



## LINEASOFT PROGRESSION SOUTENUE

Pour la deuxième année consécutive, LINEASOFT, éditeur toulousain de solutions de gestion Distance Selling, voit son chiffre d'affaires et ses ventes très fortement augmenter.

### Progression de 61% du chiffre d'affaires pour l'exercice 2006

Avec un **chiffre d'affaires de 1,876 M€** sur l'année 2006 (+ 61% par rapport à 2005), Lineasoft enregistre cette année une très forte progression due à deux facteurs principaux :

- La croissance des ventes de licences et des prestations de déploiement de Line@VAD, ERP spécialisé Vente à Distance, augmentation dopée par le développement en France du commerce à distance, qui se traduit par une forte augmentation des installations de nouveaux clients.
- Le lancement d'une nouvelle solution, WebSAles, plate forme de E-Commerce Management dédiée aux PME/PMI, venue renforcer l'offre Lineasoft

Sur l'exercice 2006, l'activité «logiciel» (licence, déploiement et maintenance) représente **63% de la marge brute** de l'entreprise. **Le résultat net est positif** (149 000 €) alors même que le business plan initial (après reprise de l'activité d'AZ Informatique en juin 2004) prévoyait pour la période la simple atteinte de l'équilibre.

La croissance de l'activité permet ainsi de renouer avec une rentabilité correcte avec plus d'un an d'avance sur les prévisions.

### Très forte progression des ventes : + 161%

Alors que les ventes sur Parc Installé sont restées relativement stables, les ventes Nouveaux Clients affichent une augmentation spectaculaire avec + 340%. L'ensemble de l'activité progresse ainsi de 161% par rapport à 2005.

Le dynamisme confirmé de l'activité "logiciels" constitue un juste retour sur les investissements consentis depuis deux ans en Recherche et Développement (plus de 400 000 €). L'ERP Line@VAD a ainsi retrouvé sa pleine compétitivité sur le plan technologique (interface graphique et architecture client-serveur) et a accentué son avance dans le domaine fonctionnel consacrée par la sortie de la Version 6.1 au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007.

Huit nouveaux clients ont opté en 2006 pour les solutions Distance Selling de Lineasoft. A noter en particulier le développement de deux activités clés dans la vente à distance : le textile (Patagonia et Atlas For Men) et les vins et spiritueux (Baron Philippe de Rothschild et Club des Gourmets - Groupe Laser).

### **Pour Jean Luc BERNARD, dirigeant de Lineasoft**

*« L'impact des commandes 2006 sur l'exercice 2007 nous permet d'ores et déjà de constater une progression de notre activité sur le 1<sup>er</sup> semestre 2007. Elle devrait être confirmée sur le 2<sup>nd</sup> semestre eu égard aux commandes déjà en portefeuille et au volume d'affaires en cours de négociation. Aujourd'hui, tout laisse penser que nous clôturerons la période 2005/2007 -que nous voulions consacrer au redressement de l'activité AZ acquise en 2004-, avec des résultats supérieurs à ceux attendus.*

*Un plan de développement 2008/2010, vraisemblablement très dynamique sur le terrain des investissements, sera défini au 2<sup>nd</sup> semestre avec pour objectif majeur de développer l'entreprise de manière ambitieuse autour de trois axes : le e-commerce, la croissance externe, la diversification. »*

### **A propos de Lineasoft**

Éditeur de Solutions Distance Selling, Lineasoft est notamment reconnue pour sa parfaite connaissance des métiers de la Vente A Distance et du Négoce. Les solutions Lineasoft (ERP et progiciels) sont conçues dans une logique d'intégration en standard de l'ensemble des processus, de la vente jusqu'à la logistique autour d'un référentiel de données commun, tout à la fois solide et souple. Elles se distinguent tout particulièrement par leur performance exclusive en matière de CRM, de marketing opérationnel, de gestion des prix et des offres ainsi que par une forte intégration de la chaîne de commande du contact client jusqu'à sa livraison. Elles aident les entreprises de VAD et de Négoce à dynamiser leurs ventes, à simplifier et fiabiliser leur exploitation, à augmenter leur productivité à travers la mise à disposition de fonctionnalités reflétant les "best practices" du Distance Selling.

Sont notamment équipées des solutions B to B et B to C de Lineasoft : Atlas For Men, Patagonia (habillement), Maty (bijouterie), Nathan, Bordas, Encyclopedia Britannica, Encyclopaedia Universalis, La Musardine (Edition), Raja (emballages), JM Bruneau, Otto Office (fournitures de bureau), Pierron Education, Ranchet Enseignement (matériel pédagogique), Baron Philippe de Rothschild, Club des Gourmets (vins et spiritueux), Fleurance Nature, Vitamin System (bien-être et santé), Vital concept (produits d'élevage), Ediloisir, Rugby Shop (sport et loisirs), Editions Ivoire (associations caritatives), Cobra (hifi vidéo)...

Sa vocation est de développer une gamme complète de solutions verticales, à forte valeur ajoutée "client", conçue pour le Distance Selling :

**"Des solutions qui rapprochent distributeurs et industriels de leurs clients"**

***Dossier de presse et photos sur simple demande***

### **Contacts presse**

Laurence de Boerio

Tél. 06 03 10 16 56 - E-mail : rp@deboerio.net