



prodware 

Innovation & Business Solutions

Résultats annuels 2019

LES INTERVENANTS



Stéphane CONRARD
Directeur Général Délégué

Eytan HATTEM
Chief Innovation
& Business Solutions Officer





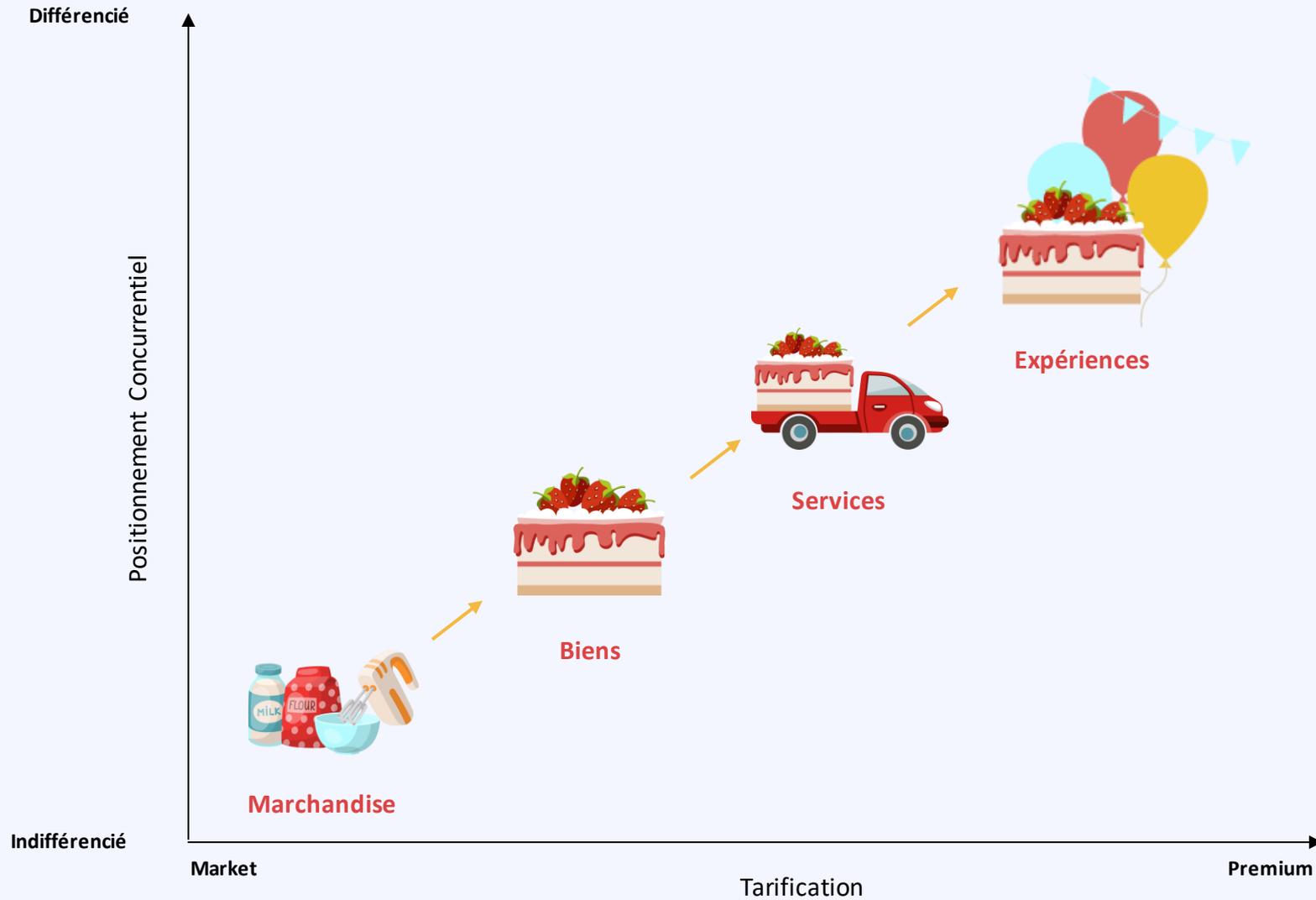
THE NEW
prodware 

**VIVRE DES
ÉPOQUES NON
LINÉAIRES**

A person in a red jacket is running on a path overlooking a city skyline at night. The city lights are reflected in the water, and a crescent moon is visible in the sky. The text "Vivre le changement est une nécessité pour survivre" is overlaid on the right side of the image.

Vivre le changement
est une nécessité
pour survivre

Progression de la valeur économique





Les clients émotionnellement
engagés sont ...

- 3x plus susceptibles de racheter
- Moins regardant sur le prix
- Moins enclin à faire du shopping ailleurs

Forrester Research 2018

STRATÉGIE CENTRÉE SUR LE CLIENT

Pourquoi c'est important?

Le client est roi et mouvant, il devient par conséquent primordial de faire évoluer votre façon de créer du lien avec lui pour continuer à séduire et fidéliser.

- ✓ Augmenter la valeur du cycle de vie du client
- ✓ Diminuer le turnover client
- ✓ Réduire la complexité et le prix pour délivrer
- ✓ Accroître la confiance et la crédibilité pour une plus forte notoriété



Une stratégie centrée sur le client permet dès le départ et tout au long de son parcours dans l'entreprise de créer une vraie expérience qui va permettre de le fidéliser et d'accroître votre niveau d'activité avec lui.

PRODWARE, L'INTERLOCUTEUR PRIVILÉGIÉ DES ETI DANS LEUR TRANSFORMATION DIGITALE

CONTEXTE

94% des ETI considèrent la transformation digitale comme un acteur clef de leur croissance et 80% d'entre elles se demandent comment la mener.

DEPUIS 30 ANS, LE CHANGEMENT EST DANS L'ADN DE PRODWARE

Avant : Prodware intégrateur de solutions

Aujourd'hui : Acteur majeur de l'innovation en mesure d'accompagner les ETI dans leur transformation avec comme élément démarquant : une capacité à offrir une proposition de valeur unique avec un accompagnement de bout en bout.

A person in a red jacket and black shorts is running on a path at sunset. In the background, a city skyline with illuminated buildings is visible across a body of water. The sky is a mix of orange, pink, and purple.

PRODWARE A ENTAME DEPUIS DEUX ANS SA PROPRE TRANSFORMATION DIGITALE

PASSAGE EN MODE SAAS

Mutation graduelle du modèle de ventes on-premise vers l'abonnement SaaS. (90% des nouveaux clients embarqués en SaaS)

LE PARTAGE D'UNE NOUVELLE CULTURE TOURNÉE VERS L'INNOVATION

Investissements dans les nouvelles technologies pour s'adapter aux nouveaux modes de travail (télétravail, outils collaboratifs...)

CONSTRUCTION D'UNE MARQUE EMPLOYEUR DYNAMIQUE

Recrutement de nouveaux talents, transformation des bureaux du siège, amélioration de l'expérience employé.

LA STRATEGIE DE PRODWARE POUR ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DIGITALE DES ETI

1ÈRE ÉTAPE



Analyse fine du marché et des attentes des partenaires technologiques

2ÈME ÉTAPE



CUSTOMER CENTRIC STRATEGY

L'expérience client doit être abordée tout au long de la chaîne de valeur

Proposer une solution au fur et à mesure que l'entreprise soit suffisamment mature pour l'intégrer

- Une expérience et pas seulement un produit.
- une solution métier et pas seulement un logiciel



UNE CAPACITÉ À OFFRIR AUX ETI UNE PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE AVEC UN ACCOMPAGNEMENT DE BOUT EN BOUT

MISSION DE CONSEIL

Comprendre la stratégie de l'entreprise et regarder comment les technologies vont impacter leur stratégie



EDITION

Définition des solutions technologiques les plus adaptées.



