

# ALSOFT SA «Intégrer la dimension géographique aux systèmes d'information des entreprises»

Par Léa DIJOUX

**D**epuis sa création en 1990, ALSOFT, créateur et éditeur de Systèmes d'Information Géographique (SIG), a placé cette devise au cœur de ses préoccupations et de sa stratégie.

En pas plus de six années d'existence, ALSOFT a su se créer une position de leader sur le marché des Systèmes d'Information Géographique en France. S'appuyant sur une conviction forte – l'importance de la représentation géographique des données – servie par une technologie très performante et évolutive, l'entreprise française a réussi à conquérir une place de choix sur le marché européen. Aujourd'hui la technologie GEO CONCEPT fait figure de référence pour un grand nombre d'entreprises publiques et privées et pour de multiples activités.

## 1- ORIGINES DE LA SOCIÉTÉ

L'idée première d'Eric LANZI et Marc de BANNELIER, fondateurs d'ALSOFT, était de créer une entreprise spécialisée dans le développement d'interfaces graphiques d'accès aux bases de données sur micro-ordinateurs. Très vite, il se sont intéressés au concept des Systèmes d'Information Géographique dans ce type d'environnements.

Leur démarche s'appuyait sur :

- **un constat** : l'information géographique, réputée comme problématique complexe, restait le monopole des environnements gros systèmes et des spécialistes, seuls à même de la maîtriser. Or, le concept de l'approche cartographique des données, loin d'intéresser les seuls cartographes ou scientifiques, apparaissait comme une nouvelle clef d'analyse et d'accès aux bases de données, susceptible d'être utilisée par un large public confronté à l'exploitation et à la gestion de bases de données volumineuses et hétérogènes, tant dans le secteur public que dans le secteur privé :

- **un pari** : de même que les interfaces graphiques remplaçaient progressivement les interfaces alphanumériques, l'accès graphique et cartographique aux données s'annonçait, dans un proche avenir, comme un enjeu essentiel des systèmes de gestion de bases de données.

- **un choix** : créer une technologie standard dans le domaine de la cartographie numérique en rendant accessibles à d'autres environnements des bibliothèques de fonctions cartographiques de haut niveau.

Ces réflexions ont fondé la vocation d'ALSOFT et la conception de sa technologie **GEO CONCEPT** :

Rendre le concept de l'information géographique accessible au plus grand nombre, sur micro-ordinateur, pour en faire un véritable outil d'accès aux données et d'aide à la décision opérationnelle.

Anticipant l'évolution rapide de ce nouveau marché et intégrant toutes les mutations technologiques intervenues sur les environnements micro-ordinateurs, les fondateurs ont largement innové en étant parmi les premiers à traduire et vulgariser, sous forme d'un outil aussi simple d'utilisation qu'un tableur, un concept complexe jusqu'alors cantonné aux environnements gros système.

## 2- GEO CONCEPT, UN CONCEPT-PRODUIT SANS ÉQUIVALENT ET UN POSITIONNEMENT NOVATEUR

A l'époque où aucun grand acteur du marché de l'information géographique sur gros système n'envisageait ni ne croyait possible le développement de SIG crédibles sur micro-ordinateur, ALSOFT, dès 1992, innovait en lançant la première version de GEO CONCEPT exploitable sous Windows et entièrement écrit sous environnement orienté objet C++.

Ayant misé sur le formidable développement de l'environnement Windows et sur sa capacité à proposer les ressources technologiques nécessaires à l'élaboration de SIG souples et puissants, ALSOFT dispose aujourd'hui d'une technologie reconnue comme la plus performante du marché. Par ce choix précoce, la société est en position de tirer le meilleur profit des dernières innovations techniques apportées par les produits Windows 95 et surtout Windows NT.

Avec le lancement début 1996 d'une gamme GEO CONCEPT pour l'environnement Windows NT et, parallèlement, le lancement de la version GEO CONCEPT Windows 95, ALSOFT renforce son avance technologique sur le segment de l'information géographique sur P.C. et s'attaque au vaste marché des SIG sur station de travail en proposant une alternative P.C. hautement compétitive qui bénéficie de l'investissement commercial et technique sans précédent de Microsoft. Sur ce dernier marché, ALSOFT n'a à ce jour aucun concurrent crédible.

