



Quadient dévoile la seconde phase de son plan stratégique « *Back to Growth* » visant à créer durablement de la valeur

Faits marquants

- **« Back to Growth – Transform » (phase 1 du plan) réalisée avec succès**
 - ✓ Augmentation de la part des activités logicielles et consignes colis dans le chiffre d'affaires, passée de 18% en 2018 à 27% en 2020
 - ✓ Acquisitions prometteuses (Parcel Pending, YayPay, Beanworks) et plusieurs cessions réalisées, pour environ 105 millions d'euros d'investissements nets en M&A sur la période
 - ✓ Environ 100 millions d'euros de synergies de ventes et de coûts réalisées en 2020
 - ✓ Revenus liés aux souscriptions représentant 69% du chiffre d'affaires des Opérations Majeures en 2020
- **« Back to Growth – Drive Sustainable Value » (phase 2 du plan) fixe de nouveaux objectifs organiques ambitieux pour les trois prochaines années**
 - ✓ Un taux de croissance organique annuel moyen du chiffre d'affaires d'au moins 3% sur la période 2021-2023, avec une croissance organique du chiffre d'affaires d'au moins 2% en 2021
 - ✓ Un taux de croissance organique annuel moyen¹ de l'EBIT courant² au minimum « mid-single digit » sur la période 2021-2023, avec une croissance organique de l'EBIT courant² de 4 à 6 % en 2021
 - ✓ Un ratio d'endettement financier hors leasing inférieur à 1,75x en 2023, après remboursement de l'ODIRNANE
 - ✓ Une politique de dividende maintenue à un taux de distribution minimum de 20% du résultat net, avec un plancher de 0,50 euro par action

Paris, le 30 mars 2021

Quadient (Euronext Paris : QDT), un leader des solutions d'entreprise visant à faire de chaque interaction client – via un canal physique ou digital – une expérience riche et personnalisée, tient ce jour un Capital Markets Day au cours duquel le management de la société dévoile la seconde phase de son plan stratégique « *Back to Growth* », fixant de nouvelles ambitions de croissance profitable et durable pour les trois prochaines années. Cette actualisation de la stratégie résulte d'une revue en profondeur de la situation actuelle de la société, d'une analyse minutieuse des tendances de marché et des besoins des clients, ainsi que d'une évaluation complète du capital investi avec pour objectif de maximiser la valeur pour les actionnaires ainsi que les bénéfices pour l'ensemble des parties prenantes.

« L'exécution rigoureuse de la première phase de notre plan stratégique a posé des bases solides mettant Quadient dans la position de créer durablement de la valeur pour ses actionnaires et toutes ses parties prenantes au cours des trois prochaines années et au-delà, » a déclaré Geoffrey Godet, Directeur Général de Quadient. *« Nous avons profondément modifié notre modèle opérationnel, simplifié notre organisation et remodelé notre portefeuille d'activités, ayant réalisé des acquisitions dans les secteurs que nous avons ciblés. Dans le même temps, nous avons développé avec succès nos activités logicielles et notre activité de consignes colis automatiques, contenu le déclin de nos activités liées au courrier, accru la proportion de notre chiffre d'affaires liée à des revenus de souscription et réalisé d'importantes synergies. »*

¹ Sur la base de l'EBIT courant 2020, hors reprise du complément de prix lié à l'acquisition de Parcel Pending.

² EBIT courant = résultat opérationnel courant hors charges liées aux acquisitions.



« Au moment où nous entrons dans la seconde phase de Back to Growth, nous sommes confiants dans notre capacité à tirer parti de nos positions de leader pour profiter de la digitalisation croissante de l'économie ainsi que des volumes de plus en plus élevés de livraisons de colis, tout en préservant notre activité courrier fortement génératrice de trésorerie. Notre nouvelle trajectoire de croissance profitable est principalement fondée sur des initiatives internes allant d'investissements dégagant de fortes rentabilités, au déploiement de notre portefeuille complet de solutions logicielles SaaS/Cloud d'automatisation intelligente des communications, en passant par la génération de synergies supplémentaires. En parallèle, nous allons continuer à évaluer l'efficacité de notre capital investi et utiliserons notre excédent de trésorerie disponible pour lancer d'éventuelles nouvelles initiatives organiques, saisir des opportunités d'acquisitions et/ou procéder à des rachats d'actions, le tout dans les limites que nous nous sommes fixées en termes de niveau d'endettement. »

