

Prosodie

FORCE & AGILITÉ

RAPPORT ANNUEL 2010





FORCE & AGILITÉ

RAPPORT ANNUEL 2010

*Prosodie, opérateur de flux
transactionnels multicanal*



ÉDITORIAL	06
CHAPITRE 1 RETOUR SUR L'ACTIVITÉ 2010	09
1.1 POSITIONNEMENT DE PROSODIE	09
Prosodie, opérateur de flux transactionnels multicanal	09
1.2 CHIFFRES CLÉS 2010	10
Chiffre d'affaires	10
Résultat opérationnel	10
Bilan	11
Capacité d'investissements	11
Composition du portefeuille clients	11
Nombre de collaborateurs	11
1.3 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE	12
Leader à taille humaine	12
Interaction opérationnelle des administrateurs	12
Culture de l'innovation	12
Création de marge de manœuvre	12
1.4 DOMAINES D'EXPERTISE SOLUTIONS ET SERVICES PROPOSÉS PAR PROSODIE	14
1.4.1 Relation client multicanal	15
Introduction	15
Le langage naturel	15
La solution ACD Odigo	16
La téléphonie d'entreprise ToIP en mode cloud computing	16
Le multicanal	17
Les services mobiles	18
1.4.2 Cloud computing - e-Infogérance	20
Introduction	20
FLECS : solution de cloud computing	20
E-infogérance	21
1.4.3 Prépaiement - Paiement	22
Introduction	22
Prépaiement	22
Paiement	23
1.5 INTERNATIONAL	24
1.5.1 Introduction	24
1.5.2 Prosodie Ibérica	24
Introduction	24
Chiffres clés	24
Bilan 2010	24
Lignes de service	25
1.5.3 Prosodie en Belgique	25
1.6 PLATE-FORME TECHNIQUE	26
1.6.1 Introduction	26
1.6.2 Indicateurs clés	26
1.6.3 Backbone - Infrastructures réseaux	27

CHAPITRE 2 RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE 29

	INTRODUCTION	29
2.1	VOLET ÉCONOMIQUE	30
	2.1.1 Enquête client 2010	30
	2.1.2 Enquêtes après mise en production	32
	2.1.3 Certifications ISO 9001 – 27001	32
	Iso 9001	32
	Iso 27001	32
	2.1.4 Certification PCI-DSS	32
	2.1.5 Démarche ITIL	32
2.2	POLITIQUE DE MÉCÉNAT	34
2.3	VOLET SOCIAL	35
	2.3.1 Valeurs de Prosodie	35
	2.3.2 Portrait des Prosodiens	35
	Qualification	35
	Fidélité	35
	Pérennité des emplois	35
	Équilibre des âges	35
	Mixité	35
	2.3.3 Politique de rémunération	36
	Augmentation de salaire	36
	Équité hommes – femmes	36
	Intéressement	36
	2.3.4 Politique de formation	36
	2.3.5 Politique RH – GPEC	37
	2.3.6 Politique handicap	37
2.4	VOLET ENVIRONNEMENTAL	38
	2.4.1 Suites du Bilan Carbone®	38
	2.4.2 Nouveaux axes de progrès	39

CHAPITRE 3 RAPPORT FINANCIER 2010 41

3.1	Bilan consolidé	42
3.2	Compte de profits et pertes consolidés	43
3.3	Tableau des flux de trésorerie consolidés	44
3.4	Tableau des variations de capitaux propres consolidés	45
3.5	Notes annexes	46



GEORGES CROIX
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL

Pour beaucoup d'entreprises, 2010 fut difficile, pleine d'incertitudes et synonyme de décroissance. **Mais les incertitudes, c'est le propre des années de crise** et il est normal de passer alternativement par des phases d'euphorie puis de questionnement.

Dans notre cas, 2008 et 2009 furent d'excellentes années tant en termes de croissance que de rentabilité. En 2010, nous affichons une croissance de notre CA de 4% avec une rentabilité encore améliorée.

Après tout, il ne faut pas s'étonner si nous ressentons la crise économique autrement. Nous sommes différents de nombreuses sociétés du fait de notre positionnement et notre business model.

Au début de la crise, **les états se sont substitués aux investisseurs privés.**

Il faut maintenant que ces investisseurs, financiers et entreprises, reprennent leur place.

En Europe, beaucoup d'entreprises ont la capacité à relancer les investissements et l'innovation si indispensables pour générer de la croissance et donc des emplois mais, sans volonté ni courage, nous ne sortirons pas définitivement de cette crise.

« Nous pouvons être fiers du travail accompli cette année »

De ce point de vue, nous pouvons être fiers du travail accompli cette année. En effet, au-delà des investissements nécessaires pour renforcer nos infrastructures et faire évoluer nos offres, nous avons décidé de lancer, en France, deux nouvelles lignes de service : le paiement et la dématérialisation.

Par ailleurs, notre démarche multicanal portée par la Division Contact Client et le lancement de l'offre « Cloud » par la Division Infogérance retiennent l'attention de nombreux clients.

Enfin, la TOIP devrait être une offre génératrice de revenus substantiels à partir de 2011 grâce au renouvellement des équipements.

Concernant la Belgique, le démarrage de l'activité est plutôt lent, mais très prometteur. Nous sommes en train de construire notre écosystème avec, en toile de fond, quelques partenariats stratégiques.

Quant à l'Espagne, il faut noter la très belle performance de Prosodie Iberica, malgré un marché très difficile parmi les plus sinistrés d'Europe.

« Nous pouvons être fiers du travail accompli cette année »

Nous avons su, dans ce cas, tirer partie du rachat de Servicom, fin 2008.

Ce type d'opération prouve que la croissance externe est importante pour assurer la croissance du groupe et qu'elle constitue une vraie opportunité en période de crise. En étant audacieux, on peut s'en sortir très bien.

Justement, un des objectifs de l'année 2010 était de faire des acquisitions. De nombreux dossiers furent étudiés, mais nous n'avons pas jugé possible d'aboutir sur la plupart d'entre eux.

« Nous avons quelques fondamentaux auxquels nous ne voulons pas déroger »

Il est vrai que nous avons quelques fondamentaux auxquels nous ne voulons pas déroger.

Ce dont je suis certain, c'est qu'une mauvaise opération pourrait être dramatique pour un groupe de notre taille. Cela dit, j'ai bon espoir de concrétiser quelques acquisitions en 2011.

La qualité de nos infrastructures, l'expertise de nos ingénieurs, l'expérience de nos managers et la qualité de notre organisation nous permettront de mettre en place des synergies, afin d'apporter de la valeur ajoutée aux entreprises rachetées.

L'année 2011 risque de ressembler beaucoup à 2010 avec quelques incertitudes. **Beaucoup de projets vont se jouer en début d'année, nous le savons. Nos investissements et la pertinence de nos offres nous permettront de remporter de nombreux projets, sans pour autant sous-estimer nos concurrents.**

« Je continue de penser que la crise est une vraie opportunité pour Prosodie »

Je continue de penser que la crise est une vraie opportunité pour Prosodie car les entreprises recherchent des partenaires réactifs, avec une capacité d'accompagnement dans la durée.

Les écarts entre les compagnies se sont lissés. Il ne suffit plus d'afficher un gros chiffre d'affaires pour rassurer les clients. Il faut profiter de toutes les situations pour balayer les habitudes et les usages et prendre des initiatives. C'est un vrai avantage pour Prosodie.

Cette période de crise nous a également permis d'affiner notre stratégie et notre positionnement.

Car quoi de plus évident que de dire que nous sommes dans un monde de communication. Ce monde est sans frontière et le nerf de la guerre pour les entreprises est de permettre l'accessibilité à leurs informations, de faciliter la génération de flux.

Or, nous sommes justement le partenaire qui peut rendre tous ces échanges possibles, car nous sommes opérateur de flux.

Dans cet univers, opérer des flux devient sensible et stratégique car cela couvre aussi bien le multicanal, la mutualisation hardware et software, que l'informatique et les télécoms, la convergence voix et data,...

Nous, nous y ajoutons maintenant le paiement, le prépaiement, la dématérialisation, le e-commerce, la mobilité, le tout avec une dimension internationale plutôt européenne.

« La gestion de flux est bien notre créneau »

La gestion de flux est bien notre créneau.

Ce positionnement d'opérateur de flux est celui sur lequel nous allons désormais capitaliser pour que le marché nous identifie comme un acteur unique, incontournable et à très forte valeur ajoutée.





« *Prosodie, opérateur de flux transactionnels multicanal* »

1.1 POSITIONNEMENT DE PROSODIE

Prosodie, opérateur de flux transactionnels multicanal

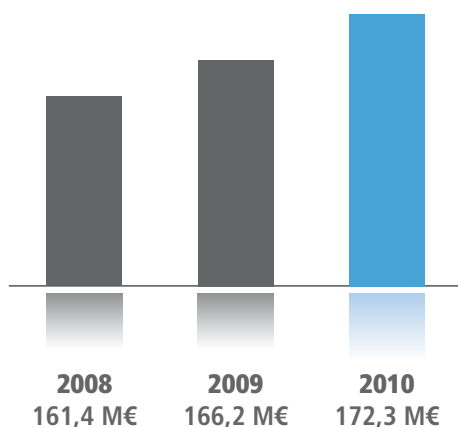
Avec son engagement dans le domaine du paiement, Prosodie écrit une nouvelle page de son histoire et confirme son positionnement unique d'opérateur de flux transactionnels multicanal. Elle apporte ainsi une nouvelle réponse aux grands comptes qui font face aux volumes sans cesse croissants d'échanges dématérialisés qu'ils entretiennent avec leurs clients finaux, particuliers et entreprises, ainsi qu'avec leurs propres collaborateurs.

Qu'ils soient télécoms, Internet ou monétiques, tous ces flux sont désormais interdépendants. Leurs besoins en ressources s'accroissent. Ils font appel à des technologies toujours plus complexes et variées auxquelles Prosodie s'adapte grâce à des solutions innovantes et à de nouveaux types de service tels que le cloud computing.

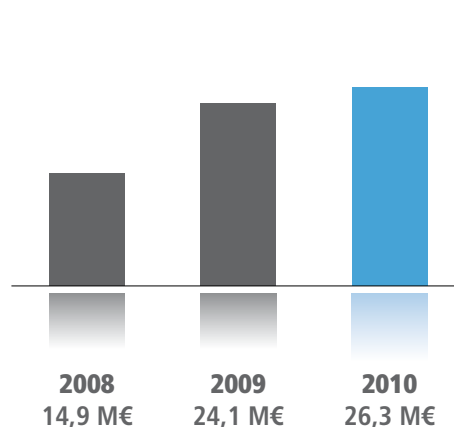


1.2 CHIFFRES CLÉS 2010

Un chiffre d'affaires 2010 de 172,3 M€ en hausse de 3,8%



Un résultat opérationnel courant en hausse de 9,1% à 26,3 M€



En France, la croissance a été modérée. En effet, le climat de rigueur a favorisé l'attentisme des entreprises qui ont été nombreuses à retarder le lancement de leurs projets. Malgré cela, Prosodie est une des seules entreprises du secteur IT et des Télécoms à avoir enregistré une croissance positive à périmètre constant.

