



C'est vrai. Nous avons davantage travaillé sur la création d'entreprise que sur le remplacement d'un opérateur historique par un nouvel opérateur. Nous commençons sur un marché vierge et l'entreprise n'est pas bloquée par ses contrats divers. Aujourd'hui, cette stratégie commence à payer. Nous avons un partenariat avec Infogreffe et nous sommes quelques entreprises à être référencées auprès des créateurs d'entreprises. En France, il y a plus de 200 000 créations d'entreprises chaque année. C'est un marché à prendre. Nous avons la chance d'être dans le coffret Infogreffe, qui est très convoité, et qui était auparavant détenu par Neuf. Au moment de la fusion entre Neuf et SFR, il y a eu une période d'inattention de leur service marketing et nous les avons remplacés. Vous savez, lorsque l'entreprise demande la création de cinq postes téléphoniques, c'est un beau panier, supérieur à 200 euros par mois... Cela nous permet d'avoir 400 nouvelles sociétés par an en guichet unique. Nous leur avons permis d'accéder au téléphone fixe, à l'Internet et même au téléphone mobile. C'est un créneau qui ne représente pas plus de 40% de notre chiffre d'affaires. En revanche, nous avons travaillé sur un autre créneau. Il s'agit d'une niche de marché sur laquelle l'opérateur historique n'est pas positionné. Nous travaillons essentiellement sur les délégations de service public avec les fibres développées par SFR Collectivités, Eiffage ou Vinci. Ce sont des fibres qui ont été déployées par les communautés de communes ou les conseils généraux dans des endroits où les opérateurs historiques ne sont pas allés, tout simplement parce que le retour sur investissement n'était pas à la hauteur. Nous nous sommes spécialisés sur ces zones qui étaient équipées simplement avec une ligne RTC ou de l'ADSL à bas-débit. Nous leur proposons de la fibre avec un budget leur permettant de faire de la visioconférence, de la téléphonie sur IP ou de la télésurveillance. Nous ne pouvons

que réussir sur ce marché ! Nous sommes spécialisés sur des cibles bien spécifiques et nous n'avons pas touché le marché historique.

Lorsque l'on veut créer une entreprise avec quelques salariés, on va à l'agence France Telecom Orange et on rencontre des commerciaux qui ont un discours compréhensible : un standard et le nombre de postes téléphoniques... Sur votre site Internet, vous présentez vos offres : Cap IPBX, Cap Hybrid, Cap Centrex, etc. N'est-ce pas trop complexe pour un patron de TPE ?

Oui, ce que nous avons sur notre site n'est pas le reflet de ce que nos commerciaux font sur le terrain. Sur le terrain, nos commerciaux demandent le nombre de postes à équiper et donnent un prix... Nous avons fabriqué une identité numérique avec notre site Internet pour développer notre réputation et nos référencements. Nous sommes dans un esprit d'identité numérique pour l'entreprise. Mais ce n'est pas le site Internet qui génère aujourd'hui un maximum de lignes. Il faut faire un travail de fond avec de la prospection téléphonique et une présence massive dans les salons professionnels.

Revenons sur la fibre optique avec cette niche des marchés locaux en province, qui n'est pas forcément rentable pour l'opérateur historique.

Pourquoi est-ce rentable pour vous ?

Les zones d'activités concernées sont des PME qui ont des lignes RTC et un accès à l'ADSL. Le problème que l'on a vu apparaître au début des années 2000, c'est que les entreprises migrent là où il y a du très haut débit et du téléphone pas cher. Il fallait donc ramener les entreprises dans les parcs d'activités en leur disant qu'elles pourraient avoir accès à de la fibre optique. Depuis quelques années, c'est le Conseil général qui présente aux PME notre offre de téléphonie fixe, Internet haut-débit et mobile avec des prix préférentiels. Or, dans de nombreuses zones d'activités, nous constatons que France Telecom n'était pas présent ! Nous constatons que les pouvoirs publics qui veulent repeupler leurs zones d'activités sont obligés d'offrir aux entreprises la même chose que si elles se trouvaient en centre-ville, ceci pour alléger la circulation automobile dans les zones urbanisées. Par exemple, à Aix-en-Provence, c'est le Conseil général qui m'a reçu pour m'inciter à créer ma propre agence. J'ai déjà trois salariés et je compte en recruter trois autres très prochainement. Nous sommes beaucoup aidés par les pouvoirs publics dans nos implantations régionales. Nous sommes aussi positionnés sur le déménagement des PME. La société qui déménage essaie de revoir toute sa configuration pour avoir quelque chose de mieux adapté et de plus compétitif. Le téléphone et l'Internet font évidemment partie de cela... Il faut savoir que 15% des petites entreprises déménagent chaque année, soit environ 30 000 entreprises. Cela ressemble à peu près à la population résidentielle. Nous sommes donc allés sur des niches pour nous développer. Nous avons de nombreux cas où France Telecom ne peut pas faire mieux que ce que nous proposons.