Principales réalisations de « Back to Growth »

Mis en œuvre début 2019, le plan stratégique « Back to Growth » impliquait à la fois un fort recentrage du portefeuille de solutions de Quadiant et une transformation majeure de son modèle opérationnel. Quadiant visait à établir des positions de marché de premier plan dans des activités à forte croissance qui sont en synergie avec ses activités historiques liées au courrier. La gestion de la communication et de l'expérience client, l'automatisation des processus métier et de la gestion de documents, ainsi que les solutions de consignes colis automatiques ont été choisies pour être les moteurs de croissance du Groupe, tout en continuant à bénéficier de la forte position de Quadiant dans les activités liées au courrier, très rentables et génératrices de trésorerie. L'augmentation progressive de la part de ces moteurs de croissance dans le chiffre d'affaires total de Quadiant a été définie comme une mesure clé de la transformation du Groupe : en deux ans, grâce à la conjugaison d'initiatives de croissance organique et d'acquisitions ciblées, la part du chiffre d'affaires des solutions logicielles et de consignes colis est passée de 18% du chiffre d'affaires total en 2018 à 27% en 2020.

Conformément à ces orientations stratégiques, Quadiant a activement remodelé son portefeuille, renforçant ses positions dans les marchés sélectionnés via des développements organiques et des acquisitions ciblées, tout en procédant à plusieurs cessions. Début 2019, Quadiant a acquis Parcel Pending, une société américaine de premier plan dans le domaine des consignes colis automatiques, et a fait croître cette activité, en s'implantant avec succès sur le marché américain de la distribution et en exportant désormais son savoir-faire sur le marché résidentiel dans de nouvelles géographies telles que le Royaume-Uni et la France. Quadiant a également acquis YayPay et plus récemment Beanworks, deux FinTech nord-américaines leaders, respectivement spécialisées dans la gestion automatisée des comptes clients et celle des comptes fournisseurs, renforçant ainsi l'offre logicielle de Quadiant. Dans le même temps, Quadiant a cédé ses activités de qualité de la donnée (Satori Software et Human Inference, toutes deux en 2019), réduit significativement ses activités de logiciels d'expédition (cession de ProShip et arrêt de Temando, toutes deux en 2020) et a récemment vendu ses activités graphiques en Australie et en Nouvelle-Zélande. Les opérations de M&A ont été conduites avec une discipline financière rigoureuse. La trésorerie nette dépensée en M&A sur la période s'élève à environ 105 millions d'euros, dont environ 195-200 millions d'euros dépensés en acquisitions et environ 90-95 millions d'euros de produit des cessions.

Dans le même temps, Quadiant a profondément fait évoluer son organisation afin de simplifier son modèle opérationnel, gagner en efficacité et réunir l'ensemble de l'entreprise sous une marque unifiée et une culture commune forte. L'équipe de direction a été renouvelée et de nouveaux talents ont été recrutés pour mener à bien la transformation, une organisation hiérarchique plus simple a été mise en place avec une forte orientation régionale, et des centres d'excellence ont été créés pour rationaliser les outils et processus internes et ainsi employer au mieux l'expertise des équipes.

Dès l'initiation du plan, le développement de synergies a été défini comme un objectif central. Grâce aux ventes croisées entre les solutions, Quadiant a réussi à générer environ 70 millions d'euros de synergies de revenus en



2020. Grâce à la mise en place de sa nouvelle organisation intégrée, les synergies de coûts ont permis l'économie de 25 à 35 millions d'euros, notamment grâce à la centralisation du marketing et des fonctions administratives, à l'efficacité du back-office, à la mutualisation de la R&D ainsi qu'à l'intégration des chaînes d'approvisionnement et de logistique.