L'entité espagnole a, pour sa part, réalisé une performance remarquable avec une croissance à deux chiffres, très exceptionnelle dans le contexte économique fortement défavorable.

Prosodie a retrouvé une rentabilité pérenne en Espagne grâce à l'excellence de son organisation technique et commerciale. En France, le choix des clients s'est concentré sur des solutions sur mesure et à forte valeur ajoutée, développées par Prosodie. Ceci a permis d'augmenter la rentabilité du groupe malgré un environnement très compétitif et la contrainte de gérer une très grande variété de solutions techniques et de systèmes, aussi bien sur ses propres plates-formes que sur celles de ses clients.



« Prosodie fait de l'innovation la clé de sa croissance »

Un bilan solide avec une dette restructurée et prolongée

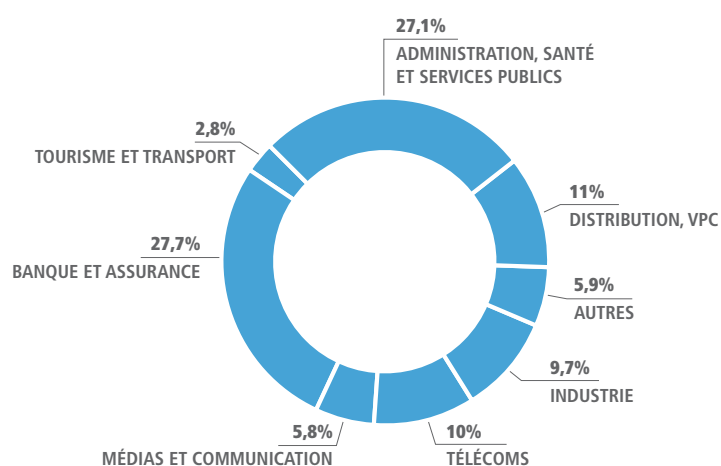
Le 15 octobre 2010, la dette de Prosodie et de Camelia Participations a été restructurée dans le cadre d'une recapitalisation. La nouvelle dette est plus simple : une tranche amortissable et une tranche in-fine avec des marges dans la fourchette basse du marché de la dette LBO. Le levier est resté modéré avec un ratio dette / EBITDA inférieur à 2,2 au moment de l'opération. Prosodie avait, au 31 décembre 2010, une dette nette de 1,8M€. La vigilance continue apportée à toutes les facettes de sa gestion du cash lui a permis de générer plus de 11,4 millions d'euros de cash flow net sur l'année.

Une capacité d'investissement immédiate

La nouvelle organisation de la dette prévoit la disponibilité, dès à présent, de lignes de crédit autorisées jusqu'à 29 millions d'euros. Ce montant doit permettre à Prosodie de démultiplier sa capacité de croissance par des acquisitions mais aussi d'investir pour garder son outil industriel à l'état de l'art en l'adaptant aux nouvelles technologies.

Le groupe sera ainsi en mesure de maintenir son avance sur ses concurrents en continuant à fournir à ses clients des réponses innovantes, compatibles avec les évolutions technologiques d'aujourd'hui et de demain.

Portefeuille de clients équilibré avec une part importante de C.A. récurrent



En 2010, le portefeuille de clients évolue avec plusieurs tendances significatives notamment pour le secteur Administrations, Santé et Services Publics qui passe de 25% en 2009 à 27,7% en 2010. Les secteurs Banque et Assurance progressent quant à eux de 24% en 2009 à 27,7% en 2010 et enfin, la Distribution augmente très nettement pour passer de 4,2% en 2009 à 11% en 2010.

Ces évolutions traduisent le fort investissement de tous ces secteurs dans des solutions à forte valeur ajoutée pour améliorer leur accueil client mais aussi leur choix de plus en plus fréquent d'externaliser certaines applications web critiques de leur système d'information.

861 collaborateurs au 31 décembre 2010

La stabilité du nombre de collaborateurs entre 2009 et 2010 ne reflète pas leur montée en compétences. Ces derniers ont en effet bénéficié d'évolutions sur des domaines techniques de plus en plus pointus ainsi que d'une gestion prévisionnelle des carrières qui commence à avoir des effets très positifs. Prosodie a recruté environ 90 personnes en 2010, essentiellement sur des postes d'ingénieurs, de directeurs de projets, de techniciens et de commerciaux. Plus de vingt postes étaient en phase de recrutement actif au début du mois de janvier.

« Prosodie : une forte culture entrepreneuriale au service du client »

1.3 GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

Un leader à taille humaine avec une culture entrepreneuriale

Les dirigeants ont une vision claire de leurs projets pour l'entreprise. Ils peuvent ainsi les présenter avec simplicité et transparence. Les axes stratégiques sont élaborés en collaboration avec les administrateurs qui apportent leur expérience et la connaissance qu'ils ont des métiers de Prosodie. Le suivi des nouveaux domaines d'intervention sur lesquels le groupe se positionne est porté par la direction générale ainsi que par certains administrateurs et consultants extérieurs selon leur qualification et leurs compétences.

Une interaction stratégique et opérationnelle des administrateurs

Les développements envisagés, soit par croissance externe soit par de nouvelles offres, sont analysés avec les administrateurs qui apportent leur contribution tant en termes de contacts commerciaux, que scientifiques, techniques, étatiques ou para-étatiques. Le conseil d'administration est impliqué dans toutes les sphères de l'entreprise. Il entretient des contacts réguliers avec de nombreux collaborateurs pour faire progresser le groupe. Son analyse fait souvent l'objet de débats vifs qui permettent de trouver la meilleure solution aux obstacles qui peuvent apparaître compte tenu du contexte économique fragile du moment.

Les administrateurs de Prosodie

Georges Croix : Président directeur général
André Saint-Mieux : Directeur général adjoint
Henri de Maublanc : Président fondateur d'Aquarelle.com
Alain Bravo : Directeur Général SUPELEC
Christian Bret : Associé gérant EULIS
Jean-Yves Koch : Directeur Exécutif Capgemini
Eddie Misrahi : Président APAX Partners
Damien de Bettignies : APAX Partners

Une culture opérationnelle de l'innovation

Prosodie est née de l'innovation et du souci constant de mettre cette innovation en adéquation avec les besoins des clients. De fait, en 2010, près d'une centaine de collaborateurs ont fait avancer des projets de recherche et de développement tout en continuant à assurer leur mission technique de support ou de suivi de clients afin de rester en contact avec le marché. Cette culture de l'innovation et son mode de gestion sont des caractéristiques très spécifiques du groupe.

Une gestion créatrice de marges de manœuvre

Toute l'entreprise est mobilisée autour de processus de gestion efficaces et éprouvés. Souvent conçus et appliqués pour s'adapter à l'activité originale d'opérateur de flux propre au groupe Prosodie, ces processus fournissent à tous les échelons du management les leviers nécessaires pour exercer le pilotage des performances des différentes entités du groupe dans les meilleures conditions.

Dans le même esprit, deux administrateurs indépendants participent aux travaux du comité d'audit qui examine les comptes de l'entreprise. Ils veillent également à la gestion des risques financiers et extra-financiers du groupe ainsi qu'à la bonne maîtrise des contraintes extérieures.

L'amélioration observée dans la génération de cash du groupe depuis plusieurs années est l'un des points les plus visibles de l'impact de ce mode de gestion très proche des opérationnels.

■ LA TRIBUNE 13 SEPTEMBRE 2010

PORTRAIT

GEORGES CROIX, AUTODIDACTE FÉRU D'INDÉPENDANCE

Comme le dit Georges Croix, son président, « Prosodie, c'est l'entreprise qui gère la complexité en associant la force et l'agilité. » (...) L'entreprise (900 personnes) a pour emblème un éléphant en équilibre sur un ballon. Et qui « aime bien rester dans l'ombre », ajoute-t-il. Un profil atypique dans le monde des nouvelles technologies de l'information et de la communication. (...) « Je suis un affectif. La fidélité est quelque chose d'important. Chez Prosodie, il y a encore des collaborateurs qui étaient là à la création de la société », ajoute-t-il.

■ DÉCISIONS ACHATS.FR 26 FÉVRIER 2010**PROSODIE DRESSE SON BILAN CARBONE**

Depuis 2008, Prosodie s'est investi dans la politique « green IT ». En 2009, l'entreprise a d'ailleurs réalisé un bilan carbone de l'ensemble de ses activités de 2008, comprenant ses quatre datacenters de Vélizy, Boulogne-Billancourt et Lyon. L'ensemble des datacenters représentant 1% de la consommation électrique française, Prosodie, partenaire de Bouygues Immobilier, a mis en place sa Green It Factory. Basé sur la technologie du Cold Corridor qui permet une économie d'énergie de près de 30%, ce projet a été récompensé par le 1^{er} Prix de la croissance verte Numérique 2009.

■ TECHNOLOGIES BANCAIRES 3 SEPTEMBRE 2010**PROSODIE : « LES BANQUES ÉVOLUENT PROGRESSIVEMENT VERS LE MULTICANAL DÉCLOISONNÉ »**

« Nous sommes présents sur le marché depuis quinze ans avec lequel nous réalisons environ 30% de notre activité. Dans les projets que nous supervisons pour le compte des directions marketing et des directions générales des banques, nous cherchons à personnaliser au maximum la relation entre l'établissement et son client, en nous appuyant essentiellement sur les deux canaux plus utilisés par les consommateurs (...). Nous notons que les banques françaises font preuve de maturité sur les questions liées au multicanal et à l'intercanalité. » Bruno Sivardière.

■ ZDNET.COM 15 JANVIER 2010**LES DATACENTERS PÈSENT 59% DES ÉMISSIONS DE CO2 DE PROSODIE**

Prosodie explique avoir élaboré un plan d'actions comprenant une offre de services « green » et le recours systématique à des outils ou des technologies favorisant les économies d'énergie dans les salles machines. Mais pour réduire sa facture énergétique et l'empreinte carbone de ses centres de données, Prosodie doit aussi mobiliser ses clients. Ces derniers doivent ainsi souvent accepter de payer une facture plus élevée pour permettre la mise en œuvre de technologies plus vertes, comme les corridors froids. L'équipement en technologies économes en énergie est donc toujours bien soumis à un ROI.

« *Prosodie, une prestation de service à très forte valeur ajoutée* »

1.4 DOMAINES D'EXPERTISE – OFFRE ET SERVICES PROSODIE

Présente sur le secteur IT depuis plus de deux décennies, Prosodie couvre aujourd'hui un large éventail de besoins exprimés par les grands comptes. Elle y répond avec une offre fondée sur trois composantes clés : le principe de l'externalisation, une forte expertise technique et la capacité à gérer des flux volumineux hautement transactionnels en mode 24/7.