IMPLEMENTATION

Implémentation en fonction des best practices



MANAGED SERVICES

Propositions de solutions complémentaires innovantes pour un accompagnement sur-mesure de bout en bout.



UNE PROPOSITION DE VALEUR QUI S'ÉTEND DU CONSEIL AUX SERVICES MANAGÉS

Lancement de la vidéo

⋮

https://www.youtube.com/channel/UCe_F0sMm3kugtz9Vm4FFaCw

Notre méthode ? Imaginer des solutions innovantes
mais pragmatiques et adaptées à vos enjeux.

ACCÉLÉRER L'INNOVATION

prodware
innovation center

Incubateur 365X de startups



Leverager des start-ups
qui optimisent le potentiel commercial
des technologies de rupture

Offrir aux startups matures l'accès au
marché international



Big
Data



Artificial
intelligence



Augmented
Reality



Cyber
security



Machine
Learning



Business
intelligence

Production



Matics



DeviceTone[™]
Simplifying the Edge[™]



edgecase.ai

Marketing



LeadSpotting



U



CEMantica
CUSTOMER EXPERIENCE

Vente



Hexa
Disrupting visualization



dealhub

Service



howazit
Simply Communicate



MAKEREE[™]



RH



Eloops

Finance



Hedgewiz

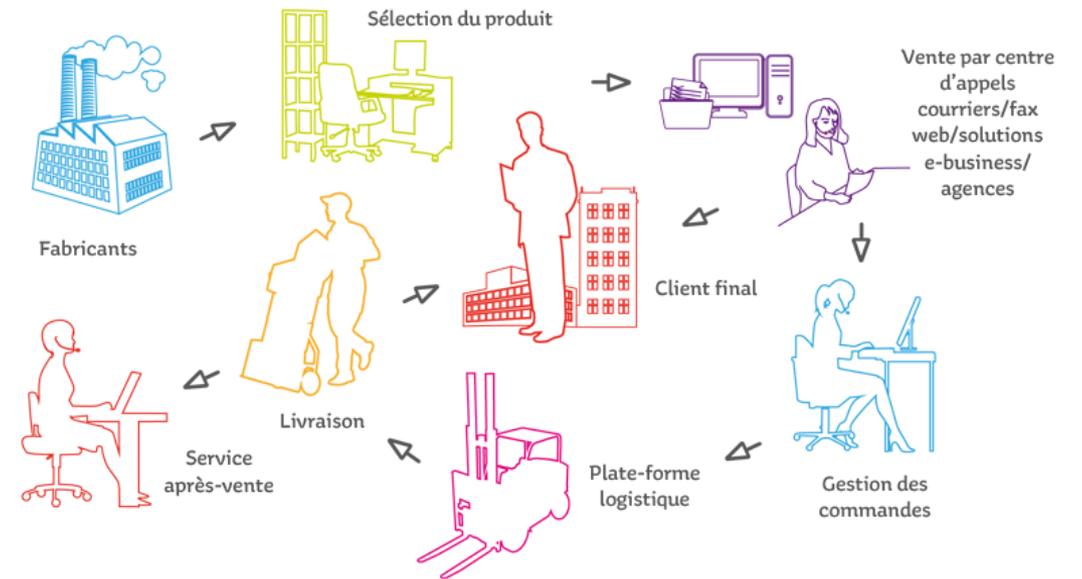
365 

d'autres solutions vont suivre...



Manutan (France)

Manutan est l'un des principaux distributeurs en Europe de fournitures de bureau pour les entreprises, les écoles, les entreprises et autres sur la base d'un catalogue de plus de 400 000 produits.



Défis commerciaux:

Forte concurrence d'Amazon sur le plan logistique et la variété des produits
 Pas assez de canaux de communication avec les clients
 La plupart des ventes sont des offres ponctuelles avec de petits clients qui reviennent

Services fournis par Prodware:

Conception de l'expérience client
 Atelier d'innovation
 Plan de communication et plan de formation (Change Management)
 Portée d'un projet CRM international agile

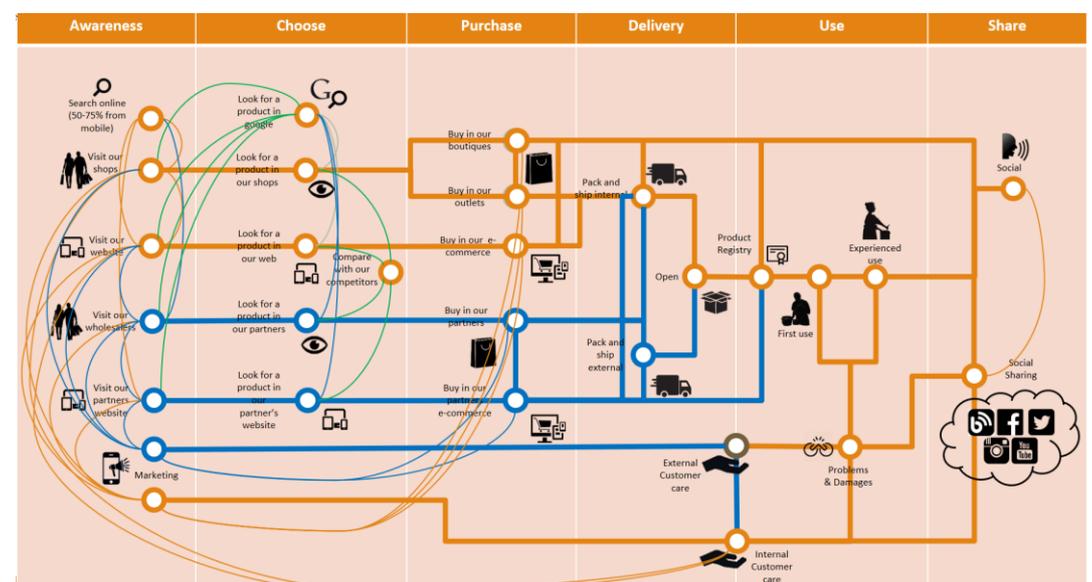
Résultat:

Vue client 360 rassemblant les données CRM et ERP.
 Consolidation de 17 systèmes ERP en un ERP centralisé fournissant un grand Datawarehouse sur lequel l'analyse peut être exécutée.
 Le flux de la livraison de la commande est exécuté en 48 heures à l'aide d'un moteur de règles métier qui achemine les informations à travers l'organisation.

EXPERIENCE CLIENT

Le Creuset (Espagne)

Le Creuset est un important fabricant d'ustensiles de cuisine de qualité supérieure créé en 1925 en France. Le Creuset fabrique des produits utilisés par les plus grands chefs et cuisiniers passionnés du monde entier.



Défis commerciaux:

Peu de visibilité sur les niveaux de satisfaction client

Aucun contrôle sur la façon dont les produits sont vendus dans les magasins de détail

Canaux d'interaction qui ne sont pas synchronisés entre eux

Services fournis par Prodware:

Définition d'une stratégie directe au consommateur

Ateliers de base sur l'expérience client

Portée d'un projet CRM international agile

Résultat:

Consolidation de tous les points de contact client en un seul parcours client avec une analyse constante des sentiments.

Modèle de données centralisé formant une vue 360 client

Intégration entre CRM, ERP et le site Web pour créer un flux de données entre les canaux d'interaction



MARKETING SEGMENTATION

Mercedes-Benz (Espagne)

Mercedes-Benz est une marque automobile mondiale axée sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, connues principalement pour les véhicules de luxe employant 175 000 employés dans le monde.



