

Economie+ Gabon

BUSINESS & FINANCES

Retrouvez-nous sur www.economie-gabon.com



LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OPINION - LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OPINION - LE PÉRIODIQUE DES DIRIGEANTS ET LEADERS D'OPINION

L'ESSENTIEL

LASER

Le Gabon va-t-il filer à l'anglaise ?

La volonté affichée par le président Ali Bongo, lors du dernier sommet de la Francophonie, d'introduire l'anglais comme seconde langue officielle a suscité quelques remous... avant que le chef de l'Etat ne désamorce rapidement la polémique. Le point sur ce dossier.

Lire p. 4

LASER

Une industrialisation qui peine à s'amorcer



L'interdiction d'exportation des grumes de bois, qui a pris effet en janvier 2010, visait à optimiser cette formidable ressource de richesse. Pourtant, la politique d'industrialisation du secteur peine à décoller. Retour sur les raisons qui expliquent ces difficultés.

Lire p. 6

PORTRAIT

Jean-Lié Massala

L'impressionnant parcours personnel du fondateur de la société Samtosa, spécialisée dans l'édition de services à valeur ajoutée dans les télécommunications, donne l'impression qu'il a vécu plusieurs vies. Ou peut-être est-ce cette volonté de cultiver l'esprit d'entreprise au service de l'innovation...



Lire p. 7

MARKETING

Startrac, une forme olympique

Depuis l'invention du premier tapis de course en 1987, la compagnie industrielle de fitness Star Trac poursuit une véritable success story, avec aujourd'hui plus de 500 employés à travers le monde entier. Un succès qu'elle doit à un maître mot qui a marqué son développement : l'innovation.

Lire p. 18

EXEMPLAIRE GRATUIT

Dossier

Télécoms

Les télécommunications ont enregistré au Gabon une progression considérable au cours de la dernière décennie, et les opérateurs sont bien décidés à renforcer cette tendance. La parole aux professionnels d'un secteur qui entend bien garder le cap sur la valeur ajoutée.

Lire p. 9

DOSSIER

Entretien avec Alain Kiendrebeogo

Le développement des services connexes à la téléphonie mobile génère bien sûr une activité de sous-traitance des plateformes techniques et de la gestion des contenus. Mais cela favorise également l'émergence de nouveaux usages du téléphone mobile. Rencontre avec Alain Kiendrebeogo, directeur de la société Sahekys, spécialisée dans l'architecture réseau et les nouvelles technologies.

Lire p. 11

DOSSIER

Charles Boukinda, Airtel Gabon

L'extraordinaire percée de la téléphonie mobile en Afrique a rendu accessibles à la plus grande partie de la population les services bancaires, jusque-là circonscrits aux grands centres urbains. Rencontre avec Charles Boukinda, d'Airtel Money, premier service de mobile banking du pays lancé début 2012.

Lire p. 14



COLINA ASSURANCES GABON

**Vous aussi, bénéficiez
de notre expertise en assurance.**

Colina Assurances Gabon est une société anonyme au capital de 1 000 000 000 de FCFA, entièrement libéré.

Elle est présente sur le marché gabonais depuis 2006. Son réseau de distribution comprend un Bureau Direct, des agents généraux et les courtiers installés au Gabon.

Colina Gabon offre une palette complète de garanties d'assurances IARDT mises en œuvres, adaptées et actualisées par des équipes de techniciens spécialisés.

Colina Gabon est une filiale du Groupe Colina dont le pôle assurance, est constitué de 14 compagnies, forme un véritable réseau de performances basées sur le savoir-faire.

La Vision du Groupe

Etre le Groupe d'assurances leader sur l'ensemble des marchés émergents (Africains principalement) au travers d'une gamme complète de solutions et de produits innovants adaptés à nos clients, en s'engageant avec eux tout en leur garantissant sécurité, efficacité et transparence.

