

INTERVIEW]

Nicolas Amestoy (Scholè Marketing)

« L'arrivée de la ToIP est inéluctable, mais à un rythme plus lent que celui annoncé. »

Didier Barathon , [Décision Informatique](#), le 04/05/2006 à 07h00

Si les PME connaissent les principes de la ToIP, elles ignorent les offres des fournisseurs. C'est l'un des paradoxes relevés par Nicolas Amestoy, directeur du cabinet Scholè Marketing.

Décision informatique : Dans une étude récente (1), vous estimez à 2 % le nombre de PME passées à la ToIP. Comment expliquer un chiffre aussi faible ?

Nicolas Amestoy : Il faut sortir du discours habituel pour se rapprocher des réalités. L'arrivée de la ToIP est inéluctable mais à un rythme plus lent que celui annoncé. Dans le cadre professionnel, elle n'existe pratiquement pas et son essor pourrait même se reporter au-delà de l'année 2006. C'est un marché en devenir, présent aux deux extrémités, dans les grands comptes derrière des solutions propriétaires et dans les TPE avec la percée des différentes « box pro ». Incontestablement, le marché se déplace actuellement vers les PME où le besoin est réel. Evitons tout de même les effets de mode et l'intoxication, nous sommes loin des prévisions.

Entre les différentes formules de ToIP : IPBX dédié, Centrex IP, logiciels pour PC, box, quelle est la mieux adaptée aux PME ?

La plus grande part du marché concerne l'IPBX, dans les PME importantes comme dans les grands comptes. Les box pro auront beaucoup de succès auprès des patrons de TPE, habitués à cette formule dans le cadre résidentiel. Les fournisseurs d'accès Internet trouveront là un second marché. Le Centrex est sur la ligne de départ pour les entreprises de plus de dix salariés. Mais n'oublions pas que un million et demi d'entreprises ne disposent que d'une ligne, le marché se révèle donc très atomisé et se conçoit plus en nombre de lignes qu'en nombre d'entreprises.

Qu'en est-il des softphones très médiatisés, mais rejetés par les responsables informatiques ?

Difficile de faire un pronostic, mais je suis très étonné des progrès de Skype, qui affiche 75 millions d'utilisateurs dans le monde (2,6 millions en France). Si on l'extrapole, ce nombre pourrait atteindre 190 millions en 2009. Le tiers de ces usagers est composé de professionnels. Skype, s'il suscite des méfiances, atteint tout de même des chiffres considérables. Il y a, pour lui comme pour ses concurrents Wengo ou Vonage, une carte à jouer. Aujourd'hui, un utilisateur de Skype téléphone en moyenne 25 minutes par mois, contre 4 heures 30 pour une ligne « normale », mais ce n'est qu'un début.

Pourquoi les fournisseurs de ToIP semblent-ils aussi offensifs sur le marché des PME ?

On entrevoit effectivement un marché plus concurrentiel en termes d'offres, mais avec différents segments de marché. Jusqu'à quatre salariés, le tiers des TPE dispose d'un PABX, entre cinq et dix-neuf, elles sont 75 % et, à partir de vingt salariés, 100 % en sont équipées. Les offres en IPBX commencent vraiment à ce niveau. En dessous, les TPE devraient être sensibles aux box et peut-être au Centrex.

Quant aux grandes PME, elles sont davantage habituées aux systèmes constructeurs et restent donc dans une logique de migration. Les approches diffèrent donc du tout au tout. Opérateurs et constructeurs se jettent tous sur ce marché, mais la concurrence entre eux sera féroce. Et d'autant plus incertaine qu'ils passent le plus souvent par des intégrateurs ou des distributeurs en indirect.

Ces PME sont-elles sensibles à leur discours ?

Oui et non. En fait, nous avons relevé un paradoxe, les PME sont à la fois très informées du phénomène ToIP par ses aspects grand public, mais également très ignorantes des offres des fournisseurs pour leurs problématiques professionnelles. Elles n'en voient pas l'intérêt.

(1) Etude réalisée auprès de 250 PME françaises de moins de 500 salariés.

Fonction : directeur associé du cabinet Scholè Marketing.

Entreprise : cabinet d'études Scholè Marketing.

Activité : réalisation d'études de marché dans les secteurs des médias et des télécoms.

Localisation : Paris.

Site : www.schole.fr.