Mercedes-Benz



Défis commerciaux:

Description des campagnes de segmentation et de marketing

Identifier les processus récurrents qui interviennent dans les opérations quotidiennes

Définir les interactions entre CRM, applications d'appel et plateforme marketing via emailing et parcours client

Proposition de campagnes marketing spécifiques en fonction du cycle de vie client du client

Définir la vision du client dans la gestion de ses processus via CRM

Services fournis par Prodware:

Analyse, conception et schéma des processus «EN L'ÉTAT»

Description et conception «TO BE» des flux commerciaux personnalisés

Définition de campagnes basées sur des processus d'amélioration adaptés au client

Résultat:

Un rapport qui décrit le concept de la solution CRM, spécifie la stratégie de segmentation par campagne et les processus métier impliqués qui sont devenus la référence clé (le guide central) pour le travail de projet interne et externe chez Mercedes-Benz

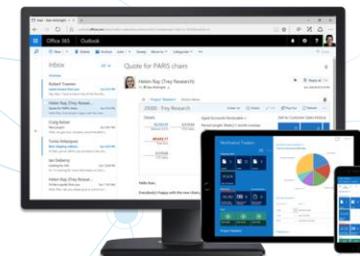


SMART CITY

- Créer un seul écosystème unifié.
- Renseigner tous les systèmes et services civiques, reliant des domaines de gouvernance tels que: les lumières, les poubelles, les conditions d'air, les parkings, etc. améliorant l'expérience urbaine de leurs citoyens grâce à une solution omnicanal intelligente.

Jérusalem (Israël)

La municipalité de Jérusalem est responsable de la gestion de la zone urbaine du Grand Jérusalem en fournissant tous les services civiques nécessaires à une population de 860 000 citoyens



Le système Smart City envoie des notifications sur tous les appareils



Ingénieur de chantier



Inspecteur

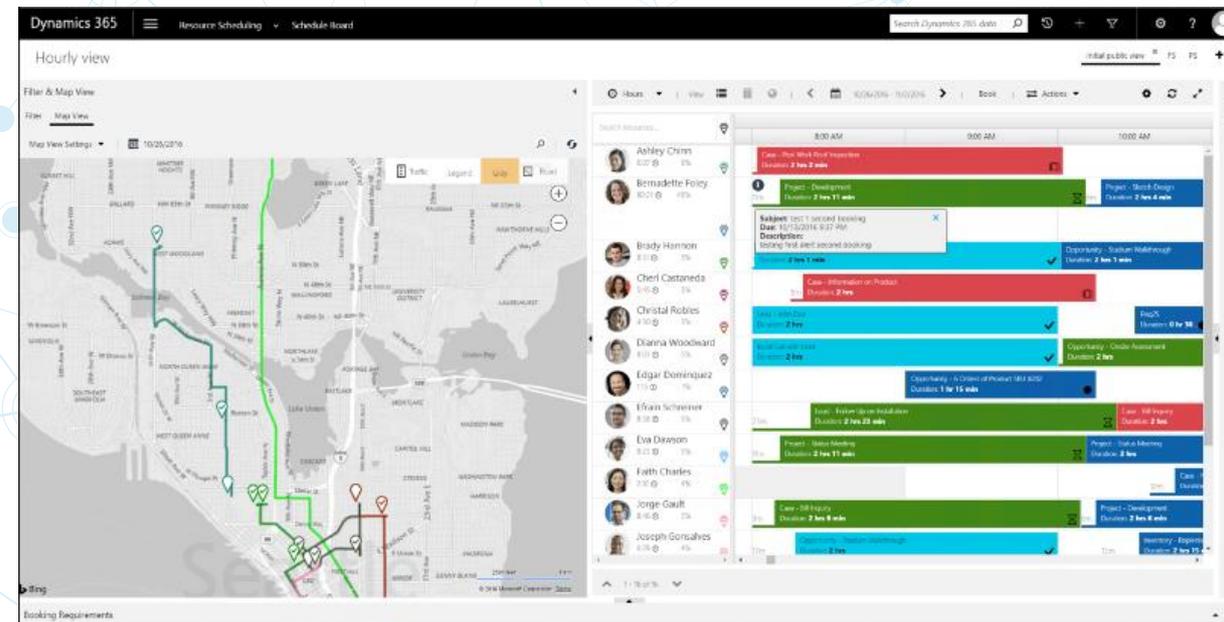


INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- Fournir des outils pour améliorer la productivité journalière des équipes
- Le module complémentaire d'optimisation de la planification des ressources, basé sur le service d'apprentissage automatique Azure, garantit que les meilleurs itinéraires sont planifiés pour les ressources et que toutes les réservations respectent leurs heures d'arrivée prévues

Schindler (Belgique)

Schindler est l'un des principaux fournisseurs mondiaux d'ascenseurs, d'escaliers mécaniques et de trottoirs roulants, ainsi que de services de maintenance et de modernisation. Le Groupe compte plus de 1 000 succursales dans plus de 100 pays.



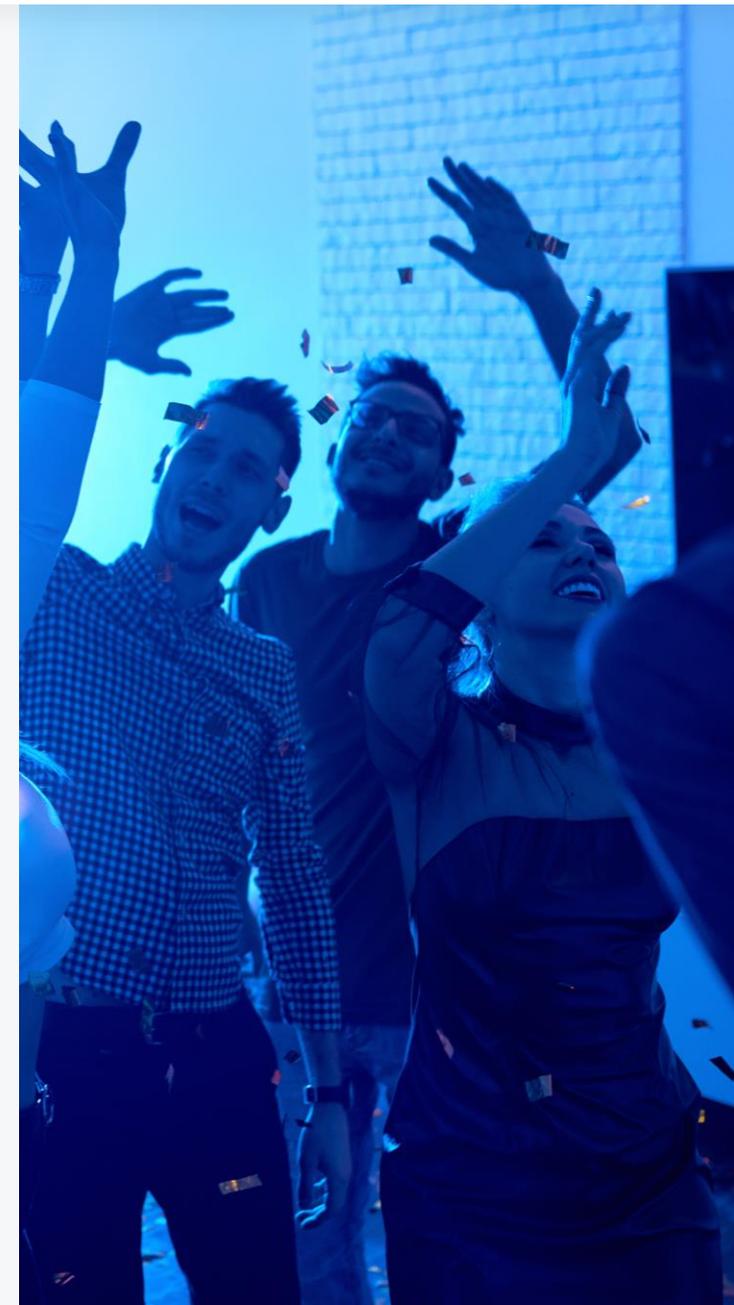
LE PROGRAMME

SPARK

Un programme déjà expérimenté en Israël
qui place les employés au cœur de l'innovation