Notre Métier

Ecouter

Innover

Assurer

Immeuble Rénovation, AV. du Colonel Parant- B.P 6239 Libreville – Gabon

T.+241 76 06 51/53 - Fax : +241 76 06 52- www.groupecolina.com

EDITO

Même si cette thèse est sujette à caution, l'image des Indiens communiquant patiemment grâce à des signaux de fumée aura eu le mérite de nourrir notre imaginaire d'enfant. Las, le petit de la génération 2.0 ne saurait s'en laisser compter avec de telles balivernes. La communication s'affranchit aujourd'hui des distances et sa vitesse de transmission défie le temps. Quant à l'Histoire, elle retiendra que l'avènement d'Internet et de la téléphonie mobile durant les deux dernières décennies aura provoqué une rupture digne de la révolution industrielle au XIX^e siècle. Et si l'usage de ces nouveaux outils a modifié notre relation au monde, force est de constater que leur place dans l'inconscient collectif est très significative. Ces nouveaux modes de communication sont l'emblème de la modernité pour l'individu, qui ne saurait être en marge, comme pour la société ou l'Etat qui doivent booster leur développement afin de ne pas être disqualifié vis-à-vis du reste du monde.

Au Gabon, les dix dernières années ont enregistré un essor considérable du marché des télécoms et cette période a aussi coïncidé avec le développement des activités de services dans le pays. Car le tertiaire, dans le pays comme partout ailleurs, vampirise ses deux petits camarades. En effet, qu'il s'agisse de la production agricole ou des activités de transformation, c'est bien le lien avec l'extérieur – en l'occurrence le marché mondial – qui permet leur valeur ajoutée. Tel est donc le prodige réalisé par ces nouveaux outils de communication : vecteurs indispensables pour valoriser en externe, sources de production de richesses en interne grâce à la commercialisation d'une multitude de nouveaux produits associés – de l'accès à Internet haut débit jusqu'au mobile banking pour régler ses achats avec son téléphone. Sans compter une activité périphérique générée par les nombreux besoins en équipements, sources de travail pour les PME gabonaises. A cet effet, et au regard des ambitions qui sont les siennes, le pays a une importante carte à jouer pour devenir un véritable hub technologique en Afrique centrale et recueillir les fruits de ce levier de croissance. Gageons que le petit Gabonais de la génération 2.0 lui en sera reconnaissant...

A bientôt pour un prochain numéro.

JOHANN FREIXAS

GALOP CLUP

Tel : 06 82 1010 / 07 82 10 10
Après le stade INJS du côté Lalala
Après le Golf club du côté LAI

**Mariages, événementiel corporate,
Fêtes de Noël**

BAR TENNIS
PISCINE FOOTBALL
RESTAURANT OUVERT 7/7



Mariage à l'Etat civil



Mariage à la Coutume



Cocktail au bord de la piscine
(Canapés, chaises, podium...)



Soirée pour 200 personnes :

Chaises VIP (x100)
Chaises en plastique (x100)
Tables fleuries
Nappes en satin
Couverts simple
Tables de buffet (x2)
Tables de mariée (x1)
Chambre froide
Bacs à glaçons
Cuisine feu de bois à disposition
Espace pour habillage des mariés
Espace cadeaux
FORFAIT 2012 : 990.000 FRANCS CFA

Sommaire



Laser

Le Gabon va-t-il filer à l'anglaise ? p. 4
Le coup de pouce de la Francophonie à Economie Gabon + p. 5
Filière bois : une industrialisation qui peine à s'amorcer p. 6

Rencontre

Jean-Lié Massala, l'esprit d'entreprise au service de l'innovation p. 7

Dossier Télécoms

Télécoms, cap sur les services à valeur ajoutée p. 9
Alain Kienrebeogo, directeur de la société Sahelys p. 11
Mohamadou Konkobo, directeur marketing et clientèle chez Moov Gabon p. 12
Samuel Essame Bangue, responsable des ventes et services client chez Azur Gabon p. 13
Charles Boukinda, directeur de Airtel Money au Gabon p. 14
Romial Ndongo, directeur général de la société Infracom p. 16
Omer Mabicka, directeur des services chez Gabon Télécom p. 17

