Challenges
Que dit l'économie cette semaine ?

PAYS :France
PAGE(S) :56;57;58
SURFACE :206 %

PERIODICITE :Hebdomadaire
RUBRIQUE :Stratégie
JOURNALISTE :Léa Lejeune

▶ 11 avril 2019 - N°605

Stratégie

Ces trublions qui bouclent les télécoms d'entreprise

En quête de relais de croissance, les grands opérateurs se tournent vers les professionnels. Mais le terrain est déjà occupé par de petits acteurs très agiles. Commercialisation, réseaux, interfaces… ils sont partout.

Transatel, Celeste, Coriolis : ces sociétés ne vous disent rien ? Elles animent pourtant, avec des dizaines d'autres PME, le marché des télécoms d'entreprise depuis une vingtaine d'années. Et se construisent une réputation dans l'ombre des géants de ce secteur très profitable et sans pitié. Comme le rappelle Sylvain Chevallier, associé au cabinet de conseil BearingPoint : *« De ce gâteau qui va peser 10 milliard d'euros, la majorité est détenue par Orange Business Services, une bonne part par SFR Business, les autres se partageant moins de 10%. »* Fin 2015, l'opérateur historique a même été condamné par l'Autorité de la concurrence à une amende de 350 millions pour abus de position dominante. Aujourd'hui, le président de l'Arcep Sébastien Soriano veut *« favoriser l'émergence d'un nouvel acteur »*. Sur BFMTV, en février, il a même appelé *« les patrons d'entreprises qui écoutent à vraiment regarder toutes les offres qui existent »* pour faire jouer la concurrence.

Marché en plein boom

Le moment est opportun. La fibre devient incontournable pour les entreprises – seules 30% d'entre elles sont pour l'instant équipées. Et la 5G ouvre de nouvelles perspectives d'offres sur mesure : un atout pour les PME des télécoms, qui misent sur l'écoute et la proximité plutôt que sur les volumes.

Alors que la consolidation du marché grand public a été repoussée aux calendes grecques, deux des grands opérateurs misent sur le marché professionnel pour se développer. En mars, Bouygues Telecom a acquis Nerim, opérateur alternatif créé en 1999 (10 000 clients et 33 millions d'euros de chiffre d'affaires), qui maîtrise la commercialisation de réseaux de données et l'hébergement pour les entreprises. Fin 2018, il a aussi mis la main sur Keyyo, affichant plus de 29 millions de revenus. *« Nous voulons renforcer immédiatement notre part de marché sur les PME, c'est hyperrentable*, explique l'opérateur. *Et proposer toutes les briques de services via des partenariats. »*

Au même moment, Iliad, la maison mère de Free, a investi dans son premier actif du genre : 100 millions, selon les estimations, pour acquérir 75% de Jaguar Network. L'entreprise marseillaise est spécialisée dans l'hébergement et le cloud et détient quelques clients prestigieux comme France Télévisions, EDF ou Amazon. *« C'est une étape importante »* dans la stratégie de Free, *« une somme astronomique pour une petite boîte, ça représente dix fois son Ebitda »*, nuance un observateur. *« Certains imaginent profiter des mouvements actuels pour revendre leur savoir-faire et empocher une belle somme »*, glisse un expert, qui s'interroge : *« Qui sera le prochain ? »*

Une poignée de trublions des télécoms, plus solides, ont toutefois déployé une stratégie à l'opposé. Discrets, engagés dans leur entreprise comme dans un long marathon, ils souhaitent se tailler une plus belle part du gâteau dans la commercialisation, les réseaux, le développement d'interfaces ou les services.

> *« En 2009, on nous prenait pour des fous. L'Arcep matraquait alors que dans les télécoms d'entreprises, il fallait miser sur des réseaux mutualisés. »*
>
> **Nicolas Aubé**, PDG de Celeste.

Le plus remarquable d'entre eux est Pierre Bontemps. Ce Polytechnicien a fait ses armes chez Vodafone France à la fin des années 1990, avant de lancer son opérateur Coriolis, le plus gros des petits. Il a agrégé Bosch Telecom Services, Locatel et Vodafone France, avant de racheter Phonatis en 2005 pour se renforcer dans le fixe et MyStream pour développer les services. *« Notre force a été de nous lancer en premier et de faire connaître la marque auprès du grand public »*, explique Pierre Bontemps, qui s'est fait remarquer grâce à des publicités télévisées drôles et désuètes. Coriolis est donc le troisième opérateur du secteur, riche de 60 000 entreprises clientes et d'une croissance forte. Cela représente plus de 55% de son chiffre d'affaires de 300 millions. Le reste repose sur son activité de MVNO auprès du grand public et sur des centres d'appels.