Les solutions retenues sont packagées dans le catalogue
Prodware

Un programme ambitieux prochainement lancé en
Allemagne et en Espagne

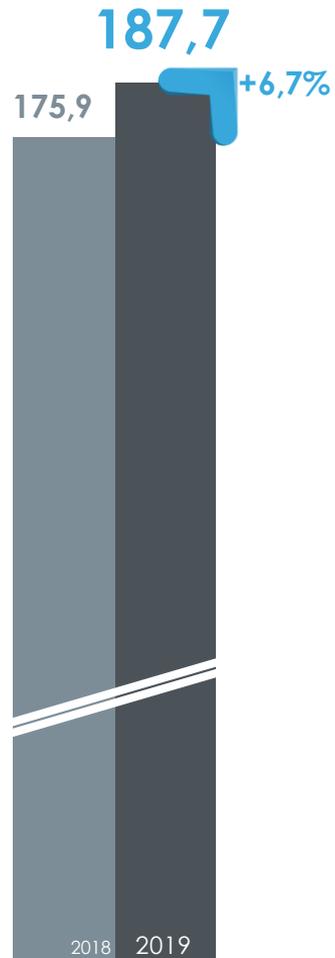


A satellite view of Earth at night, showing the curvature of the planet and numerous glowing city lights across the continents. A large, solid blue rectangle is centered on the image, containing the text 'RÉSULTATS ANNUELS 2019' in white, sans-serif font.

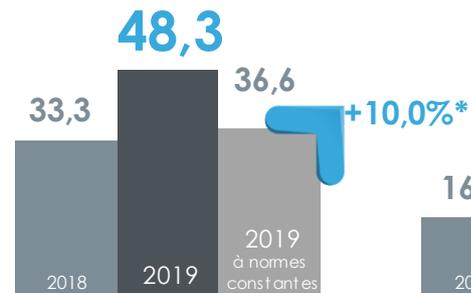
RÉSULTATS ANNUELS 2019

INDICATEURS CLES

- Croissance du chiffre d'affaires
- Amélioration de la rentabilité à normes constantes
- Progression du résultat net



