

## SES-imagotag présente son plan stratégique « VUSION 2022 »

VUSION 2022, un plan stratégique à 5 ans porté par l'investissement de BOE pour :

- **Accélérer l'adoption mondiale des étiquettes digitales grâce à un ROI accru pour les commerçants**
- **Renforcer le leadership de SES-imagotag sur le marché de la digitalisation du commerce physique (Retail IoT) pour atteindre à l'horizon 2022 :**
  - **un doublement des clients au sein du Top 2000 de la distribution mondiale**
  - **une base installée de 500 millions d'étiquettes électroniques connectées**
  - **un chiffre d'affaires de 800 M€ réalisé à :**
    - ~50% en Europe et 50% en Asie-Pacifique / Amériques
    - >20% dans les logiciels, données et services
  - **une marge d'EBITDA de 20%**

**SES-imagotag** (Euronext : SESL, FR0010282822), numéro un mondial des étiquettes électroniques et des solutions IoT pour le commerce, annonce ce jour son plan stratégique à 5 ans, « VUSION 2022 », visant à consolider le leadership de SES-imagotag sur le marché de la digitalisation du commerce physique (Retail IoT) avec un objectif de chiffre d'affaires 2022 de 800 M€.

Suite à la récente prise de participation majoritaire de son nouveau partenaire BOE, leader mondial des écrans à semi-conducteurs et fournisseur de technologies IoT, SES-imagotag présente son plan stratégique à cinq ans, **VUSION 2022**, pour répondre aux grandes tendances du marché et aux défis auxquels fait face la grande distribution.

**La convergence omnicanale (O2O<sup>1</sup>) exige une mise à niveau technologique du commerce physique.** Le principal pilier du plan à cinq ans VUSION 2022 repose sur la convergence omnicanale (O2O), qui va déclencher une vague de transformation numérique de grande ampleur au sein du commerce mondial. Amazon, Alibaba et JD.com, géants de l'e-commerce, investissent massivement dans le commerce physique, démontrant que l'avenir du commerce est omnicanal. La Chine est à la pointe de cette révolution digitale.

Les magasins physiques resteront au cœur du commerce omnicanal de demain mais ils doivent mettre à profit les technologies digitales, devenir plus efficaces et améliorer l'expérience client. La digitalisation va redynamiser ces actifs physiques sous-évalués et en faire des environnements connectés, interactifs, fortement automatisés et pilotés par la data.

Les étiquettes intelligentes, conjuguées aux capteurs, à la reconnaissance d'image et à l'analyse de données seront le socle technologique du magasin omnicanal.

### L'adoption mondiale des étiquettes digitales progresse

Depuis le début de la décennie, le marché mondial des étiquettes digitales a décollé et a été multiplié par quatre, atteignant plus de 400 M\$. Cette croissance a été en grande partie tirée par SES-imagotag qui a augmenté sa part de marché et son leadership mondial. Au cours de cette période et grâce à des innovations technologiques majeures, les étiquettes électroniques ont investi nombre de nouvelles régions géographiques et de nouveaux segments de marché (commerce alimentaire et non alimentaire). Cet essor est, dans une large mesure, dû à la réponse que les nouvelles générations

---

<sup>1</sup> O2O : offline to online (convergence physique et digitale)

d'étiquettes digitales ont su apporter à des exigences commerciales élevées (lisibilité, couleur, formats, vitesse de transmission, flash, etc.).

Aujourd'hui, avec environ 200 distributeurs dans le monde, la base clients de SES-imagotag couvre 10% du Top 2000 de la distribution mondiale. Au sein de cette base, le taux de conversion des pilotes en déploiements<sup>2</sup> est d'environ 30 %. La majeure partie de la croissance du marché est donc à venir.