Marketing

Startrac, une forme olympique p. 18

RÉDACTION

Rédacteur en chef : Johann Freixas
+241 07 97 02 55 - jfreixas@economie-gabon.com

Secrétaire général de la rédaction :
Didier Bras

Directeur artistique : Jean-Noël Dubois

Maquette : Charles Sibert

Webmaster : Prune Pont-Benoit

Ont participé à ce numéro :

Johann Freixas, Stevie Mounombou, Hope Pounah

GESTION ET ADMINISTRATION

Directeur de la publication :
Stevie Mounombou

Assistante administrative et commerciale :
Rebecca Ntsame - Tel : 44 11 62
ntsame@economie-gabon.com

Co-gérant :
Philippe Chandezon - pchandezon@yahoo.fr

Regie internationale :

MOBILITY MEDIA AGENCY : +33 6 83 14 43 08

INFORMATIONS LÉGALES

MOBILITY MEDIA AFRICA : Sarl au capital de 20.000.000 FCFA - RCM N°2010B09428 - Numéro statistique : 071619 R -
Siège social : immeuble BICP, BP 4562 Libreville Gabon - Editeur de : ECONOMIE GABON + - Révisé de déclaration de
constitution d'un organe de presse : N°0165/MCPEN/SG/DCOM du 3 Juin 2010 - Site Internet : www.economie-gabon.com
Impression : Multipress Gabon, BP 3875 - Libreville - Tirage : 10 000 exemplaires.



Retrouvez-nous sur
www.economie-gabon.com



FRANCOPHONIE

Le Gabon va-t-il filer à l'anglaise ?

Pays francophone, le Gabon en a surpris plus d'un en annonçant le 1^{er} octobre dernier son intention d'introduire l'anglais comme seconde langue officielle. Une démarche qui s'inspire de « l'expérience rwandaise dans l'introduction du bilinguisme », a annoncé Alain-Claude Bilie By Nze, porte-parole de la présidence gabonaise. Après le génocide rwandais de 1994 et l'arrivée au pouvoir d'une diaspora tutsi ayant vécu pendant des années en Ouganda, voisin anglophone, Kigali a favorisé l'anglais dans les écoles et l'administration. « Pourquoi ne nous inspirerions-nous pas d'une telle expérience pour voir comment le Gabon, pays francophone, peut dans les prochaines années décider d'introduire l'anglais dans un premier temps comme langue de travail nécessaire (...) puis plus tard voir comment l'anglais peut devenir une seconde langue », a poursuivi Alain-Claude Bilie By Nze.

Pourquoi maintenant ?

Toutefois, le timing de cette annonce a

Lors du sommet de la Francophonie qui s'est déroulé du 12 au 14 octobre dernier, Ali Bongo a semé le trouble en se prononçant pour l'introduction de l'anglais dans son pays et en vantant le modèle du bilinguisme au Rwanda. Retour sur les contours de cette décision.



Air France relie le Gabon à plus de 990 destinations dans le monde entier

* avec KLM et notre réseau SkyTeam

provoqué une controverse au sein de la communauté francophone, d'autant plus qu'elle est intervenue à quelques jours du sommet de la Francophonie à Kinshasa, en République démocratique du Congo. « Je n'ai pas de problème avec ça. Mais, pourquoi l'annoncer maintenant ? Ce qui me gêne, c'est l'annonce (qui intervient) juste avant le (prochain) sommet de la Francophonie », a insisté Abdou Diouf, secrétaire général de la Francophonie. Même son de cloche au Québec, où Jean-François Lisée, ministre québécois des Relations internationales, a fait part de ses interrogations sur cette décision. « C'est un sujet d'inquiétude. Sans vouloir m'ingérer dans les affaires intérieures gabonaises, nous, nous avons beaucoup résisté à l'idée d'un bilinguisme officiel. Car quand il est officiel, il ne donne pas aux populations, à la culture et aux entreprises, le signal que la langue privilégiée est la langue française », a indiqué le ministre québécois.