ALSOFT introduit ainsi un «concept-produit» novateur et sans équivalent sur le marché : celui d'une seule et même technologie SIG capable de répondre, sous le même environnement et avec la même souplesse, aux besoins de la totalité des utilisateurs potentiels du marché pour des applications relevant de la gestion publique - aménagement, urbanisme, gestion de cadastre

et de patrimoine, gestion des secours et gestion de crise... - comme du secteur concurrentiel, en particulier dans les domaines de l'analyse géomarketing et de l'optimisation logistique.

De plus, GEO CONCEPT, avec le module DataDraw, offre désormais un outil d'édition cartographique professionnel rivalisant avec les logiciels de dessins utilisés jusqu'ici par les cartographes. Ce module permet de stocker sur une base de données tous les éléments inhérents à la composition graphique de la carte ainsi que les styles commandant l'aspect de chacune de ces données. Il rend possible les exports Postscript, directement interprétables par les flasheuses des photogreveurs et permet de couvrir toute la chaîne de production cartographique.

### 3- UNE ACTIVITÉ CENTRÉE SUR LE MÉTIER D'ÉDITEUR

ALSOFT exerce le métier de créateur et d'éditeur de logiciels en matière d'information géographique.

Sa spécificité est de concevoir et d'éditer des Systèmes d'Information Géographique (SIG) exploitables sur micro-ordinateurs, dans les environnements Windows, Windows 95, Windows NT, Macintosh, en optimisant l'ensemble des possibilités offertes par ces environnements.

La croissance rapide d'ALSOFT et ses performances s'appuient sur une équipe qui compte aujourd'hui 40 personnes. Dans un premier temps, la société a privilégié l'équipe Recherche et Développement avec le recrutement régulier d'ingénieurs de haut niveau. Une fois les grandes orientations de ses solutions technologiques mises en œuvre, ALSOFT a considérablement étoffé en 1995 ses départements commerciaux et marketing pour constituer une équipe adaptée à ses objectifs stratégiques, d'exportation notamment.

L'organisation structurelle d'ALSOFT s'articule aujourd'hui autour des trois départements suivants :

- département technique composé de 21 collaborateurs,
- département commercial et marketing composé de 12 collaborateurs,
- département administratif composé de 5 collaborateurs.

#### Création et édition de SIG standards et d'outils de développement associés

L'ensemble des moyens et ressources de l'entreprise sont concentrés sur la création et l'édition d'une technologie logicielle - GEO CONCEPT - conçue pour devenir un standard. ALSOFT propose une gamme complète de solutions, articulées autour de cette technologie. Cette gamme comporte :

- des produits de base : GEO CONCEPT standard, GEO CONCEPT expert, GEO CONCEPT vision,
- une solution client/serveur,
- des outils de développement ouverts aux environnements standards : Kits GEO CONCEPT C++/C, GEO CONCEPT Visual Basic, GEO CONCEPT PowerBuilder,
- des modules complémentaires (module d'impor-

tation de fichiers, interfaces avec des bases de données, module de calcul d'itinéraires et d'isochrones),

- un outil d'édition cartographique, GEO CONCEPT DataDraw.

#### Edition, distribution et intégration de bases de données cartographiques et statistiques

ALSOFT propose également l'ensemble des prestations de service nécessaires à l'exploitation de ses logiciels, en particulier l'édition de bases de données cartographiques vecteur et raster.

ALSOFT édite et distribue un catalogue complet de bases cartographiques et statistiques issues des principaux acteurs de l'information géographique avec lesquels des accords ont été négociés pour la distribution et l'intégration de leurs bases au format GEO CONCEPT. La cartographie numérique complète de type vecteur de l'IGN et Michelin figurent notamment au catalogue.

Sur la base d'une technologie spécifiquement adaptée au traitement de ce genre de fichiers, ALSOFT propose des bases cartographiques scannées (raster) couvrant la quasi totalité de la cartographie papier de ces mêmes éditeurs ainsi que celle de Blay-Foldex pour les plans de villes des principales agglomérations françaises. Ces mêmes fichiers, numérisés sur scanner haute résolution selon un procédé mis au point par ALSOFT, sont préalablement traités pour être géo-référencés, tuilés et mis dans un format permettant leur superposition à n'importe quelles bases cartographiques vecteur et un affichage quasi instantané sur les micro-ordinateurs les plus courants. Ces bases cartographiques scannées, aujourd'hui sans équivalent sur le marché, constituent un des avantages concurrentiel majeur d'ALSOFT.

