



Résultats du premier semestre 2006

Profitabilité opérationnelle (EBITDA positif) - Progrès opérationnels décisifs Réévaluation du Goodwill - Nouveau plan stratégique

Paris – 14 Septembre 2006- cc-hubwoo, première place de marché mondiale dédiée aux solutions électroniques d'achat ainsi qu'à la gestion de réseaux de fournisseurs en ligne, annonce ses résultats du premier semestre 2006.

Profitabilité opérationnelle (EBITDA positif)

Croissance du chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2006 : + 28%

Le chiffre d'affaires du groupe cc-hubwoo a atteint 16,6 millions d'euros au premier semestre 2006. L'augmentation de 28 % par rapport à la même période de l'année précédente inclut Trade Ranger, société acquise en mai 2005.

Compte de résultat (1)

En millions d'euros	S1-2006	S1-2005	variation
Chiffre d'affaires	16,6	12,9	+28%
EBITDA	0,1	- 1,3	
Résultat net avant impairment	- 2,2	- 3,4	+35%
Impairment	- 34,4		
Résultat net	- 36,6	- 3,4	

(1) Trade Ranger est consolidé à partir du 17 mai 2005.

EBITDA positif

L'EBITDA du premier semestre 2006 est positif de 0,1 millions d'euros, en amélioration de 1,4 millions d'euros par rapport au premier semestre 2005, essentiellement grâce à l'intégration des plateformes technologiques des sociétés acquises. Sur base comparable, l'EBITDA s'améliore de 1,9 millions d'euros par rapport à celui du premier semestre 2005 d'un montant de -1,8 millions d'euros.

Amélioration du Résultat net avant Goodwill

La réévaluation du Goodwill (écarts d'acquisition) a entraîné une charge exceptionnelle de 34,4 millions d'euros, comme précisé ci-dessous. Avant cette charge, le Résultat net du premier semestre 2006 s'inscrit à -2,3 millions d'euros, soit une amélioration de 35% par rapport à celui du premier semestre 2005.

Progrès opérationnels décisifs

A l'occasion de la publication des résultats annuels 2005, la Société avait annoncé des objectifs opérationnels pour le premier semestre 2006 :

Acquisition de nouveaux clients

L'investissement pour l'acquisition de nouveaux clients, lancé en octobre 2005 par la nouvelle équipe de direction, a apporté des résultats encourageants avec un nombre de nouveaux clients supérieurs aux objectifs : cc-hubwoo a gagné 5 nouveaux clients dès le premier trimestre (Arkema, Hochtief, Carl Zeiss, Karstadt-Quelle, Petrochina) et 4 autres au deuxième trimestre, dont Manpower France, Cisbio, un des leaders de l'industrie pharmaceutique et un grand groupe d'infrastructure pour l'énergie. De plus, des contrats à long terme ont été reconduits et d'autres élargis avec Bayer, Clariant, Alcatel, Crédit Agricole et Safran.

Migrations de technologies complexes

La migration des technologies initiée au second semestre 2005 est pratiquement terminée. Tous les fournisseurs hébergés ont migré sur la nouvelle application O2i. Les hubs transactionnels historiques allemand et américain ont déjà fusionné et le hub français fusionnera en novembre. Les outils de gestion de contenu électronique sont également en cours d'harmonisation avec le lancement d'Omnicontent, la plateforme cible d'édition électronique de catalogues de cc-hubwoo.

Elargissement de l'offre « Source-to-Pay »

Conformément au plan annoncé en 2005, d'importants progrès ont été réalisés pour compléter l'offre de solution « Source-to-Pay ». Des partenariats ont été signés avec deux grands spécialistes du « Sourcing » : Intersources et Procuri. L'offre de facturation électronique en revanche a été développée en interne et est opérationnelle depuis le 9 septembre 2006. Cette solution est en totale conformité avec les règles fiscales françaises, allemandes et espagnoles, et sera applicable à d'autres pays prochainement.

Amélioration de la profitabilité

L'objectif annoncé d'amélioration de la profitabilité pour le premier semestre 2006 a également été atteint : l'EBITDA est positif sur les 12 derniers mois.

La profitabilité a été améliorée en dépit de la baisse structurelle de chiffre d'affaires de Trade Ranger, société acquise en 2005. Le chiffre d'affaires sur base comparable, dont les détails ont été fournis dans le communiqué de presse du 25 juillet dernier, a baissé d'environ 0,5 millions d'euros, soit une baisse de 3%. Hors Trade Ranger, le chiffre d'affaires a augmenté d'environ 3%.