Des ponts vers d'autres pays que la France

Résolument engagé dans la matérialisation de cet idéal, le chef de l'Etat gabonais s'est rendu à Kigali le 5 et le 6 octobre dernier, dans le cadre d'une visite de travail avec son homologue rwandais, le président Paul Kagame. A l'issue de son séjour, le président gabonais a notamment « minimisé » cette polémique. « Il y a des problèmes beaucoup plus graves aujourd'hui auxquels nous avons à faire face que de perdre notre temps à polémiquer sur une question comme celle-là qui est simplement ridicule. (...) En fin de compte, je qualifierais tout ceci de tempête dans un verre d'eau. Le Gabon est un Etat souverain et les décisions que prennent les responsables gabonais ne concernent que la population gabonaise. (...) J'ai toujours appris dans les écoles

françaises, puisque je n'ai été que dans des écoles françaises, où j'ai appris que l'enrichissement culturel et intellectuel était une bonne chose. Je suis surpris d'apprendre aujourd'hui le contraire », a tranché Ali Bongo. Si la démarche est louable, d'aucuns ont estimé que le timing de cette annonce traduit l'« ambition secrète » du président gabonais à couper un peu plus le cordon ombilical avec la France, partenaire historique du pays. Persuadé que, dans une économie mondialisée, le Gabon ne peut plus se cantonner à des relations avec son ancienne puissance coloniale, Ali Bongo, qui se plaît à parler anglais en public, a ainsi lancé de nombreux ponts vers Singapour, la Chine, l'Inde ou le Brésil.

Une chance supplémentaire pour les étudiants

Néanmoins, la démarche de la présidence gabonaise est davantage interprétée comme une volonté de mieux préparer le Gabonais à la mondialisation que comme une tentative de transformation à la rwandaise. Contrairement à nombre de ses voisins où seules les élites parlent la langue de Molière, le peuple s'exprimant dans des idiomes locaux, l'immense majorité des 1,5 million de Gabonais parle le français qui n'est pas simplement la langue de l'administration. « Le Gabon veut se développer et s'offrir les meilleures opportunités. Quand vous sortez de l'espace francophone, si vous ne savez pas l'anglais vous êtes quasiment handicapé. Il s'agit (...) de faire en sorte que les Gabonais soient armés et mieux armés. (...) Les scientifiques français font des publications en anglais (...) alors que les Africains sont devenus pratiquement les seuls à intervenir en français. Si les Français eux-mêmes vont vers l'anglais, pourquoi voudriez-vous que le Gabon se l'interdise », a souligné Alain-Claude Bilie By Nze. Pour le professeur Marcel Libama, encadreur pédagogique et secrétaire adjoint du syndicat de l'Education nationale, l'annonce du gouvernement est purement politique. Expert au sein de la commission ayant suscité l'introduction de l'anglais en primaire, le professeur est convaincu que le « français restera la langue officielle au Gabon, mais que la banalisation de l'apprentissage de l'anglais donnera plus de chance aux étudiants ».

L'anglais comme langue de travail

Vu sous cet angle, il ne s'agirait pas d'abandonner l'usage de la langue française mais de lui adjoindre celle de l'anglais, considérée à ce jour comme la deuxième langue la plus parlée au monde après le mandarin, en usage en Chine, qui compte plus d'un milliard de locuteurs. Placée en neuvième position, la langue française se présente, pour sa part, comme l'un des principaux liens entre les divers groupes linguistiques du Gabon, puis comme élément moteur de communication entre les Gabonais et le monde extérieur. Dans certains secteurs d'activités, le défaut de locuteurs anglais empêche notamment des embauches massives de personnels locaux. Le tourisme, principalement l'hôtellerie, en souffre cruellement alors que certains autres secteurs, comme celui du pétrole par exemple, ressentent cette insuffisance de façon mineure, car l'usage de l'anglais y est souvent exigé comme un des principaux critères d'embauche. Dès lors, l'on pourrait percevoir toute la valeur qui s'attache à l'usage de l'anglais comme langue de travail. L'anglais est désigné généralement comme la langue idéale du commerce et des sciences.