Cependant, l'accélération de l'acquisition de nouveaux clients par SES-imagotag (plus de 70 au cours des dix-huit derniers mois) montre que la situation change rapidement. Le commerce physique est confronté à un accroissement des coûts de main-d'œuvre et de la fréquence des changements de prix, ainsi qu'aux défis de la convergence omnicanale. À moins de recourir aux technologies digitales / IoT pour relever ces défis, l'accroissement inévitable des effectifs en magasin continuera à peser sur la rentabilité des magasins physiques.

La vision partagée de BOE et SES-imagotag, est que les étiquettes intelligentes seront le socle technologique digital permettant plus d'automatisation, de connectivité clients et un moteur de la convergence omnicanale.

### Plan VUSION 22 : bâtir la plateforme digitale / IoT du commerce physique

Le nouveau plan à 5 ans de SES-imagotag, élaboré en partenariat avec son principal actionnaire BOE Technology Group<sup>3</sup>, vise à développer la première plateforme « Retail IoT » mondiale et à accélérer la digitalisation du commerce physique par un **accroissement de la valeur ajoutée, la compétitivité et le ROI** des étiquettes intelligentes. Le plan VUSION 2022 a été conçu autour de ces différents axes :

- **Accroître la valeur ajoutée en matière d'automatisation des processus magasins et de communication client**

La digitalisation des points de vente permet d'améliorer l'automatisation des processus de gestion, de supervision, la capture de données en temps réel, ainsi que l'affichage et la communication client, rendant les magasins plus interactifs, mesurables et collaboratifs.

Début 2018, lors du salon NRF à New York, SES-imagotag a lancé sa nouvelle plateforme digitale / IOT, baptisée VUSION.

VUSION est l'aboutissement de cinq années de R&D et d'intégration des actifs technologiques issus des acquisitions de SES-imagotag (Imagotag, Findbox, Pervasive Displays Inc, Market Hub).

Cette plateforme hardware et software conjugue les technologies les plus avancées en matière d'étiquettes digitales, d'infrastructure radio ultra-basse consommation, d'écrans couleur haute résolution e-Paper et TFT, de capteurs (NFC), de communication haut débit, de flash LED et de reconnaissance d'image.

Les étiquettes digitales sont connectées à une gamme d'applications cloud, développées par SES-imagotag ou, ultérieurement, par d'autres partenaires :

- géolocalisation des produits et gestion des planogrammes ;
- optimisation de la préparation des commandes et du réassort ;
- surveillance automatisée des gondoles et détection automatique des ruptures ;
- interactivité consommateur et services digitaux en magasin ;
- publicités, promos et coupons digitalisés ;
- analyse des données et optimisation des prix.

<sup>2</sup> Taux de conversion : nombre de clients qui sont en phase de déploiement divisé par le nombre total de clients

<sup>3</sup> BOE est le principal actionnaire (80%), aux côtés du management de SES-imagotag (20%), de BOE Smart Retail HKG, qui détient 79,94% des actions de SES-imagotag

Au-delà de ces applications, la plateforme digitale VUSION apporte une valeur complémentaire en permettant :

- de connecter à son infrastructure radio ouverte d'autres outils et capteurs présents dans les magasins ;
- une collaboration via le Cloud entre les commerçants, leurs fournisseurs et partenaires basée sur la data collectée en rayon.

Avec déjà **plus de 20 millions d'étiquettes digitales connectées au cloud**, sur un total de plus de 150 millions installées à ce jour, SES-imagotag est en train de bâtir la première plateforme « retail IOT » mondiale. Ce nombre devrait atteindre 50 millions à la fin de l'année et plus de 500 millions dans cinq ans.