Un accord de partenariat, conclu fin 1995 avec Spot Image, a enrichi le catalogue de bases cartographiques issues de prises de vues satellite et compatibles avec d'autres bases, en particulier celles de l'IGN.

Des solutions d'intégration de bases cartographiques spécifiques sont également proposées.

#### Formation pour utilisateurs et développeurs

Pour une maîtrise rapide de ses solutions, ALSOFT propose aux utilisateurs et aux développeurs des séminaires qui, outre une formation aux fonctionnalités de bases des logiciels et outils de développement, leur apportent une méthodologie pour la mise en œuvre des applications souhaitées.

#### Support technique

Afin d'accompagner les utilisateurs de ses produits dans la mise en œuvre de leurs applications, ALSOFT propose des prestations de support technique destinées soit aux utilisateurs finaux, soit aux utilisateurs des outils de développement.

#### Développement d'intégrations

ALSOFT, en temps qu'éditeur, n'a pas vocation à déve-

opper des solutions spécifiques, relevant par ailleurs de la compétence de sociétés de service «Partenaires-intégrateurs» qui utilise le moteur GEO CONCEPT. En revanche, ALSOFT réalise directement le développement d'intégrations dans le cadre d'opérations impliquant le déploiement de ses logiciels sur un grand nombre de sites ou requérant de nouvelles fonctionnalités. De nombreuses innovations technologiques ont pu être concrétisées selon cette approche et ont été intégrées dans les produits standards.

#### 4- UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR ET DE PLUS EN PLUS DIVERSIFIÉ

**Au 30 octobre 1996 le nombre de produits GEO CONCEPT vendus depuis la création d'ALSOFT dépassait 3 000.**

Depuis l'origine et jusqu'à l'exercice 1994, une partie importante du chiffre d'affaires a été réalisé auprès de quelques clients stratégiques, dans le cadre de gros contrats impliquant la fourniture d'un grand nombre de logiciels. La société, ne disposant pas alors d'une structure commerciale susceptible de toucher un grand nombre de cibles, a privilégié les opportunités impliquant des ventes de logiciels en volume et pour lesquelles des développements spécifiques d'envergure, bien souvent représentatifs de besoins génériques, étaient demandés.

De gros contrats et de véritables accords de partenariats avec de grands acteurs, du secteur public pour la plupart ont ainsi été conclus et ont contribué au financement des innovations technologiques intégrées par la suite dans les produits standards.

L'actuel niveau technologique des produits ALSOFT a été atteint en s'appuyant sur cette approche. Les contrats négociés avec l'IGN et FRANCE TELECOM en 1993 et 1994 illustrent parfaitement cette réalité.

L'année 1995, marquant la constitution d'une équipe commerciale structurée bénéficiant de surcroît de produits standards performants, a vu un rééquilibrage du chiffre d'affaires et le pluralisme de celui-ci assuré par l'augmentation du nombre de clients. L'identification d'opportunités telles que celles évoquées précédemment est restée cependant un axe de développement majeur.

La typologie de clientèle d'ALSOFT reflète les tendances lourdes du marché de l'information géographique, encore largement dominé par les applications en matière de gestion publique pour lesquelles l'approche cartographique est incontournable :

Plus de 60% des clients directs d'ALSOFT appartiennent au secteur public au sens large : administration centrale et services de l'Etat (agriculture, défense, intérieur, équipement, économie...), collectivités territoriales, chambres consulaires, entreprises et organismes publics ( France Telecom, SNCF, IGN,...).

La plupart de ces clients a adopté les solutions GEO CONCEPT dans le cadre de projets d'envergure pour des applications opérationnelles et stratégiques. Une part importante de ces mêmes clients a déployé GEO CONCEPT sur plusieurs postes de travail afin d'en faire un véritable outil d'aide à la décision, intégré dans les outils de gestion courante.

L'année 1995 a marqué une évolution importante du marché avec le développement des applications de la cartographie dans le secteur privé, en particulier dans les entreprises confrontées à des logiques de distribution, de transport ou de logistique. Ce segment représente de fortes perspectives de croissance dans les années à venir. Sur ce marché, les produits édités par ALSOFT, perçus comme des outils de pilotage et d'aide à la décision stratégique ou opérationnelle, se démarquent des produits concurrents le plus souvent assimilés à des outils de visualisation ou de présentation simples.

L'analyse du parc installé révèle la diversité des secteurs d'activité concernés et des logiques applications, démontrant le vaste marché potentiel et le large champ d'application des Systèmes d'Information Géographique.