CA



EBITDA



RÉSULTAT
OPÉRATIONNEL
COURANT



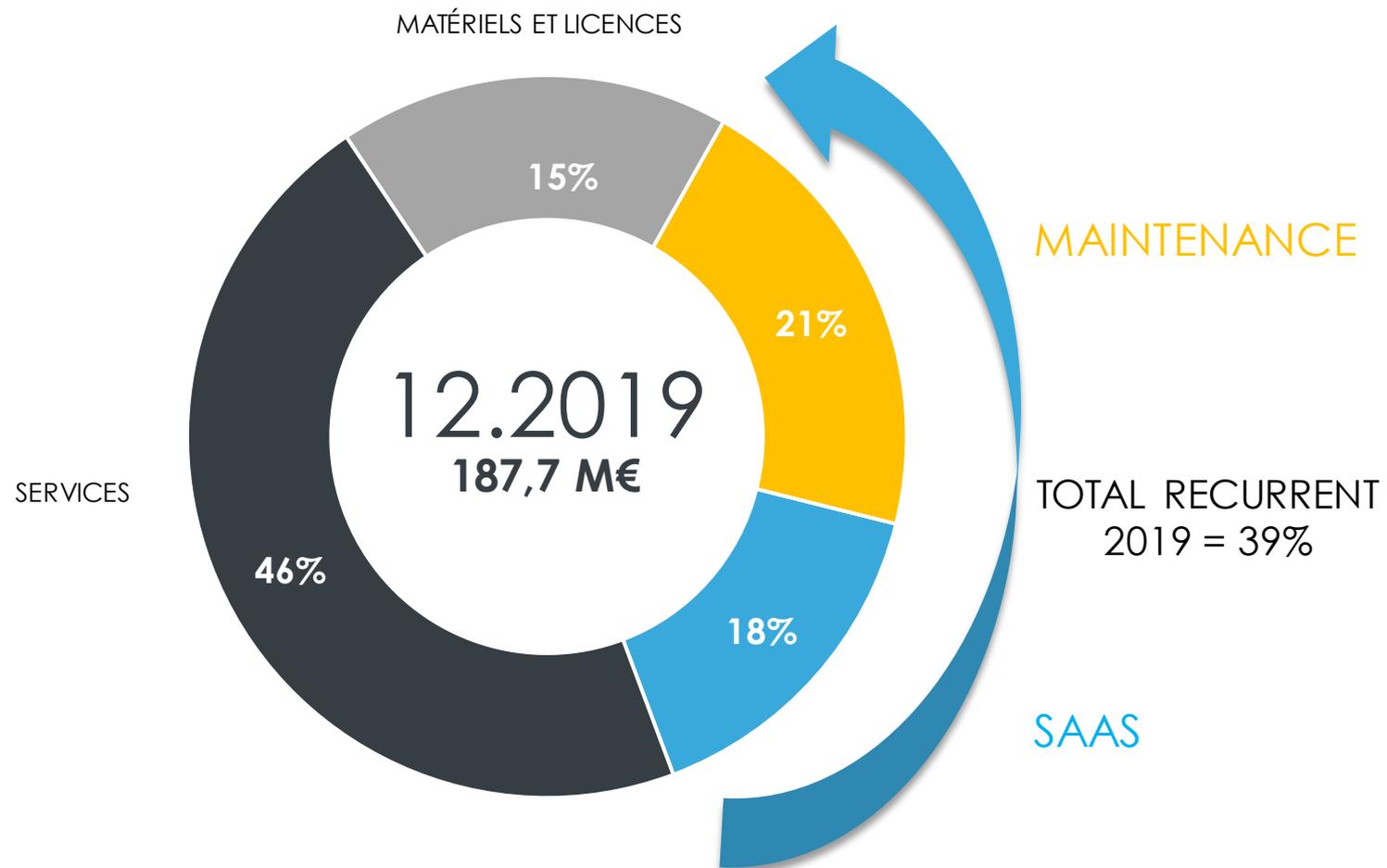
RÉSULTAT
OPÉRATIONNEL



RÉSULTAT NET
PART DU GROUPE

* À normes constantes

PRODWARE, UN MODÈLE MIXTE SERVICE/ÉDITION



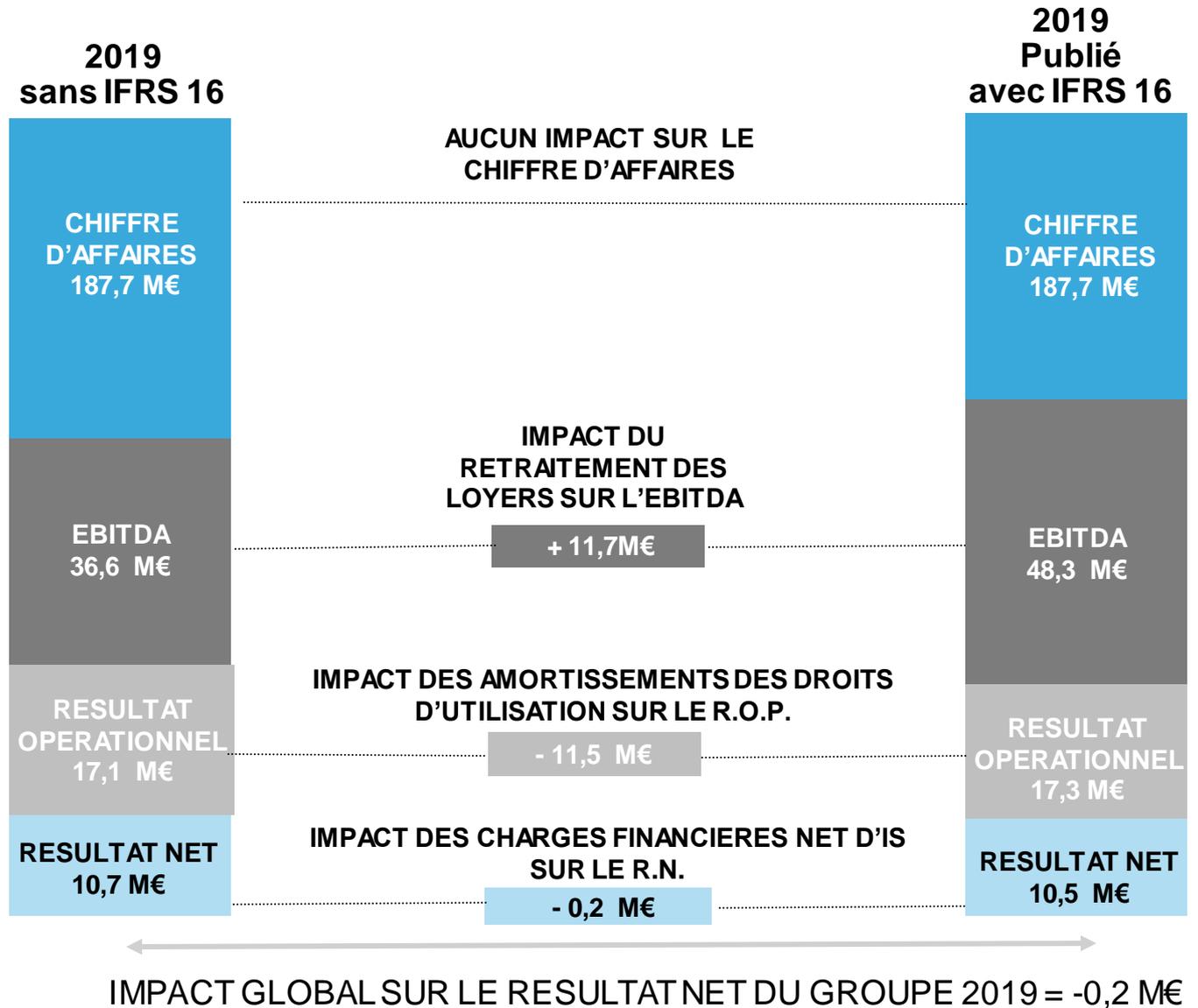
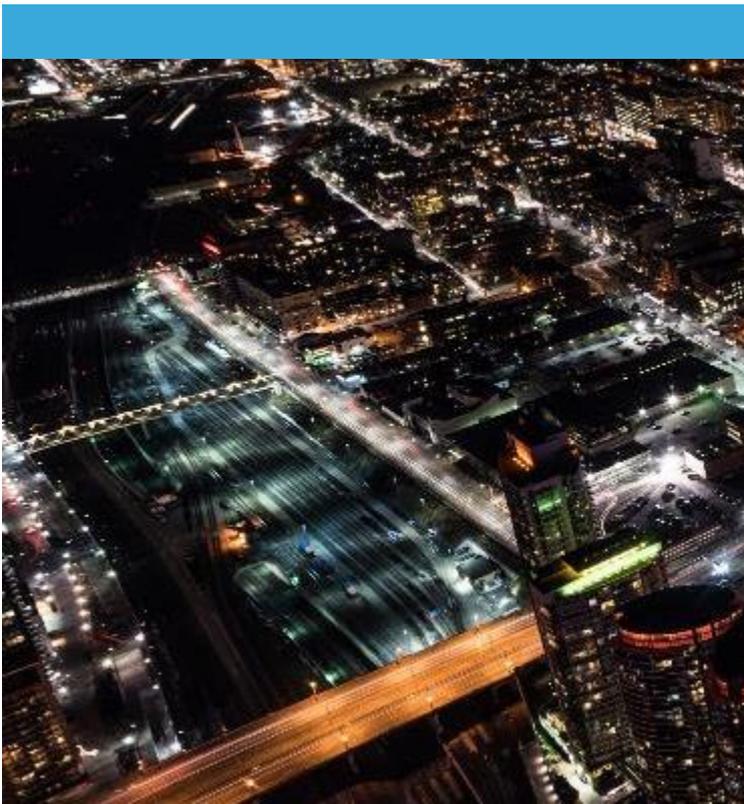
EBITDA

- Forte hausse des achats de licences liée au mix-produits
- Maîtrise des charges de personnel
- Baisse des charges externes IFRS 16 suite à neutralisation du poste Locations: -11,7 M€

