

EDITORIAL
LEADER


Quand la France s'éveillera, cela va faire très mal. En effet, « l'économie numérique représente un secteur en forte croissance

qui contribue de manière très importante à la compétitivité et à la modernisation des Etats. La France n'occupe toutefois qu'une place moyenne dans le marché mondial malgré de réels atouts : pour quelles raisons ? Quelles sont les solutions qui permettraient à notre pays de retrouver une position de leader ? A l'initiative de la commission Recherche, Innovation et Nouvelles Technologies du Medef et de son comité Economie numérique, l'AFA, l'Afom, Afors Telecom, Alliance Tics, la Fipec, Simavelec et Syntec informatique ont mené une réflexion commune et élaboré les propositions du rapport « Faire de la France un leader de l'économie numérique », qui pose les bases d'une véritable stratégie nationale en faveur de l'économie numérique. Ce rapport est une première : c'est la première fois que l'ensemble des entreprises de l'économie numérique s'associent pour définir une « feuille de route » opérationnelle permettant la mise en œuvre immédiate d'une politique ambitieuse en faveur de l'économie numérique en France. » Rêve de technocrates ou dures réalités ? Selon ce rapport, le marché mondial total des TIC, qui représente 2600 milliards d'euros en 2006, est désormais au cœur de la croissance des économies. Or, avec un marché d'un peu plus de 100 milliards d'euros, la France ne représente que 3 à 4% du marché mondial et n'occupe qu'une modeste cinquième place après les Etats-Unis, le Japon, le Royaume-Uni et l'Allemagne. Au delà de ce rapport, qui a le mérite d'exister, il faudrait une véritable prise de conscience de tous pour que les choses bougent. **RB.**

CEGID 2007 : RÉSULTATS EN HAUSSE

Paris, le 29 février 2008 – Jean-Michel Aulas est un PDG heureux car il a présenté les résultats de Cegid qui sont plutôt bons, mais aussi ceux de l'OL – Olympic Lyonnais - qui sont encore meilleurs avec un net part du groupe semestriel en progression de 29,9% ! Revenons à nos logiciels avec un petit bémol concernant le yoyo du cours de bourse de Cegid qui est passé de 46,5 € le 24 juillet 2007 à 18,10 € le 22 janvier 2008 pour remonter à 24,5 € le 4 mars 2008, soit une valorisation de 221,68 M€ pour un chiffre d'affaires de 241,1 M€.

Le chiffre d'affaires consolidé progresse de 5,7 % à 241,1 M€ par rapport au 31 décembre 2006 (+ 4,0 % à périmètre constant) après prise en compte d'une hausse sensible et continue depuis le deuxième trimestre 2006 des ventes de licences et services d'intégration (pour l'ensemble de l'année 2007 : + 13,4 % et + 9 % à périmètre constant). Cegid atteint ainsi, pour la quatrième année consécutive, son objectif de progression du résultat opérationnel courant consolidé, qui aura été multiplié par plus de 2,6 en 4 ans, et de croissance de la rentabilité opérationnelle courante, qui est passée de 8,9 % en 2004 à 14,3 %, avant retraitement IFRS2 relatif aux plans d'attribution gratuite d'actions en 2007. Le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale une augmentation du dividende pour le porter de 0,95 € par action au titre de 2006 à 1 € par action au titre de 2007, soit un montant total qui serait distribué de l'ordre de 9,2 M€ sur la base du nombre d'actions en circulation au 27 février 2008.

Perspectives : Dans un contexte économique marqué par la crise financière actuelle et une montée des incertitudes, le groupe Cegid devrait néanmoins poursuivre, en 2008, son développement avec pour objectif une nouvelle progression du résultat opérationnel courant et de la rentabilité opérationnelle courante. Le groupe poursuivra, pour les années à venir, sa stratégie de croissance en s'appuyant notamment sur :

- La progression des ventes réalisées par son réseau de ventes indirectes, notamment, par la mise à disposition, auprès des business partners de Cegid, de Cegid Business Platform leur permettant ainsi de compléter leur offre de produits et services par des fonctionnalités métiers et, de l'offre On Demand .
- La poursuite du fort développement sur le marché des moyen-

nes/grandes entreprises et des groupes de sociétés compte tenu de l'expérience acquise au cours des deux dernières années sur des projets correspondant à cette cible de clientèle et de nouvelles offres produits comme Cegid Com'fi et Cegid Etafi Conso 2007.

