

F. Debord, DG de Wana : Il faudra s'attendre à une baisse des prix des communications dans le mobile

L'OPÉRATEUR TABLE SUR UN HORIZON DE TROIS À CINQ ANS POUR DEVENIR BÉNÉFICIAIRE SUR LE GSM

F. Debord, DG de Wana : Il faudra s'attendre à une baisse des prix des communications dans le mobile

- Avec Inwi, Wana innove sur le marché du mobile en lançant le concept de facturation à la seconde.
- Les clients de Wana mobile seront progressivement transférés à Inwi.
- 800 MDH investis dans les infrastructures GSM en 2009, 400 MDH supplémentaires cette année.

■ Comment se porte Wana corporate à l'heure du lancement de son nouveau-né Inwi ?

Wana corporate se porte bien et, comme vous le savez, nous sommes entrés dans le marché avec les 4 milliards de DH qu'a misés Ona. Notre endettement est aujourd'hui de 3,9 milliards de DH. Zain est entré dans le capital de Wana à hauteur de 31% en y injectant 2,85 milliards de DH. Pour mettre en place l'infrastructure GSM, nous avons investi 800 MDH en 2009 et nous en mettrons 400 millions de plus en 2010. Quant au business, il est évident que nous mettrons, comme le démontrent tous les modèles, à travers le monde, entre 3 et 5 ans pour commencer à engranger des bénéfices.

■ Vous arrivez sur un marché de la téléphonie mobile déjà très concurrentiel ! Quels sont vos atouts ?

Nous avons bâti notre entrée dans le GSM sur la base de deux éléments fondamentaux : marquer notre différence par rapport à ce qui existe déjà sur le marché et installer la transparence. Nous ne voulions pas continuer sur la voie des promotions et des doubles, voire, triples recharges. Pour moi, d'ailleurs, il y a un peu d'opacité dans ces formules et les clients développent d'instinct des formes de méfiance à l'égard des produits car ils ne comprennent pas comment mesurer ce qu'ils y gagnent. Et puis, 70% des Marocains consomment moins d'une minute par appel.

Pour nous, il ne s'agissait pas de casser les prix mais de donner la possibilité au consommateur de ne payer que ce qu'il consomme effectivement. L'idée est de rassurer le client de manière à ce qu'il téléphone de son portable pour communiquer. En un mot, nous disons au consommateur :



Frédéric Debord

DG de Wana Corporate
70% des Marocains consomment moins d'une minute par appel, d'où la pertinence d'une facturation à la seconde

NOUS NE VOULIONS PAS CONTINUER SUR LA VOIE DES PROMOTIONS ET DES DOUBLES VOIRE TRIPLES RECHARGES. POUR MOI, D'AILLEURS, IL Y A UN PEU D'OPACITÉ DANS CES FORMULES ET LES CLIENTS DÉVELOPPENT D'INSTINCT DES FORMES DE MÉFIANCE

avec Inwi, le téléphone ne «mord» plus et vous ne serez plus facturé sur des durées indivisibles, mais sur exactement ce que vous utilisez effectivement de votre recharge. Vous pouvez le mesurer à tout moment.

■ Les autres opérateurs vont forcément réagir, et puis, vous semblez vous concentrer sur l'offre prépayé alors que le postpayé est le cœur du business...

Pour le premier point, vous comprenez bien que nous avons plus d'une flèche à notre

arc et vous conviendrez aussi que je ne puisse vous en dire davantage. En ce qui concerne le postpayé, nous affinerons des offres attrayantes. Je pars du principe que pour être efficace, il faut se contenter d'un message à la fois et de l'expliquer de manière audible et compréhensible...

■ Est-ce que vous ne partez pas un peu en désordre en négligeant de vous positionner sur la convergence téléphonie, internet et télévision, ce fameux triple play ?

Je pense qu'à l'heure actuelle, le consommateur n'est pas tout à fait prêt pour ce genre de produit. Je ne peux donc donner d'échéance. Pour l'heure, le plus important à comprendre est que, d'une part, le réseau propre de Wana corporate prend en charge la commercialisation de Inwi y compris le Haut débit mobile (Internet HDM) qui est notre fierté. Bayn qui est un succès et qui représente beaucoup dans notre chiffre d'affaires de 2009 qui est de 2,7 milliards de DH - en hausse de 41% par rapport à l'exercice précédent - sera commercialisé

par le reste du réseau.

■ Wana Mobile en 2008, Inwi aujourd'hui... ça fait un peu doublon !

Pour cette clientèle qui nous a fait confiance et qui représente 2,5% du total des clients du marché des mobiles, nous prévoyons un basculement progressif sur Inwi. Nous en prendrons grand soin pour mériter leur fidélité.

■ Et pour la clientèle entreprise ?

Nous sommes très présents et nous continuerons à nous positionner. D'ailleurs, ce n'est pas un hasard que nous soyons le concurrent frontal de Maroc Télécom à qui nous ravissons 30% de parts de marché sur la transmission des données, par exemple.

■ Au final, peut-on s'attendre à une baisse des prix avec cette concurrence ravivée ?

A mon avis oui, et les opérateurs n'ont pas grand-chose à craindre d'une baisse de prix car elle s'accompagne toujours d'une compensation par le volume.

■ Redoutez-vous d'éven-

tuels ententes sur les prix entre vos concurrents comme cela est arrivé ailleurs ?

Je pense que c'est là qu'on attend le régulateur, si cela devait arriver. En fait, je peux dire que l'Agence nationale de réglementation des télécommunications (ANRT) a choisi la bonne politique dans les projections qu'elle a faites, mais seul l'avenir nous dira si cette dernière se donnera les moyens de sa politique.

■ Beaucoup d'observateurs pensent que Wana a bénéficié d'un appui «visible ou invisible» quand il a obtenu l'asymétrie des prix que Méditel avait bien demandé avant lui sans succès. Qu'en dites-vous ?

Dans tous les pays du monde, le troisième opérateur a toujours bénéficié d'une certaine marge de manœuvre pour faire sa place dans un marché où, sans cela, il aurait du mal à se positionner. Cela s'est passé en Angleterre mais aussi avec l'arrivée de Bouygues en France. Cela était normal pour nous qui sommes arrivés dix années après la démonopolisation. Maintenant, il faut aussi comprendre que ce n'est pas du tout un cadeau car de l'autre côté, on demande à l'opérateur qui y a eu droit de montrer ce qu'il en fait, si l'on peut dire.

Pour nous, c'est cette marge de manœuvre qui nous permet de nous déployer mais nous apportons aujourd'hui une valeur ajoutée comme le live messenger sur le téléphone à 5 DH de l'heure, la possibilité d'avoir le service Blackberry à 90 DH la semaine. Et le client n'a pas besoin de se déplacer puisqu'il lui suffit d'acheter notre puce à 20 DH et de recharger pour avoir le service quand il le décide mais aussi de le désactiver à son gré.

ENTRETIEN RÉALISÉ
PAR MOHAMED EL MAËROUFI