



Dossier **Communications unifiées** | *Opérateurs*

Par Benoît Huet



RÉPONSE GLOBALE EN MARQUE BLANCHE

Le nombre d'opérateurs télécoms, quels que soient sa forme et son métier, explose dans l'Hexagone. Ce phénomène est surtout dû à la marque blanche grâce à laquelle un intégrateur de devenir opérateur avec une très forte personnalisation de l'offre.

Précisément 2 294 opérateurs sont déclarés par l'Arcep en France. À noter qu'une très large majorité d'entre eux sont des opérateurs d'opérateurs. En effet, ces derniers, souvent à l'origine de petits intégrateurs, ont surtout été créés par le biais d'opérateurs agrégateurs. « *Ces derniers se contentent de fournir à des sociétés d'intégration de l'infrastructure data ou voix brute – avec une marge déjà appliquée –, et laissent souvent les opérateurs strictement virtuels créer leur propre solution par-dessus. Faute d'infrastructure, ils sont de facto limités et très liés à leur agrégateur ou à un hébergeur tiers ce qui n'est pas forcément gage de maîtrise totale. Lorsqu'un intégrateur choisit de devenir opérateur, il réfléchira donc à deux fois avant de préférer éventuellement un rapprochement avec un opérateur régional doté d'une infrastructure, et qui n'est justement pas intégrateur. Devenir opérateur*



La marque blanche est l'un des axes de croissance.

n'est pas qu'un bout de papier délivré par l'Arcep contrairement à ce que font croire certains opérateurs-agrégateurs. Opérateur, c'est un vrai métier qui nécessite de multiples compétences spécialisées dans un contexte de marché très mouvant

juridiquement, économiquement, et techniquement », tient à clarifier Nicolas Guillaume, secrétaire de l'Association des opérateurs télécoms alternatifs (lire p.58) et dirigeant d'un opérateur commercial régional. Cela dit, à en croire nos interlocuteurs, ce foisonnement a créé une certaine émulation : par exemple, Groupe Convergence.com, réseau d'indépendants qui compte 96 adhérents pour 100 000 clients environ, veut « à moyen terme, de devenir un opérateur alternatif avec [sa] propre offre commercialisable en marque blanche auprès de [ses] adhérents. Ces derniers, forts de leurs 100 000 clients, représentent un énorme potentiel. », explique le président de Convergence.com, Jean Michel Texier. En attendant une éventuelle officialisation de l'offre d'ici à fin ...

LES OPÉRATEURS TÉLÉCOMS ALTERNATIFS MOTEURS

Opérateurs	C. A.	Effectif (France)	Clients revendiqués ou cibles adressées	Actualité	Revendeurs revendiqués ou adhérents de groupements
OpenIP	9,64 M€ en 2016	55	10 000	Intégration de Rainbow d'Alcatel-Lucent sur MyOpenIP	775
Tata Communications	NC	54 en France (8 000 dans le monde)	Comptes internationaux et SMB (ventes indirectes depuis avril 2017)	Move, mobilité internationale avec maîtrise des coûts de roaming	Non communiqué
Groupe Convergence.com	118 M€	1200	1 000	Annnonce non définitive de devenir un opérateur alternatif sous sa propre marque	96 adhérents
Celeste	16,5 M€	80	3 000	Création d'un data center expérimental en sous-terrain avec technologies innovantes de refroidissement	100 actifs
Sayse	10 % à 30% en indirect	30-35	Migration de 100 réseaux MPLS en SD-WAN	Smart SD-WAN	15 partenaires actifs
Nerim	35 M€	-	11 000	Hébergements packagés et fibre mutualisée ou dédiée	450 partenaires intégrateurs et 40 opérateurs
Keyyo	25 M€	110	12 500 (70 000 lignes activées)	Offre de Centrex mobile développée en interne	250 partenaires actifs
Jaguar Network	50 % en indirect	140	1 000	Création récente de la BU IoT et big data	20 partenaires actifs (100 en 2018)
Colt	35 M€	300	Non communiqué	Lancement du portail On Demand	40 partenaires exclusifs et 4 agences sous franchise
	1,625 Md€ dont 350 M€ en France				



... 2017, le réseau travaille toujours avec des partenaires opérateurs alternatifs. Groupe Convergence.com a signé un partenariat avec Centile pour exploiter la plate-forme IstraCloud (hébergée par OpenIP) notamment mylstra, l'application cliente accessible depuis tout type de terminaux. « Nos clients disposeront d'un accès complet à leur environnement de travail [téléphonie fixe et mobile, calendrier, e-mail, chat, vidéo conférence, intégration CRM Salesforce et gestion de leur présence] », détaille Jean Michel Texier.