- La mise en place des synergies entre Cegid et Groupama / Gan Assurances avec pour objectif d'apporter aux clients, et notamment aux Experts-Comptables, des moyens technologiques innovants et du contenu informatif leur permettant d'offrir aux TPE-PE des produits et services pluridisciplinaires, complémentaires de leur mission principale.

- La poursuite de la croissance du chiffre d'affaires, notamment dans les secteurs de la mode, du retail et de l'industrie, de même que dans les domaines des RH/paie et de l'ERP.

- Le développement de l'activité On Demand en phase avec les attentes du marché en s'appuyant sur l'expertise de Cegid et les nombreuses offres de services en ligne (e_services).

- L'accélération de l'implantation internationale : Cegid accompagne les secteurs de la mode et du retail sur les trois principaux continents (Amérique du Nord, Europe et Asie). Cegid poursuivra également son développement à l'international sur sa gamme Profession Comptable (Pays du Maghreb).

- La croissance externe, tant en France qu'à l'international.

CEGID - EXERCICE 2007	2007	2006	Var.
Chiffre d'affaires*	241,1 M€	228,2 M€	5,7%
Résultat Opérationnel Courant**	34,4 M€	29,7 M€	16,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	14,3%	13,0%	+1,3 pt
Résultat opérationnel	33,2 M€	29,2 M€	13,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	13,8%	12,8%	+1 pt
Résultat financier	-5,6 M€	-4,0 M€	40,2%
Impôt sur les bénéfices	9,7 M€	9,3 M€	4,6%
Résultat net part du groupe	17,7 M€	16,2 M€	9,0%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	7,3%	7,1%	+0,2 pt
Cash flow opérationnel	55,3 M€	23,8 M€	x 2,3

* Incidence nette des variations du périmètre de consolidation : + 3,8 M€

• GTI Industrie et PMI Soft (1er mars 2006), I&C (1er juin 2006), Comptanoo (1er janvier 2007) et AS INFOR (1er avril 2007) : + 7,5 M€,

• Cession de l'activité de ventes directes de matériels « spécifiques » et de prestations associées à compter du 1er avril 2007 : - 3,7 M€.

** Avant actions gratuites

RÉSULTATS

PROSODIE : INTERNET ET TÉLÉPHONIE

Boulogne-Billancourt, le 19 février 2008 - Pour l'ensemble de l'année 2007, le chiffre d'affaires consolidé de **Prosodie** s'établit à 172,2 M€ en hausse de 4,2 % par rapport à 2006 (165,3 M€). Cette progression aurait été identique à taux de change et périmètre constants. La société a été créée en 1986 sous le nom de la Société du Journal Téléphoné (SJT) par Alain Bernard, Didier Dupraz, et Robert Hersant, alors majoritaire à 66%. Après la disparition de ce dernier, elle est rachetée par ses dirigeants sous forme de LBO en 1997. En 1998, après restructuration, elle prend le nom de Prosodie. L'activité BtoB du groupe en France est toujours en forte progression à la fois en volume et en part de marché sur ses trois lignes de services, les solutions de contact clients, d'infogérance et on-line. En 2007, Prosodie a conforté son positionnement dans le e-commerce en gagnant plusieurs belles références

de chaque côté de l'Atlantique comme Petit bateau, Niman Ranch ou Maxibatteries. Son offre de téléphonie sur IP a remporté l'adhésion de plusieurs entreprises dont CanalCe. Ses solutions d'accueil téléphonique (numéros courts, portail vocal, reconnaissance vocale, centres d'appels virtuels...) ont poursuivi leurs conquêtes auprès des banques (Banque Populaire Rives de Paris), des associations d'utilité publique (SOS Médecins), de la grande distribution ou du service (Satas). Elle produit et diffuse également des informations au grand public sur trois domaines d'activités : la météo avec les marques Meteo Consult et La Chaîne Météo, l'hippisme avec la marque GENY-courses et les examens scolaires avec la marque France-examen. Ces 4 marques constituent le pôle Prosodie Info. Enfin, elle détient 100% de nCryptone, acteur des solutions d'authentification forte au format ISO.

