

Contacts presse :

Elisabeth Ziegler - Sophie Rassoul

SAS France

elisabeth.ziegler@fra.sas.comsophie.rassoul@fra.sas.com

01 60 62 12 35 / 01 60 62 69 25

Thomas Boullonnois - Sophie Noël

Rumeur Publique

sas@rumeurpublique.fr

01 55 74 52 29 / 01 55 74 52 13

Voir nos [informations presse](#)**SAS enregistre un chiffre d'affaires de 2,31 milliards dollars en progression de 2,2 %**

Paris, le 15 février 2010 – [SAS](#), leader mondial du décisionnel et des solutions de business analytics, a enregistré en 2009 un chiffre d'affaires record de 2,31 milliards de dollars – en progression de 2,2 % par rapport à l'exercice 2008. En dépit de conditions économiques difficiles, SAS a su réaliser une fois encore une croissance et une profitabilité jamais démenties depuis la création de l'entreprise il y a 34 ans.

34^{ème} année de croissance pour SAS !

A lui seul, le chiffre d'affaires logiciel a connu une augmentation de 3,3 % – sur une période où celui des principaux éditeurs est en baisse. « *La poursuite de notre croissance en 2009 témoigne de la pertinence de notre stratégie centrée sur l'établissement de relations à long terme, tant avec nos clients que nos collaborateurs, et sur un engagement constant en faveur de la R&D, se félicite Jim Goodnight, CEO de SAS. Nous avons parfaitement résisté à la crise pour en ressortir plus forts et en avance sur la concurrence* ».

En 2009, SAS a réinvesti 23 % de son chiffre d'affaires en R&D et – comme s'y était engagé Jim Goodnight il y a un an – a clôturé l'année sans réduction d'effectif, témoignant l'attachement de l'entreprise à son capital humain et à l'innovation. « *En janvier dernier, j'avais annoncé aux collaborateurs qu'il n'y aurait pas de licenciements, confirme Jim Goodnight. Je souhaitais en effet que nous restions focalisés sur les besoins des clients sans nous laisser distraire par d'éventuels enjeux annexes de viabilité. Ce choix s'est avéré pertinent car nous avons poursuivi notre croissance en pleine récession et sommes prêts à lancer en 2010 de remarquables nouveaux produits. En d'autres termes, la situation n'a jamais été aussi favorable pour SAS qu'aujourd'hui* ».

SAS a d'ailleurs été désigné n°1 du classement américain « Best Companies to Work For » par le magazine FORTUNE. Premier éditeur de logiciels décisionnels à atteindre cette distinction, SAS s'est vu récompensé pour la qualité de ses relations humaines à travers ses prestations sociales et les gages de flexibilité et de soutien offerts à ses collaborateurs.

Les difficultés économiques « boostent » les ventes de solutions anticrise

Comme en 2008, les clients de SAS[®] se sont tournés vers des solutions visant à développer leur chiffre d'affaires, en maximisant l'efficacité de leur relation client, en contrôlant mieux les coûts par une meilleure gestion des risques. Ce sont ainsi les solutions décisionnelles, de « customer intelligence », d'intégration des données et de gestion du risque qui ont connu la plus forte croissance.

Quant aux solutions verticales, les taux de croissance ont été particulièrement forts dans le secteur bancaire, les administrations, la santé, l'assurance et la distribution. L'essor le plus notable concerne **les services financiers** : ils représentent 42 % du chiffre d'affaires total. Ces établissements se sont en effet tournés prioritairement vers SAS pour mieux maîtriser les nouveaux besoins de leurs clients, pour adopter de nouveaux « business models » et pour répondre à de nouvelles exigences réglementaires de la part des gouvernements et des banques centrales. « *La croissance que nous avons connue sur ce secteur est remarquable, se félicite Jim Goodnight. Elle démontre la confiance des grands acteurs des services financiers dans notre capacité à les accompagner pour résoudre leurs challenges métier les plus complexes* ».

Dans les **grandes administrations** (15 % du chiffre d'affaires de SAS), les préoccupations clés portent sur la baisse des revenus fiscaux, sur la maîtrise des niveaux de risque et la transparence. « *Nous constatons un intérêt croissant des administrations pour transformer leurs données en ressource stratégique, afin de combattre la fraude, assurer un recouvrement plus efficace des impôts et offrir aux contribuables une prestation maximale au regard de leurs contributions fiscales,* » ajoute Jim Goodnight.