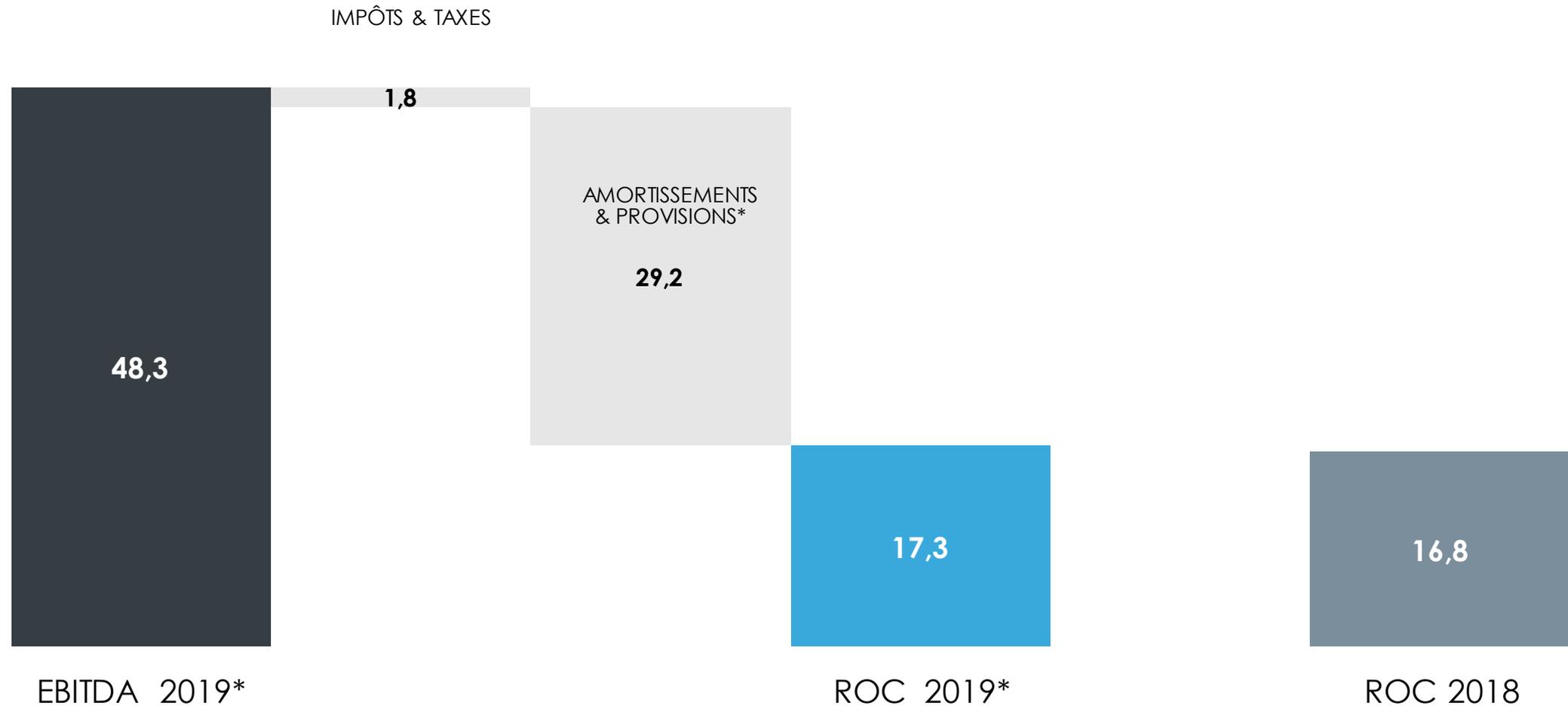
Normes IFRS
Données auditées en M€

	2018	2019 avec IFRS 16	Variation avec IFRS 16	2019 sans IFRS 16	Variation sans IFRS 16
Chiffre d'affaires	175,9	187,7	+6,7%	187,7	+6,7%
Achats consommés	(50,6)	(60,0)	+18,6%	(60,0)	+18,6%
Charges externes	(29,2)	(21,3)	-27,1%	(33,0)	+12,9%
Charges de personnel	(61,4)	(58,1)	-5,3%	(58,1)	-5,3%
Autres produits et charges opérationnels courants	(1,5)	-	-	-	-
EBITDA En % du CA	33,3 18,9%	48,3 25,8%	+45,2% +6,9 pts	36,6 19,5%	+10,0% +0,6 pts

IMPACTS LIES A LA MISE EN PLACE DES IFRS 16



BRIDGE EBITDA / ROC (M€)

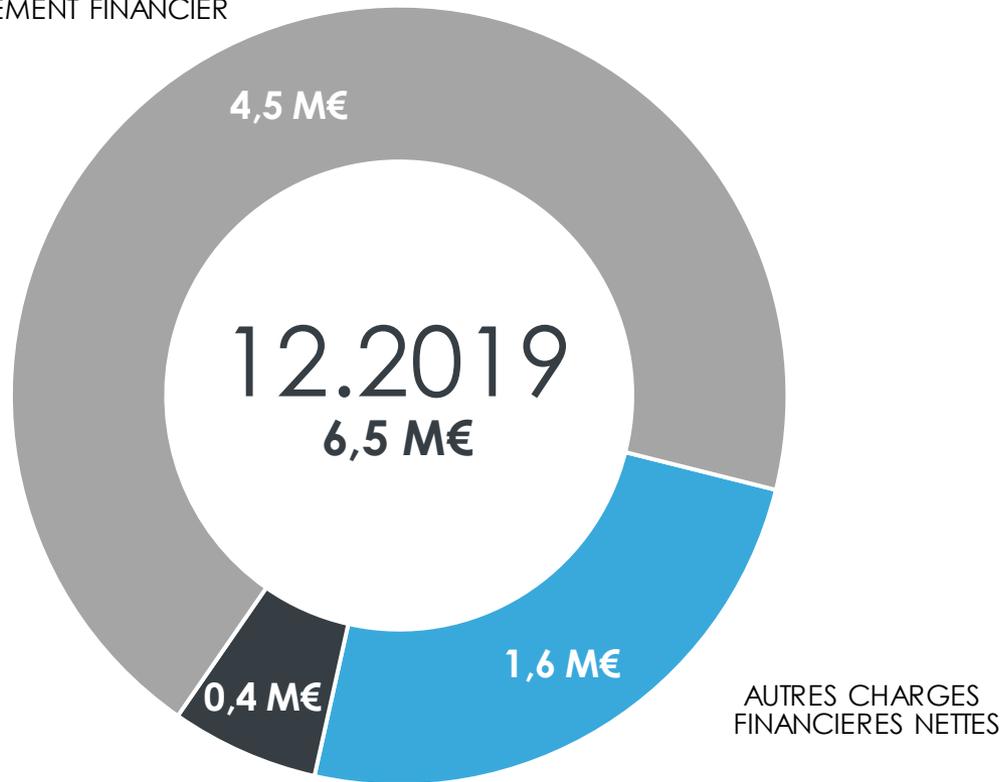


* Incluant l'effet IFRS 16 sur les amortissements de 11,5 M€

RESULTAT FINANCIER

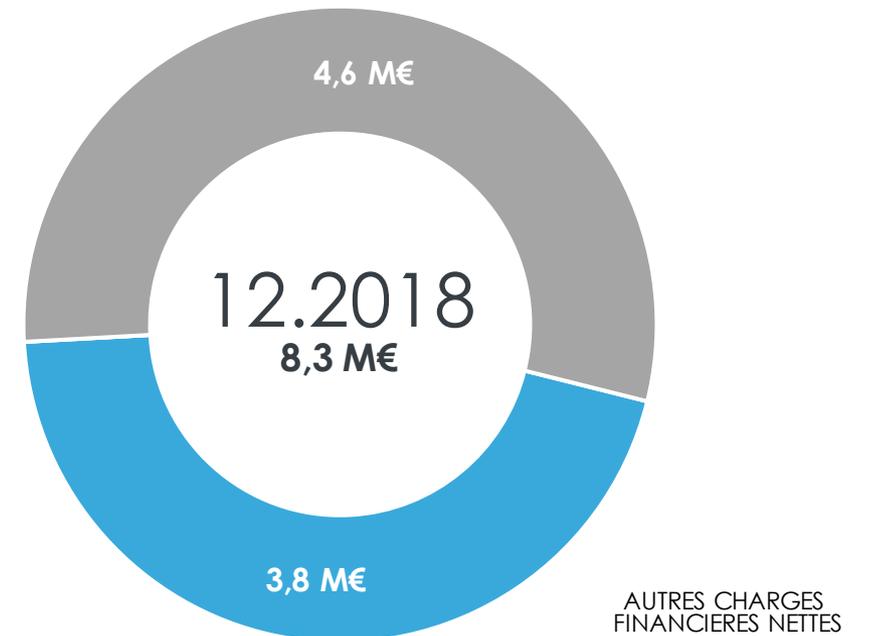
- Baisse des intérêts de la dette: -0,1 M€
- Réduction des provisions sur placements financiers : +2,1 M€
- Impact du retraitement des IFRS 16 : -0,4 M€ de charges

COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER



CHARGES FINANCIERES SUR DROITS D'UTILISATION

COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER



AUTRES CHARGES FINANCIERES NETTES

COMPTE DE RÉSULTAT

Normes IFRS - Données auditées en M€

	2018	2019*	Var.
Chiffre d'affaires	175,9	187,7	+6,7%
EBITDA	33,3	48,3	+45,2%
En % du CA	18,9%	25,8%	+6,9 pt
Impôts et taxes	-1,4	-1,8	
Dotations nettes aux amortissements, dépréciations et provisions	-15,1	-29,2	
Résultat opérationnel courant	16,8	17,3	+2,7%
En % du CA	9,6%	9,2%	-0,4 pt
Autres produits et charges opérationnels	0,4	0,0	
Résultat opérationnel	17,2	17,3	+0,3%
En % du CA	9,8%	9,2%	-0,6pt
Coût de l'endettement financier net	-4,6	-4,5	
Charges financières sur droits d'utilisation		-0,3	
Autres produits et charges financiers	-3,8	-1,6	
Résultat financier	-8,3	-6,4	
Impôts sur les résultats	0,3	-0,8	
Quote-part dans les entreprises associées	-	0,4	
Résultat net des activités poursuivies	9,2	10,4	
Résultat net de l'ensemble consolidé	9,2	10,4	
Résultat net Part de Groupe	9,1	10,5	+15,6%
En % du CA	5,2%	5,6%	+0,4 pts