Paris, le 14 février 2008 - **Fimasys** a réalisé un chiffre d'affaires 2007 de 11,4 M€ avec un rythme élevé de croissance de plus de 30% en moyenne sur les cinq dernières années. Bénéficiaire depuis son origine, elle compte aujourd'hui près de 100 salariés. Elle a été doublement récompensée pour cette croissance en recevant en 2005 puis en 2006 le label « Gazelle » attribué par le Ministère des PME. Elle compte aujourd'hui 25 grands clients prestigieux et ambitionne de doubler ce chiffre d'ici trois ans. L'éditeur continue de développer sa présence à l'international. En 2006 et 2007, des bureaux ont été ouverts en Espagne et en Chine ainsi qu'en Angleterre tout récemment. Depuis plusieurs années la société réalise plus

de 50% de son chiffre d'affaires à l'étranger. Deux grands projets sont par exemple menés actuellement en Slovénie et en Chine. Son second axe de développement est le renforcement de son offre dans le domaine du *leasing* d'équipement. Créée en 1996, Fimasys est éditeur de progiciels de gestion destinés aux institutions financières et aux grands groupes. Elle propose deux lignes de produit : *ProFinance*, progiciel de gestion de crédits à la consommation, de motor finance et de leasing commercialisé à l'international auprès d'établissements financiers; *WebEpargne*, progiciel de gestion d'épargne dédié aux compagnies d'assurance et de gestion d'épargne salariale et retraite.

NOMINATIONS



Paris, le 25 février 2008 - **Alain De-reux** a été nommé directeur général d'**Activis**. Hom-

me de projets, Alain DE-REUX est diplômé du Cnam en Organisation du travail. Créée en 2000 par **Patrick Rein** dans le but d'« activer » les sites internet, l'entreprise s'est imposée dans le domaine du référencement, et notamment grâce à Direct News, son logiciel de gestion de contenu. **Activis** assure le référencement des sites de ses clients en douze langues, y compris le chinois et le japonais. Avec une augmentation de son chiffre d'affaires de 40% sur l'exercice 2005/2006 et une augmentation des entrées de commande de 92% à fin juin, **Activis** confirme sa croissance. Elle rayonne aujourd'hui bien au-delà de son territoire (13% à l'export vers Suisse, Allemagne, USA, Grande Bretagne, Belgique, Pays Bas, Italie, Espagne, Japon).

Boulogne, le 18 février 2008 - **Gérard Dahan**, 50 ans, devient directeur de la communication au niveau mondial du groupe **BravoSolution** et directeur marketing de **BravoSolution France**.

Dans le cadre de ses nouvelles fonctions, il est en charge de la mise en place de structures humaines et matérielles pour la communication du groupe et pour le marketing de la filiale française. Diplômé de l'Université Paris X et sportif de haut niveau, il était depuis 2001 directeur corporate marketing Europe d'Ariba, spécialiste mondial de la maîtrise des dépenses (Spend Management). Il a débuté sa carrière en 1981 chez MG Entreprises (distributeur IBM) en tant qu'ingénieur commercial. Entre 1984 et 1987, il est en charge du marketing et des ventes de la division graphique d'Olivetti France, puis, il devient directeur commercial OEM chez Normerel France de 1987 à 1990. Il lance Laser Computer (groupe Vtech) en France en 1990 et en assure la direction générale. En 1997, Gérard Dahan accède au poste de directeur du marketing et des ventes Europe de l'Ouest chez Intel Corporation. **BravoSolution**, créé en juin 2000 par le groupe Italcementi, développe, fournit et met en œuvre des solutions logicielles sur l'ensemble des problématiques de **sourcing** stratégique.



CONTRATS & INSTALLATIONS

Paris, le 5 février 2008 - **Linedata Services**, a signé avec **BNP Paribas Assurance**, quatrième groupe d'assurance vie en France, un contrat pour la gestion de ses contrats d'assurance-vie en France, afin de remplacer son outil de gestion actuel. Le progiciel *Master I* de Linedata Services gèrera la totalité des contrats d'assurance vie multi-supports de BNP Paribas Assurance, soit 2,5 millions de contrats à ce jour. *Master I* est une suite progicielle assurant une couverture totale des familles de produits « Vie » avec une intégration de l'ensemble des actes de gestion depuis la souscription jusqu'à la clôture. « *Au sein d'un marché en croissance et de plus en plus concurrentiel, nous voulons continuer à être des précurseurs. Master I, outil fiable et robuste, va nous permettre d'améliorer encore notre réactivité et notre capacité à traduire opérationnellement une approche innovante des métiers de l'assurance vie* » déclare Jean Bego, Directeur Général Adjoint en charge des Opérations et des Systèmes d'information de BNP Paribas Assurance.