STEVIE MOUNOMBOU

Le coup de pouce de la Francophonie à Economie Gabon +

A pied d'œuvre pour développer son réseau de distribution et ses partenariats avec les acteurs de l'économie gabonaise, notre mensuel Economie Gabon + reçoit cette année le soutien de la Francophonie pour améliorer la qualité de nos installations et pérenniser le titre. Grâce au fond d'appui à la presse écrite mis en place par l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), Economie Gabon + va voir ses capacités informatiques renforcées et sécurisées. Au regard de l'importance de premier plan qu'occupe aujourd'hui la technologie informatique dans la réalisation d'un journal, nous avons choisi d'orienter nos besoins vers le renforcement des capacités informatiques, mais aussi la sécurisation des installations et des données traitées. Ainsi ce ne sont pas moins de six nouveaux postes informatiques, des ordinateurs, des disques de sauvegarde de données et la mise en place d'un réseau interne entre les différents services qui seront mis en place grâce à cette subvention.

Une volonté de soutenir la qualité et la pluralité de la presse

Depuis 1998, l'OIF a mis en œuvre ce fonds d'appui destiné aux entreprises de presse dont le siège est basé dans un pays du Sud membre de l'OIF, et qui désirent améliorer leur politique éditoriale, leur gestion managériale ou leur développe-

ment technologique. Le Fonds contribue à financer des actions de mise en réseau de la presse écrite francophone, de formation ou toutes formes d'action répondant à des besoins spécifiques exprimés par les entreprises. L'objectif est de contribuer au développement d'une presse pluraliste et de qualité dans les pays du Sud.

Pour présenter un projet dans le cadre de ce fonds, les formulaires et les modalités d'inscription sont disponibles sur le site Internet de l'OIF : www.francophonie.org. Les inscriptions sont ouvertes aux projets pour lesquels la participation minimale de l'entreprise s'élève à 30% du coût global. Ces inscriptions doivent être faites par les entreprises de presse d'un pays du Sud au plus tard à la date limite de chaque appel à projets. Le montant maximal de la contribution de l'OIF est plafonné à 30 000 euros par session et par publication.

Une commission de sélection composée de huit experts du secteur de la presse de différentes régions de la Francophonie se réunit une fois par an. Entre 1998 et 2010, près de 120 entreprises de presse basées dans 25 pays d'Afrique, des Caraïbes, d'Asie et d'Europe de l'Est ont reçu une subvention du Fonds, pour un montant total d'environ 3 millions d'euros.

JOHANN FREIXAS

Samedi 1er Décembre :

Whisky et Chocolat

Dégustation de Chivas Regal 12 ans et son mariage avec les saveurs du chocolat.
La Suite, quartier Louis, à partir de 19h
Infoline : 05 13 74 09

Mardi 4 Décembre :

Poker Tour

Tournois de Poker avec Chivas Regal 12 ans.
Entrée 100 000F, Casino Croisette, à partir de 19h
Infoline : 07 95 90 50

Vendredi 7 Décembre :

La richesse d'une maison d'histoire

Dégustation du flight Chivas 12 ans, 18 ans et 21 ans.
Au Lokua, à Glass, à partir de 18h.
Infoline : 06 83 51 83

Vendredi 14 Décembre :

Soyez Gentleman

Soirée des gentlemen avec Chivas Regal 12 ans.
Le Casting (Mbolo), à partir de 23h.
Infoline : 07 28 16 16

Samedi 15 Décembre :

Poker Tour

Tournois de Poker avec Chivas Regal 12 ans.
Entrée 100 000F, Casino Croisette, à partir de 19h
Infoline : 07 95 90 50

Jeudi 20 Décembre :

L'art de la dégustation

Découverte des différentes façons de déguster Chivas Regal 12 ans.
Le Bistro (montée Louis), à partir de 18h
Infoline : 06 44 45 46



CHIVAS
LIVE WITH CHIVALRY

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération



Nouveau 4x4 Tiguan

On vous aura prévenu, l'essayer c'est l'adopter... A découvrir chez votre concessionnaire Volkswagen : Gabon Spraint Auto.



Das Auto.

