

Advanced e-Technologies

Leader des solutions réseaux pour les entreprises

La déréglementation et les progrès technologiques ont donné une nouvelle impulsion à l'industrie des télécommunications dans un environnement fortement concurrentiel. Cette concurrence, dans l'industrie, a fait graduellement place à une concurrence plus étendue, dans le domaine des services intégrés. Favorisés par la convergence des trois secteurs autrefois distincts, à savoir, l'informatique, les télécommunications et l'audiovisuel, ces services intégrés précipitent l'internationalisation de l'économie, en abolissant les distances, ouvrant ainsi la voie à d'innombrables prestations inédites, dont celles destinées à la communication d'entreprise. En Tunisie, Advanced e-Technologies s'est confirmée, durant les cinq dernières années, comme étant un acteur de poids qui a su répondre aux besoins des entreprises. Avec un capital humain important, elle est prête à affronter l'avenir en toute confiance.

AeTECH, Advanced e-Technologies, est née dans le cadre de la stratégie de filialisation de la distribution mise en œuvre par ALCATEL.

Après avoir été développée par ALCATEL Tunisie, au départ, l'activité Business Systems (Communication d'entreprise) a été reprise avec effet de levier, LMBO, en 2001, par AeTECH. Celle-ci s'est rapidement confirmée comme étant une véritable start-up, affichant des performances reconnues à juste titre.

En 2003, elle s'est attelée à promouvoir son image, celle d'un acteur particulièrement dynamique dans le domaine de l'intégration des technologies et des solutions de communication d'entreprise.

Une année plus tard, elle obtient, en tant que meilleure performance dans la région, le titre honorable de "Business Partner Premium d'ALCATEL", un vecteur de notoriété et d'image.

Il est cependant utile de savoir qu'ALCATEL n'est qu'un partenaire important parmi d'autres européens et américains, et que d'autres contrats de partenariat sont en cours de négociation afin de compléter sa gamme de solutions. Son ambition a été toujours de fournir des solutions qui puissent répondre aux besoins de sa clientèle, et sa spécialisation s'est focalisée sur "l'entreprise réseau" ou "l'entreprise étendue".

Une offre sur mesure

Quelles que soient leurs tailles, petite, grande ou moyenne, les entreprises ont besoin de recourir aux moyens de communication, pour assurer leur fonctionnement quotidien. En interne, les moyens de communication permettent au personnel de l'entreprise d'échanger des messages des fichiers ou des informations techniques, commerciales et économiques. En externe, ils favorisent sa communication avec ses clients, fournisseurs, filiales ou agences.

«Notre offre s'est recentrée sur les applications des services vocaux via un téléphone par la voie analogique ou numérique ou des solutions du Protocole IP», indique Zoubeir Chaïeb, Président Directeur Général de AeTECH.

Le premier type de communication est celui de la transmission de données, couplé à l'informatique de l'entreprise qui vise toutes les fonctions cruciales de l'entreprise: vente, ressources humaines, comptabilité, finance, approvisionnement, management de projets, en temps réel. En mettant en œuvre cet Intranet, l'entreprise donne son véritable sens au terme de système d'information et de communication; ce qui permet à chaque employé de communiquer, de partager l'information et de travailler en équipe.

AeTECH lui offre également son Extranet pour étendre ses capacités de communication aux fournisseurs et aux clients et accroître l'efficacité de l'organisation, ainsi que des sites Internet pour rapprocher l'entreprise des consommateurs, du grand public, faire du commerce électronique en toute sécurité, gérer la logistique et la gestion des commandes. Ainsi, le site Web dynamique devient de plus en plus intelligent.

AeTECH offre également d'autres applications: ce sont les centres appels. Liés au système d'information de l'entreprise, ces derniers assurent une distribution d'appels vocaux et sont développés pour recevoir et traiter les informations venant de l'intérieur ou de l'extérieur de l'entreprise. «Nous offrons la meilleure solution adaptée aux besoins de nos clients, de l'amont à l'aval», fait remarquer le PDG de AeTECH.

