

Internet et télécoms: Nerim met le cap sur l'indirect

À l'origine FAI, Nerim a bien évolué en 14 ans. Sans se couper de ses racines, il s'est diversifié et a multiplié ses canaux de vente. Consolider en innovant? Pour cette start-up, c'est une nécessité.

Par Pierre-Antoine Merlin

L'entrée des locaux de Nerim s'orne opportunément d'une carte représentant les points de présence du groupe à Paris, dans le reste de la France, et dans le proche étranger.



Une histoire écrite au pas de course

1999
Fondation du FAI Nerim par Christophe Carel et Raphaël Bouaziz.

2001-2002
En plein éclatement de la bulle Internet, la société rachète Mangoosta et Internext. Une initiative jugée contractuelle, mais qui se révélera lucrative.

2003
C'est le grand tournant. Nerim se lance avec une nette longueur d'avance dans l'IPv6.

2008
Nerim reprend les clients de la société Netultra, celle-ci étant mise en liquidation.

2011
Nerim étend sa couverture de dégroupage en Ile-de-France, suite à l'acquisition de deux boucles de fibre optique. L'entreprise réalise ainsi son plus gros investissement dans les infrastructures.

2012
Évolution majeure du capital. Dans le cadre d'un MBO (Management Buy-Out), Nerim est reprise par le partenaire financier CM-CIC LBO Partners, aux côtés de Cyril de Metz et de son équipe. Les salariés qui le souhaitent peuvent alors devenir actionnaires. Cyril de Metz accède à la présidence.

L'indirect est passé devant le direct, sans lui avoir fait de mal. » En une phrase, Xavier Grossetête, patron des ventes indirectes de Nerim, résume la stratégie de l'entreprise: adopter une ligne directrice et faire progresser l'ensemble des segments, étant entendu qu'aucun ne doit prospérer au détriment de l'autre. C'est vrai sur le plan technique, c'est vrai aussi sur le plan commercial. Cette attitude, on la retrouve tout au long de la courte et dense histoire de Nerim. D'abord FAI (fournisseur d'accès Internet), cette jeune pousse – on dirait maintenant une gazelle – s'est peu à peu étendue au domaine très recherché de l'hébergement.

« Pendant longtemps, les connexions ont représenté 80 % de

notre chiffre d'affaires, estime la directrice marketing, Valérie Smadja. Maintenant, cette proportion est tombée à 70 %. De son côté, la part de l'hébergement est montée à 20 %, et cette progression va continuer. » L'idée est donc de faire « coller » l'activité de l'entreprise à la plaque qui figure sobrement à l'entrée de ses locaux: « Nerim, opérateur Internet et télécoms ». D'où, aussi, cette volonté obstinée d'accroître les capacités d'hébergement par le biais de « suites » louées dans les data centers. Car ces installations sont partie intégrante du backbone Nerim, qui grandit à vue d'oeil si l'on en croit la cartographie qui orne l'entrée des locaux du groupe! Une cartographie qui exige d'ailleurs des mises à jour accélérées, compte tenu de la montée en charge de cette activité. « De plus, notre cœur de réseau est volontairement surdimensionné, reprend Xavier Grossetête. Nous



« L'indirect est passé devant le direct, sans lui avoir fait de mal »

Xavier Grossetête, patron des ventes indirectes de Nerim.

avons fixé comme règle qu'il ne doit pas être utilisé à plus de 40 % de sa capacité. Ainsi, contrairement à beaucoup de nos concurrents, il n'y a jamais de goulot d'étranglement susceptible de ralentir la transmission. »

DU 16 Mbps SYMÉTRIQUE BIENTÔT SUR TOUTE LA FRANCE

Mais, lorsqu'on regarde de plus près la politique de diversification de Nerim, on ne trouve pas seulement l'hébergement et l'infogérance de serveurs professionnels à forte valeur ajoutée. On trouve aussi tout ce qui concourt au métier d'opérateur télécoms. Et là, Nerim vise clairement à se positionner comme opérateur « alternatif » par rapport aux *majors* du secteur que sont, par exemple, Orange et SFR. Ainsi, le groupe propose une offre d'IP Centrex d'origine Centile, de même qu'une activité purement MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*). Dans le même ordre d'idées, Nerim est maintenant capable de servir les entreprises situées en région, et souhaitant bénéficier d'une connexion Internet très haut débit symétrique, associée à des garanties de service. Cette notion de symétrie est cruciale : l'opérateur propose en effet des liaisons SDSL en technologie EFM (*Ethernet in the First Mile*).

Dans ce cas précis, les débits vont jusqu'à 16 Mbps symétriques, autrement dit à la descente comme



« L'hébergement représente déjà 20 % du chiffre d'affaires »

Valérie Smadja, directrice marketing de Nerim.