Associées à une grande agilité pour fournir des solutions sur-mesure et un engagement de service élevé, ces composantes clés font de Prosodie une entreprise unique sur son marché.



1.4.1 Relation client multicanal

Introduction

Année après année, le caractère 'multicanal' de la relation client se concrétise par la multiplication des échanges interactifs (voix et données) entre les entreprises et leurs clients finaux.

En 2010, ce phénomène s'est amplifié avec l'adoption massive des nouveaux terminaux Smartphones dont les applications très ergonomiques donnent un accès simple et rapide à de multiples services aux fonctions étendues (information, SAV, achats, paiements en ligne).

C'est dans cette perspective que Prosodie décline son offre multicanal. Grâce à son positionnement unique, son expertise technique et à la cohérence globale de ses solutions, Prosodie est en mesure d'accompagner tous ses clients en tenant compte de l'évolution très rapide de leur maturité et de leurs besoins.

La stratégie "Océan Bleu"

« Pour générer une croissance rentable, l'entreprise qui se trouve dans un environnement concurrentiel très fort où les solutions se ressemblent et où la guerre des prix est prépondérante, doit s'affranchir des contraintes de son marché. Pour cela, elle doit sortir de l'océan rouge de la concurrence et effectuer un saut de valeur qui la repositionnera dans un espace de marché nouveau, un Océan Bleu... »*.

Soucieuse de se démarquer et d'apporter toujours plus de valeur ajoutée à ses clients, Prosodie a repris à son compte cette stratégie 'océan bleu' et l'a mise en application au sein de ses unités opérationnelles. Avec cette démarche originale, Prosodie s'impose une réflexion stratégique fondée notamment sur l'innovation avec la volonté de mieux différencier son offre, de maintenir sa valeur ajoutée tout en conservant son positionnement unique sur le marché.

* Blue Ocean Strategy – 2005 Harvard Business School Publishing Corporation

Le langage naturel

Simplicité et ergonomie

Au cœur de son offre de gestion de la relation client par téléphone, le langage naturel s'impose à la fois comme la technologie la plus innovante et la solution la plus performante pour répondre aux nouveaux besoins des grandes entreprises. L'amplitude des réponses possibles "que désirez-vous ?" et la souplesse avec laquelle elle peut guider l'appelant, en font la solution incontournable d'aujourd'hui et la plus prometteuse de demain.

ROI fort

Qualification immédiate et fine, sollicitation directe de la ressource la plus compétente pour répondre, durée de la communication réduite au maximum, le langage naturel est une solution d'optimisation dont l'impact économique est très fort.

Les enjeux sont tels que Prosodie a mis en place une démarche de consulting, en amont des projets, afin de démontrer le ROI de la solution en cas de mise en œuvre.

Humaniser les interactions

Outre son ergonomie, le langage naturel ouvre également de nouvelles perspectives pour humaniser les échanges afin de faire oublier à l'utilisateur que l'interaction s'effectue avec une machine. Selon les multiples contextes d'appels que le langage naturel peut prendre en compte, il rendra les dialogues plus spontanés, les intonations seront plus naturelles et familières, l'ensemble apportera un sentiment de véritable proximité pour l'appelant.

CAS CLIENT CRÉDIT AGRICOLE

La diminution de la fréquentation physique de ses agences amène le Crédit Agricole Centre Loire à rééquilibrer la charge de travail entre les agences et le centre de contacts multimedia. Grâce au langage naturel, le traitement des flux téléphoniques en agence est optimisé. Accessible via un numéro unique, la solution mise en place par Prosodie permet une qualification plus rapide et plus efficace des flux téléphoniques avec une meilleure répartition entre les différentes entités. Avec le langage naturel, le Crédit Agricole Centre Loire est libre de modifier son organisation sans remettre en cause son accueil vocal.

La solution ACD Odigo

Conçue et développée par Prosodie, l'offre Odigo est une solution d'ACD (Automatic Call Distribution) virtuel pour la distribution des appels téléphoniques vers les centres d'appels. Cette solution compte aujourd'hui plus de 110 références, représentant environ 10 000 positions. Proposé par Prosodie dans la plupart des projets qui lui sont soumis, Odigo dispose des fonctionnalités nécessaires pour répondre de façon performante à l'essentiel des besoins clients identifiés. Elle apparaît désormais comme une des solutions de référence du marché.

Odigo choisi par Pôle Emploi

Au terme d'un appel d'offre public, Pôle emploi a de nouveau retenu Prosodie pour gérer la totalité des services téléphoniques destinés aux demandeurs d'emploi et aux employeurs. Ces services représentent environ 90 millions d'appels annuels répartis sur les portails vocaux 39 49 et 39 95. Grâce à l'outil de routage des appels ODIGO développé par Prosodie, les appels téléphoniques des demandeurs d'emploi sont transférés de façon dynamique vers les 4 500 conseillers, répartis sur les 26 plateaux en métropole ou dans les DOM. Planifiés pour l'accueil téléphonique, ces conseillers peuvent ainsi répondre de façon simple et efficace à toutes les demandes d'inscription ou d'information.

La téléphonie d'entreprise en mode "cloud computing"

Chantier très structurant pour beaucoup de grands comptes, la migration vers une téléphonie d'entreprise sur IP représente une démarche réfléchie dont la gestation est encore assez lente. Pour Prosodie, 2010 a été une année riche de projets très variés. Parmi eux, on peut citer le début du déploiement des 38 000 postes IP pour l'un des premiers groupes bancaires français. Ce projet constitue d'ailleurs une des références majeures sur son offre One2IPBX. Prosodie compte également plusieurs nouvelles références sur la solution de trunk SIP notamment dans le secteur de la Distribution ainsi que sur l'offre One2IPCentrex.

One2IPCentrex : la téléphonie d'entreprise en mode "cloud computing"

Dans le cadre de son offre de Centrex IP (One2IPcentrex), Prosodie adapte aux projets de téléphonie d'entreprise les principes du 'cloud computing' avec la fourniture d'une plate-forme mutualisée et un modèle de facturation au poste installé.

Souple et évolutive, cette approche répond idéalement aux souhaits des grandes organisations pour une migration 'douce', très attractive financièrement (projets courts, investissements limités, coûts de communication fortement réduits).



CAS CLIENT | MEILLEUR TAUX .COM

MeilleurTaux.com, filiale du groupe BPCE, confie à Prosodie la gestion de sa téléphonie administrative pour l'ensemble de son réseau d'agences soit environ 600 positions. En quelques mois et après un véritable accompagnement sur la recherche du ROI, Prosodie a migré la téléphonie de MeilleurTaux.com sur sa plate-forme IP Centrex mutualisée en mode Cloud.

« Prosodie : l'agilité au service de la complexité »

Le multicanal

L'adoption massive des smartphones par les consommateurs a tout d'un coup matérialisé le concept du multicanal. Désormais très concret, son intégration aux processus de gestion de la relation client est devenue un enjeu crucial pour toutes les grandes organisations.

Spécialiste de la relation client, leader dans la gestion des flux téléphoniques et IP, expert dans le domaine de la mobilité et des environnements web, Prosodie est particulièrement légitime pour adresser cette problématique.

Ainsi, dès 2010, elle a commencé à élaborer des solutions permettant aux grands comptes de migrer leur gestion indépendante canal par canal vers celle, centralisée, d'un canal unique intégrant la voix et la donnée.

Une approche multimodale

Prosodie a la capacité de gérer le principe de la multimodalité (rebonds possibles entre les actions de parler, voir et cliquer) proposée par les smartphones et aujourd'hui souhaitée par les utilisateurs finaux. Pour cela, elle intègre à sa démarche de nouvelles technologies web telles que l'avatar, le chat, le co-browsing ou encore le web call back.

Soucieuse d'apporter des solutions d'optimisation à fort potentiel de ROI, Prosodie élabore ces solutions multicanal comme les actuelles solutions d'accueil téléphoniques. Elles sont industrielles, automatisées, hautement disponibles et à forte valeur ajoutée tant pour l'utilisateur final que pour les ressources humaines chargées du traitement des contacts au sein des organisations.

CAS CLIENT CAISSE D'ÉPARGNE PICARDIE

La Caisse d'Épargne Picardie a choisi Prosodie pour mettre en place un ensemble de solutions multicanal pour améliorer sa relation client à distance. Les clients peuvent ainsi recevoir des SMS de confirmation de rendez-vous. Ils pourront même, dans quelques mois, communiquer avec leurs conseillers par visioconférence ou demander à être recontactés sur le site Internet. Ces solutions développées pour les agences ont été enrichies par des outils d'amélioration de la performance comme les enquêtes téléphoniques post-appels ou l'enregistrement des appels en cours de communication.



« Prosodie : l'expert des solutions mobiles adaptées aux smartphones »



Les services mobiles

Avec la révolution des smartphones, les services mobiles se transfigurent. Opérateurs télécoms, fabricants de terminaux et éditeurs de contenus se redistribuent les cartes pour le plus grand bénéfice des entreprises et des particuliers qui perçoivent progressivement l'étendue des possibilités d'aujourd'hui et de demain.

Concepteur du site marchand de La Redoute sur Iphone, Prosodie s'inscrit naturellement comme le partenaire privilégié des grands comptes dans la réalisation de leur projet mobile de nouvelle génération. Incontournable sur le marché pour les solutions de messagerie et notifications SMS, Prosodie est aussi présente sur le marché des applications NFC dont elle maîtrise l'ensemble des aspects techniques et fonctionnels.

Prosodie constitue un partenaire particulièrement crédible pour les opérateurs mobiles historiques ainsi que pour les MVNO auxquels elle fournit des prestations d'ingénierie de toute nature destinées notamment aux besoins des maîtrises d'ouvrage : messagerie SMS, plate-forme Text to Speech, plate-forme prépayée,...

CAS CLIENT | LA REDOUTE

En 2010, Prosodie a développé l'application embarquée I-Phone de La Redoute en complément de la boutique en ligne précédemment mise en place. Le site m-commerce de La Redoute constitue un moyen de répondre aux nouveaux comportements d'achat des clients. L'animation commerciale du site s'appuie sur une solution de notification de la livraison par SMS, des appels sortants ou des offres exclusives sur l'Internet mobile.

Le site bénéficie d'un outil statistique évolué permettant d'analyser le profil des visiteurs et leurs commandes.

■ JOURNAL DES COMMUNES 6 AVRIL 2010**472 LYCÉES ÉQUIPÉS EN ENT**

Depuis le début de l'année, soixante lycées choisis parmi les trois académies de Créteil, Paris et Versailles sont peu à peu dotés d'un espace numérique de travail (ENT). Fin 2012, c'est l'ensemble des lycées franciliens, soit près de cinq cents établissements qui seront équipés, faisant de cet équipement le projet de ce type le plus important d'Europe. Pour ce projet dont le budget avoisine les vingt millions d'euros, la région Ile-de-France a choisi de s'appuyer sur l'expérience et la complémentarité du groupement industriel mené par Logica en association avec les sociétés Fylab, Éducation et Territoires et Prosodie.