En amont, cette jeune entreprise assure l'ingénierie des solutions, l'architecture des réseaux et les études techniques et économiques en vue de mener à bien l'implantation des solutions dans ses deux composantes hardware et software.

En aval, elle prend en charge la mise en place de la solution et sa maintenance. Mais, dans son offre de service, celle-ci dépasse le sens classique du terme, pour engendrer l'offre de service global, le suivi permanent, le conseil et la mise à niveau des logiciels pour que la solution puisse s'adapter à l'évolution technologique future de l'entreprise.

Rentabiliser les solutions

Mettre en place un système d'information et de transmission de données est une véritable quête de rentabilité et d'efficacité. Celles-ci passent obligatoirement par le point fort de l'activité: l'élaboration, avec le client, du système de communication qui assure un retour sur investissement. C'est d'ailleurs pourquoi AeTECH recommande de ne pas offrir aux entreprises dont les besoins sont limités, des solutions surdimensionnées qui ne seront exploitées qu'à 10 ou 20% de leurs capacités. «Toutes les applications d'information et de communication d'entreprise ouvrent des perspectives inédites pour le monde économique. Elles devront lui faire gagner de l'argent et non en perdre», estime Zoubeir Chaïeb

Miser sur les leviers de compétitivité

Dans la communication d'entreprise, le nouveau challenge est d'optimiser le coût de la solution dans un environnement monopolistique. En l'absence des

conditions concurrentielles, il est difficile, pour une entreprise comme AeTECH, de conseiller à ses clients le meilleur support qui coûte le moins cher, lorsqu'il s'agit de circuits loués ou de circuits RTC. AeTECH mise donc sur d'autres leviers de compétitivité:

- Le choix des technologies: Elle s'est focalisée sur la nécessité de sécuriser le client afin qu'il ait l'information en temps réel tout en étant à l'abri des risques de coupure de liaison.

- Tirer parti des technologies d'Internet: Un banc d'essai permettant de comparer l'envoi d'un message par télécopie et par Internet, montre que le premier a un coût et que le second ne coûte presque rien. D'où l'effort soutenu de cet acteur de faire comprendre aux entreprises qu'un réseau s'appuyant sur les technologies d'Internet peut être un incomparable levier de compétitivité dans la façon d'appréhender leur marché, de servir leurs clients et de maîtriser leur fonctionnement interne.

Les bienfaits de la déréglementation

Il est communément admis que l'existence d'un réseau de télécommunications national et performant revêt une importance capitale pour le développement économique d'un pays. Pour plus d'efficacité et d'efficacités, et depuis les années 80, le développement de technologies nouvelles a hâté la déréglementation et la libéralisation de ce secteur au niveau mondial (suppression des monopoles et ouverture à la concurrence).

Dans les pays où les prestations de télécommunication étaient traditionnellement proposées par des entreprises détentrices d'un monopole d'Etat, cette évolution s'est accompagnée d'une tendance à la privatisation.

Ce mouvement en faveur de la déréglementation, de la libéralisation et de la privatisation va, de concert, avec les programmes de désengagement de l'Etat dans l'économie. Portée par les mutations technologiques et structurelles profondes que connaît ce secteur, cette tendance a changé toute la donne en matière de réglementation.

Ces bouleversements ont incontestablement été suscités par les avancées technologiques qui sont venues brouiller les anciens cloisonnements existant

entre les diverses formes de la communication, offrant ainsi des potentialités considérables en termes de nouveaux produits et prestations. Les innovations technologiques se sont multipliées, allant de la transmission par satellites et par fibres optiques, jusqu'aux terminaux.

Un capital humain performant

Aujourd'hui, AeTECH s'illustre par son expertise depuis cinq ans sur le marché des solutions de communication d'entreprise. De nouveaux défis: la dimension internationale et l'intégration de services.

Pour ce faire, elle s'est donné les moyens: un capital humain de 80 personnes, hommes et femmes ayant une moyenne d'âge ne dépassant pas les 32 ans. Son taux d'encadrement (ingénieurs et diplômés ayant bac+4) est de plus de 43%.

