur des hommes rompus aux activités informatiques dans le monde industriel avec la volonté de vouloir partager et d'échanger sur la stratégie d'entreprise.

La participation de NTF va par ailleurs permettre à PRODWARE de poursuivre ses investissements et d'atteindre ses objectifs à court et moyens termes : être le partenaire incontesté des PME-PMI dans le cadre de fourniture d'une solution informatique.

STRATEGIE & PERSPECTIVES (1)

CROISSANCE EXTERNE

- Développer de manière très significative le nombre de clients PME par acquisitions.
- Construire des références solides en Mid Market.

Établir une stratégie produit avec un catalogue d'offres qui permet au groupe de jouer son rôle d'audit et de conseil, qui est son premier métier.

- Référencer les acteurs leaders qui apportent une réelle valeur ajoutée en terme d'offre.
 - Marché PME : Sage avec les lignes 30 et 100.
 - Marché MGE : Approche Intégrée.
 - Divalto d'Interlogiciel et GénériX, en fonction des approches métier verticales respectivement Négoce, Industrie et distribution, Retail.
 - MBSNavision, MBSAxapta et CS/3 pour les approches Multi légal, Multi fiscal ou le déploiement de projets aux enjeux complexes, quelque soit le secteur d'activité.

Approche Best of Breed

Ligne 1000 de Sage pour les besoins de comptabilité, immobilisations, trésorerie et diverses offres métiers pour des secteurs particuliers (Multi devis de Sage, Invoke de Toscane).

Toute cette approche étant complétée par une offre globale d'ingénierie autour des technologies Oracle, Sqlserver, BO, Arkoon et autres.

Développer une politique marketing et commerciale très active.

- Constitution d'une équipe de télé-acteurs de 15 personnes.
- Réalisation de campagnes Emailing et de fax mailing à raison de 8 000 envois par mois sur des cibles sélectionnées en terme de taille et de secteur d'activité.
- Création d'une division dont la mission est de développer la politique clients du groupe. A cet effet, création d'un poste de Directeur de la Relation Clients.
- Actuellement en cours, le développement d'un réseau de prescripteurs bancaires et d'experts comptables.

Développer les métiers de l'ingénierie, du réseau et de la sécurité.

Fournir une offre globale proposant toutes les composantes d'un Système Informatique (Réseaux, Sécurité, Ingénierie, Db,....)

STRATEGIE & PERSPECTIVES (2)

STRATEGIE COMMERCIALE AVEC UNE FORTE PRESENCE EN REGIONS ET A L'INTERNATIONAL.

Une grande majorité de la clientèle de PRODWARE est composée d'entreprises de moins de 1000 salariés. Or, 75% des entreprises de plus de 50 salariés – sources INSEE 2002— se situent en Province.

PRODWARE dispose sur Paris d'un leadership incontesté en terme d'intégration et de sécurité/réseau auprès de cette cible.

La volonté du groupe est de garder et de développer cette part de marché mais aussi et surtout, de porter ses efforts sur les zones géographiques porteuses et peu concurrencées.

Ouverture de Centres de profits en régions.

Le siège du groupe Prodware est à Paris et dispose de neuf agences en Province à Lyon, Lille, Nantes, Aix en Provence, Montpellier, Toulouse, Mulhouse, Nice ainsi qu'à Monaco.

PRODWARE a confié ses agences à des hommes expérimentés de la région qui se trouvent à la tête d'agences immédiatement opérationnelles.

Bien plus qu'une simple représentation commerciale, les agences mettent à la disposition des clients une structure professionnelle et performante, composée de toutes les forces commerciales, techniques et fonctionnelles pour les accompagner.

International et certification.

L'ouverture des agences s'accompagne aussi de la création de PRODWARE Internationale dédiée au développement de la société dans 15 pays francophones ciblés avec des prises de participation ou bien avec la signature d'accords techniques et commerciaux à travers le programme de certification PRODWARE intitulé CSP « Centre de Services PRODWARE ».

Le développement des activités de PRODWARE à l'international passe également par la filiale de Datasoft en Tunisie et par l'ouverture de PRODWARE Maghreb au Maroc . Tout deux leader sur leur marché ces deux entités vont permettre d'accentuer notre notoriété.

STRATEGIE & PERSPECTIVES (3)

CROISSANCE EXTERNE

Développer de manière très significative le nombre de clients PME.

Acquérir, de manière ciblée, des distributeurs possédant des parcs clients sur le marché PME et le Mid Market.

Après LGSF, SILLAGE, ATYS (leader des CCS PME Sage sur leur région) et PROGICORP en 2002(activité Microsoft et Divalto), PRODWARE a fait les acquisitions de TBSI, DATASOFT, INFO-SOFT(leader MBS), ADEQUAT et MSDI. Sans oublier l'acquisition de l'activité Sage de IVELEM, GFI, ADEO, Xlogic, Héradis (CCS Sage).

PRODWARE poursuit sa politique de croissance externe, notamment dans le cadre d'acquisitions en sociétés et fonds de commerce apportant des compétences et des clients dans les domaines d'activité du groupe : l'intégration de progiciels de gestion, l'ingénierie Progiciel, Internet et e-business ainsi que l'administration de Réseaux et Systèmes.

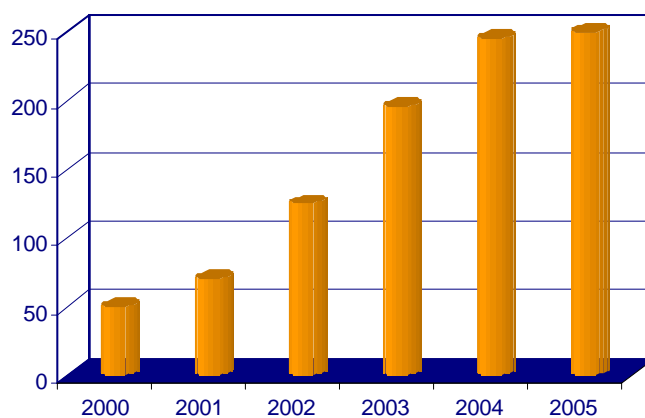
Par ailleurs, d'autres sociétés pourraient venir rejoindre le groupe même si les efforts sont principalement concentrés aujourd'hui sur le volet social, très cher aux dirigeants du groupe qui prônent l'épanouissement personnel au service de l'entreprise.

LE GROUPE PRODWARE

ACQUISITIONS

- CODIX en 1998
- AFFIP en 1998
- HDM en 1999
- LEO en 2000
- LGSF en 2001
- SILLAGE en 2002
- ATYS en 2002
- PROGICORP en 2002
- DATASOFT en 2003
- TBSI en 2003
- MSDI en 2003
- ADEQUAT en 2003
- INFOSOFT en 2003
- XLOGIC en 2004

Evolution des effectifs





45 quai de Seine
75019 PARIS

Téléphone : 01.55.26.11.26
Télécopie : 01.55.26.11.00
Messagerie : sviley@prodware.fr
www.prodware.fr