■ TECHNOLOGIES BANCAIRES 27 AOÛT 2010**PROSODIE FACILITE LA COMMERCIALISATION DES TITRES PRÉPAYÉS DANS LES POINTS DE VENTE**

Opérateur de services intervenant notamment dans la relation client et le multicanal, Prosodie propose aux enseignes de la distribution, une solution technique capable d'accélérer et sécuriser la commercialisation des cartes et coffrets prépayés. En tant que processeur technique leader en France de la gestion de cartes cadeaux mono et multi-enseigne, Prosodie a souhaité dynamiser le marché du prépaiement en proposant EasyPaid. Cette offre permet aux commerçants d'accepter et de distribuer dans leur point de vente tous les produits prépayés du marché.

■ LA LETTRE DES ASP 1^{ER} OCTOBRE 2010**PROSODIE LANCE FLECS®, SON SERVICE CLOUD 360°, EN INTÉGRANT DES TECHNOLOGIES MICROSOFT**

Prosodie, Opérateur de services informatiques et télécoms, propose son nouveau service de Cloud Computing, FLECS®, et dans ce cadre étend sa relation partenariale avec Microsoft. Depuis plusieurs années, Prosodie se positionne en tant qu'infogéreur expert des solutions Microsoft tels qu'Exchange, MOSS et plus récemment MOCS. Aujourd'hui, Prosodie poursuit cette démarche en retenant l'outil Hyper-V comme système de virtualisation pour son service Cloud privé mutualisé.

■ LE COURRIER DE LA MONÉTIQUE 15 OCTOBRE 2010**RÉSULTATS
BONS CHIFFRES POUR PROSODIE**

Au cours du premier semestre 2010, le groupe Prosodie enregistre un chiffre d'affaires de 85,7 millions d'euros en hausse de 6,4% à périmètre constant par rapport à l'an dernier sur la même période. De même, le résultat opérationnel courant du groupe est en forte hausse (soit de 12,2 millions d'euros) comparé à 2009 (9,2 millions d'euros).

1.4.2 Cloud computing - E-infogérance

Introduction

L'évolution rapide des marchés et le contexte très concurrentiel dans lequel évoluent les grandes entreprises impose aux DSI (Directions des Systèmes d'Information) toujours plus de réactivité et de capacité d'adaptation. Elles recherchent désormais de nouveaux 'business model' qui apportent plus de flexibilité et une meilleure maîtrise des budgets tout en assurant un haut niveau de performance.

Véritable alternative aux solutions classiques, le cloud computing répond à ces attentes et s'impose aujourd'hui comme un modèle incontournable sur le marché.

C'est en tous cas la conviction de Prosodie qui, dans cette perspective, a élaboré une gamme de services – FLECS – capable de satisfaire l'ensemble des besoins des grands comptes.



FLECS : solution de cloud computing

Avec ses solutions FLECS Apps et FLECS Enterprise, Prosodie propose aux DSI les moyens de migrer progressivement leur système d'information d'un univers très structuré, plutôt statique, à celui plus souple et performant du modèle en mode 'cloud'.

- Avec sa plate-forme mutualisée FLECS Apps, Prosodie fournit aux grands comptes une solution souple et modulaire, totalement configurable aux besoins. Rapide à mettre en œuvre, elle est aussi très compétitive financièrement grâce à un parfait dimensionnement des ressources ainsi qu'à une facturation à l'usage.
- Avec la configuration dédiée FLECS Enterprise, les entreprises accèdent à des ressources idéalement dimensionnées selon les besoins exprimés. Adaptables à la demande, les configurations sont ainsi optimisées, ce qui permet aux DSI de mieux maîtriser les coûts liés à la gestion de leur système d'information.

CAS CLIENT AMADEUS FRANCE

Amadeus France, filiale du leader mondial des technologies du voyage, a retenu l'offre de cloud privé, FLECS Enterprise de Prosodie, pour ses applications web. Elle souhaite ainsi mettre à disposition de ses partenaires commerciaux différents supports à valeur ajoutée tels qu'un extranet collaboratif ou encore des boutiques en ligne directement configurables par les agences. Pour cela, Amadeus s'appuie sur un infogéreur de proximité capable de fournir des solutions concrètes pour la gestion d'un cloud privé : flexibilité des ressources en fonction du business, pilotage du capacity planning, administration des infrastructures et des applications.

« Prosodie, acteur et opérateur de cloud computing »

E-infogérance

Avec la 'webisation' de pans de plus en plus importants du système d'information, Prosodie, acteur historique de l'infogérance d'applications web, est plus que jamais légitime pour répondre aux sollicitations des plus grands comptes publics et privés. Cependant, conformément à son plan marketing stratégique, Prosodie se focalise sur trois domaines d'expertise à forte valeur ajoutée.

E-commerce

Prosodie compte, sur ce secteur en très forte croissance, de nombreuses références très significatives qui en font un des acteurs incontournables de ce marché. Son indiscutable expertise métier lui permet d'apporter aujourd'hui des réponses particulièrement pertinentes à des problématiques cruciales telles que la saisonnalité, l'international, le parcours client, les bases de données ou encore les processus d'achat et de paiement.

Communication unifiée

La communication unifiée, les outils collaboratifs ainsi que la messagerie sont de plus en plus souvent considérés comme des éléments clés de l'efficacité des grandes organisations. Cependant, de nombreux DSI s'accordent à reconnaître que leur gestion est non seulement techniquement complexe mais impose également une très haute disponibilité.

Avec plusieurs références significatives, Prosodie apparaît aujourd'hui comme un des principaux acteurs de ce marché en forte croissance. Elle dispose notamment d'une très forte compétence dans l'intégration et l'exploitation en mode SaaS des technologies Microsoft sur les solutions Exchange et Share Point.

Prosodie partenaire de Microsoft

Déjà étroitement associée à Microsoft dans le cadre de son expertise dans l'hébergement des plates-formes collaboratives 'Exchange' et 'Share Point', Prosodie a choisi la solution de virtualisation 'Hyper V' dans le cadre de son offre 'cloud' FLECS Apps. Ce choix d'une technologie Microsoft renforce le positionnement de Prosodie chez l'éditeur avec lequel d'autres projets de collaboration devraient voir le jour en 2011.

Transformation du SI

Avec son offre FLECS, Prosodie propose aux DSI de les accompagner dans la migration progressive de leur système d'information. Selon leur nature, leur caractère stratégique ou non, certains domaines applicatifs peuvent être externalisés sur des infrastructures en mode cloud mutualisées, dédiées ou encore publiques. Les ressources mises en œuvre seront ainsi optimisées de même que les budgets qui y seront associés.

CAS CLIENT KINGFISHER - CASTORAMA

Depuis 10 ans, Prosodie infogère et assure la gestion applicative du site e-commerce de Castorama en France. Forte de cette longue expérience réussie, le groupe Kingfisher, propriétaire de l'enseigne, a décidé en 2010 de confier à Prosodie l'hébergement de sa plate-forme collaborative (projet Awake). Adressant toutes les enseignes du groupe : B&Q, Bricorama, Screwfix, Brico Dépôt, Koçtas, Hornbach, cette plate-forme permet aux directions commerciales présentes dans le monde entier de partager des données et d'échanger des fichiers.



1.4.3 Prépaiement – Paiement

Introduction

Opérateur de flux transactionnels, expert des applications 'temps réel' hautement disponibles et sécurisées, Prosodie se positionne naturellement dans le domaine de la gestion des flux monétiques et de paiement grâce à ses offres 'Prosodie Prepaid' et 'Prosodie Payment'.

Dotée des compétences techniques et d'une forte crédibilité, Prosodie est en mesure de proposer des solutions innovantes aux besoins des grands comptes qui sont de plus en plus engagés dans la voie des services marchands en ligne et qui vont rapidement être contraints de s'adapter à la nouvelle réglementation européenne du SEPA (Single Euro Payments Area).

Offre de Prépaiement

Largement répandu outre Atlantique, le prépaiement privatif (hors télécom mobile) s'installe lentement mais sûrement sur le marché français. Leader du marché, Prosodie déploie ses offres 3P, N3P et EasyPrepaid auprès des plus grandes enseignes commerciales ainsi que des principaux émetteurs de titres prépayés.

Plate-forme de prépaiement bancaire N3P

Prosodie dispose d'une plate-forme de prépaiement bancaire - N3P – conçue en collaboration avec le Groupe Natixis. Opérationnelle depuis fin 2009, cette plate-forme est en mesure de répondre à de multiples usages associés au principe du prépaiement bancaire. Ainsi, en 2010, les premières cartes de rémunération ont été émises pour une société d'intérim. Egalement, à partir de cette plate-forme, Natixis Paiement et Unibail-Rodamco ont lancé une carte cadeau Visa prépayée multi-centres commerciaux appelée "Rêvons Plus" (voir le cas client).

CAS CLIENT

CARTE CADEAU VISA "RÊVONS PLUS"

Natixis Paiement et Unibail-Rodamco se sont associés pour lancer la carte prépayée cadeaux Visa "Rêvons Plus". Sécable, valable un an et non rechargeable, cette carte à piste magnétique exploitée par Prosodie est disponible et utilisable dans toutes les boutiques des six centres commerciaux à Paris (Le Forum des Halles, Parly 2, Rosny 2, Carré Sénart, Les Quatre Temps et Vélizy 2) et dans celui de La Part Dieu à Lyon

Un site dédié, www.revonsplus.com permet au porteur de commander en ligne une carte ou d'en consulter le solde.

EasyPrepaid

La solution EasyPrepaid, conçue par Prosodie, est devenue en quelques mois la solution de référence pour les enseignes souhaitant rendre compatible leur système d'encaissement au plus grand nombre possible de titres prépayés du marché (cartes cadeaux, coffrets prépayés, music card iTunes,...). Plébiscitée par les grands comptes pour la rapidité et la souplesse de son déploiement ainsi que pour son ROI (return on investment) très rapide, la solution EasyPrepaid devient un composant stratégique pour les directions générales, soucieuses d'optimiser les impacts financiers et organisationnels d'un projet de cartes prépayées au sein de leur organisation.

« Prosodie, une prestation de service à très forte valeur ajoutée »

Offre de Paiement

La croissance continue des ventes en ligne, le potentiel représenté par la monétisation des futurs services dématérialisés, la nouvelle réglementation SEPA avec notamment l'apparition de nouveaux établissements de paiement, constituent les ingrédients d'une nouvelle donne du marché du paiement dans lequel Prosodie a décidé de se positionner avec son offre 'Prosodie Payment'.

Prosodie Payment

Avec son offre 'Prosodie Payment', Prosodie s'adresse de façon segmentée à trois secteurs d'activité : Les établissements financiers, les e-marchands et les entreprises.