L'accélération de l'innovation dans les technologies d'écrans va également contribuer à générer plus de valeur pour les commerçants, tout en améliorant leur modèle économique :

- Le partenariat avec BOE permet le co-développement de nouveaux types d'affichage digital en rayon tel que le vidéo-rail récemment conçu. Ce dernier offre aux marques un support publicitaire de précision au point d'achat;
  - En parallèle, la récente annonce du partenariat financier et stratégique avec **E Ink** renforce SES-imagotag dans sa capacité à développer de nouveaux affichages connectés E-paper pour digitaliser intégralement les magasins et notamment la PLV (promotion au lieu de vente).
- **Forte amélioration de la compétitivité grâce à l'alliance avec BOE**

Les améliorations technologiques ont permis de répondre aux attentes des commerçants en matière d'affichage et de développer le marché mais ont également entraîné une hausse du coût des étiquettes de génération récente, faisant pression sur leur ROI. C'est pourquoi, en parallèle des efforts d'accroissement de valeur ajoutée évoqués précédemment, l'autre priorité stratégique de SES-imagotag en collaboration étroite avec BOE est d'abaisser les coûts de production pour améliorer le ROI des étiquettes digitales et en accélérer l'adoption. L'objectif est de démocratiser l'accès à la gamme VUSION, répondant ainsi parfaitement aux attentes des consommateurs, des commerçants et des marques, et offrant plus de potentiel d'usage à des fins marketing et publicitaires.

#### **La plus grande usine intégrée d'étiquettes digitales au monde.**

Afin de réaliser cet objectif BOE construit, en étroite coopération avec SES-imagotag, la plus grande usine intégrée d'étiquettes digitales, dont la montée en puissance est attendue dans le courant de l'année 2018 pour atteindre à terme des niveaux de compétitivité sans précédent.

Cet effort de compétitivité ne s'arrête pas à l'industriel mais participe d'une approche holistique de réduction drastique du **coût total de possession (TCO)** intégrant également la recherche de l'infrastructure radio la plus légère et « plug & play » possible, la réduction des coûts informatiques grâce au cloud, l'amélioration de la qualité hardware pour maximiser la durée d'amortissement, des services de maintenance préventive optimisée, etc.

L'objectif est une réduction drastique du coût total de possession de nature à déclencher une accélération du marché.

#### **Chiffre d'affaires de 800 M€ et marge d'EBITDA de 20% attendus à l'horizon 2022**

En accélérant le ROI de la solution VUSION, SES-imagotag anticipe une accélération de l'adoption dans tous les segments de marché alimentaires et non alimentaires (cosmétique, grands magasins, proximité, pharmacies, habitat, luxe, électronique grand public, etc.). Le Groupe poursuit également son expansion hors d'Europe et notamment en Chine, grâce à son alliance avec BOE, un marché à fort potentiel à la pointe du « New Retail ». BOE et SES-imagotag intensifient leurs efforts pour bâtir sur ce marché majeur une position de leadership incontesté. La contribution de la Chine et du Japon (marché

également ouvert récemment grâce au partenariat avec Panasonic) constituent les principales additions de périmètre géographique entre les plans Leapfrog 20 et VUSION 22.

Sur les cinq prochaines années, SES-imagotag ambitionne d'augmenter sa couverture de marché à 20% du Top 2000 de la distribution mondiale, contre 10% aujourd'hui, d'améliorer son taux de conversion des pilotes en déploiement, d'environ 30% aujourd'hui à plus de 50%, et d'augmenter le nombre des grands contrats de déploiement accéléré (ARO)<sup>4</sup>.

	2017	2022
# clients	200	400
Taux de conversion pilote aux déploiements	~30%	>50%
# étiquettes cumulées (en millions)	150	500

Le chiffre d'affaires devrait atteindre 800 M€ en 2022, 50% en Europe et 50% en Asie-Pacifique et Amériques.

L'objectif initial du plan Leapfrog est réitéré à 400-500 M€ à l'horizon 2020.

La part du chiffre d'affaires réalisé sur les logiciels, data et services devrait dépasser 20% du total (vs. 10% aujourd'hui) améliorant le taux de marge brute.