Une autre orientation clé de « Back to Growth » a été de favoriser à travers toutes ses solutions – équipements connectés ou solutions logicielles - un modèle de création de valeur résilient fondé sur les revenus récurrents. En 2020, les revenus liés aux souscriptions représentaient 69 % des ventes au sein des Opérations Majeures³ de Quadiant, avec une part croissante de services attachés à la vente ou à la location d'équipements et une transition rapide vers des modèles SaaS/Cloud pour les solutions logicielles.

L'amélioration de la performance financière de Quadiant a évidemment été ralentie en 2020 dans le contexte de la pandémie de Covid qui a interrompu une série de sept trimestres consécutifs de croissance organique. Quadiant a toutefois démontré la forte résilience de son modèle économique dans la première partie de l'année 2020 puis enregistré un fort rebond dans la seconde partie de l'année, augurant d'une reprise de la croissance organique en 2021, grâce à la conjugaison d'une croissance solide des solutions logicielles et des consignes colis automatiques et d'une baisse contenue des solutions liées au courrier. En parallèle, malgré l'impact de la crise sanitaire, Quadiant a maintenu un bon niveau de profitabilité, généré de solides flux de trésorerie disponibles et conservé un bilan sain (*voir communiqué de presse dédié aux résultats annuels 2020, publié séparément ce jour*).

Une plus grande convergence des activités logicielles de Quadiant

La phase deux de « Back to Growth » intégrera de nouveaux changements dans le modèle opérationnel de Quadiant. Alors que la crise du Covid a accéléré le recours à la digitalisation, les besoins en solutions de gestion de la communication et de l'expérience client, d'automatisation des comptes clients (AR) et des comptes fournisseurs (AP) convergent de plus en plus. Quadiant a donc décidé de regrouper ses solutions logicielles de gestion de l'expérience client et d'automatisation des processus métier en une véritable plateforme globale de gestion intelligente et automatisée des communications, fondée sur le Cloud, nommée « Intelligent Communication Automation ».

Cette suite de logiciels de gestion des communications d'entreprise de premier plan, qui répond aux besoins des clients de toutes tailles, comprend Quadiant Inspire, Quadiant Impress, ainsi que l'offre complète d'automatisation SaaS AP/AR de Quadiant, qui a été renforcée par les récentes acquisitions de YayPay et Beanworks. Sur la base des données de 2020, Intelligent Communication Automation représente déjà 183 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 59% de revenus liés aux souscriptions, ces derniers ayant augmenté de 13% sur l'exercice 2020.

Cette intégration permettra à Quadiant de réaliser d'autres synergies de coûts entre Customer Experience Management et Business Process Automation pour la gestion des produits, le marketing et la mise sur le marché. Elle renforcera les synergies technologiques et de R&D, sachant que les solutions Quadiant Inspire et Quadiant Impress s'appuient déjà sur un code source commun à plus de 60%. L'innovation sera favorisée pour fournir aux clients de Quadiant des services et des fonctionnalités supplémentaires, utilisant les apports du Cloud et de l'intelligence artificielle. La solution Intelligent Communication Automation permettra également à Quadiant, déjà troisième éditeur français de logiciels horizontaux, de renforcer encore sa position de fournisseur de logiciels de premier plan. Cette proposition de valeur plus complète, intégrée et simplifiée profitera à la fois aux clients et aux partenaires, en générant de nouvelles synergies de revenus dans chaque segment de clientèle.

³ Les Opérations Majeures incluent les activités Intelligent Communication Automation, Mail-Related Solutions et Parcel Locker Solutions dans les principales zones géographiques de Quadiant, représentant 89% du chiffre d'affaires total en 2020.



De nouveaux indicateurs et des objectifs spécifiques par solution pour générer croissance et profitabilité

Conformément à l'orientation stratégique « Back to Growth », Quadient continuera à se concentrer sur les marchés portés par l'accélération de la digitalisation, l'explosion du e-commerce, ainsi que par des volumes de courrier, déclinants mais néanmoins toujours significatifs et résilients. Afin de piloter ses trois solutions majeures de manière encore plus efficace, Quadient a défini des indicateurs de performance pour chaque solution, afin de permettre à la société de piloter sa trajectoire de croissance ainsi que sa profitabilité.