Le grand virage vers la marque blanche

Cette effervescence pousse les opérateurs alternatifs bien implantés à renforcer leur réseau de distribution à l'image d'OpenIP qui a migré ses 775 intégrateurs partenaires vers sa plate-forme e-business MyOpenIP. « Notre plate-forme vient de s'ouvrir en marque blanche : 45 partenaires sont conquis et nous avons pour objectif d'en cibler 300 », souligne Laurent Silvestri, président

« À moyen terme, nous voulons, nous, Groupe Convergence.com, devenir un opérateur alternatif doté de notre propre offre »

Jean-Michel Texier, président du Groupe Convergence.com



d'OpenIP. La marque blanche est aussi l'un des axes de croissance pour Celeste qui lance l'offre fibre Divop en marque blanche à destination des autres opérateurs. Avec cette solution, Celeste souhaite aussi se renforcer dans l'indirect qui ne représente que 10 % de son C. A. (16,5 M€). Tata Communications s'ouvre aussi l'indirect et à la marque blanche. « Nous avons créé une direction des ventes indirectes en avril pour attaquer les PME. Nous discutons avec des intégrateurs pour commercialiser nos services en marque blanche », indique,

Antoine Watissee, responsable de Tata Communications France. Nerim, lui, qui réalise 40 % de son business en indirect propose aussi des offres de connexion et de téléphonie en marque blanche. Si l'opérateur Colt propose, via sa division Wholesales, des offres en marque blanche, sa solution de coms unifiées n'est, en revanche pas commercialisée dans ce mode de diffusion. À noter que Colt commercialise aussi en indirect, via sa division Enterprise, ses offres de son portfolio sous sa propre marque. Cette division compte une quarantaine de partenaires exclusifs (agents Colt) et quatre franchises dotées d'un profil intégrateurs. Enfin, Jaguar Network s'ouvre à l'indirecte avec l'arrivée de Xavier Grossetête (ex Nerim) comme Channel Manager, et à la marque blanche pour toutes les offres dites industrialisées dont celle de communications unifiées basée sur Broadcloud de Broadsoft. Le réseau channel de l'opérateur sera lancé en janvier 2018 mais, déjà, Jaguar compte une vingtaine de partenaires actifs et table sur une centaine d'ici à fin 2018. ■

QUESTIONS À CÉLINE CAPET, RESPONSABLE MARKETING, PÔLE COMMUNICATION & COLLABORATION, NEXTIRAONE

« Cette profusion des offres crée une émulation positive »

La fin du RTC justifiera une adoption massive des solutions intégrées de téléphonie, de collaboration et de communication ?

La fin du RTC est un critère important, c'est l'occasion pour l'entreprise de poser la question de migrer vers du SIP mais elle ne justifie pas à elle seule la généralisation des communications unifiées. Les sociétés disposent, en effet, d'un existant dont on doit tenir compte, et sont attentives à leur ROI à la fois financier, opérationnel et fonctionnel. Les projets n'interviennent pas seulement sur un critère : une réflexion plus globale que la fin du RTC est menée,

par exemple sur le réaménagement de l'environnement de travail. L'entreprise vit au travers de sa transformation digitale globale. Cela dit, nous constatons sur le terrain une forte activité avec le besoin de plates-formes plus intégrées [téléphonie, présence, partage de documents, mobilité, etc.] en fonction des usages et des métiers.

Quelles solutions de communications unifiées proposez-vous, avec quels partenaires fournisseurs ?

Pour le secteur des PME de 15 à 150 utilisateurs sans compétences internes nous disposons

d'easycollab, une offre dédiée de type Centrex basé sur la plate-forme Broadcloud de Broadsoft. Cette cible réclame un interlocuteur unique avec une offre packagée de services de communication jusqu'à la facturation. Les PME plus structurées et les grands comptes recherchent en effet des offres adaptées à des environnements hybrides, et réclament une plus grande intégration avec leurs applications métiers. Dans ces cas précis, nous travaillons avec Alcatel-Lucent, Cisco et Microsoft dont leurs offres respectives (Rainbow, Spark et Office365) évoluent aussi vers le cloud.



La concurrence exacerbée entre les opérateurs et les opérateurs-intégrateurs porte-t-elle à confusion pour les clients finaux ?

Cette profusion crée une émulation. Après, il y a ceux qui savent prendre en compte un environnement existant de plus en plus hybride. C'est à nous, en tant qu'intégrateur, d'accompagner notre client et d'être innovants.