La 5G comme pivot

Aujourd'hui, Coriolis souhaite accélérer dans le marché d'entreprise et faire partie des premiers sur la 5G. *« Maintenant, j'ai un cœur de réseau sur le fixe et la fibre »*, se félicite-t-il. C'est pourtant un pivot. *« Nous sommes des commercialisateurs, c'est notre force. Chaque offre est unique. »* La centaine de commerciaux de Coriolis œuvre à recruter les entreprises de 20 à 500 salariés, soit 80 000 clients. Le panier moyen est de 1 000 euros par mois pour une entreprise de 20 salariés.

Tous droits de reproduction réservés

Pickanews

Challenges
Que dit l'économie cette semaine ?

PAYS : France
PAGE(S) :56;57;58
SURFACE :206 %

PERIODICITE : Hebdomadaire
RUBRIQUE : Stratégie
JOURNALISTE :Léa Lejeune

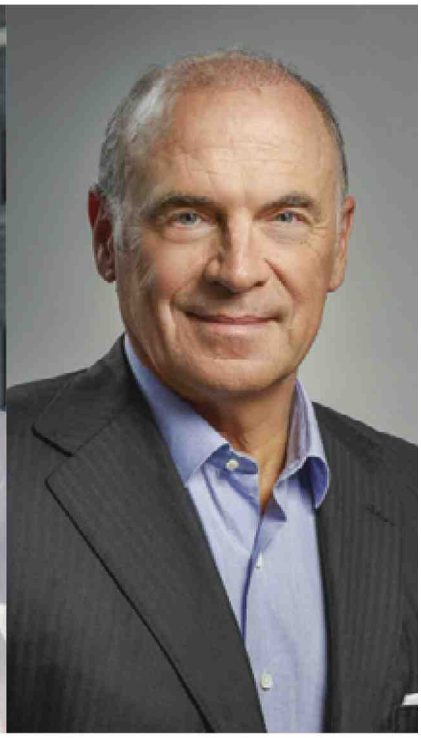
▶ **11 avril 2019 - N°605**

JACQUES BONIFAY,
PDG de Transatel

Chiffre d'affaires : 30 millions d'euros.
Date de création : 2000.
Clients : MVNO, Airbus, Jaguar.
Jacques Bonifay a fondé Transatel avec Bertrand Salomon pour créer un MVNE, Mobile Virtual Network Enabler, qui aide les autres à se constituer en MVNO. Il est le partenaire incontournable de 80 MVNO en Europe. Le 28 février dernier, NTT, le géant japonais des télécoms, a pris une participation majoritaire dans Transatel.

NICOLAS AUBÉ,
PDG de Celeste

Chiffre d'affaires : 23 millions d'euros.
Date de création : 2001.
Clients : chaînes de télévision, les pompiers de Paris, le métro de Marseille.
Cet ingénieur, passionné par la technique, mise sur son réseau fibre en propre. Il souhaite le développer grâce à l'investissement récent du fonds Infravia. Mais il devra engager des équipes commerciales pour démarcher de nouveaux clients dans le privé.



PIERRE BONTEMPS,
PDG de Coriolis

Chiffre d'affaires : 300 millions d'euros.
Date de création : 1999.
Clients : 300 distributeurs, entreprises du SBF 120.
Pierre Bontemps a construit un véritable groupe de télécoms. Il s'est aussi positionné sur la relation clientèle en ouvrant trois call centers en France et en Tunisie (1 800 salariés) et cible toujours les particuliers grâce à 200 boutiques installées en régions.

Transatel/SP - Celeste/SP - Coriolis/SP

Trop petit pour qu'Orange ou SFR s'échinent à les démarcher. Pour Pierre Bontemps, *« les petits ruisseaux font les grandes rivières. »* Il se compare pourtant aux grands opérateurs, avec lesquels il mise sur la *« coopétition »*, mélange de coopération et compétition, parce que *« Coriolis est dix fois plus gros que les autres »*, ajoute-t-il.

Pionnier dans les MVNO

Autre figure du secteur, Jacques Bonifay, 56 ans, diplômé de l'Ecole nationale supérieure d'électronique et de radioélectricité de Grenoble. Lui a commencé sa carrière dans la division satellite du groupe Matra et chez McKinsey, avant de rejoindre Alcatel. Il crée Transatel en 2000. *« J'ai été le premier MVNO*, affirme-t-il. *Mon idée était de mettre plusieurs numéros venant de plusieurs pays différents sur une même carte SIM pour que l'utilisateur puisse appeler à l'étranger. A l'époque, les frais de roaming étaient très importants. »*

Les géants des télécoms n'ont guère apprécié cette concurrence et Deutsche Telekom a même bloqué les accords, obligeant Jacques Bonifay à se recentrer sur le métier de facilitateur. Son idée : une plateforme permettant aux MVNO de se connecter à n'importe quel réseau cellulaire et d'intervenir dans le monde entier. Il distribue également des services mobiles aux entreprises comme Air France ou Airbus. *« Je gère en direct 1,7 million de cartes SIM*, proclame-t-il, *uniquement pour des abonnés entreprises ou des diasporas. »*

Ce visionnaire a compris très tôt le potentiel de l'Internet des objets et du big data. Il a convaincu Airbus de faire remonter les informations de vol de ses avions dans le cloud grâce à son service et a signé avec Jaguar Land Rover pour équiper les ▶▶▶

Tous droits de reproduction réservés
Pickanews

Challenges
Que dit l'économie cette semaine ?