- Concernant les établissements financiers, Prosodie intervient comme un tiers de confiance qui est capable de mettre en œuvre rapidement des solutions de paiement sur-mesure et innovantes.
- Vis-à-vis des e-marchands, elle propose avec une plateforme de paiement en ligne internationale, sécurisée et fortement orientée sur le principe du parcours client en y associant tous les composants de l'expertise métier dont elle dispose dans le domaine de la relation client multicanal.
- Enfin, concernant les grandes entreprises, Prosodie propose de les accompagner vers le SEPA afin de leur faire bénéficier des différentes opportunités qu'offre cette nouvelle réglementation comme par exemple celle du passage au prélèvement SEPA (SDD – Direct Debit System).

Prosodie et SOPRA Group partenaires sur l'offre "prélèvement" Direct Debit System (SDD)

Sopra Group et Prosodie ont conclu un partenariat exclusif qui prévoit la commercialisation en mode Saas par Prosodie du volet Financial Flows de la solution Evolan développée par SOPRA Group.

Retenue par huit établissements sur dix, cette solution est devenue la référence du secteur bancaire. Elle sera adaptée aux besoins des entreprises qui vont devoir intégrer dans leur processus la gestion des prélèvements et des mandats associés, conformément à la nouvelle réglementation SEPA.



1.5 INTERNATIONAL

1.5.1 Introduction

Conformément à sa stratégie, Prosodie continue de renforcer ses activités sur le continent européen. Présente en France et en Espagne (la société Servicom 2000, rachetée en 2008, est désormais totalement intégrée), Prosodie a ouvert, en 2010, un bureau en Belgique. Elle souhaite ainsi se positionner sur le marché du Bénélux dans lequel son positionnement d'opérateur de flux multicanal notamment son offre dans le domaine de la relation client, constitue une alternative compétitive vis-à-vis des acteurs en place sur ce marché.

Sur tous les autres pays en cours d'analyse par sa Direction Business Development, Prosodie n'exclut aucune hypothèse. Quel que soit le pays, elle envisage d'y développer son offre, soit au travers de partenariats techniques, soit directement au travers d'acquisitions.

1.5.2 Prosodie Iberica

En 2010, le contexte de crise s'est intensifié en Espagne. Après une première partie d'année durant laquelle les donneurs d'ordre ont maintenu certains projets, la situation s'est révélée plus difficile avec une prise de conscience du caractère structurel de la crise et de son ancrage dans le pays pour plusieurs années.

Malgré ce contexte difficile, Prosodie Ibérica a réalisé une performance exceptionnelle avec une croissance très significative de son chiffre d'affaires et une rentabilité de plus de 7%.

Les facteurs clés du succès 2010

Une organisation optimisée

En premier lieu, suite à la fusion opérée en 2009, l'année 2010 a été la première durant laquelle l'organisation Prosodie Ibérica a fonctionné comme une entité unique avec une structure bien intégrée aussi bien sur le volet technique que sur le volet commercial.

Les équipes ont ainsi pu se focaliser sur les projets clients avec toute la disponibilité attendue par ces grands comptes.

Des succès commerciaux

2010 a également été une année de succès commerciaux aussi bien avec la reconduction de contrat pluriannuels chez certains grands clients comme Telefonica mais aussi dans le cadre de nouveaux projets.

Par exemple, Prosodie Iberica a été retenue par le Ministère de la Santé de la Province Basque OSAKIDETZA pour toute la gestion de ses services de «Planification de rendez-vous».

Une synergie forte avec la France

Enfin, durant l'année 2010, Prosodie Iberica a pu mettre en œuvre plusieurs outils de gestion du groupe et bénéficier également de nombreuses solutions techniques déjà éprouvées auprès de grands comptes sur le marché français. Les équipes en place ont ainsi optimisé leurs moyens, ils ont enrichi leur offre avec de nouveaux services et ont augmenté leur efficacité vis-à-vis de leur marché.

Informations clés de Prosodie Iberica

- Chiffre d'affaires 2010 : 13 m€
- 145 collaborateurs au 31 décembre 2010
- Sites : Madrid, Valence et Barcelone
- Datacenters : Madrid et Valence
- Certifiée ISO 9001 et 27001

« Europe, zone prioritaire du Business Development de Prosodie »

Prosodie Iberica dispose de deux lignes de service

Les solutions vocales

Prosodie Iberica dispose d'une ligne de service dite 'Vocale' composée de solutions orientées vers l'automatisation de la relation client des grands comptes.

Dans ce cadre, elle propose notamment son offre de langage naturel 'SIATVOX' qu'elle intègre sur les plateformes d'accueil téléphonique de ses clients.

La principale référence sur cette solution est l'opérateur Telefonica.

Les solutions IT services

Prosodie Iberica propose également une prestation 'IT Services' qui comprend plusieurs domaines d'expertises :

L'infogérance (IT outsourcing) avec une compétence particulière dans le domaine des services managés (à distance), l'intégration et le management d'outils de sécurité et enfin l'offre BPO proposée dans le secteur hospitalier. Cette offre comprend toute une gamme de services managés allant de la gestion des systèmes opérationnels, à celle des bases de données, du réseau, de la sécurité ou encore du customer care,...



CAS CLIENT HÔPITAL DE MANISES (VALENCE)

Conçu comme un hôpital « sans papier », l'hôpital de Manises a souhaité automatiser tous ses processus de gestion. Il veut ainsi simplifier les tâches des équipes : médecins, infirmiers et personnels auxiliaires, en leur mettant à disposition, sur support électronique, tout type d'historiques cliniques, analyses laboratoires, dossiers radiologiques, dont ils pourraient avoir besoin.

Pour répondre à ces besoins, l'hôpital de Manises a fait appel à Prosodie Iberica dont la prestation de support technique 24h24, 7j/7 répond exactement à la demande. Prosodie a également mis en place les procédures nécessaires pour garantir une disponibilité des services tant sur les aspects systèmes, réseaux, sécurité des données, que pour la téléphonie, le monitoring ou le back up.

« Avec ce choix de gestion "outsourcée" chez Prosodie, nous bénéficions d'engagements de service élevés tout en disposant de moyens de contrôle permanents notamment grâce à notre comité mensuel, durant lequel nous évaluons la performance du service. Cela nous permet d'être très pro-actifs dans nos prises de décisions ».

David Dapena

Directeur des Systèmes d'Information Hôpital de Manises

1.5.3 Prosodie présente en Belgique

Durant le premier semestre 2010, Prosodie a décidé d'ouvrir un bureau à Bruxelles en Belgique. Sous la responsabilité du Business Development Manager Bart Cruyt, Prosodie souhaite proposer aux grands comptes du marché du Bénélux toute sa gamme de services hébergés dans le domaine relation client. Il s'agit en priorité de sa solution de langage naturel ainsi que son offre d'ACD virtuel Odigo.

1.6 PLATE-FORME TECHNIQUE

1.6.1 Introduction

Acteur de taille intermédiaire comparé à ses principaux concurrents (grandes SSII spécialistes de l'infogérance et pôles 'Entreprises' des grands opérateurs télécoms), Prosodie se singularise néanmoins par sa capacité à répondre avec succès aux besoins des plus grands comptes.

Sa valeur ajoutée reconnue réside en effet dans le couplage alliant la proximité et la réactivité de ses équipes avec la disponibilité de moyens techniques de très haut niveau. Toutes ces ressources exploitent des solutions techniques toujours plus complexes et étendues. Elles tiennent compte de l'ensemble des bonnes pratiques ITIL et appliquent au quotidien des méthodologies de gestion de projets très structurées. Elles bénéficient enfin d'une politique d'investissements soutenue année après année.

1.6.2 Indicateurs clés

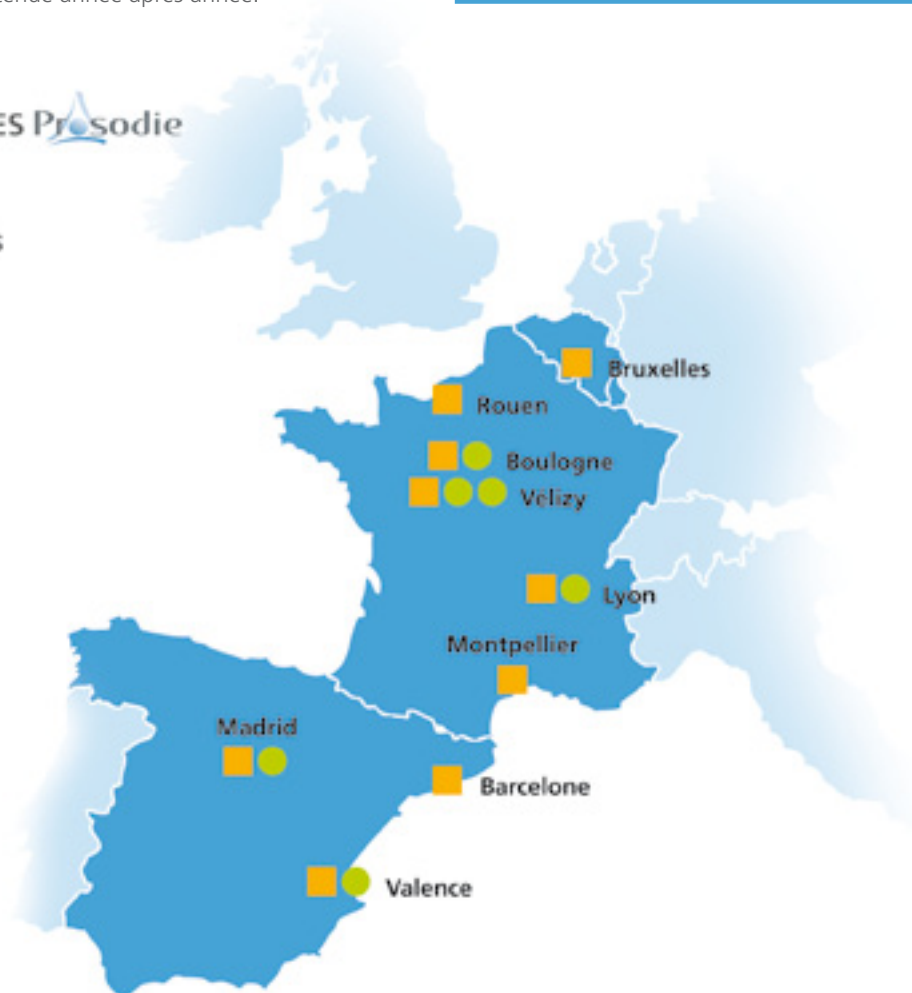
- 12 000 SERVEURS HÉBERGÉS
- 18 SALLES D'HÉBERGEMENT RÉPARTIES SUR 6 SITES DE PRODUCTION
- PLUS DE 3 000 M² D'ESPACES TECHNIQUES

