



SSII.

L'activité formation prend ses marques

Les sociétés de services se servent de la formation comme d'un gage de qualité de leurs prestations techniques pour leurs collaborateurs et leurs clients.

LES FAITS

L'activité formation de Logica (ex-Unilog) a enregistré une croissance de 20 % en 2007. Cette même année, le pôle formation de Micropole-Univers a connu une progression de 13 % et table sur 20 % en 2008. Valtech dépasse 8 % et le Groupe Helice vient d'annoncer le renforcement de son activité de formation et l'ouverture de nouveaux locaux.

L'ANALYSE

Destinée aux collaborateurs et aux clients, l'activité formation des SSII répond à plusieurs objectifs. En interne, elle renforce et valorise à moindre coût les parcours des salariés. Emilie Wardell, directeur d'agence chez Business&Decision University confirme d'ailleurs que 15 % des quelque 1 700 apprenants par an sont des collaborateurs de la SSII. « Ils sont facturés à environ 30 % du tarif public », précise-t-elle. En externe, la formation est une vitrine des compétences technologiques pour la clientèle des entreprises et pour les futures recrues. « C'est une activité importante en termes d'image et de notoriété, même si elle ne représente que 6 % du chiffre

d'affaires du groupe », explique Jocelyn Thiellois, responsable marketing de Valtech Training. Le centre de formation de Valtech est antérieur à l'activité conseil de la société. Le Groupe Helice dispose, lui, d'un centre de formation depuis son origine. Petites ou grandes, pratiquement toutes les SSII ont leur propre centre interne.

Un marché fonction de la santé économique du pays

Pour la SSII franco-belge Vision IT Group, la formation sert avant tout à pénétrer chez des grands comptes par la petite porte. « Nous avons été référencés chez Suez en Belgique grâce à la formation. Ainsi, nous avons pu proposer nos services à une filiale française du groupe sans passer par un référencement qui aurait été délicat compte tenu de notre taille », expliquent Philippe Muffates-Jacques et Marc Urbany, coprésidents de Vision IT Group. Et si cette activité apparaît somme toute rentable et génératrice de fortes marges – sinon les SSII ne la conserveraient pas –, le marché de la formation informatique reste dépendant de la bonne santé économique du pays. « Les bonnes années sont celles où le marché

de l'informatique se porte bien », dit Bénédicte Bailleul, directeur adjoint de Logica Training France. Elle constate une évolution du marché vers moins de formations technologiques et plus de formations de gestion de projet. « La complexification des projets et le développement du offshore entraînent un besoin de formation des équipes de développement vers un pilotage adapté. »

Temps d'arrêt pendant les élections présidentielles

Belle année en perspective aussi chez Micropole-Univers Institut. Il réalise un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros avec une équipe de 35 personnes. Héritée de l'acquisition de Cross Systems, cette activité a pourtant connu durant plusieurs années un déficit et a failli être arrêtée. « Toute l'équipe commerciale et de direction a été remplacée et un nouvel élan a été insufflé depuis 2007, ce qui nous laisse envisager une croissance de 20 % en 2008 », dit Christian Poyau, PDG de Micropole-Univers. Pour son concurrent Business&Decision University – chez qui la formation existe depuis 2003 – 2007 n'a pas été un bon cru. « L'année a démarré difficilement, dit Emilie Wardell, qui attribue cette contre-performance à des départs au sein de l'équipe commerciale ainsi qu'aux élections présidentielles. Notre clientèle administrations a repoussé des projets de formations après la période électorale. » En revanche, le premier trimestre 2008 enregistre une croissance de 20 %.

Quant à l'effet DIF (droit individuel à la formation), les SSII constatent en général qu'il a peu d'effet sur leur activité. « Il a provoqué un surcroît de demandes de renseignements, mais pas forcément de commandes », conclut Carine Yvin-Rommel, directrice formation et qualité du Groupe Helice. ■

ARMELLE SICCAT

Des chiffres d'affaires faibles pour une activité primordiale

	SSII	BUSINESS & DECISION UNIVERSITY	GROUPE HELICE	LOGICA TRAINING	MICROPOLE-UNIVERS INSTITUT	VALTECH TRAINING
Pour les SSII les plus fortement positionnées dans le conseil, l'activité formation dépasse les 5 % du chiffre d'affaires. Une généraliste comme Logica n'y réalise qu'une faible part de son activité malgré un volume important d'apprenants.	Chiffre d'affaires formation 2007 en France [évolution par rapport à 2006]	1,2 M€ (stable)	600 k€ [+ 30 %]	< 6 M€ [+ 25 %]	4 M€ [+ 13 %]	6,4 M€ [+ 8,5 %]
	Part du CA général	0,59 %	2 %	0,75 %	5 %	6 %
	Effectif	6 personnes + 15 consultants formateurs du groupe	4 formateurs + consultants de la direction méthodes et techniques de la SSII	20 formateurs internes + 150 consultants et ingénieurs de Logica + une centaine de partenaires	35 personnes	30 personnes dont 8 formateurs salariés et 18 formateurs extérieurs réguliers
	Personnes formées par an	2 700	Près de 1 000	10 000 en moyenne	4 000	6 700