ALICK MOURIESSE : " NE PAS ÊTRE HORS SUJET."

Paris le 5 mars 2008 – *Pour la première fois nous vous proposons un Zoom sur une école d'informatique, et pas n'importe laquelle ! Il s'agit de Supinfo que vous avez certainement remarquée parmi les nombreuses publicités que nous subissons à la télévision. Par curiosité nous avons voulu ce qui se cachait derrière cette Ecole Supérieure d'Informatique qui a choisi de faire toute sa communication autour du nom SUPINFO et qui a commencé à tisser sa toile sur les trois continents.*

C'est ainsi que nous nous sommes rendu rue de Bassano pour rencontrer Alick Mouriesse, président et propriétaire à titre individuel de cette école dont la gestion et l'exploitation a été confiée à une association loi de 1901. Nous avons trouvé un jeune homme de 38 ans « *originnaire de la Martinique, avec une mère guadeloupéenne et un père martiniquais. Je suis donc un mélange des deux îles, et comme tout antillais je suis un mélange d'un certain nombre d'origines, à la fois les Arawak (les anciens indiens qui habitaient les Antilles avant la colonisation), puis tout un ensemble d'autres ethnies, d'autres mélanges**. » Passionné d'informatique et de pédagogie, Alick Mouriesse est un entrepreneur impatient qui ne laisse pas indifférent.

Roger Bui : En quelques chiffres, pouvez-vous nous positionner Supinfo ?

Alick Mouriesse : Nous avons un exercice décalé au 30 juin. En 2006, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de près de 17 M€. Au 30 juin 2007, nous devrions passer les 22 M€, avec peut-être une grosse différence qui pourrait se traduire sur le chiffre d'affaires de l'exercice suivant. Nous avons, en effet, introduit de nouveaux produits de formation professionnelle qui se vendent très bien. Sur 2007-2008 cette action nous permettra de changer de registre et d'envisager un chiffre d'affaires à hauteur de 30 M€, soit une croissance de 36% faisant suite aux 29% de l'exercice précédent. A ce jour, notre effectif global s'élève à 250 personnes pour 160 enseignants.

RB : Votre développement en France et à l'international, votre communication, sont autant d'indices quant à une éventuelle introduction en bourse. Est-ce fondé ?

Alick Mouriesse : Tout à fait. Nous avons le projet de nous introduire en bourse sur ce premier semestre 2007. Les bourrasques du marché nous ont freiné dans notre élan. La bourse ne se porte pas très bien aujourd'hui, c'est pourquoi j'ai freiné cette opération mais elle est juste reportée pour saisir la

meilleure fenêtre de tir possible. Nous avons prévu d'ouvrir le capital et de créer les conditions à la fois de développement et de pérennité pour notre groupe. Dans un contexte français extrêmement conservateur nous serons les premiers à le faire dans notre secteur. Les universités devraient, quelque part, faire ce que nous faisons, à savoir demander aux entreprises : « *Vous avez besoin de quel type de compétences et à quelle échéance ?* » Cela a l'air d'être trivial, mais la réponse ne l'est pas car

toujours essayé de rester dans le sujet au niveau du contenu pédagogique, de la forme juridique comme au niveau des moyens des équipes et des personnes qui gèrent l'établissement. Nous avons fait le nécessaire pour que toutes les personnes qui travaillent avec nous restent dans le sujet.

RB : Supinfo est une maison très ancienne et il est assez étonnant de trouver à sa tête un aussi jeune PDG. Pouvez-vous nous retracer son histoire ?



**Alick Mouriesse,
Président de SUPINFO**

Alick Mouriesse : L'histoire est originale et finalement très simple. Supinfo est un école qui a été fondée en 1965 par monsieur Rosentalis. A l'époque il n'y en avait pas beaucoup car en 1965, le terme informatique lui-même n'était pas très connu. L'école fut créée sous le nom d'Ecole Nationale de Mécanographie, ensuite Ecole Nationale d'Informatique. Comme tous à cette époque, le fondateur a dû laisser l'appellation Ecole Nationale à l'Etat et prit alors le nom d'ESI pour Ecole Supérieure d'Informatique. Déjà en 1969, le petit nom de l'école était Supinfo. Cela vient du fait que le fondateur est un ancien de Supelec (Ecole Supérieure d'Electricité) dont il a conservé la même contraction.