Chiffres clés sur le trafic 2010

- 800 millions d'appels téléphoniques traités
- 1,8 milliard de minutes télécoms entrantes et sortantes
- 300 millions de SMS
- 60 SMS/s de débit en pointe
- 50 To (Tera octets) de données stockées par mois
- 5 000 transactions/s sur la plate-forme de prépaiement

CARTE DES SITES Prosodie

- Bureaux
- Datacenters



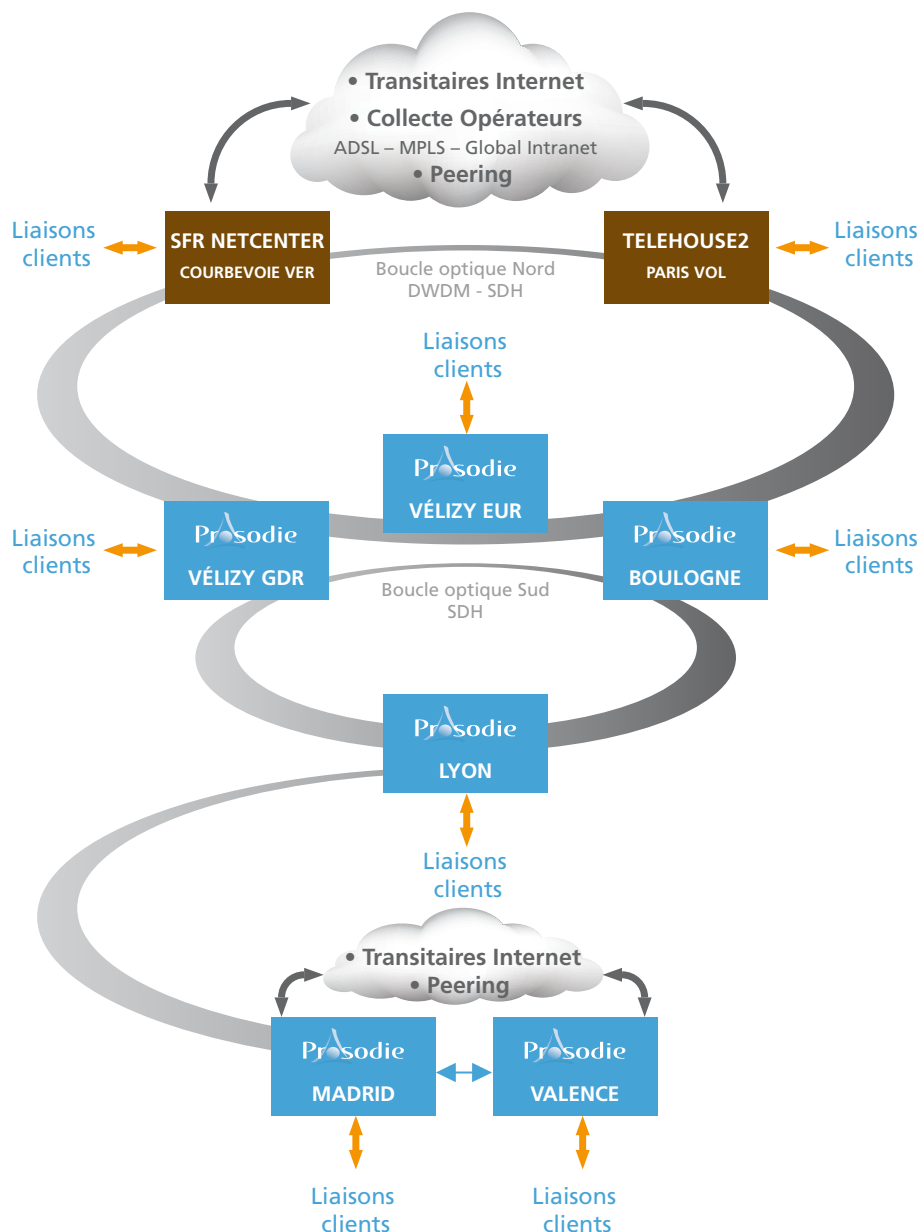
« Prosodie, une plate-forme technique industrielle à l'état de l'art »

1.6.3 Backbone - Infrastructures réseaux

Opérateur de flux, Prosodie gère des pics de trafics télécoms, Internet et monétiques avec des engagements de services élevés de type 'carrier grade'. Elle dispose pour cela d'un backbone composé d'une double boucle – nord et sud – auquel sont connectés directement tous les sites de production français (Boulogne, Vélizy GDR, Vélizy EUR et Lyon).

Une infrastructure redondée hautement disponible et sécurisée

D'une capacité de 10 Gigas, cette infrastructure privée et sécurisée en fibre optique est raccordée à plusieurs réseaux d'opérateurs télécoms et internet via deux Points de Présence Opérateurs (POP) situés en Région Parisienne. Elle dispose ainsi d'une capacité à collecter et diffuser ses flux dans le monde entier tout en s'assurant une redondance indispensable à la haute disponibilité de ses services.





« Prosodie, l'ambition d'une gouvernance sociétale exemplaire »

Introduction

Opérateur de flux transactionnels multicanal, Prosodie s'inscrit plus que jamais comme un acteur clé dans le domaine des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).

Dans ce cadre, elle bénéficie de tous les effets porteurs d'un domaine innovant et dynamique, particulièrement orienté vers des services toujours plus dématérialisés au bénéfice d'un nombre toujours plus importants d'utilisateurs finaux, particuliers et professionnels.

Ce positionnement très favorable et à fort potentiel justifie le choix de ses dirigeants de faire de Prosodie une société exemplaire, tant dans le domaine social que dans le cadre de ses engagements vis-à-vis de ses clients, de ses partenaires comme de l'ensemble de l'éco-système dans lequel elle évolue.



2.1 VOLET ÉCONOMIQUE

En tant qu'hébergeur des services qu'elle réalise pour ses clients, Prosodie est consciente que toute détérioration de la qualité de sa prestation est instantanément constatée. Les impacts négatifs sur la satisfaction client sont souvent immédiats avec de forts risques de détérioration durable en cas de défaillances répétées.

Ainsi, compte tenu de la nature très 'critique' des services qu'elle met en œuvre, il est vital pour Prosodie de porter une attention extrêmement rigoureuse à l'ensemble des composantes de sa qualité de service et à la perception effective qu'en ont ses clients.

2.1.1 Enquête client 2010

Contexte

En tant qu'opérateur de flux, Prosodie gère des projets clients sur le long terme avec des enjeux très forts de performance et de disponibilité sur des prestations de services critiques.

Souvent considérée plus comme un partenaire qu'un prestataire, Prosodie est tout particulièrement soucieuse de sa qualité de service et du niveau de satisfaction de ses clients. C'est ainsi que, depuis 2008, elle a décidé de confier à la société BVA l'enquête de satisfaction annuelle qu'elle réalisait jusqu'alors en interne.

Pour l'année 2010, les objectifs de l'enquête ont été les suivants :

- Mesurer le niveau de satisfaction client global puis fournir une analyse détaillée par grand domaine d'intervention,
- Analyser l'évolution de la satisfaction par rapport aux années précédentes,
- Hiérarchiser l'importance des différents critères dans la construction de la satisfaction,
- Identifier les points forts afin de pouvoir communiquer dessus en interne et en externe,
- Identifier les points de faiblesse qui nécessiteront la mise en place d'actions correctives,
- Recenser et hiérarchiser les attentes d'amélioration,
- Contrôler les effets des plans d'actions post-enquête.

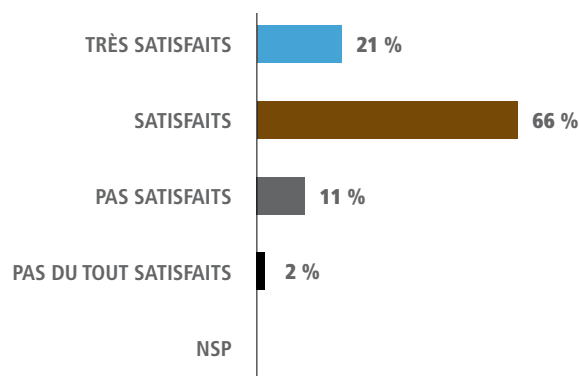
Données sur l'enquête

L'enquête 2010 réalisée début 2011 a permis de traiter 184 comptes clients et 300 interlocuteurs différents. 76% des personnes interrogées ont accepté de communiquer leur réponse de manière nominative. Elles représentent des interlocuteurs réguliers de Prosodie au sein des maîtrises d'œuvre comme des maîtrises d'ouvrage des entreprises clientes.

Les entretiens ont été menés par téléphone. La durée moyenne de chaque entretien a été d'environ 17,5 minutes.

Les questions se sont articulées autour de 8 thèmes principaux : les échanges téléphoniques, les interlocuteurs techniques, les prestations techniques, la facturation, les propositions commerciales, les outils mis à disposition du client, les interlocuteurs commerciaux et la gestion des réclamations.

POURCENTAGE DE CLIENTS SATISFAITS



87 % DES INTERVIEWÉS SATISFAITS
89 % DE COMPTES CLIENTS SATISFAITS

« Satisfaire ses clients, un souci permanent pour Prosodie »

L'analyse des résultats a tenu compte d'une segmentation selon la taille du client en CA réalisé par Prosodie, selon le domaine d'offre des prestations réalisées et enfin selon le secteur d'activité auquel appartient le client.

Principaux résultats

- Globalement, les résultats restent stables comparés à ceux de l'année 2009.
- 87% des personnes interrogées se déclarent satisfaites des services de Prosodie (21% précisent qu'elles sont même très satisfaites).
- Avec une note globale moyenne de 7.0 sur 10 équivalente à celle de l'année précédente, Prosodie confirme donc le bon niveau de satisfaction de ses clients.
- Enfin, 84% des clients se déclarent prêts à recommander Prosodie.

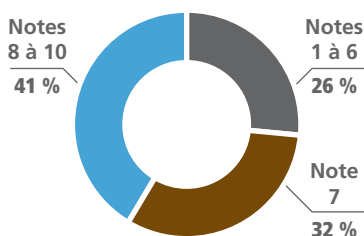
Principal point fort reconnu par les clients : l'expertise technique

Parmi les points forts déjà mentionnés lors des précédentes enquêtes, Prosodie est particulièrement reconnue pour la qualité des échanges téléphoniques entretenus avec ses clients mais aussi pour son expertise technique largement plébiscitée tant sur la qualité des prestations réalisées que sur la compétence des interlocuteurs en charge des projets.

