

"Qwamplify : Notre marge opérationnelle dépassera les 10% dès 2019"

Cédric Reny, Président et co-CEO



16/05/2019 | 13:14



Fondateur de QWAMPLIFY, le nouveau nom de Custom Solutions depuis mars 2018, Cédric Reny nous a accordé cet entretien à l'occasion de la publication de revenus semestriels qui confirment son redressement. Cédric Reny, dont le groupe contrôle 25,85% du capital de Bilendi et détenait la

majorité des droits de vote exprimés lors de la dernière assemblée générale, nous confie qu'il souhaiterait une évolution de la situation

Cédric Reny, le groupe que vous avez fondé a beaucoup évolué ces dernières années. Quelle est son histoire récente ?

"Notre métier d'origine consiste à gérer des campagnes de promotions pour les marques. Ce métier a beaucoup évolué au cours des années 2000, notamment notre cœur de métier que constituaient les offres de remboursement puisqu'elles ont migré du papier vers le numérique. Nous avons donc dû engager une profonde transformation de cette activité à partir de 2012, tout en développant de nouvelles activités, notamment via des acquisitions réalisées entre 2013 et 2017. Nous avons ainsi créé un pôle Media, pour aller chercher les consommateurs dans la sphère digitale pour les convertir en client, notamment via nos services de référencement sur les moteurs de recherche et l'emailing. Les données collectées sont ensuite valorisées à travers notre pôle Activation/CRM qui a été refondé sur la base de nos activités historiques de gestion des promotions. Nous offrons désormais une palette de services de marketing numériques très variée à nos 500 clients BtoC, sans dépendance majeure à un client ou à une technologie, grâce à la multiplicité de nos partenaires. Notre nouveau nom, Qwamplify, adopté en mars 2018, reflète cette nouvelle stratégie".



Plusieurs métiers complémentaires en un (Source présentation société)

Qwamplify vient de publier son activité au premier semestre, achevé fin mars 2019. Quels sont les fruits de cette stratégie ?

"Ce semestre confirme et amplifie le succès de ce repositionnement qui, en 2018, nous a permis d'atteindre 5% de croissance organique et 9,2% de profitabilité opérationnelle. Notre croissance, purement organique, s'est élevée à 5,9% au premier semestre et à 10,8% en retenant la marge brute, qui deviendra notre principal indicateur d'activité maintenant que le pôle média représente 53% de notre activité. Le pôle Media constitue notre moteur de croissance, avec 29,6% de croissance ces six derniers mois. Nous bénéficions de la forte croissance de ce marché et des synergies commerciales entre les clients Médias. Le pôle Activation est resté en décroissance de 4,7% ce semestre, mais est en voie de stabilisation et même en légère croissance de 1% lorsque l'on exclut l'activité SDK Mobile CRM, un segment en voie de marginalisation. Nos résultats semestriels, qui seront publiés le 18 juin prochain, seront logiquement en forte amélioration grâce à la progression de l'activité Media d'une part et à la poursuite de la réduction de charges sur l'activité Activation et CRM, d'autre part. Compte tenu de la poursuite de la dynamique de croissance et d'une réduction de charges d'environ 1 millions d'euros sur l'ensemble de l'exercice, notre marge opérationnelle sur chiffre

d'affaires devrait dépasser les 10% cette année. Au-delà, la combinaison d'une croissance à deux chiffres et d'un effectif maîtrisé, qui s'élève aujourd'hui à 160 personnes, devrait permettre une amélioration continue de notre rentabilité d'ici la fin 2020".

Parmi les acquisitions et prises de participations réalisées ces dernières années, figure votre présence au capital de Bilendi à hauteur de 25,85%. Rappelons que la capitalisation boursière de cette société cotée avoisine les 40 millions d'euros. Comment voyez-vous évoluer les choses à un mois de la tenue de l'Assemblée Générale annuelle de Bilendi?

"Notre prise de participation au capital de Bilendi remonte à 2015. Les deux sociétés géraient à l'époque des programmes de fidélité en décroissance, avec une complémentarité métier forte puisque nous collectons de nombreuses données et que Bilendi avait le savoir-faire pour les valoriser. L'enjeu de nos métiers aujourd'hui est la collecte de ces données, ce qu'on appelle les first party data, et leur valorisation au travers des panels ou du ciblage de campagnes. Ces synergies sont toujours d'actualité et je reste convaincu que nous pourrions faire des choses ensemble. Nous avons d'ailleurs proposé à l'AG de 2018 un administrateur qui a été élu au conseil de Bilendi ce qui permet de dialoguer avec le management, et nous allons consolider cette année cette participation par mise en équivalence, avec un effet positif de l'ordre de 0,5 M€ sur notre résultat net. Il y a un sujet pour nous sur cette participation. La situation est appelée à évoluer dans un sens... ou dans l'autre".

(L'Auteur est actionnaire de la société à titre personnel)



Raphaël Girault

© Zonebourse.com 2019