L'objectif de marge EBITDA devrait atteindre 20% du chiffre d'affaires en 2022 (15% en 2020), grâce à l'effet de levier opérationnel et à l'augmentation de la marge brute liée à la part plus importante des revenus logiciels et services.

	2017	2022
<b>Chiffre d'affaires (M€)</b>	<b>153</b>	<b>800</b>
% Logiciel, Data & Services	~10%	>20%
% APAC & Amériques	<10%	~50%
<b>EBITDA (en % du chiffre d'affaires)</b>	<b>5%</b>	<b>20%</b>

**Thierry Gadou, PDG du groupe SES-imagotag, commente :**

« Les grands commerçants vont devoir digitaliser rapidement leurs points de vente physiques pour en améliorer l'efficacité et mettre en œuvre la convergence omnicanale attendue par les clients. Les magasins demain seront plus automatisés, pilotés à partir d'une grande quantité de données temps réel fournies par l'internet des objets, connectés aux consommateurs et aux marques, enfin plus collaboratifs grâce au cloud. Notre plateforme VUSION Retail IoT répond à ces défis et notre nouveau plan stratégique vise à maximiser le retour sur investissement de nos clients en augmentant la valeur et réduisant le coût total de possession de notre solution, permettant une adoption mondiale. Notre partenariat avec BOE va permettre de générer une forte croissance dans les années à venir, en renforçant notre compétitivité industrielle et en prenant une position de leader sur l'immense marché chinois à la pointe du « New Retail ». L'étroite collaboration avec BOE, ainsi que le partenariat récemment annoncé avec E ink vont également nous permettre de développer des solutions d'affichage toujours plus avancées, essentielle pour numériser la communication de précision au point d'achat et aider les distributeurs à créer plus de valeur en magasin avec les marques. Le commerce

<sup>4</sup> Accelerated Roll-out (ARO) : grand contrat de déploiement systématique d'enseigne représentant plus de 20 M€ d'investissement annuel ou plus de 200 installations magasins par an

*omnicanal ouvre un nouvel âge d'or pour les commerçants. Nous sommes confiants quant à l'adoption croissante de nos solutions, qui bénéficieront d'une couverture désormais véritablement mondiale. »*

## Déclarations prospectives

Certains renseignements contenus dans ce communiqué de presse ne sont pas des faits historiques, mais des énoncés prospectifs. Ces déclarations prospectives sont fondées sur des croyances, attentes et hypothèses actuelles, y compris, sans s'y limiter, des hypothèses concernant les stratégies commerciales actuelles et futures et l'environnement dans lequel le Groupe opère, et impliquent des risques connus et inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs, qui peuvent faire en sorte que les résultats, performances ou réalisations réels, ou les résultats ou autres événements de l'industrie, soient sensiblement différents de ceux exprimés ou sous-entendus par ces déclarations prospectives.

## À propos de SES-imagotag

Depuis 25 ans, SES-imagotag est le partenaire des commerçants dans l'utilisation des technologies numériques en point de vente. N°1 mondial des étiquettes intelligentes et du « pricing automation », SES-imagotag a développé une plateforme digitale & IoT complète qui permet aux commerçants de connecter et numériser intégralement leurs points de vente, automatiser les processus à faible valeur ajoutée, mieux connaître, informer et servir leurs clients, produire une information de qualité pour optimiser à chaque instant la tenue des rayons, éviter ruptures et gaspillage, créer un service omnicanal fidélisant et adapté aux nouvelles attentes des consommateurs.

[www.ses-imagotag.com](http://www.ses-imagotag.com)

SES-imagotag is listed in compartment B of the Euronext™ Paris

Ticker: SESL – ISIN code: FR0010282822 – Reuters: SESL.PA – Bloomberg: SESL

## Contact

NewCap – Investor Relations & Financial Communications

Marc Willaume / Tristan Roquet Montégon: Tel: +33 (0)1 44 71 00 13 / [ses@newcap.eu](mailto:ses@newcap.eu)