Aujourd'hui nous parlons plus de Supinfo que d'ESI, car ESI peut avoir plusieurs significations : Ecole Supérieure de l'Immobilier ou encore Ecole de Ski Internationale. Nous avons donc décidé de communiquer sur Supinfo et particulièrement pour l'international où nous n'avons pas de conflit de marque. La mission de l'école consiste à conforter sa portée internationale. Pour l'histoire, je suis un ancien élève de Supinfo, sorti en 1992. Effectivement à cette époque, l'école avait perdu un peu de sa superbe. Elle n'était plus au top, tant en terme d'effectif que de contenu. Notre rôle avec d'autres anciens élèves, car je ne suis pas seul dans cette aventure, a été de remettre l'école sur le devant de la scène en France, ce que nous avons fait en quelques années, ensuite, de nous développer à l'international, ce qui est une véritable innovation pour une école française.

nous leur disons : « *En amont, nous allons vous former ce dont vous avez besoin et non ce qui nous fait plaisir.* » Nous essayons de rester collé en permanence aux attentes du marché. C'est la meilleure garantie de ne pas être hors sujet. Être hors sujet ne signifie pas que nous n'avons pas travaillé, que nous n'avons pas des qualités. On est simplement hors sujet. Tout le travail que vous avez fait ne sert à rien. Ce n'est pas ce que l'on en attendait. Beaucoup d'universités ou de formations universitaires sont hors sujet. Beaucoup de démarches ou de restructuration de groupes ou d'écoles sont hors sujet. Pourquoi nous voulons aujourd'hui ouvrir le capital et créer quelque chose de dynamique ? Avec l'ouverture à l'international et la croissance que nous avons eue, le véhicule « association » est devenu hors sujet. Il faut le changer. Nous avons

SUPINFO EN BREF

- 41 écoles à l'horizon 2008-2009 et plus de 60 écoles à l'horizon 2012 en Europe, Asie, Afrique et Amérique.

- En 2008, 7 nouvelles écoles à l'international : San Francisco, Bruxelles, Vancouver, Abu Dhabi, Madrid, Milan et Casablanca ;

- 6 nouvelles écoles en France : Bayonne, Brest, Rennes, Guadeloupe, Reims et Metz.

RB : Vous avez doté Supinfo d'un statut juridique un peu particulier qui est celui de l'association loi de 1901. Quelle en sont les limites ?

Alick Mouriesse : En 1999, l'école fonctionnait avec une structure de SNC ou Société en Nom Collectif. J'avais racheté uniquement les actifs de cette SNC, sans son enveloppe juridique, et j'ai créé ensuite l'association n'est pas propriétaire de l'école, mais est en charge de sa gestion. C'était à ce moment là et jusque récemment, le meilleur véhicule pour gérer le projet pédagogique que nous avions avec quelques anciens, sans perdre les statuts et la reconnaissance que l'école avait acquis. Dans un avenir proche, nous allons créer une société commerciale qui va permettre une diversification de l'actionariat. Ce qui était bien à l'époque, n'a plus de sens aujourd'hui, mais surtout constitue un frein au développement international. Supinfo ne peut plus reposer sur une seule personne. Il y a des contraintes qui sont incompatibles à son développement. Ce n'est pas sain et nous devons garantir la pérennité de l'activité car l'école doit durer au-delà de ses dirigeants. Dans un passé assez lointain, j'avais voulu créer des structures de diversification pour la formation professionnelle, pour l'édition, etc., mais cela n'a pas fonctionné. Nous avons alors arrêté ce type d'organisation pour remettre la gestion de l'ensemble des activités du groupe au sein de cette association. Jusque il y a environ 2 ans, cela fonctionnait très bien car nous étions franco-français. Cela ne correspond plus aux besoins actuels et futurs. Ainsi, lorsque nous ouvrons un nouveau

pays, nous sommes presque toujours obligés de créer une structure juridique de droit local. Cette structure n'a pas besoin d'être de type associatif.