Pour relever le défi de la mise en place d'un modèle commercial SaaS/Cloud encore plus récurrent, le suivi de la solution Intelligent Communication Automation (183 millions d'euros de chiffre d'affaires au sein des Opérations Majeures³ en 2020 selon le nouveau reporting de Quadient) se concentrera sur :

- le nombre des clients en SaaS/souscriptions sur le nombre total de clients (65% en 2020, contre 56% en 2019) ;
- le revenu annualisé qui sera généré par ses flux de revenus liés aux souscriptions (132 millions d'euros à la fin de 2020, en hausse de 11% par rapport à la fin de 2019) ;
- la part des revenus liés aux souscriptions sur le chiffre d'affaires total de la solution (59% en 2020, contre 50 % en 2019).

Concernant Mail-Related Solutions (653 millions d'euros de chiffre d'affaires au sein des Opérations Majeures³ en 2020, selon le nouveau reporting de Quadient), Quadient se concentrera sur :

- la part des équipements connectés de nouvelle génération dans sa base installée totale (4,9% à la fin de 2020, contre 1,1% à la fin de 2019) pour mesurer le potentiel lié à la mise à niveau de sa base installée, conformément à l'engagement de Quadient d'investir dans son offre liée au courrier afin de gagner des parts de marché et de maximiser la valeur de cette activité dans le temps ;
- l'écart entre l'évolution du chiffre d'affaires des consommables et celle du chiffre d'affaires total de la solution pour mesurer la résilience de son modèle, quel que soit l'usage de sa base installée (cet indice de résilience s'élève à 5,2% en 2020, contre 1,7% en 2019) ;
- la part des revenus liés aux souscriptions sur le chiffre d'affaires total de la solution afin de s'assurer que Mail-Related Solutions continue à fournir un niveau important de flux de trésorerie récurrents (en hausse entre 2019 et 2020, respectivement à 72% et 74%).

Enfin, pour Parcel Locker Solutions (83 millions de chiffre d'affaires au sein des Opérations Majeures³ en 2020, selon le nouveau reporting de Quadient), Quadient se concentrera sur :

- la taille de la base installée de consignes colis (de 7 000 consignes à fin 2018 à 13 000 consignes à fin 2020) ;
- le taux d'utilisation des consignes colis (d'environ 25% en 2018 à environ 65% en 2020) ;
- la croissance annuelle des revenus liés aux souscriptions (de 16 millions d'euros en 2018 à 42 millions d'euros en 2020).

De plus, Quadient introduit une nouvelle mesure de suivi de la profitabilité par solution afin de piloter la performance financière de ses trois solutions majeures d'une manière cohérente et comparable. Ces marges de profitabilité par solution (« Solution profit margin ») seront calculées comme le chiffre d'affaires moins le coût des ventes ainsi que toutes les dépenses de vente, de services, de marketing, de produits et de R&D. Sur la base du nouveau reporting de Quadient, les marges de rentabilité des solutions s'établissent en 2020 à 21,3% pour



Intelligent Communication Automation, 45,3% pour Mail-Related Solutions et 5,6% pour Parcel Locker Solutions (y compris une marge de rentabilité de 25 à 30% de la base installée de consignes colis).

Dans le cadre de la nouvelle trajectoire définie pour la Phase Deux de « Back to Growth », Quadient a fixé des objectifs spécifiques pour chaque solution afin d'atteindre un profil ambitieux d'ici la fin de la période de trois ans courant de 2021 à 2023, en veillant à ce que chaque solution contribue effectivement à la création de valeur durable au niveau de la société :

- Intelligent Communication Automation :
 - ✓ Des revenus liés aux souscriptions en croissance moyenne annuelle de 20-25% sur la durée du plan à trois ans ;
 - ✓ Une marge de profitabilité de la solution autour de 30% sur une base annuelle à la fin du plan à trois ans.
- Mail-Related Solutions :
 - ✓ Un déclin organique moyen annuel meilleur que -5% sur la durée du plan à trois ans ;
 - ✓ Une marge élevée de profitabilité de la solution, comprise entre 43 et 45% sur une base annuelle à la fin du plan à trois ans.
- Parcel Locker Solutions :
 - ✓ Plus de 25 000 consignes colis installées d'ici à la fin du plan à trois ans ;
 - ✓ Une marge de profitabilité de la base installée autour de 30-40% sur une base annuelle à la fin du plan à trois ans.