De grands donneurs d'ordres nationaux ont adopté les solutions GEO CONCEPT dans le cadre de projets d'envergure. Citons, parmi ces prestigieux utilisateurs :

- l'IGN, qui a intégré GEO CONCEPT dans la chaîne de production de la BD TOPO
- le Secrétariat Général de Défense Nationale,
- la Direction Générale de la Gendarmerie Nationale,
- la Préfecture de Police de Paris,
- Le ministère de l'Agriculture,
- ...

De même, de grandes entreprises ont choisi GEO CONCEPT : UAP, Banque Herve, Groupe Caisse d'Epargne, Crédit Mutuel, Intermarché, Casino, Dauphin, France Rail Publicité...pour n'en citer que quelques unes.

#### Stratégie générale et objectifs d'ALSOFT

La stratégie d'ALSOFT est inscrite dans une logique d'éditeur de logiciels dans le domaine de l'information géographique. L'objectif central de l'entreprise est d'affirmer sa technologie GEO CONCEPT comme un environnement standard d'exploitation et de développement, et par là-même, de s'affirmer sur le plan mondial comme un acteur leader.

Les ressources et investissements d'ALSOFT sont concentrés, outre les activités commerciales et marketing, sur les activités de recherche et développement afin de maintenir d'une part un haut niveau et une avance technologique, d'autre part une capacité permanente d'innovation et d'intégration des mutations technologiques.

Cette stratégie et l'objectif qui en découle reposent les fondements suivants :

##### - Une conviction

La conviction que, 80% des données possédant une composante géographique, les systèmes d'information géographiques constituent des clés d'accès incontournables aux systèmes d'information et d'analyse des données, permettant de maîtriser et valoriser le capital information des entreprises .

##### - Une analyse et une perception du marché potentiel des SIG sur P.C.

Dès lors que les systèmes d'information géographique sont positionnés comme outils d'accès aux données et

par là même comme extensions logiques des SGBD, leur marché potentiel est équivalent à celui des systèmes d'information eux-mêmes.

On peut légitimement affirmer que les SIG investiront tous les systèmes d'information classiques et seront quotidiennement utilisés par des millions d'utilisateurs de données, à tous les échelons de l'entreprise, quelle que soit son activité.

Enfin, le marché de l'information géographique sur micro-ordinateurs n'a été à ce jour qu'effleuré et de larges perspectives restent ouvertes pour l'émergence de solutions innovantes et performantes en Europe comme aux Etats-Unis.

Le positionnement stratégique d'ALSOFT consiste à investir la totalité du marché de l'information géographique et se distingue très nettement de celui des autres acteurs du marché :

- les acteurs du segment des SIG sur gros système tentent d'atteindre le segment des solutions sur P.C. sans vraiment y parvenir par l'adaptation de leur offre trop empreinte du monde station de travail ;

- d'autre part, les acteurs du segment des SIG sur PC tirent leurs produits vers le bas, par impossibilité de se positionner sur le segment des applications SIG d'envergure, en raison de leurs technologies limitées.

Conformément à sa stratégie, en s'appuyant sur son avance technologique et les résultats obtenus sur le marché français, ALSOFT ambitionne à l'horizon 1998 de s'affirmer comme leader des éditeurs de SIG sur le marché européen, et acteur majeur sur le marché américain.

Les objectifs généraux fixés pour les années à venir sont les suivants :

Chiffre d'affaires 1996 : 23 MF  
Chiffre d'affaires 1997 : 57 MF  
Chiffre d'affaires 1998 : 105 MF

### L'offensive à l'export

C'est notamment pour servir ses ambitions à l'export qu'en 1996 la société a ouvert son capital à trois partenaires investisseurs et développé un réseau international de partenaires-revendeurs exclusifs au Royaume-Uni, en Italie, en Belgique et en Suisse. Les prochaines étapes européennes, toujours sous la forme de partenariats exclusifs visent l'Allemagne, l'Espagne et les pays nordiques. La stratégie de lancement sur le marché des Etats-Unis est en cours de définition et se concrétisera dès le deuxième trimestre 1997.

### Une politique de R&D renforcée et élargie

L'ambition d'ALSOFT est évidemment de garder, voire d'accroître son avance technologique. Le département R&D de l'entreprise est passé de 9 personnes à 22 personnes en 2 ans.