Réévaluation du Goodwill

cc-hubwoo est aujourd'hui le fruit de trois acquisitions principales réalisées par Hubwoo SA. Avec Avisium en 2003, le groupe est devenu le leader français du « SRM à la demande ». En 2004, la fusion avec cc-chemplorer a renforcé la position de leader dans le « digital content » en Allemagne. Elle a consolidé la présence du Groupe dans le secteur de la chimie, lui permettant de devenir le leader européen de l'eProcurement, en particulier dans le SRM et la gestion de contenu. En 2005, Trade Ranger a apporté au Groupe une dimension mondiale grâce à l'accès au marché américain et l'apport de clients prestigieux dans le secteur pétrolier. L'intégration des plateformes technologiques des différentes activités a permis des synergies et des économies d'échelle qui se reflètent dans les résultats actuels. Elle a permis en outre de démontrer la capacité du Groupe à être durablement profitable grâce à sa taille et à l'ampleur de son offre.

L'entreprise a aujourd'hui deux activités complémentaires : une activité tournée vers les acheteurs et une autre tournée vers les fournisseurs. Les produits et services actuels s'adressent principalement aux acheteurs. Le potentiel de croissance de cette partie du marché a changé et est aujourd'hui moins important qu'au moment des acquisitions. En conséquence, et afin de mettre en phase le montant du Goodwill (écarts d'acquisition) avec les hypothèses d'aujourd'hui, la Société a comptabilisé une charge exceptionnelle de 34,4 millions d'euros. Le montant résiduel du Goodwill est de 35 millions d'euros. Cette charge exceptionnelle n'a pas d'impact sur la trésorerie du Groupe.

Nouveau plan stratégique

Cependant, l'ensemble des actifs de Hubwoo-Avisium, cc-chemplorer et Trade Ranger donne au Groupe une fondation unique pour continuer à affiner une stratégie de développement. Plus que l'activité dédiée aux acheteurs, celle tournée vers les fournisseurs, en croissance régulière, a un fort potentiel de développement grâce à la valeur indéniable que l'offre de produits et de services leurs apportent.

« Notre objectif est de devenir la première place de marché mondiale pour les acheteurs et les fournisseurs », déclare Alain Andreoli, le Président du Directoire de cc-hubwoo. « Maintenant que la Société est en ordre de marche avec des bases pour être profitable, nous sommes prêts à mettre en œuvre une stratégie ambitieuse qui apportera une vraie valeur aux fournisseurs et qui nous permettra de devenir leur canal de ventes privilégié. »

Trois axes stratégiques

1. Continuer à construire une position de leader dans l'activité dédiée aux acheteurs en élargissant le réseau et en leur apportant des solutions complètes de « Source-to-Pay ».
2. Développer une activité dédiée aux fournisseurs en devenant le premier canal de vente internet B-to-B pour des centaines de milliers de fournisseurs à travers le monde.
3. Assurer une profitabilité durable et une compétitivité à long terme grâce à la meilleure structure de coûts.

« En résumé », conclut Andreoli, « nous croyons que nos perspectives de croissance s'accéléreront au fur et à mesure de la transformation de l'entreprise qui passera d'une activité purement dédiée aux acheteurs à une activité qui apportera de la valeur à la fois aux acheteurs et aux fournisseurs. »

* *
*

cc-hubwoo est la première place de marché mondiale dédiée aux solutions électroniques d'achat ainsi qu'à la gestion de réseaux de fournisseurs en ligne. La société gère la plus importante communauté Business to Business avec plus de 60 grands groupes internationaux clients (dont 50 dans le « Fortune 1000 ») et plus de 12.000 fournisseurs connectés.

Les principaux clients incluent Total, BASF, EDF-Gaz de France, Michelin, Shell, Thomson, Bayer, Henkel, Degussa, Alcatel, Safran, ConocoPhillips, The Dow Chemical Company, ENI, Repsol YPF, Solvay, Statoil. cc-hubwoo traite annuellement un volume de 2 millions de commandes pour 5 milliards d'euros de valeur de transaction.

La société est implantée à l'international et possède des bureaux en France, Allemagne, Belgique, Irlande, aux USA et en Chine.

Coté au Compartiment C de l'Eurolist d'Euronext Paris

ISIN : FR0004052561, Reuters : HBWO.LN, Bloomberg : HBWO FP



Contacts

cc-hubwoo

Mark Williams, Chief Financial Officer

Téléphone : 01 53 25 55 35

Martin Volatier, VP Marketing et Stratégie

Téléphone : 01 53 25 55 00

Clarefi

Elisabeth Rocolle-Teyssier

E-mail : ert@clarefi.com

Téléphone : 06 07 27 19 34