Une trajectoire de croissance organique robuste, durable et rentable, soutenue par une politique d'allocation du capital claire et efficace

À l'avenir, Quadient continuera à s'appuyer sur ses forces pour déployer la deuxième phase de son plan stratégique « Back to Growth ». En mettant clairement l'accent sur l'innovation et la technologie, Quadient continuera à tirer parti de sa position de leader sur ses marchés et de sa solide base installée de logiciels et d'équipements pour continuer à faire croître ses revenus, très contributeurs, liés aux souscriptions et pour déployer davantage les opportunités de ventes croisées et les synergies créatrices de valeur à travers ses solutions.

Sur cette base, Quadient vise à atteindre un taux de croissance organique annuel moyen de son chiffre d'affaires d'au moins 3% sur la période 2021-2023, avec une croissance organique de son chiffre d'affaires d'au moins 2% en 2021. Quadient vise également à atteindre un taux de croissance organique⁴ annuel moyen au minimum « mid-single digit » de son EBIT courant⁵ sur la période 2021-2023, avec une croissance organique de l'EBIT courant de 4 à 6 % en 2021.

En concentrant sa trajectoire de croissance sur les opportunités organiques, Quadient renforcera les investissements pour soutenir ses opérations tant qu'ils offriront un profil rendement/risque attractif. Quadient prévoit de maintenir ses investissements de R&D et de maintenance dans une fourchette contrôlée d'environ 70 à 80 millions d'euros par an sur la période 2021-2023. Dans le même temps, les investissements liés à la

⁴ Sur la base de l'EBIT courant 2020, hors reprise du complément de prix lié à l'acquisition de Parcel Pending.

⁵ EBIT courant = résultat opérationnel courant hors charges liées aux acquisitions.



location d'équipements devraient atteindre 40 millions d'euros ou plus par an sur la période 2021-2023, en fonction des opportunités d'accélérer le déploiement de la base installée des consignes colis en location.

Tout en continuant à générer des flux de trésorerie récurrents, Quadient vise à maintenir un bilan sain et optimisé en ramenant sa dette nette hors leasing/EBITDA hors leasing en dessous de 1,75x en 2023, après remboursement de son obligation ODIRNANE⁶.

L'approche stratégique de Quadient continuera à être fondée sur une évaluation continue de son capital investi afin de maximiser la valeur à long terme pour ses actionnaires. Cela implique que Quadient s'assure en permanence d'être le meilleur propriétaire pour ses solutions et activités en termes de création de valeur, et ce, sans exclure des cessions ou des scissions potentielles, à condition que le capital puisse être redéployé plus efficacement. Quadient peut envisager de potentielles acquisitions ciblées, de manière opportuniste, en appliquant des critères stricts, notamment en atteignant un retour sur capitaux employés (ROCE) couvrant son coût du capital au cours de la troisième année suivant la clôture de la transaction. Dans le cadre de la gestion de son portefeuille, Quadient poursuivra la restructuration de ses Opérations Annexes (110 millions d'euros de revenus en 2020, soit 11% du chiffre d'affaires total) en vue de les faire croître, de les améliorer ou d'en sortir.

Enfin, Quadient maintient sa politique de dividende inchangée, en conservant un taux de distribution annuel à un minimum de 20% du résultat net, avec un dividende annuel minimum fixé à un plancher de 0,50 euro par action. Dans le cadre de sa politique de retour aux actionnaires, Quadient envisagera en outre d'utiliser l'excédent de trésorerie annuelle disponible pour des rachats d'actions, sous réserve de critères de création de valeur.

Des engagements forts en matière de RSE

Conformément à son engagement en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises, Quadient a récemment adhéré au Global Compact des Nations Unies, la plus grande initiative de développement durable d'entreprise au monde, alignant sa politique de RSE sur les dix principes universels du Global Compact en matière de droits de l'homme, de travail, d'environnement et de lutte contre la corruption.