Les pistes sur lesquelles cette équipe axe ses efforts sont les suivantes :

- optimisation des solutions client/serveur,
- optimisation des accès aux SGBR
- optimisation des outils de développement
- mise en place d'accès aux bases cartographiques sur Internet

Au delà de ce renforcement interne, ALSOFT a décidé de mettre en œuvre un véritable partenariat avec les milieux de la recherche en cartographie visant à se rapprocher des universitaires et des étudiants. Dans le cadre de ce partenariat ALSOFT se propose de diffuser ses produits à des fins pédagogiques d'une part, et, d'autre part, d'intégrer en permanence dans GEO CONCEPT les avancées méthodologiques issues de la recherche. Cette direction est d'autant plus importante que la vulgarisation de la cartographie et son utilisation croissante par des non-cartographes ne doit pas se faire au détriment de la rigueur scientifique.

---

## DESCRIPTIF SYNTHÉTIQUE DE LA SOCIÉTÉ & DATES CLÉS

<b>Raison sociale :</b>	ALSOFT.S.A.
<b>Siège social :</b>	62, Rue Jeanne d'Arc 75647 PARIS Cedex 13
<b>Tél :</b>	01 44 06 53 01
<b>Fax :</b>	01 44 06 53 55
<b>Internet :</b>	info@alsoft.com
<b>Forme juridique :</b>	S.A. au capital de 365 200 francs <i>Le 13 Juin 1996, la structure juridique d'ALSOFT a évolué en société anonyme. Les fonds propres ont été portés à 10 millions de francs, sous forme d'augmentation de capital avec l'arrivée de 3 partenaires investisseurs au sein du groupe des actionnaires d'ALSOFT : INNOVACOMM 2, FINANCIERE DE BRIENNE, GALILEO.</i>
<b>Date de création :</b>	Juin 1990
<b>Activité :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Création et édition de Systèmes d'Information Géographiques sur plate-forme Windows, Windows NT, Macintosh et Power Macintosh,</li><li>- Edition et distribution de bases de données cartographiques et statistiques</li><li>- Service de développement informatique en matière de SIG et d'intelligence artificielle.</li></ul>

**Effectifs :** 38 Salariés au 1<sup>er</sup> novembre 1996

**Chiffre d'affaires 1995 :** 13,7 MF

**Chiffre d'affaires 1994 :** 8,9 MF

Soit une croissance 95/94 de 57%.

#### Répartition du capital

Eric Lanzi	: 34,08 %
Marc Bannelier	: 34,08 %
Investisseurs	: 31,60 %
Divers actionnaires	: 0,24 %

#### Principaux dirigeants

**Président Directeur Général :** Eric Lanzi  
**Directeur Général :** Marc Bannelier  
**Directeur commercial et marketing :** Christophe Girardier :

#### Participations

ALSOFT détient des participations dans trois sociétés :

- GEO TRACK 40% (société spécialisée dans les applications de suivi géographique de mobiles par satellite)
- CESYAM 38% (société spécialisée dans le domaine de la CAO)
- GEOSIGNAL 23,08% (société de services en information géographique, distributeur des produits ALSOFT sur la région Languedoc-Roussillon).

#### Les principales étapes de développement

**1990**

Eric Lanzi et Marc Bannelier créent ALSOFT.

Dès cette première année d'existence, l'entreprise poursuit le développement de la première version de son système d'information géographique GEO CONCEPT exploitable sur environnement Macintosh, développement lancé un an avant la création de la société.

**1991**

ALSOFT lance la première version GEO CONCEPT exploitable sur environnement Macintosh.

L'entreprise intègre le concept des environnements de développement orienté objet (C++ notamment). Cette intégration lui permet d'atteindre un haut niveau technologique et de lancer le développement d'une version GEO CONCEPT exploitable sous environnement Windows, anticipant la forte poussée de ce nouvel environnement sur le marché des solutions PC.

**1992**

Lancement de la première version GEO CONCEPT exploitable sous environnement Windows.

ALSOFT poursuit le développement de GEO CONCEPT Macintosh en lançant la version 1.2.

L'entreprise noue des accords de partenariat stratégiques avec plusieurs grands fournisseurs de bases de données cartographiques et réalise la conversion numérique et l'intégration de ces bases pour une exploitation dans GEO CONCEPT. Des contrats de distribution sont ainsi conclus avec l'IGN et MICHELIN.

