

«Nous sommes des guerriers»

Le directeur de Cegecom, Georges Muller, célèbre ses dix ans avec une nouvelle identité visuelle

INTERVIEW: THIERRY LABRO

Vingt ans après la création de Cegecom, le challenger de Post pour les professionnels, et dix ans après son arrivée à la tête de la société, Georges Muller lance une opération de charme. Pour la rendre plus jeune. Pour répondre au souhait de son actionnaire majoritaire indirect, le groupe allemand Innogy. Convaincu de l'émergence de géants à cheval sur les télécoms et l'énergie, le quinquagénaire a décidé de se montrer davantage.

On connaît l'opérateur historique Post, on a moins l'occasion de vous croiser... Vous faites quoi?

Nous travaillons dans le secteur professionnel. Nous offrons des services fixes dans les télécoms. Si vous voyez un central téléphonique, je propose la connectivité à internet à haut débit, le datacenter, l'hébergement de données, de plus en plus important, et notre produit cloud. On connecte aussi les clouds publics Amazon et Azur. Si j'ai besoin d'une connectivité pour Francfort, je ne la construis qu'une seule fois depuis le Luxembourg en étant fiable et avec des prix intéressants.

Oui, parce que Cegecom appartient à Artelis (Luxembourg) qui est elle-même détenue par les Allemands de VSE (90 %) et Saar LB (10 %). Il faut suivre...

Et le groupe VSE appartient à 50 % plus une action à Innogy (encore filiale de RWE), ce qui lui permet de consolider les comptes, et le reste à différents investisseurs dont la Ville de Sarrebruck et le Land de Sarre. Les deux VSE NET et Cegecom forment Artelis. En Allemagne, il y a aussi la couche résidentielle. Je décide pour les trois sociétés réunies en une société. Cegecom est connue au Luxembourg, c'est la marque historique venue de Cegedel. Cegedel est devenue Enovos qui est devenue Encevo... Les Allemands ont gardé une identité différente, celle de VSE NET. On a juste donné un petit rajout au logo en tenant compte de la notoriété en Allemagne.

Pourquoi c'est utile maintenant?

Notre image est devenue poussière, on est sur le marché depuis 20 ans, il faut se remettre en question. Ça fédère, ça donne un nouvel élan aux équipes!

Combien de personnes travaillent chez vous?

80 chez Artelis-Cegecom, la partie luxembourgeoise et autant chez VSE en Sarre.

Votre chiffre d'affaires?

Dans les deux pays, c'est 60 millions, dont un quart au Luxembourg, mais le Network Operating Center est au Luxembourg, c'est pour cela qu'il y a autant de monde au Luxembourg. Les RH, le controlling comptable et tout cela...

Qui sont vos concurrents au Luxembourg?

Surtout Post. On voit une emprise... c'est un concurrent important. Nous, à 20 ans, nous sommes une équipe toujours jeune et dy-



Devant la carte de «ses» 1.100 kilomètres de fibre optique au Luxembourg, Georges Muller dirige une société qui retrouve un nouvel appétit, aiguïlé par ses succès en Sarre.

(PHOTO: CHRISTOPHE KARABA)

namique, plus près du client qui peut appeler la direction ou un responsable de vente. On a moins de clients et moins de volumes qui nous permet de garder le lien. Nous, nous pouvons développer des solutions sur mesure. Des clients font même des tests avec nous. On travaille toujours avec notre ancienne maison-mère, Enovos-Creos, on n'est plus famille mais on est amis. Une bonne coopération. Post a déjà de 60 à 80 % selon les services, nous, juste en dessous de 10 %. Ils sont bien placés dans tout ce qui est gouvernemental parce qu'ils ont d'autres liens...

Ca doit quand même être rageant?

Nous voudrions avoir accès à plus de parts de marché. En Allemagne, en Sarre, j'ai presque tous les hôpitaux. A l'époque, ils voulaient du 2 Gbits, on leur offrait du 100. Pourquoi je suis bon en Allemagne et pas au Luxembourg avec la même stratégie? Je me pose la question. Il y a une partie des marchés qui échappent aux appels d'offres... On se bat. On a des administrations et des communes... D'autres se plaignent plus que

nous. Nous sommes encore vus comme luxembourgeois, ce qui joue un rôle. C'est notre ADN, ils connaissent mon équipe, même quand ce sont des frontaliers qui se sentent luxembourgeois!

Quels sont vos axes de développement?