à la montée, avec une garantie de rétablissement de service, si besoin est, réalisée en moins de quatre heures. Cette offre, disponible sur 25 % du territoire français depuis le 1^{er} décembre dernier, vise un objectif « de 100 % courant 2013 ».

LE CHANNEL COMME MOTEUR DE CROISSANCE

Quelques indications suffisent à caractériser le milieu des partenaires Nerim : on en recense actuellement un peu plus de 300 dits « actifs », sachant que sont considérés comme tels ceux qui réalisent au moins une vente par mois – ou au pire, une tous les deux mois. Les moyens de mettre en avant l'action des revendeurs sont très nombreux : le « passeport produit » en est un bon exemple. « Il fait partie du kit d'intégration », précise Valérie Smadja. Mais on trouve aussi les totems, les opérations de *co-branding*, les *incentives* toujours plus appréciés que la simple remise d'argent, et puis les kakémonos, ces sortes d'affiches verticales suspendues... la liste est loin d'être close. Côté certifications, plusieurs possibilités sont systématiquement proposées. En effet, il est pratiquement impossible de devenir membre de l'environnement Nerim sans détenir la moindre certification. Mais cela monte vite : à partir de trois, le revendeur est réputé « Expert ». L'existence d'une Université



« Nous proposons des formations sur les techniques de vente »

Cyril de Metz, président de Nerim.

Nerim va également dans ce sens. Quant au profil du partenaire Nerim, il est lui aussi divers. On y trouve des VAR, des intégrateurs, des SSII... mais aussi des *web agencies*, ces petites structures qui ont fait florès aux temps héroïques de la nouvelle économie, et dont on parle moins. Sauf chez Nerim. Côté géographique ? Une petite faiblesse dans le quart nord-est de la France, et sur la façade océanique. Rien de grave.

ET DEMAIN ?

Reste à savoir ce que réserve la conjoncture pour l'année 2013, annoncée comme très chaotique. « 2012 a déjà été marquée par beaucoup d'à-coups », raconte Cyril de Metz, président de Nerim. Parfois, on sentait les entreprises figées, comme en septembre 2008 après la chute de Lehman Brothers. » Et demain ? « Dans nos relations avec le channel, on sent une myriade de projets, d'envies... mais, c'est vrai, nous sommes beaucoup plus challengés qu'avant. Il faut répondre tout de suite, et apporter les bonnes solutions. C'est toute la chaîne de valeur qui est sous tension. Ce qui compte, c'est que nous tissons, avec nos partenaires, un lien de confiance sur le long terme. » Pour conforter cette réussite, l'entreprise prévoit cette année d'ouvrir un grand chantier sur « la formalisation de la qualité » en quatre volets : réflexion, action, fluidité et normalisation des process. « On va également faire des formations sur les techniques de vente », annonce Cyril de Metz. Comme toujours, il s'agit d'aller vite, mais sans fébrilité. Ce point est cardinal. L'absence de dictature du *quarterly report*, qui plombe tant d'acteurs du numérique, est sans doute pour quelque chose dans l'ascension tranquille de Nerim. ■

L'AVIS DU VAR INFORMATIQUE ET SERVICE

Installé à Lagnieu, dans l'Ain, ce petit VAR régional s'est fait une spécialité... de ne pas en avoir. Il se définit volontiers comme un « artisan en informatique au service de ses clients ». Résolument tourné vers les interventions de proximité, ce revendeur propose des prestations à valeur ajoutée autour de quatre axes : l'assistance, le dépannage logiciel, l'installation et la formation. Il détaille la nature de ses relations commerciales avec Nerim.

Les points forts de Nerim « Nous sommes partenaires pratiquement depuis les débuts de Nerim, en 1999. C'est très important d'entretenir avec son fournisseur des relations de confiance, conçues pour s'épanouir dans la durée. Chez Nerim, nous apprécions la réactivité, la disponibilité des équipes et la solidité des solutions. Pour le reste, nous n'avons pas de très grosses marges, cette situation étant largement compensée par le fait que Nerim nous aide à optimiser nos prestations vis-à-vis du client. Cela mérite d'être signalé, car c'est loin d'être toujours le cas avec les fournisseurs. »

Le point à améliorer « Même dans une relation privilégiée comme la nôtre, il y a des points à améliorer. Principalement un : la politique de marketing. Exemple, le site de Nerim qui valorise plus ses commerciaux que ses partenaires. Or un revendeur s'intéresse d'abord à sa propre visibilité ! Chacun doit comprendre que c'est l'intérêt du fournisseur et du revendeur que d'être étroitement associés. Surtout quand le fournisseur veut continuer à faire monter les ventes indirectes dans son activité. »