

Jean Gabriel: «De Rouck était trop petit pour le GPS»

Le nouveau CEO dévoilera son plan de relance le 30 mars.

Mais où sont passées les belles perspectives de De Rouck Geomatics? Introduit voici 8 mois à 9 euros sur Alternext, le titre du spécialiste belge de la cartographie n'en vaut plus que la moitié aujourd'hui. Huit petits mois durant lesquels les projets de la société dans le marché en plein boom du GPS (logiciel de localisation électronique) ont fondu comme neige au soleil, mangeant une partie des fonds levés en Bourse et plongeant les comptes dans le rouge.

Qu'en attendre maintenant? Avant de révéler son plan de relance complet le 30 mars, le nouveau CEO chargé de redresser la barre, Jean Gabriel, lève un coin du voile pour «L'Écho». Avec prudence.

DES DÉGÂTS SURESTIMÉS?

Première question: combien aura coûté l'incursion ratée dans le GPS? La perte nette de 650.000 à 750.000 euros pour 2006 (en lieu et place du bénéfice de 580.000 euros promis lors de l'IPO) est le fait des «coûts de l'IPO et des frais de lancement» dans le GPS, indique le manager, qui assure toutefois qu'«une grande partie des fonds levés sont toujours là». «La société a été prudente, ajoute-t-il: elle n'a pas constitué de stocks de GPS énormes, par exemple! Et puis l'argent levé a surtout permis de rééquilibrer sa structure financière.»

Reste que les frais d'IPO (510.000 euros) étaient déjà comptabilisés dans le prospectus, ce qui laisse donc quand même un trou d'environ 1,3 million d'euros par rapport au plan initial. Et 1,3 million sur les 3,9 millions (hors frais) récoltés auprès des investisseurs, ça fait exactement un tiers...

Mais le manager refuse de chiffrer le terrain perdu, surtout lorsque le marché s'en charge: «La valeur du titre reflète exactement ce que le



Pour Jean Gabriel, le marché a exagéré les mauvaises nouvelles en divisant la valeur du titre par deux depuis son IPO il y a 8 mois. Les possibilités de développement sont, si pas parfaitement intactes, encore bien réelles à ses yeux.

marché prend ou ne prend pas. La valeur perdue est-elle celle de notre projet initial dans le GPS? Je ne le pense pas, d'autant qu'il existe d'autres possibilités de développement liées à la technologie GPS et qu'elles sont immenses», assure-t-il. Un «mouvement exagéré par rapport à la valeur intrinsèque du titre» donc, dû selon lui à «l'effet amplificateur du peu de liquidité sur Alternext. Mais cela, les investisseurs le savent aussi en principe».

La morale de l'histoire: «De Rouck était trop petit pour se lancer sur ce marché et il était aussi trop tard», reconnaît Jean Gabriel, évoquant le sort tout aussi malheureux de géants comme Michelin ou Philips sur ce créneau.

La page n'est toutefois pas définitivement tournée, et celui qui a fait ses armes chez Telenet, Belgacom et Win annoncera le 30 mars s'il

compte se retirer complètement de ce marché ou s'il poursuit quand même l'aventure mais «à l'aide de partenariats, la manière normale pour une PME».

PISTES DE RELANCE

Des «partenariats très ciblés», précise-t-il d'emblée, en référence par exemple au monde de l'ERP (progiciels d'entreprise) pour son activité de gestion de flotte de véhicules, appelée, tout comme la sécurité des personnes ou la gestion d'équipes de collaborateurs par géolocalisation, à prendre le relais de la croisance.

Parmi les points forts de l'entreprise, le manager pointe son expertise technique («Nos cartes sont mises à jour tous les 6 mois; le GPS qui est dans votre voiture ne l'est que tous les 2 ans!») ainsi que sa force de diffusion: «On est dans toutes les

grandes surfaces et dans tout le réseau pétrolier avec un accès privilégié. On est d'ailleurs régulièrement contacté par des éditeurs de livres ou de guides touristiques... Cela aussi pourrait être une forme de levage pour nous.» Sans oublier l'activité de «B-2-B» (des cartes qui mentionnent spécifiquement la présence de chaînes comme Q8, par exemple) et «une super-équipe de vente» (8 personnes).

De tout cela, il sera question dans «un mix d'objectifs à court, moyen et long terme», annonce Jean Gabriel, qui refuse l'étiquette de «manager de crise» – s'il a quitté le conseil d'administration, l'ancien manager Serge Derycke reste d'ailleurs au titre de «directeur général». Il préfère parler de «transition» et fera «en sorte que ce qui a été annoncé se réalise d'une façon ou d'une autre». ♦ Jean-Yves Klein