

Communiqué de presse
7 juillet 2015

SUCCEs DU 1^{ER} INVESTOR DAY DE VALTECH

Paris (France) 7 juillet 2015 – Valtech SE [Euronext Paris: FR0011505163 - LTE], 1^{ère} agence européenne indépendante dans le marketing digital et technologique, a tenu avec succès le 2 juillet 2015 la 1^{ère} édition de son *Investor Day*.

Au cours de cet événement, le management de la société a mis en perspective le formidable potentiel de son marché et donné un aperçu de sa vision en matière d'expérience client, enjeu majeur à l'heure de la transformation digitale des entreprises, et des marques, afin de combler le fossé entre leurs stratégies *business* et les attentes consommateurs d'aujourd'hui.

Sebastian Lombardo, Président-Directeur Général de Valtech, commente :

« L'époque actuelle est particulièrement passionnante et intéressante pour les acteurs de la transformation digitale comme Valtech : alors que les entreprises s'affrontaient jusqu'alors sur des enjeux de gains de productivité ou de distribution, l'accroissement des parts de marché se fait désormais à travers leur capacité à proposer de véritables expériences consommateurs. Dans cette « économie de l'expérience », Valtech est l'un des rares acteurs qui dispose de l'ensemble de la palette de compétences nécessaire pour accompagner les grands groupes vers le succès : la vision, les talents, l'entrepreneuriat, la méthodologie, les outils et le retour d'expérience de projets globaux. »

Pour cette première édition, Valtech a eu le plaisir et l'honneur d'accueillir **Jean-Paul Agon, Président-Directeur Général de L'Oréal**, qui est venu évoquer avec Sebastian Lombardo la transformation digitale du leader mondial de la beauté, et les raisons du choix de Valtech en tant que partenaire de référence de la transformation numérique de L'Oréal.

« Le digital a complètement changé la relation avec le consommateur, avec qui il était auparavant très difficile d'établir une relation de proximité. Les industries sont à un point d'inflexion où les expériences numériques redéfinissent la façon dont les consommateurs engagent une relation avec les marques. Dès 2010, nous avons pris conscience comme une évidence de la nécessité pour le groupe d'opérer rapidement son virage digital, sous peine de passer à côté des évolutions de modèles économiques engendrées par cette profonde mutation de l'économie qui ne fait que commencer. »

Interrogé sur les raisons du choix de Valtech comme partenaire stratégique de L'Oréal, **Jean-Paul Agon** a déclaré :

« S'agissant d'un sujet critique pour le groupe, nous avons choisi d'engager ce mouvement stratégique avec Valtech, car nous souhaitons, à nos côtés, un partenaire sur le long terme qui soit un véritable spécialiste du marketing digital, et des technologies associées. Leur vision de l'expérience consommateur ainsi que leur approche très business des enjeux de la transformation numérique nous ont confortés dans notre choix. Avec l'aide de Valtech nous ré-imaginons l'expérience consommateur de L'Oréal pour nous rapprocher de nos clients et répondre à leurs attentes, désormais plus élevées. »

Au cours de l'évènement, Valtech a partagé avec la communauté financière les grandes tendances actuelles du marketing digital :

- Les nouveaux usages sur Mobile, qui nécessitent de repenser l'engagement et l'expérience utilisateur ;
- Le Commerce+, avec l'essor du commerce omnicanal, piloté par l'expérience ;
- La Connectivité, avec l'émergence de l'Internet des objets et de la data associée.

Olivier Padiou, COO Groupe, a présenté le positionnement et l'offre de Valtech, construits autour du *Marketing Agile™* et centrés sur l'orchestration d'expériences clients cohérentes, consistantes et sans friction, reposant sur une vision holistique et une intégration technologique poussée, capable d'évoluer en permanence.

Jean-Christophe Hermann, EVP Retailing Groupe, a illustré l'approche avant-gardiste de Valtech pour les acteurs du retail, visant à atteindre l'excellence en matière d'omnicanal et d'expérience client.

Enfin, **Laurent Pretet, CFO Groupe**, a détaillé les leviers de croissance et de rentabilité de Valtech qui permettront d'atteindre les objectifs du plan Rocket 2017 : 250 M€ à 260 M€ de chiffre d'affaires, associant croissance organique à deux chiffres et acquisitions ciblées, et 11% à 12% de marge d'EBITDA ajusté⁽¹⁾.

Le diaporama de présentation du 1^{er} *Investor Day* Valtech est disponible sur le site internet de Valtech, Valtech.fr, espace Investisseurs, rubrique Documents financiers.

CALENDRIER FINANCIER

- Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2015 **jeudi 16 juillet 2015**
- Résultats semestriels 2015 **lundi 31 août 2015**
- Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2015 **mercredi 21 octobre 2015**

Toutes les publications interviendront après la clôture des marchés d'Euronext.

A PROPOS DE VALTECH

Valtech [Euronext Paris : FR0011505163 - LTE] est une agence de marketing digital pionnière dans les technologies avec une présence dans 10 pays (France, Royaume-Uni, Allemagne, Suède, Danemark, Etats-Unis, Inde, Australie, Suisse et Singapour) et environ 1 500 collaborateurs. En tant qu'acteur « digital full service », Valtech sait apporter de la valeur à ses clients à toutes les étapes d'un projet digital : conseil en stratégie, conception, création graphique, développement et optimisation de plateformes digitales critiques pour l'entreprise. Grâce à son engagement reconnu dans l'innovation et l'agilité, Valtech aide les grandes marques à se développer et augmenter leur chiffre d'affaires grâce aux technologies du web tout en optimisant les délais de commercialisation (Time-to-Market) et le retour sur investissement (ROI).

CONTACT INVESTISSEURS

Monsieur Sebastian Lombardo
Président Directeur Général
investors@valtech.com

CONTACT PRESSE

ACTUS – Nicolas Bouchez
+33 1 53 67 36 74
nbouchez@actus.fr

(1) L'EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) ajusté exclut les éléments exceptionnels et les charges du plan de BSAR.