GABON SPRINT

Concessionnaire Volkswagen - Z.I. Oloumi (face au lycée) - Email: contact@gr-gsa.com - Tel: 77 54 61 / 06 19 26 30

Filière bois : une industrialisation qui peine à s'amorcer



Axe stratégique à fort potentiel en valeur ajoutée et emplois, l'industrialisation de la filière bois enregistre encore de nombreux freins à son développement. C'est ce qu'a révélé N'Sitou Mabiala, chef du Projet d'aménagement des petits permis forestiers gabonais (PAPFFG), à l'occasion d'une rencontre avec les partenaires occidentaux venus au Gabon pour soutenir les efforts de l'Etat dans ce secteur. « Il subsiste aujourd'hui des points critiques au niveau des industries de transformation du bois, quel que soit le segment d'activités considéré. On constate de nombreux problèmes techniques récurrents dans la première et surtout la deuxième transformation du bois », a souligné l'ingénieur des Eaux et Forêts, expliquant que c'est l'existence de ces points critiques ou difficultés qui est à l'origine du retard pris par le Gabon dans ce secteur. Selon lui, le premier point concerne le séchage du bois.

A ce niveau, il a estimé que les capacités sont inexistantes, insuffisantes ou mal gérées dans les structures industrielles, avec la présence de trop de rebuts et une très basse qualité du séchage. « Le second point est en

Initiée en 2010, l'industrialisation de la filière bois, un des piliers de la diversification de l'économie gabonaise, peine à atteindre sa vitesse de croisière. Capacités techniques insuffisantes et main-d'œuvre non formée seraient les principales difficultés de décollage de cette filière à forte valeur ajoutée.

rapport avec les rendements matière, avec la réduction, voire la raréfaction de matière première dans certaines entités suite aux difficultés d'approvisionnement », a-t-il poursuivi, évoquant également des problèmes liés à la productivité et à la gestion de la qualité dans les structures industrielles du bois.

De véritables difficultés dans la formation des personnels

Pour le décollage de l'industrie du bois, N'Sitou Mabiala souhaite que « le gouvernement et les opérateurs économiques prennent en compte dans leurs stratégies de nombreux facteurs, comme l'existence, la pérennité et

la compétitivité de la ressource, l'existence d'un marché multiple, l'existence d'une main-d'œuvre compétente et compétitive, la qualité et l'efficacité du management des opérateurs et la volonté politique d'inscrire l'industrialisation du bois dans une stratégie cohérente et surtout la capacité d'en assurer la mise en œuvre, sans oublier la formation des acteurs impliqués à tous les niveaux de la chaîne de l'industrie du bois ».

Les domaines de formation, selon l'expert, peuvent être classés en trois catégories avec la connaissance et la préparation du matériau bois, les métiers spécifiques à la deuxième transformation du bois et les mé-

tiers génériques des industries. Parmi ces métiers, figurent entre autres les opérateurs spécialisés conduisant les machines, les agents utiles à la conception et au développement des produits et les agents spécialisés dans le réglage et la maintenance des équipements ou outils de production. Le problème de la formation est particulièrement crucial dans le processus d'industrialisation de cette filière. 90% des agents rencontrés dans les industries ne sont pas formés, ce qui constitue un véritable handicap en termes de compétitivité économique.

Pour une industrialisation de la filière

Qu'à cela ne tienne, le secteur a enregistré une embellie entre 2009 et 2011, selon des chiffres communiqués en mai dernier par le ministère des Eaux et Forêts. Notamment l'augmentation de la part de la filière bois dans le PIB, qui est passée de 4,5% à 8% en deux ans ; l'augmentation de près de 40% du nombre d'usines de transformation du bois avec 114 usines de transformation contre 81 en 2009 ; la hausse de 83% du nombre d'emplois directs dans la filière bois, avec une évolution de 3 812 emplois directs en 2009 à 6 985 postes en 2011 ; une hausse de 30% du volume de grumes entrées usine, passant de 1 187 000 m³ en 2009 à 1 600 000 m³ en 2011. Décidée en Conseil des ministres du 5 novembre 2009, l'interdiction d'exportation des grumes qui a pris effet en janvier 2010, vise à valoriser la transformation locale du bois et à exporter des produits « made in Gabon » à plus forte valeur ajoutée, dans le cadre de l'émergence d'un « Gabon industriel » promis par le président Ali Bongo. Un sursis de deux ans a été accordé aux entreprises pour l'industrialisation de la filière avec l'obligation de transformer 60% de la production de grumes en 2010, 75% en 2011 et 80% en 2012.

