

Sopra Group : 'Sopra n'est pas à vendre'

Sopra Group est sur les rails. Le groupe a respecté ses engagements, et progressé sur tous ses métiers et sur toutes ses filiales, en dehors du conseil qui souffre d'un recrutement qui peine à dépasser les départs, et de la Belgique quelque peu en retrait.

Le chiffre d'affaires 2006 du groupe, à 897,7 millions, est conforme aux attentes, avec une progression de 18,6 %, et de 8,5 % en croissance organique, ce qui confirme le poids des acquisitions qui alimentent la croissance externe. Le résultat net a progressé de 4,9 % à 44,2 millions.

Le cap des 10.000 employés devrait être franchi rapidement (9.900 au 31/12), mais Sopra accuse d'un turn-over important. La faute au marché? « *Le conseil marche trop bien en ce moment* », affirme, le président du directoire de Sopra Group. *Recruter comme conserver un employé s'avère délicat, surtout lorsque, phénomène plutôt récent, même les clients recrutent.* »

Autre tendance forte, la verticalisation de l'offre. Sopra s'appuie principalement sur les services financiers, qui représentent 30 % du chiffre d'affaires du groupe. Mais aussi sur l'international, qui représente déjà 32 % de son activité.

La plate-forme applicative Axway a confirmé son succès, avec une forte croissance de 36 % pour un chiffre d'affaires de 116,9 millions d'euros, qui profite de l'intégration de Cyclone Commerce, récemment acquis, qui permet de définir une seconde cible pour la filiale (après la France), le marché américain.

Le projet 2010 est maintenu. Sur un marché qui devrait progresser de 6 à 7 %, Sopra annonce une progression supérieure, d'environ 10 %, et cible une marge opérationnelle supérieure à 10 %. Faisant preuve de réalisme, Pierre Pasquier préfère cependant jouer la prudence.

Enfin, évoquant la mise en place d'un dispositif *near-shore/offshore*, Sopra continue de faire ses gammes? « *Depuis qu'il a été initié voici deux ans, on a appris plus qu'on ne le pense. On a appris surtout à ne pas sous-estimer le front office pour rester proche du client. Au final, c'est un problème d'hommes et de femmes. Il ne faut pas hésiter à doubler es front office.* »

Sopra Group confirme donc son objectif de 1,5 milliard d'euros en 2010, moyennant quelques acquisitions, et même 2 milliards dans une vision plus ambitieuse. Quant à la marge opérationnelle, question de sémantique, elle se transforme de '*supérieure*' à 10 % à '*autour*' de 10 %. Le pragmatisme l'a encore emporté !

Une chose semble en revanche acquise, Pierre Pasquier reste à la barre, et » *Sopra n'est pas à vendre*«