

## CRN FRANCE

Les Opérateurs Télécom: Une grande menace pour les Var.

Les opérateurs de télécommunications représentent 7% du marché européen des matériels réseau... Et leur poids sur le marché devrait doubler d'ici à la fin du siècle, au fur et à mesure que progresse la déréglementation. Ainsi, en Grande-Bretagne, où la libéralisation des télécoms est la plus avancée, les opérateurs présentent déjà 8% du marché, soit plus que la moyenne européenne.

Quelles leçons pouvons-nous tirer de l'expérience précoce de la Grande-Bretagne en matière de déréglementation des télécommunications? Quelles en seront notamment les conséquences pour les Var et revendeurs réseau en France? Aujourd'hui, un opérateur télécom ne consomme plus seulement des équipements réseau pour satisfaire ses besoins internes: il en revend également à des entreprises clientes dans le cadre de son offre en prestations de services. Saviez-vous que France Télécom «consomme» dès à présent 10000 routeurs par an de cette façon?

En Grande-Bretagne, tous les opérateurs télécoms offrent une très large gamme de produits réseau, en concurrence frontale avec les revendeurs spécialisés. Prenons seulement l'exemple de BT, l'opérateur dominant du pays: partenaire Gold Cisco, il ne manque aucune occasion de faire valoir aux entreprises utilisatrices que ce label, associé à son expertise dans les télécoms, lui permet d'être leur interlocuteur unique pour le renouvellement complet de leur réseau informatique interne. Et là, il peut jouer d'un avantage de poids face aux Var et revendeurs réseau puisqu'il arrive bien évidemment le premier sur les lieux lorsque les entreprises ont un projet de réseau...

Mais BT n'en reste pas là: sur l'entrée de gamme, il s'est allié avec 3Com pour offrir aux PME-PMI et au Soho (Small office home office) son kit OfficeConnectNetworking, qui comprend un concentrateur 10BaseT, trois cartes Ethernet, le logiciel Office Connect et une documentation. Ce package complet est vendu avec le slogan «Faites-le vous-même» au prix de 299 livres (environ 3000 francs) et fonctionne sous Windows 95 ou Windows for Workgroups 3.11. En fait, les opérateurs cherchent tout simplement à remplacer les revenus perdus avec l'émergence de la messagerie, la télécopie et la téléphonie sur Internet. Aujourd'hui, le chiffre d'affaires perçu sur les connexions locales des fournisseurs d'accès Internet (les ISP) leur permet de compenser ce manque à gagner. Mais d'ici à l'an 2000, le déplacement du trafic du réseau téléphonique traditionnel vers Internet étant appelé à se renforcer, ce ne sera plus la cas. Bref, les opérateurs doivent dès à présent investir de nouveaux métiers pour protéger leurs profits sur le long terme (2,5 milliards de livres, soit plus de 25 milliards de francs de profits annuels pour BT). C'est clair: les revendeurs et Var réseau ne pourront que souffrir de cette concurrence de taille. A court terme, il leur restera néanmoins un atout: ils pourront s'associer avec un opérateur pour vendre ses services – par exemple le Rnis. Cela leur permettra notamment de prendre connaissance des projets d'équipement des entreprises très tôt dans le cycle d'achat, donc de se positionner. En revanche, à plus long terme, l'invasion par les opérateurs des métiers traditionnels des Var et des intégrateurs réseau les obligeront à leur tour à rechercher d'autres sources de revenus.

Les Services réseau: quel avenir pour les Var?

Partout en Europe, les intégrateurs et les Var réseau sont de plus en plus impliqués dans les services: conseil, conception, installation, formation, assistance ou maintenance. D'après nos recherches, la part des services dans leur CA est ainsi passée de 30% en 93 à 35% aujourd'hui.

A l'origine de cette stratégie de développement des services, il y a bien sûr la nécessité de compenser la baisse des marges sur les matériels et les logiciels. Mais pas seulement. C'est également un excellent moyen de créer un business récurrent en fidélisant le client.

Certains intégrateurs et VAR réseau sont allés jusqu'à utiliser des expressions comme «l'aguicher pour mettre le grappin dessus»... Ce qui montre bien qu'il s'agit de capter le client puis de le rendre dépendant pour pouvoir s'étendre le champ d'intervention. Obtenir et développer la maîtrise du compte client deviennent les objectifs essentiels pour rentabiliser au maximum son investissement. Ainsi, le travail de conception nécessaire à l'élaboration d'un cahier des charges précis n'est-il souvent pas facturé: il est sciemment utilisé par les intégrateurs et les Var comme une incitation à considérer l'ensemble de leur offre.

Cette approche fortement orientée vers les services nécessite la mise en place d'un nouveau «business plan». Pour réussir, il faut détenir les bonnes compétences, ce qui nécessite d'investir en recrutement, formation et rémunération des personnels. Il est également essentiel de rentabiliser correctement l'investissement réalisé en ressources humaines, en vendant au mieux les heures de chacun.

C'est là que les choses se compliquent: les intégrateurs et Var réseau courent le risque de réaliser l'investissement sans que les services génèrent derrière suffisamment de revenus. Non pour ne pas avoir atteint un niveau de chiffre d'affaires suffisant, mais parce qu'ils se heurtent à des facteurs extérieurs nouveaux échappent totalement à leur contrôle.

Deux menaces sérieuses pèsent désormais sur eux. La première vient des fournisseurs de produits réseau. Afin de s'assurer que leurs solutions sont prescrites de bout en bout, ils réalisent souvent eux-mêmes, et gratuitement, les prestations de conseil et de conception de réseau. De ce fait, ils ébranlent le modèle à valeur ajoutée que les intégrateurs et les Var réseau ont difficilement construit et présenté à leurs clients, tout en leur retirant un flux d'affaires appréciable. Et l'on voit mal quelle parade ces professionnels pourraient mettre en place, sachant que la vente de produits réseau constitue encore leur principale source de revenus.

Deuxième menace: les fournisseurs assurent également de plus en plus souvent la maintenance pour leurs clients importants. Dernièrement Bay Networks a ainsi repris en main le support technique du réseau des deux constructeurs automobiles français Peugeot et Renault. Pire, des sociétés comme Unisys et Wang apparaissent qui s'orientent entièrement vers le support utilisateur. Ces spécialistes gagent souvent des appels d'offres importants grâce à leur présence en tout point du monde. Ils peuvent par exemple envoyer à Düsseldorf, Dublin ou Dunkerque, dans les deux heures qui suivent une panne de réseau, une camionnette disposant des pièces nécessaires et un homme capable d'intervenir sur de multiples systèmes.

Les intégrateurs de systèmes sont ainsi menacés par la stratégie qu'ils ont eux-mêmes adoptée et par des facteurs externes sur lesquels ils n'ont pas d'emprise.