PAYS : France
PAGE(S) :56;57;58
SURFACE :206 %

PERIODICITE : Hebdomadaire
RUBRIQUE : Stratégie
JOURNALISTE :Léa Lejeune

▶ **11 avril 2019 - N°605**

▶▶▶ voitures d'une connexion Internet. Au Japon, il a passé un accord avec Vaio, filiale du groupe Sony, pour équiper ses ordinateurs de cartes SIM. *« J'ai été le seul opérateur mobile non japonais au Japon*, jubile-t-il. *C'est grâce à cela que j'ai été remarqué par NTT, le géant nippon des télécoms. »* A tel point que NTT a pris une participation majoritaire dans le capital de Transatel en février. Mais Jacques Bonifay a voulu conserver les manettes, pour l'instant.

Face à ces semi-lourds, certains acteurs ont su se positionner sur des marchés de niche, à l'instar du fournisseur d'accès à Internet Celeste. Fondée en 2001 par Nicolas Aubé, ancien conseiller en stratégie de France Télécom et expert des réseaux, l'entreprise a commencé à pivoter, à la façon d'une start-up. *« Nous nous sommes lancés au moment de l'ouverture du marché des télécoms et au début de l'ADSL. Les entreprises éloignées des centres-villes n'avaient alors pas accès au haut débit »*, raconte-t-il. Dès 2009, Celeste a proposé la fibre optique et commencé à déployer son propre réseau en 2011. *« Tout le monde nous a pris pour des fous. L'Arcep matraquait alors que, dans les télécoms d'entreprises, il fallait miser sur des réseaux mutualisés*, poursuit Nicolas Aubé. *Pourtant, nous avons un vrai rôle à jouer car les clients en ont assez de choisir entre Orange et SFR. Ils ont envie d'acteurs plus proches d'eux, de services sur mesure. »*

Aujourd'hui, le réseau fixe de Celeste est son atout majeur par rapport aux autres opérateurs d'entreprises. La société est présente dans 25 agglomérations sur le territoire français, se vante d'avoir installé 2 500 kilomètres de fibre au total. Surtout, elle propose des services additionnels pour les professionnels. Les chaînes de télévision actionnent la fibre selon leurs besoins, pour un direct en multiplex par exemple. Le métro de Marseille a choisi le double parcours de la fibre pour être certain qu'elle soit toujours opérationnelle. Celeste veut s'envoler grâce à son actionnaire, l'opérateur d'infrastructure Infravia, qui aurait mis 100 millions sur la table contre 75% des parts. De quoi investir. Son chiffre d'affaires actuel atteint 23 millions, avec 4 000 clients et une équipe de 120 personnes. Ses clients sont les TPE et PME de plus de 10 salariés, facturées 500 euros par mois en moyenne. Un segment qui ne représente qu'environ 1% du marché des télécoms d'entreprises. Mais qui est promis à se développer rapidement.

Perpétuelle évolution

Dans ce secteur des télécoms en perpétuelle évolution et très gourmand en investissements, les entrepreneurs ont appris à se réinventer. Bertrand Lebarbier fait partie de cette race de chefs d'entreprise caméléons. En 2017, il a fondé Linkt, un opérateur de solutions télécoms pour les entreprises. Lui est un vieux routier du secteur, son histoire, une saga familiale. Son beau-père, Jean-Luc Rivière, a fondé Altitude en 1990 pour profiter des opportunités de l'Internet naissant, avant de le transformer en opérateur. L'ingénieur Bertrand Lebarbier l'a rejoint durant cette période faste. Le groupe Altitude a grandi très vite et il a pris les commandes de la division chargée des services aux entreprises. Avec un succès tel que, Patrick Drahi, actuel propriétaire de SFR, a fini par racheter la division, en 2010.

Après quelques années passées à superviser la fusion, Bertrand Barbier est revenu chez Altitude. Et s'est mis en tête de dénicher de nouveau gisements de croissance : *« Les clients nous disaient que l'offre télécoms ne correspondait plus à leurs attentes. Nous avons décidé d'y aller. »* Linkt est né ainsi, comme un retour aux sources. Il a réussi à lever 40 millions en 2018, et atteint déjà 5 millions de chiffre d'affaires et près de 40 millions de prises de commande pour l'année 2019. Bertrand Lebarbier mise sur cette hyper-croissance pour rester indépendant. **Léa Lejeune et Paul Loubière**

Tous droits de reproduction réservés

Pickanews