Toujours les services! Connectivité à haut débit jusqu'à Francfort, produit pour les PME, firewall supplémentaire. On garantit des lignes à haut débit cryptées, le secteur bancaire en est friand. Maintenant, même les centrales téléphoniques se font hacker, vous avez rapidement pour plusieurs milliers de dégâts... Là, on met un système en place qui alerte. Notre produit existe en Allemagne. La Sierra Leone est mon pays préféré! Je sais combien ça coûte. On les bloque d'office! C'est un fléau.

Vous êtes un acteur discret...

Oui, nous connaissons notre métier, nous le faisons, notre actionnaire est discret. Gérer les deux pays nous crée beaucoup d'engagements des deux côtés. Etre le leader du marketing et des tables rondes ne nous intéresse

pas. Ça apporte quelque chose au client? Même quand on signe un nouveau client, on célèbre discrètement. C'est notre ADN.

La communication a été retardée après la réorganisation de RWE-E.ON et Innogy, qu'est-ce que ces grands changements en Allemagne vous inspirent? Est-ce que vous vous sentez petit dans un coin?

On ne commente pas sur Innogy, c'est la consigne. Si je fais mon métier comme je l'ai fait hier, je le fais bien. Je me concentre sur mes clients, sur mes équipes. A trouver de l'innovation. A générer du chiffre d'affaires. Et surtout pour les actionnaires, un retour sur investissement. La structure est saine. Encevo est sorti de l'actionariat l'année dernière, ils ont vendu leurs 36 % à VSE, qui ne voulait pas d'autre actionnaire. Ils croient dans cette concentration télécoms et énergie. J'ai un actionnaire stable. On est à l'aise dans nos baskets. J'ai commencé en 2000 et nommé directeur général en 2007, ce n'est plus la même boîte. On a dû se réinventer tellement de fois, 2001 première crise, 2007 nouvelle crise, on a toujours survécu.

Ce qu'on a fait, ça a marché. C'est positif. Nous étions seuls au début, nous avons VSE, nous avons la BIP puis Enovos, nous sommes des guerriers qui se battent! Nous sommes discrets mais visibles et les gens nous suivent, c'est une belle histoire!

L'avenir, pour vous, c'est toujours l'innovation. Comme, EuroSky Park et IN...

«EuroSky Park», créée il y a six ans, à Sarrebruck, offre la lecture des performances du réseau énergétique par satellite, partout dans le monde, grâce à un software et un modem. On a des clients comme RWE et E.ON, presque tous les parcs éoliens en mer du Nord, par exemple. Il faut cinq millions de chiffre d'affaires pour en faire une success-story. «IN» est une solution de routage intelligent de numéros. On a de grands clients comme le Borussia Dortmund, de grands producteurs d'énergie. On veut rajouter des chatbots. Nous qui l'avons développé avec nos clients. Votre réseau tombe à Strassen, au lieu que tout le monde vous appelle, vous faites une annonce: «le réseau est down jusqu'à trois heures». Quand le client appelle, il a ce message, il raccroche et il a l'information. Pour l'instant, ce n'est pas encore de l'intelligence artificielle mais ça viendra!

Tout ça nécessite beaucoup d'investissements?

En moyenne, j'investis six à sept millions d'euros par année. Refaire une plate-forme pareille, ça coûte un million d'euros. Par rapport à mon budget, c'est un vrai choix stratégique. Avec une partie, on creuse de la fibre optique; une technologie est obsolète après cinq ou six ans donc il faut changer de technologie même si des clients veulent toujours la même technologie; les frais IT explosent; le renouvellement des choses classiques. Cette année, on investit 23 millions d'euros dans un réseau de fibre optique en Allemagne.

Plus de trois plus?

J'ai gagné deux projets. Une fois de la Sarre où je tire un backbone de fibre optique, un gros volume d'investissement. Des projets pareils n'existent pas au Luxembourg parce que Post a pris cette ambition de tirer ces câbles ou c'est Luxconnect qui le fait. On a du mal à concurrencer deux sociétés gouvernementales... L'autre projet est subventionné par le gouvernement allemand: un «Landkreis», 23 millions euros, de la fibre jusque dans la rue avec un potentiel de plus de 30.000 clients à desservir, un modèle qui n'existe pas chez nous. C'est intéressant. L'Allemagne ne donne pas tout à Deutsche Telekom, elle veut une société du gigabit et elle organise des soumissions où elle comble les déficits. Tout le monde peut participer à l'investissement. Au Luxembourg, cela va à 90 % chez Post. Ici, j'ai accès à la fibre, en Allemagne, je donne accès à la fibre. Ce n'est pas pareil. Les conjonctures sont différentes entre les deux pays et nous, nous pouvons jouer sur les deux cycles différents. Nous restons jeunes.