«La clé de notre réussite réside dans notre capital humain. Dans un secteur comme le nôtre, le cerveau est la ressource fondamentale de création de forte valeur ajoutée», estime Zoubeir Chaïeb.

Articulé autour de trois dimensions qui relèvent de la connaissance (le savoir), des pratiques (le savoir-faire) et des attitudes (le savoir être), ce modèle de la compétence, cultivé par conviction chez AeTECH, trouve ses fondements dans la qualité des prestations, la cohérence des relations de travail et de dynamique de groupe et la logique de gestion des emplois par les compétences. Celles-ci sont, pour la plupart, des diplômés des écoles d'ingénieurs, informatiques et télécoms, tunisiennes et étrangères, (ENIT, Sup'Com, ISET'Com).

AeTECH travaille essentiellement avec les clients grands comptes issus, notamment, des secteurs financier et industriel. Cette entreprise a trouvé, sur le marché local, un terrain d'autant plus propice que ses actions sont de véritables références: banques, assurances, filiales de multinationales, chaînes hôtelières tunisiennes et étrangères, etc... AeTECH est également partenaire et fournisseur des opérateurs des Centres d'appel dont elle est le premier équipementier. A l'échelle des institutions étrangères, elle a mis en

place des applications de communication dans plus de la moitié des représentations étrangères en Tunisie.

Son avance la place, d'emblée, comme acteur reconnu du local à l'international. Dans cette optique, elle envisage le développement de partenariats et d'implantations en Algérie, en Libye et dans certains pays de l'Afrique francophone où elle aurait à exporter son savoir-faire.

Ce nouveau défi qu'est la dimension internationale, serait relevé par le déploiement d'une politique de partenariat stratégique tripartite, AeTECH, des sociétés étrangères et des acteurs locaux.

Après avoir acquis une forte expertise sur le marché des réseaux d'entreprise et de l'intégration de services sur le marché local, cette jeune entreprise entend, plus que jamais, maintenir une forte croissance à l'international, tout en confortant sa position de leader sur le territoire national. «Encore faut-il reconnaître, conclut Zoubeir Chaieb, que toute entreprise se doit de sa développer sur son marché domestique avant d'ambitionner de conquérir des marchés extérieurs; d'où la nécessité d'établir un climat de confiance partagée entre donneurs d'ordres tunisiens et entreprises tunisiennes».

Pour preuve, c'est l'état américain qui a favorisé le développement de la société AT&T, France Télécom, Deutsche Telecom, Telia Sweden, British Telecom qui étaient derrière la réussite fulgurante de, respectivement, ALCATEL ou MATRA, SIEMENS, ERICSSON et MCI.

En Tunisie, a-t-on encore suffisamment de temps pour se rattraper? Quoi qu'il en soit, les circonstances plaident en faveur d'une consolidation des rapports entre l'opérateur national et les entreprises prestataires de solutions intégrées. Par ailleurs, faire face aux enjeux qu'engendre l'échéance 2008, ces entreprises devraient disposer de tous les éléments d'appui (financiers, logistiques, etc...), clé de voûte de toute implantation à l'étranger. De bonnes initiatives ont déjà été prises et il faudrait davantage associer les entreprises tunisiennes dans la recherche et le développement pour que ces dernières puissent avoir une part de responsabilité.

Miser sur la pérennité

AeTECH, au capital de 920 mille dinars, entame, aujourd'hui, un projet d'ouverture de son capital à des investisseurs institutionnels ou partenaires stratégiques pour qu'il passe à 1500.000 dinars. Ce serait une étape vers l'introduction en Bourse.

Son premier Plan de Mise à Niveau, mis en œuvre en 2005, vise à améliorer sa valeur ajoutée et concrétiser ses ambitions d'export.

Mais les perspectives qu'offre son positionnement consistent à consolider sa part de marché en termes d'offres d'intégration de solutions de communication d'entreprise, et d'accompagner les entreprises dans les bâtiments intelligents, le choix de l'économie d'énergie et de maîtrise de la sécurité... avec, à l'appui, une veille technologique et la volonté de placer la question du gouvernement d'entreprise au cœur de ses priorités.