Hormis le véhicule juridique, tout le reste fonctionne comme une société, jusqu'aux procédures internes. Nous sommes dans une logique d'investissement et nous ne voyons pas passer les bénéfices... A terme cela peut poser un problème à un actionariat « gourmand », ce qui n'est pas du tout notre philosophie. Ainsi, nous avons baissé les frais de scolarité de 1000 € par an, alors que nous sommes en train de grossir et d'avoir de plus en plus de succès. Si nous avions une logique mercantile de l'activité, nous ne l'aurions pas fait. Ce n'est pas une logique de marché non plus, car nous sommes déjà moins chers que les autres. En fait nous répercutons ainsi l'économie d'échelle et le juste prix au profit de nos étudiants. Nous dégageons suffisamment de bénéfices pour nous permettre de maintenir la R&D, l'innovation pédagogique, le développement de l'entreprise et cela sert à tout le monde. Nous avons investi énormément en communication, depuis quatre ans dans la presse et la radio et depuis deux ans dans la télévision. Cela sert aux étudiants, car en terme de notoriété nous avons fait un grand bond. Cela leur ouvre des portes à l'issue de leur scolarité. Depuis, nous avons arrêté nos campagnes dans la presse papier, mais conservé la presse en ligne. Je crois toujours au papier et je pense que le papier et le Web forment un tout. En revanche je ne crois plus au « print » seul. Ainsi en avril voire en mai, nous allons lancer un magazine papier, un hebdomadaire informatique qui s'appellera « *Numérique Hebdo*. » Ce sera un gratuit, diffusé sur toute la France, avec un tirage de 300 000 exemplaires par semaine.

RB : Comment abordez-vous l'international ?

Alick Mouriesse : Nous avons une approche extrêmement souple en fonction des contraintes de chaque pays et des acteurs que nous trouvons en face. Nos actions montrent que nous sommes très ouverts. En Chine, par exemple, nous avons un partenariat avec l'état. Au Canada et en Angleterre, nous nous sommes implantés en direct, sans aucun

partenaire, ni public, ni privé. Au Maroc dont l'ouverture est prévue pour cette année, nous avons un partenaire privé pour les investissements comme les salles, les matériels, etc.

* Citation empruntée à une interview donnée par Alick Mouriesse au site grioo.com le 19 janvier 2004.

PLUS DE MOBILITÉ SANS SUPPLÉMENT DE COÛT.

Paris, le 14 février 2008. En 2008, Supinfo renforce le maillage de ses établissements avec l'ouverture de sa première école aux Etats-Unis et de 12 nouveaux sites en France et dans le monde. Répondant à la fois à une véritable politique d'aménagement des territoires et à une demande de plus en plus importante du marché mondial du numérique, ces nouvelles écoles offrent les mêmes ressources technologiques et pédagogiques que toutes les autres écoles du groupe. Chaque année d'étude peut alors se faire dans une école Supinfo parmi les nombreux sites disponibles dans le monde à un tarif unique et accessible de 4990 € par an.

A l'heure où les filières scientifiques et les écoles d'ingénieurs françaises se plaignent de la désaffection de candidats, Supinfo a enregistré pour la rentrée 2007 plus de 1600 nouveaux élèves dans l'hexagone. Dès la rentrée 2008, l'école comptera plus de 6500 étudiants inscrits et diplômera plus de 1000 ingénieurs par an. Dans un contexte où les écoles françaises sont de plus en plus absorbées par des groupes d'enseignements privés étrangers, Supinfo crée son propre réseau d'écoles à l'international permettant à des effectifs importants d'étudiants français de faire carrière à l'étranger. En 2008, elle accueillera plus de 600 étudiants français dans le monde (plus de 100 en Chine, plus de 100 en Angleterre, plus de 200 au Canada et plus de 200 aux Etats-Unis). Parallèlement, elle permet aussi à ses étudiants internationaux de partir à l'étranger pour poursuivre leurs études en France ou dans d'autres pays que leur pays d'origine (plus de 200 étudiants chinois étudieront en France et au Canada en 2008).

i-L&S, lettre hebdomadaire, comporte 40 numéros par an. La rédaction ne garantit pas l'exactitude absolue, ni le caractère exhaustif des informations publiées. Directeur de la Publication : Roger BUI. Toute reproduction est strictement interdite. RCS Paris B 480 791 854. Dépôt légal 1^{er} trimestre 2008. Envoyez vos communiqués par email uniquement (rbui@ipresse.net).

Editeur : iPresse.net, 99 rue Brancion, 75015 Paris.

Cliquez : Bulletin d'Abonnement - Email : contact@ipresse.net - <http://www.ipresse.net>