* Incluant l'effet IFRS 16 sur 2019

TABLEAU DES FLUX

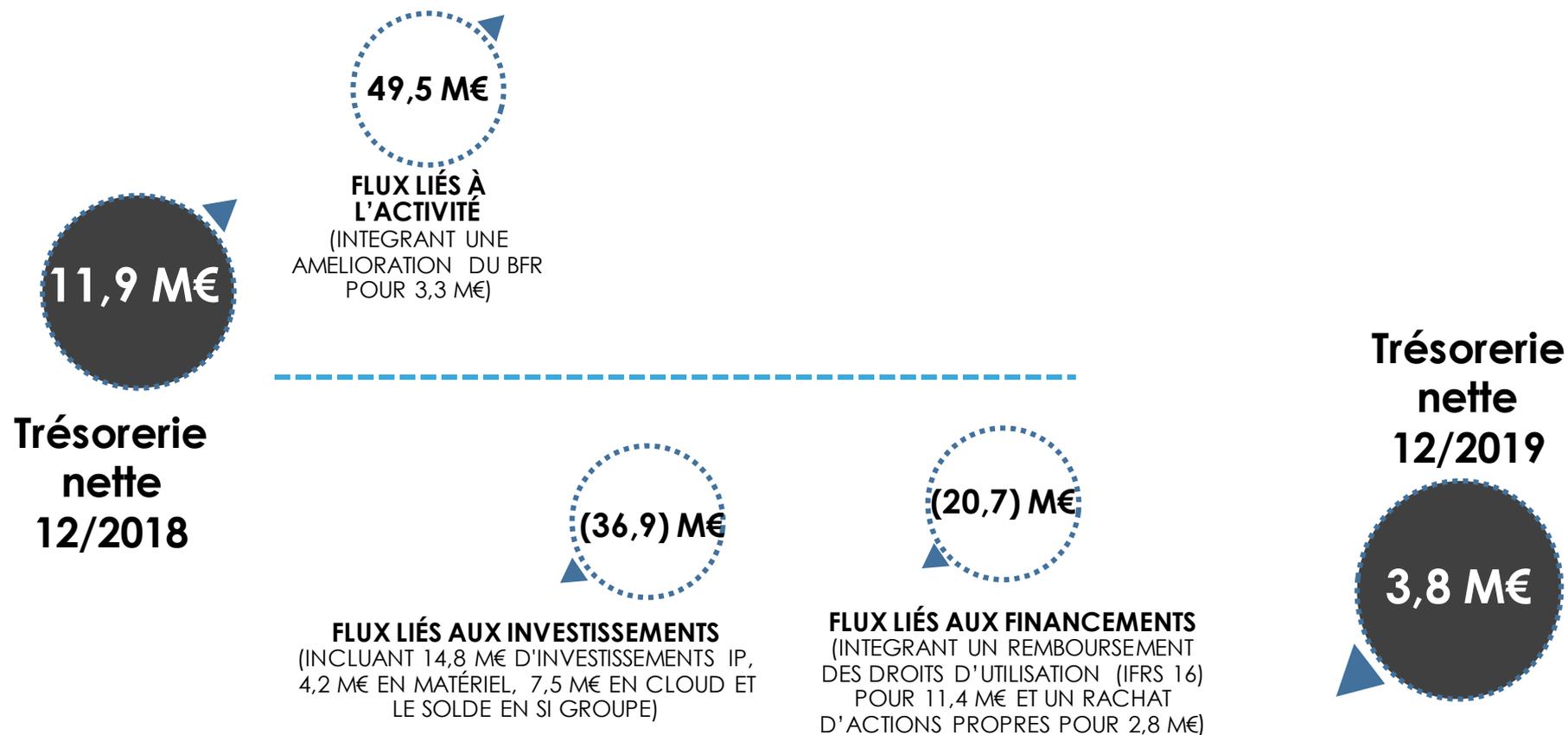
Normes IFRS - Données auditées en M€

	31/12/2018	31/12/2019*
Capacité d'autofinancement avant coût d'endettement et impôt	27,7	46,2
Variation BFR	-3,0	3,3
Flux nets de trésorerie générés par l'exploitation	24,7	49,5
Acquisitions nettes d'immobilisations	-36,2	-37,1
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	-36,1	-36,9
Variation nette d'emprunt y compris concours bancaires	15,7	-17,4
Dividendes reçus/versés de la société mère	-0,5	-0,3
Augmentations/Réductions de capital	0,3	-0,2
Opérations sur le capital y compris actions propres	-0,3	-2,8
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	15,2	-20,7 **
Variation nette de change sur la trésorerie	-0,1	-
Variation de trésorerie	3,7	-8,1

* Incluant l'effet IFRS 16 sur 2019

**incluant les remboursements de droits d'utilisation (IFRS16) à hauteur de 11,4 M€

ANALYSE DU FREE CASH FLOW



FREE CASH FLOW NET 2019 = -8,1 M€

BILAN

ACTIF

PASSIF

Normes IFRS
Données auditées

31/12/2018 31/12/2019*

Normes IFRS
Données auditées

31/12/2018 31/12/2019*

Capitaux Propres	138,2	144,8
Endettement non courant	87,4	85,7
Dettes de location non courantes		19,2
Autres Passifs non courants	4,3	5,7
Passif non courant	91,8	110,6
Provisions courantes	0,7	0,7
Endettement courant	22,7	26,9
Dettes de location courantes		10,3
Fournisseurs et comptes rattachés	20,7	23,6
Autres passifs courants	42,1	42,7
Total passif courant	86,3	104,3
TOTAL PASSIF	316,2	359,8

