

" Inwi vient pour changer les habitudes de communication "



QUESTIONS À FRÉDÉRIC DEBORD, directeur général d'Inwi

PROPOS RECUEILLIS PAR AÏSSA AMOURAG

«Inwi vient pour changer les habitudes de communication»

Maroc Hebdo International: Après le lancement du nouvel opérateur, Inwi, que vont devenir les anciens clients de Wana et de Bayn?

Frédéric Debord: Bayn est une activité qui continue. Elle compte aujourd'hui plus de 2 millions de clients et génère plus d'un milliard de dirhams de chiffre d'affaires. Bayn est une marque commerciale que nous allons développer parallèlement à Inwi. Elle aura son propre réseau de distribution, composé de 400 points de vente, contre 450 pour Inwi. On croit vraiment à Bayn, quelques années après son lancement, qui, je dois le dire, n'a pas été facile.

Et les clients de Wana mobile?

Frédéric Debord: On continuera à leur offrir le service après vente. Mais on cessera de développer ce segment. Par contre, les clients de Wana mobile continueront à recharger leurs cartes par les cartes Bayn. Histoire d'uniformiser ces deux services. Nous pensons dans l'avenir pouvoir convertir les clients de Wana mobile vers la nouvelle offre GSM de Inwi.

Pourquoi ce changement brutal, de Wana vers Inwi?

Frédéric Debord: C'est vrai que c'est une rupture radicale et brutale, mais avec l'ensemble du marché. Inwi vient pour changer les habitudes de communication et de consommation téléphonique. Elle vient aussi pour développer la transparence. La facturation à la seconde que nous proposons au client est une vraie révolution dans le marché. Aujourd'hui, personne ne connaît le prix d'une communication téléphonique.

Vous avez dit que des erreurs stratégiques ont été commises lors du démarrage de Wana. Lesquelles?

Frédéric Debord: Il y a eu certainement des erreurs de technologie en misant sur la carte CDMA, et probablement des erreurs d'explication. Pour moi, tout ce qui été lancé par Wana, depuis son démarrage, n'a pas été une réponse adéquate aux consommateurs. On a fait des études de marché, qui ont montré une confusion énorme dans les réponses des clients. Et notre nouvelle offre GSM Inwi ne sert qu'à corriger, en partie, ces erreurs.

Comment Inwi compte-t-il se faire une place sur le marché des télécoms, très concurrentiel?

Frédéric Debord: Nous avons mis beaucoup d'intelligence dans notre nouvelle carte GSM. En ce sens que nous offrons aux clients des terminaux téléphoniques haut de gamme comme le BlackBerry, en prépayé, et des services Internet, notamment le Windows Live Messenger.

Quels sont les objectifs qu'on vous a fixés à votre arrivée?

Frédéric Debord: Je dois d'abord faire en sorte que l'entreprise soit profitable. L'investissement de 7 milliards de dirhams que nous avons consenti doit être rentabilisé. C'est ma première priorité.

Combien de clients estimez-vous atteindre en 2010?

Frédéric Debord: Nous pensons pouvoir atteindre 2 millions de clients avant fin 2010. Notre objectif est aussi de devenir le deuxième opérateur. ■