HOPE MPOUNAH



CFAO
EQUIPEMENT

**MATÉRIEL BTP - MATÉRIEL AGRICOLE
MANUTENTION - ENERGIE
LOCATION - ASCENSEURS**

ET SI VOUS CHOISSIEZ D'ÊTRE MIEUX SERVI ?

Jean-Lié Massala, fondateur de Samtosa

L'esprit d'entreprise au service de l'innovation

Un bon vivant au franc-parler et à l'esprit d'entreprise, c'est ainsi qu'on pourrait décrire Jean-Lié Massala, fondateur de la société Samtosa, spécialisée dans l'édition de services à valeur ajoutée dans les télécommunications. Cet entrepreneur jouit d'un parcours impressionnant et très éclectique, mais toujours dominé par un credo : l'innovation au service de la réussite.

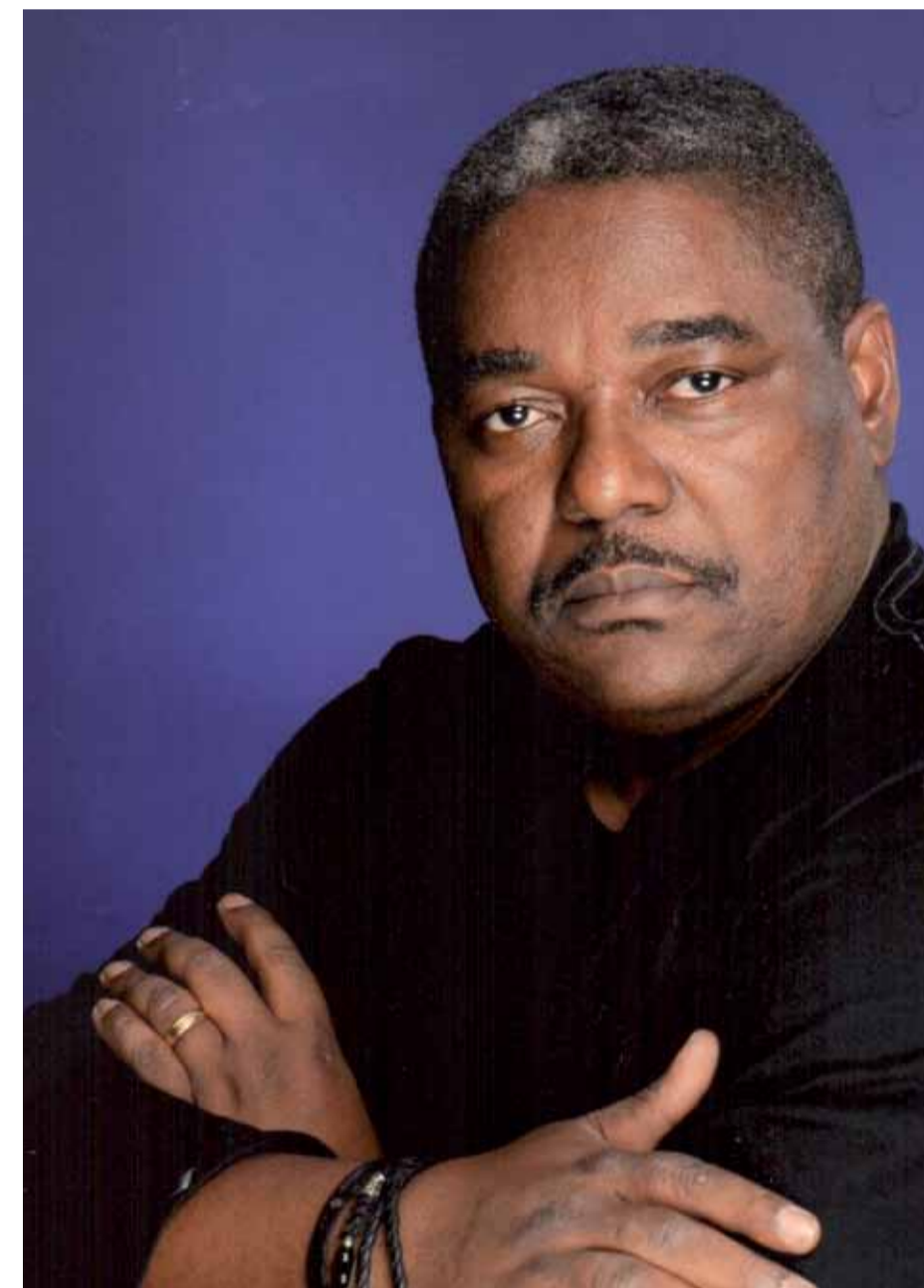
Né en 1961 dans une famille bourgeoise de Koula-Moutou, dans la province de l'Ogooué-Lolo, Jean-Lié Massala va se découvrir une véritable passion pour l'entrepreneuriat et l'innovation. Cette motivation, qui le mènera plus tard à embrasser des activités très variées, il la doit en partie à une expérience qui fut déterminante dans sa tendre enfance. A l'âge de cinq ans, il fit ses premiers pas scolaires chez sa grand-mère maternelle à Koula-Moutou. Quatre années enrichissantes, qui lui permirent de découvrir l'organisation sociale traditionnelle, d'en pratiquer les us et coutumes et, notamment, de découvrir ses racines. Il commente ce pan de sa vie avec émotion : « L'apprentissage dans la société traditionnelle est non seulement précoce mais rude, surtout pour un garçon ; ce séjour fut comme un parcours initiatique ; il est devenu, des années plus tard, mon ancrage à ma terre, mon attachement à mes coutumes et mon lien indéfectible à certaines de mes valeurs. C'est un terreau dans lequel je ne cesserai de puiser. »