Principal point d'amélioration : la gestion des réclamations

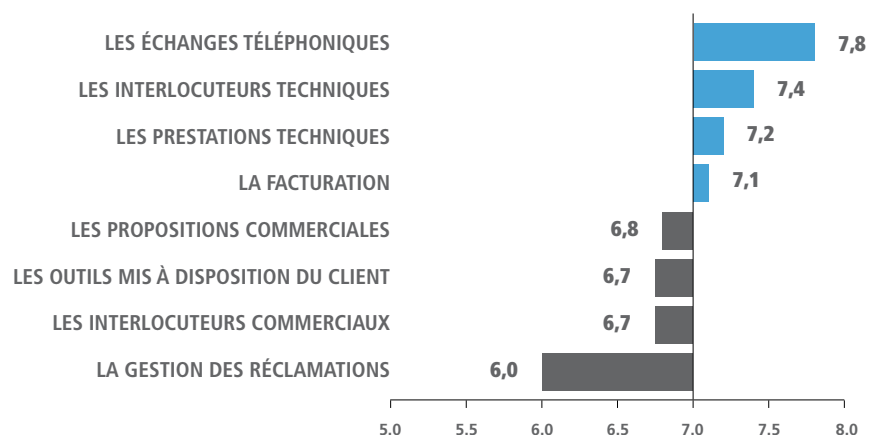
Au terme de cette enquête, Prosodie a mis en place plusieurs chantiers d'amélioration. Ils portent notamment sur les différents aspects liés à la gestion des réclamations (compréhension de la demande et réactivité dans la réponse apportée) ainsi que sur les outils mis à la disposition des clients. Leur qualité de gouvernance doit être améliorée de même que les outils statistiques dont la performance doit être accrue.

NOTE DE SATISFACTION GLOBALE DONNÉE PAR LES CLIENTS



SATISFACTION GLOBALE
(ENSEMBLE DES PRESTATIONS)
7,0 / 10

RÉPARTITION DES RÉSULTATS SELON LES PRINCIPAUX THÈMES D'ANALYSE



2.1.2 Enquêtes après mise en production

Parallèlement à l'enquête client annuelle et exhaustive, Prosodie réalise ponctuellement des enquêtes de satisfaction suite à la mise en production de projets plus particulièrement innovants ou critiques.

Riches d'enseignement, ces enquêtes après mise en production sont réalisées par la Direction de la Qualité auprès des équipes opérationnelles du client. Les informations récupérées fournissent de nombreuses informations qui sont d'abord analysées puis remontées aux équipes concernées. Ces dernières mettent en œuvre les plans d'action appropriés à cette étape essentielle de la prestation de Prosodie.

2.1.3 Certifications ISO 9001 – 27001

Certification ISO 9001

Certifiée pour la première fois en 2004, Prosodie mène depuis une politique Qualité soutenue et appliquée à l'ensemble de son organisation en France. En 2010, l'entreprise a bénéficié d'une reconduction de sa certification pour la 6^e année consécutive.

Les conclusions de l'audit ont, à cette occasion, fait apparaître sept nouveaux points forts et aucune "non-conformité".

Ces conclusions mettent l'entreprise dans une position favorable pour préparer l'audit de 2011 qui sera celui du renouvellement de cette certification.

Certification ISO 27001

Déjà certifiée en Espagne, Prosodie s'est engagée en France, dès 2010, dans cette nouvelle démarche pour la gestion de la sécurité des systèmes d'information.

Cette brique, très attendue par beaucoup de clients, doit leur apporter une garantie supplémentaire sur la capacité de Prosodie à prendre en charge certaines applications plus particulièrement sensibles telles que les jeux en ligne, le stockage ou encore l'archivage légal de données.

Initialisé dès 2010, ce projet de certification devrait aboutir dans le courant du deuxième semestre 2011.

2.1.4 Certification PCI-DSS

PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) est un standard de sécurité des données incontournable pour les professionnels de l'industrie du paiement.

Il permet aux entreprises concernées de garantir une totale maîtrise des risques liés à la manipulation des données confidentielles qui leur sont confiées lors des opérations de paiement en ligne.

Nouvellement présent sur ce secteur, Prosodie a mis en œuvre, dès 2010, une démarche de certification de sa plateforme selon ce standard. Elle sera ainsi en mesure, dans le courant 2011, d'apporter à ses clients et partenaires toutes les assurances nécessaires démontrant sa complète maîtrise des risques associés à ses solutions de paiement.

2.1.5 Démarche ITIL

Largement adoptées au sein de Prosodie, les pratiques ITIL constituent aujourd'hui un socle incontournable dans le processus de gestion du système d'information de Prosodie.

A ce jour, près de 300 collaborateurs appartenant à la Direction des Moyens Techniques ont bénéficié d'une formation 'foundation certifiing'.

Ils peuvent ainsi en appliquer l'ensemble des pratiques acquises dans un souci permanent de qualité de service et de satisfaction client. Dans ce cadre, toutes les étapes de la chaîne de gestion telles que l'incident management, le 'problem management' ou le 'change management' sont aujourd'hui totalement intégrées aux processus d'exploitation 24h/24, 7j/7.

■ RELATION CLIENT 1^{ER} FÉVRIER 2010**LES TECHNOLOGIES VOCALES SUR LA VOIE DU DÉVELOPPEMENT**

Plus humain, le langage naturel ferait presque oublier la machine. (...) le client peine parfois à savoir s'il est en communication avec un véritable agent ou avec une machine. Anne Lacouberie, responsable marketing de la division contact client de Prosodie, note à ce sujet : « Je suis assez surprise à l'écoute des appelants qui sont très à l'aise avec cette technologie ». Certains acteurs précisent qu'ils surprennent leurs clients à remercier la voix du serveur vocal. Prosodie a mis en œuvre le langage naturel avec certains clients comme le Crédit Agricole de Normandie, Swisslife et Carrefour Services Financiers.

■ TECHNOLOGIES BANCAIRES 19 FÉVRIER 2010

BANQUE EN LIGNE

PROSODIE ASSURE LA GESTION DE LA RELATION CLIENT MULTICANAL ET LA TÉLÉPHONIE IP À BFORBANK

(...) Chargée d'accompagner le lancement de cette nouvelle entité, Prosodie a déployé en quelques mois une solution IP Centrex pour l'ensemble de sa téléphonie (relation client et administrative). (...) « Pour nous accompagner dans la gestion de nos appels clients et de notre téléphonie administrative, nous souhaitons faire appel à un prestataire unique. Prosodie dispose de compétences pour que notre centre de contacts multicanal soit le plus performant possible » déclare Vincent Chatard, directeur des opérations, BforBank.

■ LE COURRIER DE LA MONÉTIQUE 31 MAI 2010

PAIEMENT EN LIGNE

PROSODIE S'ATTAQUE AUX PARIS EN LIGNE

Depuis l'ouverture à la concurrence et à la régulation des jeux d'argent et de hasard en ligne en avril dernier, ce marché offre de nouvelles opportunités à des opérateurs tels que GENY Infos, société spécialisée dans l'information hippique en ligne. Elle a sélectionné Prosodie, opérateur de services informatiques et télécoms pour infogérer son nouveau service de paris en ligne via une plate-forme. Cette dernière sera en permanence interconnectée avec le service informatique du Ministère des Finances pour vérifier en temps réel l'identité des joueurs (interdits de jeux ou non, interdits bancaires ou non...).

■ QUALITÉ RÉFÉRENCES 1^{ER} AOÛT 2010**LES SERVICES S'APPROPRIENT LES MÉTHODES QUALITÉ DU SECTEUR DE L'INDUSTRIE**

Prosodie a maintenu sa certification ISO 9001 pour la cinquième année consécutive. Elle se met en ordre de marche pour affronter la nouvelle règle qui fait de la maintenabilité de la certification un enjeu annuel. Plusieurs actions ont été mises en œuvre pour aider les managers dans cette démarche. Le défi de Sylvie Gauthier, directeur qualité : transférer des process qualité du monde de l'industrie vers une entreprise de services.



2.2 POLITIQUE DE MÉCÉNAT

Le mécénat constitue une démarche éthique et volontaire à laquelle Prosodie adhère totalement. Elle renouvelle ainsi, chaque année, son engagement financier auprès de certaines organisations afin de contribuer à les soutenir dans la réalisation de leurs nombreux projets.



SOS Village d'enfants

Pour que frères et sœurs partagent la même enfance - www.sosve.org

Depuis plusieurs années déjà, Prosodie soutient l'association SOS Village d'Enfants dont les valeurs s'avèrent très voisines de celles défendues par Prosodie.

L'engagement de l'organisation vis-à-vis des enfants s'effectue dans la durée avec des fratries prises en charge jusqu'à leur majorité.

La solidarité se manifeste plus particulièrement en Afrique dans le rayonnement des villages SOS sur l'ensemble des populations locales au-delà des enfants pris en charge. Enfin, toute l'association fonde sa démarche sur le respect de l'enfance et des enfants pour pouvoir les accompagner jusqu'à l'âge adulte dans les meilleures conditions.



Mécénat Chirurgie Cardiaque

Cette année encore, Prosodie s'est également engagée aux côtés de l'organisation Mécénat Chirurgie Cardiaque afin de l'aider à prendre en charge certains enfants de pays défavorisés victimes de malformations cardiaques. Opérés en France, ces derniers sont accueillis par des familles durant tout le séjour précédent et suivant l'intervention.

L'apport de Prosodie contribue à financer ces dépenses pour, là encore, permettre à des enfants défavorisés de retrouver une vie normale.

« Pour Prosodie, les collaborateurs constituent le véritable capital de l'entreprise »

2.3 VOLET SOCIAL

2.3.1 Engagement, solidarité, respect

Cette année encore, les valeurs de Prosodie se sont révélées particulièrement représentatives de l'état d'esprit des collaborateurs de l'entreprise.

Que ce soit en interne ou vis-à-vis des clients, leur capacité à se mobiliser en toute occasion et leur souci d'apporter des réponses de qualité dans les délais ont été quelques-uns des facteurs clés du succès de Prosodie en 2010.



2.3.2 Portrait des Prosodiens

Prosodie sait que ses salariés constituent son véritable capital et que ses résultats sont très directement liés à la performance de chacun d'entre eux.

L'entreprise est donc soucieuse d'investir, chaque année, dans les moyens nécessaires pour faire progresser la motivation et les compétences de chaque collaborateur, tout en lui fournissant l'environnement de travail le plus approprié afin de lui permettre d'exercer sa mission dans les meilleures conditions.

Qualification

Les collaborateurs de Prosodie sont d'un haut niveau de qualification. 83 % d'entre eux sont des ingénieurs et cadres. Ce ratio est très représentatif du positionnement de Prosodie en tant que prestataire de service à forte valeur ajoutée au sein du secteur IT.

Fidélité

Avec une ancienneté moyenne de 7 ans, Prosodie confirme sa capacité à fidéliser ses salariés malgré un marché de l'emploi toujours actif et compétitif pour les populations expertes qui la composent.

Cette moyenne élevée s'explique entre autre par la capacité de l'entreprise à faire évoluer ses collaborateurs au sein de l'organisation. Par exemple, en 2010, un poste ouvert sur quatre a été pourvu par mobilité interne.

Pérennité des emplois

Au 31 décembre 2010, plus de 99 % des collaborateurs de Prosodie travaillait sous Contrat à Durée Indéterminée. Ce chiffre confirme la volonté de Prosodie d'investir sur ses collaborateurs dans la durée et de leur offrir des conditions d'emploi pérenne.