Au cours de cette année, ALSOFT, en mettant au point une technologie innovante de traitement des images raster intégrant géo-référencement, tuilage et algorithmes optimisés de compression de fichier, est le premier éditeur à lancer une cartographie scannée des cartes papier de MICHELIN et l'IGN, exploitable dans GEO CONCEPT dans un environnement PC.

**1993**

Poursuite des développements avec le lancement de nouvelles versions : GEO CONCEPT Windows V1.5 et GEO CONCEPT Macintosh V 1.5.

ALSOFT crée la filiale GEO TRACK, spécialisée dans le suivi cartographique de véhicules par satellites s'appuyant sur la technologie GEO CONCEPT, et opère ainsi une diversification verticale de la cartographie.

**1994**

Fidèle à sa stratégie d'intégration rapide des évolutions technologiques apportées sur les plates-formes PC, ALSOFT innove en lançant de nouveaux produits adaptés à l'évolution

du marché, en particulier:

- une architecture client/serveur spécialement adaptée au concept des SIG,
- une version de GEO CONCEPT optimisée pour le processeur PowerPC,
- GEO CONCEPT Windows V 2.0,
- des interfaces directes et dynamiques avec des standards SGBD : Access de Microsoft, Paradox de Borland et 4D sous environnement Macintosh.

Parallèlement à ces nouveaux produits, ALSOFT met au point des solutions de développement ouvertes aux environnements standards, permettant aux développeurs Visual Basic, Visual C++, Borland C++, PAL d'accéder aux fonctions de GEO CONCEPT et, par conséquent, d'intégrer la technologie GEO CONCEPT au sein d'applications en matière de systèmes d'information au sens large.

1995

L'année 1995 marque une étape décisive dans le développement de l'entreprise : forte de ses résultats et de sa position sur le marché français, ALSOFT renforce sa stratégie d'éditeur et l'inscrit dans une logique d'expansion internationale

La direction commerciale de l'entreprise est confiée à Christophe Girardier (ex directeur des ventes de la société ADDE, distributeur du logiciel américain concurrent MapInfo) avec pour mission d'affirmer ALSOFT comme éditeur leader du marché des SIG, en France et en Europe dans un premier temps, aux Etats Unis dans un deuxième temps.

Un département commercial et marketing est ainsi constitué, intégrant 5 ingénieurs commerciaux et 3 collaborateurs dédiés aux opérations de marketing.

Parallèlement aux actions menées en France, une stratégie commerciale pour l'exportation basée des contrats de distribution exclusive, est définie dans un premier temps avec le Royaume-Uni, la Suisse, l'Italie et la Belgique.

De plus, le ministère des Affaires Etrangères français, ayant retenu GEO CONCEPT dans le cadre de projets de coopération menés dans le sud-est Asiatique en matière d'aménagement du territoire, permet à ALSOFT de conclure un contrat de distribution exclusive au Vietnam en juillet 95. Cet accord est étendu aux pays limitrophes et induit la traduction de GEO CONCEPT en langue vietnamienne.

L'année 1995 est aussi celle du lancement de la version GEO CONCEPT WINDOWS 3.0, intégrant des évolutions fonctionnelles majeures.

Deux nouveaux modules renforçant le champ des applications de GEO CONCEPT sont élaborés :

- Un module de calcul d'itinéraires et de courbes isochrones
- un module d'accès à des bases de données externes (SGBDR standard : ORACLE, SYBASE, INFORMIX)

1996

Forte de ses résultats de 1995 (13,7 MF pour 8,9MF en 1994, soit 57% de croissance), ALSOFT se dote des moyens nécessaires à son expansion internationale :

- pour s'adapter à sa croissance rapide, la structure juridique de l'entreprise évolue de SARL à SA,
- le capital est ouvert à 3 investisseurs et les fonds propres de l'entreprise sont portés à 10 MF

De nouveaux produits et de nouvelles technologies sont lancées afin de maintenir l'avance technologique GEO CONCEPT et de soutenir l'offensive à l'export, en particulier :- GEO CONCEPT version 3.0 exploitable sous Windows 95.

- une nouvelle gamme de produits GEO CONCEPT et modules complémentaires exploitables sous environnement Windows NT. Grâce à cette gamme ALSOFT pénètre significativement le marché des solutions «SIG» gros systèmes, en présentant sur micro ordinateur des alternatives crédibles en matière de puissance de traitement, de fiabilité et de souplesse d'usage.

- un module d'édition cartographique GEO CONCEPT DataDraw.