

# Réseaux: les opérateurs virtuels s'en sortent bien

Dans le monde des opérateurs de réseaux, seuls les poids lourds semblaient résister. Notamment au moment où le marché montrait des signes de faiblesse. Mais aujourd'hui, de nombreuses entreprises sont à la recherche de solutions technologiques plus souples pour relier leurs sites.

Ces clients ne se tournent plus forcément vers les majors des télécoms dont les offres touchent souvent de très grands projets. Beaucoup préfèrent travailler avec des fournisseurs plus petits et plus souples. C'est le cas du britannique Vanco qui, progressivement, tire son épingle du jeu. **Accent sur la QoS** Fondé en 1988, Vanco est aujourd'hui un des plus importants opérateurs de réseaux virtuels (VPN) et globaux du monde. Présent dans 230 pays, le groupe a, par exemple, déployé les réseaux virtuels de Ford, Sephora, United Biscuits ou encore Kenzo avec des solutions haut débit à des prix très compétitifs. Aujourd'hui, Vanco est le 7<sup>e</sup> opérateur cité spontanément par les professionnels du secteur. Une belle réussite pour une entreprise considérée comme un tout petit acteur avec ses 4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2003. « *Nous nous démarquons avec une réponse innovante à valeur ajoutée, notamment pour les questions de service* », explique Eric Havette, d-g de Vanco France. « *Notre taille nous permet d'être compétitif, flexible et surtout proche des clients. Des qualités qu'on ne trouve peut-être pas chez les grands du secteur* », explique-t-il. **Taille critique** Face à des problématiques de réseaux complexes, où la qualité de service (QoS) est primordiale, les entreprises cherchent en effet des fournisseurs réactifs. « *C'est le seul moyen de se démarquer* », souligne Eric Havette. Et de poursuivre: « *Nous proposons toujours aux clients des solutions alternatives, des engagements simples et fermes, bref nous allons au-delà du contrat. Nous nous considérons comme 'easy to do business with'* ». « *Par ailleurs, nous essayons d'être rapide dans le déploiement. Nous avons ainsi installé un réseau VPN basé sur l'ADSL sécurisé reliant toutes les boutiques de réseau Sephora (parfumeries) en cinq semaines* ». Rapidité, réactivité, proximité, certes! Mais les solutions doivent être technologiquement au 'top'. Un facteur qui peut faire défaut aux petits opérateurs. Selon Eric Havette, ce décalage n'existe plus: « *Les clients ne perçoivent pas la différence entre nos solutions et celles de nos concurrents* ». Désormais dans le top 10 des opérateurs virtuels, Vanco est néanmoins dans une situation délicate. Il a atteint une taille critique mais ne peut pas s'attaquer à de très grands projets, administratifs par exemple. « *Nous sommes en effet un peu bloqués actuellement, par rapport aux grands comptes notamment. Nous voulons devenir un grand acteur mais il faudra revoir notre organisation décisionnelle, nos méthodes* ». Vanco est donc à la croisée des chemins. Car un changement de dimension pourrait faire disparaître les principaux atouts avec lesquels l'opérateur a construit son succès. **Reprise ou pas?**

Les entreprises recommencent-elles à investir dans leurs réseaux de communication? Oui mais pas pour de bonnes raisons, estime Vanco.

« *Nous sommes toujours sur le même 'trend' que 2003. La reprise existe mais elle n'est pas flagrante. Les clients cherchent toujours à réduire leurs coûts plutôt que de mettre en place de véritables projets technologiques* », explique Eric Havette, directeur général de Vanco France. Même tonalité auprès de Jean-Pierre Gaudard, directeur non-exécutif de Vanco: « *On attend de voir. Le marché n'est pas encore véritablement reparti et j'ai l'impression que cette période de latence va encore durer. Car les chefs*

*d'entreprises continuent à chercher la réduction des coûts et font pression sur leurs DSI. Néanmoins l'espoir vient des administrations qui ont beaucoup de retard en matière de télécoms ». Par ailleurs, où se fera cette reprise? On évoque beaucoup les pays de l'Est, la Chine, l'Inde. On se trompe. Pour Jean-Pierre Gaudard, « la Chine offre un bon potentiel mais seulement pour les entreprises déjà présentes dans le pays. Nous pensons d'avantage que des pays comme l'Australie, le Canada, Mexico ou encore toute l'Amérique du Sud, offrent des potentiels intéressants et surtout à court terme »« .*