L'approche de Quadient en matière de responsabilité sociétale s'appuie sur l'amélioration des conditions de travail, la promotion d'une culture de l'intégrité, la réduction de son empreinte environnementale, une offre de solutions innovantes, fiables et durables, et le soutien aux communautés où l'entreprise opère. Ces piliers sont alignés sur les principes du Global Compact des Nations Unies que Quadient s'engage à respecter, soutenir et promouvoir en adhérant à l'initiative. Devenir signataire implique également la mise en place d'actions pour faire avancer les Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU. Quadient a identifié huit objectifs prioritaires auxquels elle contribue déjà.

Afin de générer de la valeur de manière durable, Quadient s'est fixé des objectifs précis à atteindre d'ici ou avant 2023 dans le cadre de la deuxième phase de son plan stratégique « Back to Growth » (*pour plus de détails sur ces objectifs, se référer aux slides 115, 116 et 117 de la présentation de Quadient lors du Capital Markets Day*).

⁶ L'obligation convertible ODIRNANE, d'un montant de 265 millions d'euros, arrive à échéance en 2022. Compte tenu du fait qu'il n'y a pas d'obligation contractuelle de rembourser le nominal ou de payer les coupons aux porteurs des obligations, l'ODIRNANE a été comptabilisée comme un instrument reconnu dans les capitaux propres.



CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE & WEBCAST

Quadient organise une conférence téléphonique et un webcast à partir de 14h00, heure de Paris (13h00 heure de Londres) ce jour.

Le webcast sera accessible en cliquant sur le lien suivant : [Webcast](#).

La conférence téléphonique sera accessible aux numéros suivants :

- France : +33 (0) 1 70 37 71 66 ;
- États-Unis : +1 202 204 1514 ;
- Royaume-Uni : +44 (0) 33 0551 0200.

Mot de passe : Quadient.

L'enregistrement de la conférence téléphonique sera disponible pendant 1 an.

AGENDA

- 26 mai 2021 : **Publication des ventes du T1 2021** (après clôture du marché réglementé d'Euronext Paris).

À propos de Quadient®

Quadient est à l'origine des expériences client les plus significatives. En se concentrant sur trois grands domaines d'activité, l'Automatisation Intelligente des Communications, les Consignes Colis automatiques et les Solutions liées au Courrier, Quadient aide quotidiennement des centaines de milliers d'entreprises à construire des liens durables avec leurs clients et à leur offrir une expérience client d'exception, dans un monde où les interactions se doivent d'être toujours plus connectées, personnelles et mobiles. Quadient est cotée sur le compartiment B d'Euronext Paris (QDT) et fait partie des indices CAC® Mid & Small et EnterNext® Tech 40.

Pour plus d'informations sur Quadient, rendez-vous sur <https://invest.quadient.com/>.

Contacts

Laurent Sfaxi, Quadient

+33 (0)1 45 36 61 39

l.sfaxi@quadient.com

financial-communication@quadient.com

Caroline Baude, Quadient

+33 (0)1 45 36 31 82

c.baude@quadient.com

OPRG Financial

Isabelle Laurent / Fabrice Baron

+33 (0)1 53 32 61 51 / +33 (0)1 53 32 61 27

isabelle.laurent@oprghfinancial.fr

fabrice.baron@oprghfinancial.fr



ANNEXE

Nouveau reporting

<i>En millions d'euros</i>	2020	Variation organique vs. 2019	2020
	Chiffre d'affaires		Marge de profitabilité par solution^(a)
Opérations Majeures	919	-5,9%	36,9%
<i>Intelligent Communication Automation</i>	183	-3,5%	21,3%
<i>Parcel Locker Solutions</i>	83	+36,1%	5,6%
<i>Mail-Related Solutions</i>	653	-10,3%	45,3%
Opérations Annexes	110	-17,6%	15,4%
Total Groupe	1 029	-7,3%	34,6%

(a) Données non auditées

<i>En millions d'euros</i>	2020	Variation organique vs. 2019
Opérations Majeures	919	-5,9%
<i>Amérique du Nord</i>	501	-1,5%
<i>Principaux pays européens^(a)</i>	367	-12,5%
<i>International^(b)</i>	51	+4,7%
Opérations Annexes	110	-17,6%
Total Groupe	1 029	-7,3%