Vous semblez surtout vous concentrer sur l'Île-de-France et le rivage méditerranéen...

Nous sommes très actifs sur la fibre dans l'Hérault, nous sommes très actifs aussi dans la région d'Aix-en-Provence. Nous allons là où nous avons des opportunités d'embaucher du personnel qualifié. Nous es-

sayons d'identifier les lieux où les choses bougent le plus. Par exemple, sur Lyon, il y a une plus grande stabilité des commerciaux et des directeurs d'agence chez nos concurrents, que dans le sud de la France. Les installateurs téléphoniques sont aussi des apporteurs d'affaires car ils répondent aux appels d'offres des mairies et des collectivités locales. Il y a beaucoup d'installateurs téléphoniques qui ont compris que pour gagner une affaire, ils devaient répondre à tous les lots compris dans l'appel d'offres, à savoir la connexion Internet, la ligne RTC pour la télécopie, l'abonnement téléphonique fixe, l'abonnement téléphonique mobile, le câblage et l'équipement téléphonique... Je peux vous assurer que France Telecom, SFR ou Bouygues ont des offres complètes et cela attire évidemment plus facilement le client. Les installateurs téléphoniques ont perdu en moyenne 15% de leur chiffre d'affaires en France au cours de ces dernières années. Cela montre bien que le marché bouge fortement aujourd'hui. Maintenant, si nous continuons de progresser sur des marchés de niche comme celui-ci, cela deviendra très important puisque cela concerne 200 000 PME en France. Au début de l'entreprise, nous avons essayé de cogner tous azimuts, avec des ventes diverses et variées, et puis nous nous sommes adaptés. Nous avons rapidement compris que nous étions sur un marché très difficile où il était très fastidieux de changer d'opérateur téléphonique, comme vous l'avez dit dans votre première question. Dans cette volonté d'adaptation, nous avons trouvé ce créneau juteux car la concurrence est beaucoup moins forte. C'est ce qui nous a permis d'atteindre l'équilibre en 2006. Aujourd'hui, la société est profitable. La levée de fonds que nous venons d'opérer auprès de la BNP, c'est pour financer de la croissance externe.

Justement, vous venez de lever 1,8 million d'euros auprès de la BNP. Avez-vous des projets ?

Nous avons des contrats d'exclusivité avec deux entreprises sur lesquelles nous sommes quasiment à la fin du contrat et nous pourrions les acquérir. Pour éviter de faire patienter le vendeur, si l'opportunité devait se présenter, nous nous sommes entendus avec la BNP. Maintenant, nous avons l'argent et nous pouvons nous positionner en toute sérénité sur des acquisitions à la rentrée prochaine. Sachant que sur les 700 000 euros que la BNP a déjà mis l'année dernière, rien n'est parti... Aujourd'hui, les fonds propres de l'entreprise sont de 3,2 millions d'euros, pour une société qui fait 5 millions d'euros de chiffre d'affaires : c'est très confortable pour faire des acquisitions. Enfin, nous pouvons étudier d'autres opportunités pour proposer un guichet unique à nos entreprises, notamment avec la téléphonie mobile. La partie mobile reste à consolider. Nous avons un beau contrat de MVNO, nous pouvons offrir des belles offres, mais il faut attendre la fin des contrats souscrits par les entrepreneurs. Nous travaillons aussi beaucoup sur les créateurs d'entreprises et nous avons constaté que leur premier geste est de faire passer leur numéro de téléphone portable personnel sur le compte de la société. Cela nous permet de vendre 3 ou 4 cartes SIM à chaque créateur d'entreprise. Donc, nous sommes vraiment sur des affaires qui peuvent se signer vite, c'est toute notre force. ■