Équilibre des âges

En 2010, l'âge moyen des collaborateurs de Prosodie était de 37 ans. L'écart-type par rapport à cet âge moyen est assez faible puisque plus d'un collaborateur sur deux a entre 30 et 40 ans. Enfin, 21% des collaborateurs ont moins de 30 ans et 27% de plus de 40 ans.

Mixité

En termes de mixité hommes-femmes, le ratio de 80% d'hommes pour 20% de femmes est identique aux années précédentes. Ce déséquilibre, subi et non pas voulu, s'explique par la démographie générale des salariés du métier informatique et télécom dont le taux de féminisation reste très faible.

2.3.3 Politique de rémunération

Salaires

Malgré un contexte économique difficile, Prosodie a souhaité maintenir, en 2010, une politique salariale stimulante. Ainsi, son budget d'augmentation de salaire pour l'année s'est élevé à 3%, soit un niveau supérieur à la moyenne nationale mais aussi un niveau supérieur à la moyenne du secteur IT dans lequel elle évolue.

Équité hommes - femmes

Dans ce contexte, Prosodie a continué à mener une politique attentive de stricte équité des salaires entre hommes et femmes, quels que soient le statut et le niveau de responsabilité.

Intéressement

En 2010, les collaborateurs de l'entreprise présents au moins trois mois durant l'année 2009, ont bénéficié d'un intéressement aux résultats du groupe représentant au total plus de 2,6 m€.

Distribué à parts égales quel que soit le salaire du collaborateur, cet intéressement témoigne de la volonté des dirigeants de partager les fruits de la performance de l'entreprise avec un esprit d'équité conforme aux valeurs prônées par l'entreprise.

2.3.4 Politique de formation

Compétence et employabilité

Confronté à un univers particulièrement dynamique dans lequel les technologies se multiplient et évoluent très rapidement, l'investissement formation constitue un élément clé du maintien de la compétitivité de Prosodie sur son marché.

Cependant, pour Prosodie, les enjeux de cette formation dépassent le simple cadre de cette compétitivité. Elle permet aussi de fournir aux collaborateurs les moyens de mieux se réaliser professionnellement avec un enjeu fort sur leur employabilité et leur carrière.

Elle contribue à l'enrichissement global des connaissances et des aptitudes que ce soit pour progresser dans le poste occupé ou pour accompagner une mobilité professionnelle.

En 2010, le budget formation a représenté 3 % de la masse salariale. Dans ce cadre, 77% des collaborateurs, soit plus de 3 salariés sur 4, ont bénéficié d'au moins une formation dans l'année. Par ailleurs, la durée moyenne de chaque stage de formation a été de 2,5 jours par bénéficiaire.

« Prosodie, une démarche “handicap” volontaire qui porte ses premiers fruits »



2.3.5 Politique RH - GPEC

Mise en place chez Prosodie en 2009, la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) a bénéficié en 2010 d'une mise en avant très opérationnelle grâce à un mini-site web qui lui est désormais dédié dans l'espace RH de l'intranet Prosodie.

Proposé en mode dynamique et accessible en permanence, il permet à chaque salarié de visualiser et de comprendre la cartographie des métiers et des emplois de l'entreprise. Ils peuvent ainsi identifier les parcours d'évolutions possibles dans un métier et les passerelles d'un métier à l'autre.

Chacun est ainsi en mesure d'évaluer le potentiel de l'entreprise à lui ouvrir de nouvelles opportunités pour les années à venir.

2.3.6 Politique handicap

Initialisée en 2009 avec une première sensibilisation des collaborateurs aux enjeux du handicap dans l'entreprise, Prosodie a poursuivi ses efforts dans le domaine du handicap durant toute l'année 2010.

Cette démarche volontariste s'est ainsi concrétisée par l'accompagnement de deux collaborateurs qui ont obtenu la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH.)

L'un assure aujourd'hui l'ensemble de ses missions dans des conditions de télétravail adaptées, l'autre bénéficie d'un aménagement de sa mission sur la base d'un temps partiel.

Ces aménagements réussis ont fait l'objet d'une communication volontaire des intéressés dans la news vidéo interne de l'entreprise.

Ces premiers exemples ont eu un impact positif et créent un climat de confiance très favorable à la déclaration volontaire d'autres collaborateurs pouvant prétendre à une RQTH.

2.4 VOLET ENVIRONNEMENTAL

Depuis 2008 et son adhésion au Pacte Mondial de l'ONU, Prosodie confirme son engagement avec chaque année une conviction renforcée. La Direction générale ainsi que l'ensemble des collaborateurs sont en effet convaincus que le développement durable est une composante structurante pour l'entreprise et que pour cette raison, sa démarche comme son comportement sur ce thème doivent être exemplaires.

Bilan Carbone® Prosodie

Ainsi, en 2009, Prosodie a été une des toutes premières entreprises du secteur IT à réaliser son Bilan Carbone® pour la France. Les conclusions de ce bilan ont fait apparaître deux principaux pôles d'émissions d'équivalent CO₂ : les data centers et les trajets 'domicile-travail' des collaborateurs de l'entreprise.

Green data center

En 2009 également, Prosodie s'est engagée sur la voie du 'green data center' en mettant en place, en partenariat avec Bouygues Immobilier, une des toutes premières configurations de 'cold corridor' optimisant la performance des serveurs tout en permettant d'importantes économies d'électricité.

2.4.1 2010 – les suites du Bilan Carbone®

Au-delà du Comité 'green' mis en place en 2009, de la 'minute verte' proposée dans la news vidéo mensuelle et de la politique de gestion sélective de ses déchets : poubelles dédiées aux papiers, équipements électriques et électroniques, matériels informatiques obsolètes, cartouches de toner, ... Prosodie s'est plus particulièrement attachée, en 2010, à traiter le volet des 'trajets domicile-travail' de ses collaborateurs.

Plates-formes de covoiturage

Pour apporter une réponse à cet aspect clairement identifié dans le cadre du Bilan Carbone®, l'entreprise s'est engagée dans la mise en place de deux plates-formes de covoiturage, en partenariat avec les mairies de Vélizy, de Boulogne-Billancourt ainsi qu'avec plusieurs autres grandes entreprises présentes localement.

Bénéficiant de la présence cumulée des collaborateurs de toutes les entreprises partenaires, ces plates-formes proposent un volume et un éventail de trajets très importants.

Une alternative pour 80% des collaborateurs

Les collaborateurs Prosodie à Boulogne-Billancourt et à Vélizy peuvent désormais partager des trajets réguliers aussi bien avec des Prosodiens qu'avec d'autres collaborateurs d'entreprises partenaires situées à proximité.

Grâce à cette double solution ainsi qu'à la démarche de covoiturage spontanément mise en place par les collaborateurs du site de Montpellier, près de 80% du personnel de Prosodie dispose aujourd'hui d'une alternative possible à l'usage de son propre véhicule pour venir travailler.



Panneaux Prosodie (Boulogne et Vélizy)

« Prosodie, membre du Pacte Mondial depuis 2008 »

2.4.2 Nouveaux axes de progrès

La démarche éco-responsable dans laquelle s'inscrit Prosodie est une démarche de long terme qui implique toutes les composantes de l'entreprise.

Si la sensibilisation des collaborateurs est continue, de nouveaux chantiers doivent impérativement apparaître afin de faire globalement progresser l'entreprise sur le thème du développement durable.

Associer Prosodie Iberica à la démarche de développement durable

Ainsi, plusieurs nouveaux projets initialisés en 2010 devraient voir le jour en 2011. Parmi eux, il y a notamment la qualification du profil éco-responsable de l'ensemble des fournisseurs travaillant avec Prosodie ainsi que le principe de benchmarker systématiquement une solution 'green' à toute solution non green lors des investissements sur nos data centers.

Enfin, Prosodie souhaite impliquer sa filiale espagnole afin que celle-ci s'engage progressivement dans une démarche similaire tant vis-à-vis des collaborateurs que dans son mode de fonctionnement ainsi que dans ses choix d'équipement pour ses infrastructures.





3.1	Bilan consolidé	42	Note 6	Immobilisations corporelles	56
3.2	Compte de profits et pertes consolidés	43	Note 7	Créances et autres actifs financiers	57
3.3	Tableau des flux de trésorerie consolidés	44	Note 8	Clients	57
3.4	Tableau des variations de capitaux propres consolidés	45	Note 9	Autres débiteurs	57
3.5	Notes annexes	46	Note 10	Trésorerie et équivalents de trésorerie	57
Note 1	Faits majeurs de la période	46	Note 11	Capitaux propres	58
1.1	Refinancement de la dette financière	46	11.1	Capital social et prime d'émission	58
1.2	Opérations sur le capital	46	11.2	Plan d'attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions	58
1.3	Filiales et participations	46	11.3	Plan d'attribution d'actions gratuites	59
1.4	Activité de la période	46	11.4	Dividendes	59
Note 2	Méthodes comptables	46	Note 12	Résultat par action des activités poursuivies	59
2.1	Référentiel comptable	46	Note 13	Emprunts portant intérêts	60
2.2	Présentation des états financiers	47	13.1	Détail par monnaie étrangère	60
2.3	Périmètre de consolidation	47	13.2	Détail par échéance (hors dettes courantes)	60
2.4	Information sectorielle	48	13.3	Détail par nature de taux	60
2.5	Méthodes de conversion	48	Note 14	Provisions pour pensions et avantages assimilés	61
2.6	Regroupement d'entreprises	49	14.1	Introduction	61
2.7	Immobilisations incorporelles	49	14.2	Information financière	61
2.8	Immobilisations corporelles	49	Note 15	Autres provisions (courantes et non courantes)	62
2.9	Dépréciation des actifs	50	Note 16	Autres créditeurs	62
2.10	Clients et autres débiteurs	51	Note 17	Charges de personnel	62
2.11	Stocks	51	Note 18	Frais de recherche et développement	62
2.12	Actifs financiers	51	Note 19	Autres charges et produits opérationnels	63
2.13	Trésorerie et équivalents	51	Note 20	Autres charges et produits financiers	63
2.14	Capitaux propres	51	Note 21	Impôts sur les résultats	63
2.15	Emprunts portant intérêts	52	Note 22	Transactions avec les parties liées	65
2.16	Avantages du personnel	52	Note 23	Facteurs de risques	66
2.17	Provisions	52	Note 24	Effectif moyen	67
2.18	Fournisseurs et autres créditeurs	52	Note 25	Hors bilan	67
2.19	Impôts différés	52	Note 26	Événements postérieurs à la clôture de l'exercice	68
2.20	Crédit d'impôt recherche	53			
2.21	Produits des activités ordinaires	53			
2.22	Risques financiers	53			
2.23	Résultat par action	53			
Note 3	Périmètre de consolidation	54			
Note 4	Informations sectorielles	54			
Note 5	Immobilisations incorporelles	55			