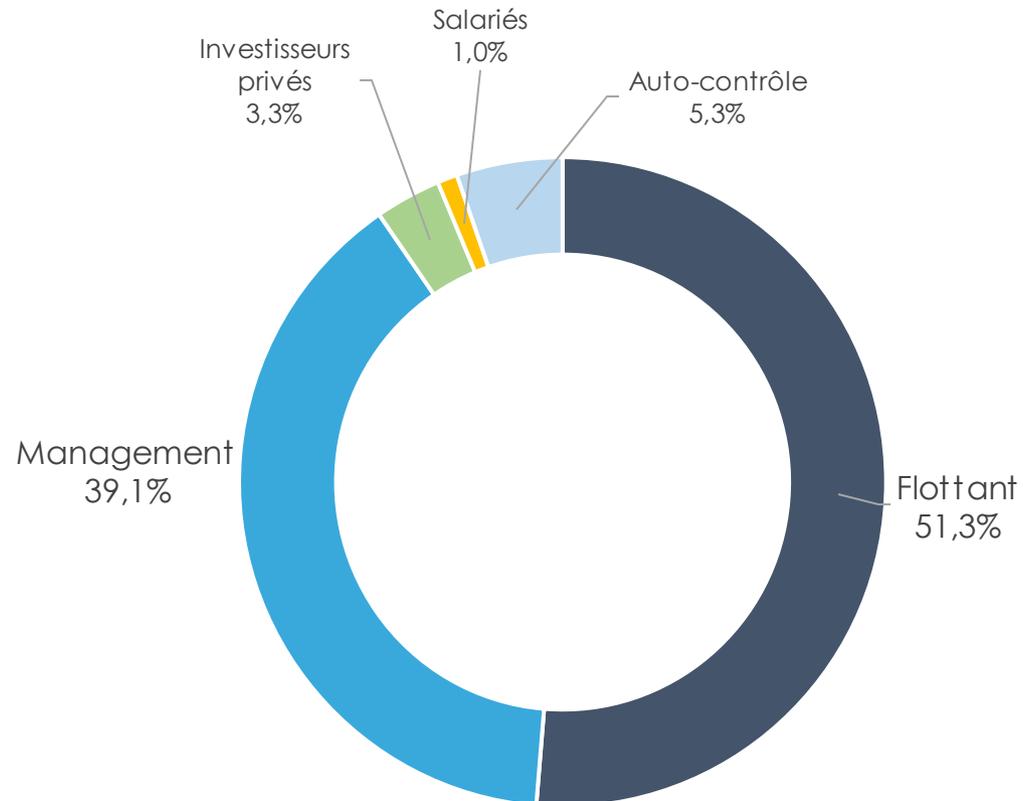
Goodwill	34,6	34,5
Autres immobilisations	160,6	179,2
Droits d'utilisation		29,5
Impôts Actif	11,0	11,2
Total actif non-courant	206,2	254,4
Clients et comptes rattachés	58,0	53,2
Autres actifs courants	18,4	22,7
Trésorerie et équivalents	33,5	29,4
Total actif courant	110,0	105,4
TOTAL ACTIF	316,2	359,8

La dette nette (hors prise en compte des passifs locatifs nés d'IFRS 16) ressort à 83,2 M€ soit 0,6 fois les fonds propres.

FICHE BOURSIÈRE

RÉPARTITION DU CAPITAL AU 28/02/2020

En % du nombre de titres



COURS DE BOURSE SUR UN AN



Mnemo
ALPRO

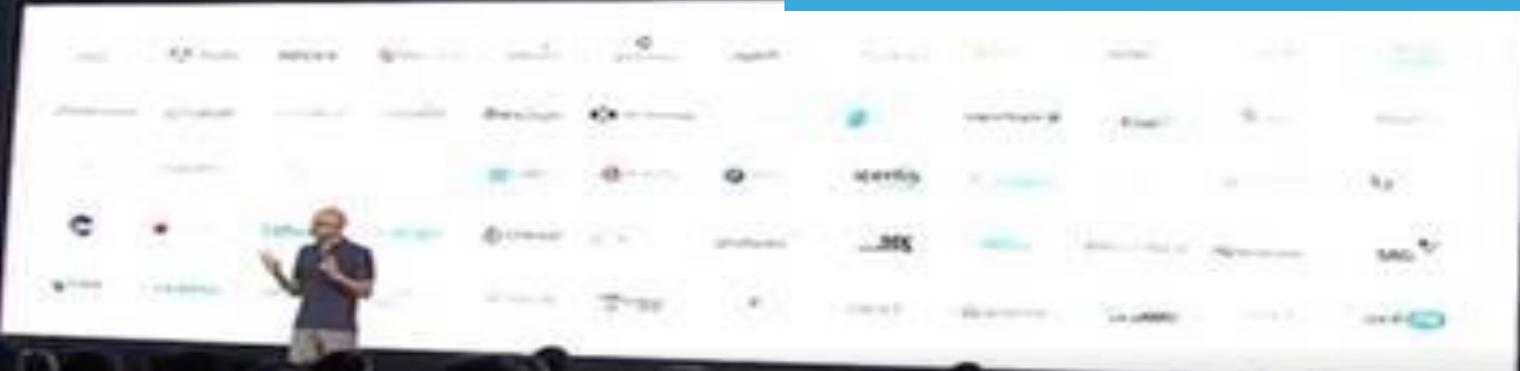
Capitalisation
boursière au
11/03/2020 :
47 M€

Nombre de
titres :
7 748 042

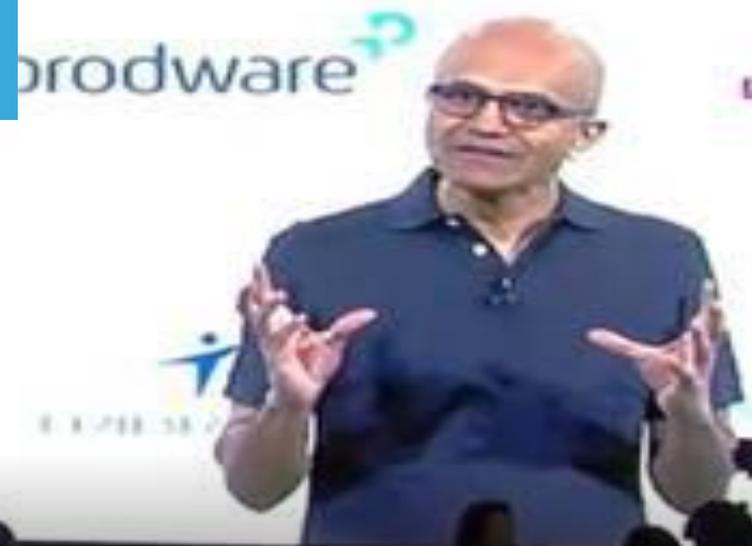
Euronext
Growth

PERSPECTIVES 2020

Microsoft Dynamics 365 and P



BUT THE MOST INTERESTING THING
IS THE NUMBER OF ISVs



DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ



CAPITALISATION SUR
DES OFFRES
INNOVANTES

INDUSTRIE
RETAIL
DISTRIBUTION
SERVICES PROFESSIONNELS
FINANCE



RENFORCEMENT
DE NOUVELLES
ZONES
GÉOGRAPHIQUES



RENFORCEMENT
DES
PARTENARIATS

RENFORCEMENT DU CAPITAL HUMAIN

RENFORCER L'ATTRACTIVITE DU GROUPE

Accélération de la politique d'embauche des meilleurs talents, qui a généré en 2019 le recrutement de 118 collaborateurs.

DÉVELOPPER LES TALENTS

Formation des collaborateurs par la « Prodware Academy », l'école interne du Groupe

Transformation en 2019 du siège social rebaptisé « Prodware Campus »

4^{ème} place du palmarès des meilleurs employeurs dans l'édition des logiciels pour Prodware France.

Classement 2019 des 500 meilleurs employeurs par le magazine Capital et Statista

Objectifs de référencements dans les classements 'Great Place to Work' et 'Top Employer' au sein de plusieurs pays

FIDÉLISER LES COLLABORATEURS

Des schémas de rémunération compétitifs promouvant la performance en fonction d'objectifs qualitatifs et quantitatifs

Une politique d'intéressement

OBJECTIFS 2020

Focus sur la **croissance**

Poursuite de **l'innovation**

Développement dans des
pays cibles

Maîtrise des charges



AWARDS 2019



Prodware sélectionné parmi les entreprises les plus innovantes 2019



Prodware reçu à l'Élysée le 21 janvier 2020 parmi 500 ETI françaises



Prix 2019 de la chambre de commerce franco-israélienne



Capital

Prodware classé dans le top 5 des services informatiques 2019

2019/2020
INNERCIRCLE
for Microsoft Business Applications

Nouvelle distinction de Prodware par « l'Inner Circle Microsoft » pour l'année 2019/2020

prodware 

Stéphane CONRARD
+ 33 979 999 000
sconrard@prodware.fr

capvalue

Gilles BROQUELET
+33 1 80 81 50 01
gbroquelet@capvalue.fr