Le secteur de la **grande distribution** a également connu un pic de croissance de 12 % en dépit d'un environnement particulièrement concurrentiel. « *Un taux de croissance à deux chiffres sur ce marché montre une tendance intéressante,* confirme Jim Goodnight. *Nos solutions aident les acteurs de la grande distribution à fixer leurs prix, à approvisionner leurs points de vente de manière optimale tout en tenant compte des préférences de leurs clients - que ce soit au niveau régional, local voire même par point de vente. Les marges de la distribution restent serrées et nous continuons à aider ce secteur à trouver de nouveaux leviers de performance* ».

Une présence croissante dans le monde

SAS a réalisé 45% de son chiffre d'affaires dans la zone Europe, 44% sur le continent américain et 11% en Asie-Pacifique.

En 2009, SAS a gagné 1 389 nouveaux clients dans le monde entier. Des références telles que : Atlantique Telecom, Axa Tech France, Banque Marocaine du Commerce Extérieur, Bombay Stock Exchange, Crédit Agricole Arkéa, Fiat Automobis, GAN Eurocourtage, Lego Systems Inc., Loyalty New Zealand, Niagara Health System, Pôle Emploi, RH Donnelly Inc., Telefonica, WestJet, Wet Seal Inc., Wistron Corp. et Vattenfall.

Le déploiement de puissantes solutions analytiques et décisionnelles est généralement associé à l'univers des grandes entreprises ; parmi les 100 premières entreprises du classement FORTUNE Global 500[®] de 2009, 92 sont des [clients de SAS](#). Cependant, aux États-Unis, 80 % des nouveaux clients sont des PME – démontrant clairement que même les entreprises ayant un chiffre d'affaires inférieur à 500 millions de dollars comprennent la valeur ajoutée des solutions analytiques et décisionnelles de [SAS](#).

Des partenariats à valeur ajoutée

SAS a multiplié les alliances et partenariats de revente en 2009 ; ils ont joué un rôle clé dans 25 % des nouvelles ventes et dans la moitié des 50 premiers contrats mondiaux.

SAS a en particulier noué des partenariats avec des intégrateurs système de dimension planétaire comme Accenture, Capgemini ou Deloitte, permettant à leurs clients communs d'optimiser l'intégration des solutions SAS[®] Business Analytics à leurs systèmes d'information, en capitalisant sur leurs ressources et leur expertise.

Par ailleurs, SAS s'est imposé comme le leader de l'innovation en matière de technologies analytiques embarquées au sein même des bases de données, avec des partenaires tels que Teradata et Netezza. Pionnier en la matière, SAS est persuadé qu'il s'agit d'une véritable rupture technologique et va continuer d'investir pour faire avancer la recherche dans ce domaine.

Perspectives 2010

Dans un contexte de reprise économique encore lente dans de nombreuses régions du monde, SAS propose aux entreprises une plate-forme particulièrement souple et modulaire dont la composante analytique leur permet de concentrer leur stratégie sur la qualité du service client, le développement de leur chiffre d'affaires et l'optimisation de leurs opérations.

« *Dans notre économie globalisée,* ajoute Jim Davis, Senior Vice Président de SAS, *chaque région du monde aura son propre rythme de sortie de crise... En 2010 nous devons donc être particulièrement vigilants pour détecter chaque opportunité et y proposer une solution adaptée aux besoins spécifiques de chaque entreprise dans une perspective de reprise propre à chaque pays.* »

A propos de SAS www.sas.com/france

SAS, leader mondial du décisionnel et des solutions de business analytics, est le plus important éditeur indépendant du marché du décisionnel avec un chiffre d'affaires mondial de 2,31 milliards de dollars réalisé en 2009. Grâce à des solutions innovantes reposant sur une infrastructure intégrée, SAS aide ses clients - sur plus de 45 000 sites dans le monde- à améliorer leur performance et à produire de la valeur en leur permettant de prendre rapidement de meilleures décisions. Depuis 1976, SAS donne à ses clients The Power to Know® - la puissance de savoir.

SAS et tout autre nom de produit et de service de SAS Institute Inc. sont des marques déposées de SAS Institute Inc. pour les USA et tous les autres pays. ® indique un dépôt aux USA. Les autres marques et noms de produits sont des marques déposées de leurs entreprises respectives.

Copyright © 2010 SAS Institute Inc. Tous droits réservés.