Une rupture dès l'enfance

De retour à Libreville, il poursuit sa scolarité à l'école Urbaine, puis l'école Montfort. Ses parents qui souhaitent encourager ses résultats scolaires et l'éloigner des tumultes de la capitale décident de l'envoyer à l'internat au lycée d'Etat de Koula-Moutou. « C'est une période qui a été douloureuse, parce que nous étions liés avec mes amis de Libreville, c'était l'âge où nous commençons à sortir, à aller au cinéma, etc. Alors j'ai décidé, pour ne pas rester à l'internat, d'obtenir toute l'année les meilleurs résultats ! A l'issue donc d'une 6e brillante, c'est naturellement que j'ai demandé à mes parents de revenir à Libreville, conformément à nos arrangements. Mais ils ont refusé. J'ai alors contourné l'autorité parentale pour m'inscrire au lycée technique de Libreville que j'ai quitté en classe de seconde afin d'intégrer une filière générale pour passer mon baccalauréat », raconte-t-il.

Une première expérience réussie

Après l'obtention de son baccalauréat en filière économique et sociale, intéressé par l'économie et la diplomatie, il intègre l'université de Bordeaux en AES. Une expérience brève, de quelques semaines, puisqu'il se rend vite compte que l'université n'offre pas de perspectives assez concrètes pour ses ambitions futures. Il



intègre finalement l'Ecole de commerce (EDC) de Paris. « Mes amis et moi, nous avons une sorte de contrat tacite avec nos parents : comme nous avons toujours assuré dans nos études et obtenu de bons résultats, nous étions libres de nos choix d'orientation. »

Très tôt responsabilisé et libre de ses choix professionnels, ses projets sont légion. Au terme du cursus de l'EDC, avec une maîtrise en management, option Gestion financière, et un MBA plus tard en poche, Jean-Lié Massala découvre l'univers professionnel à partir de sa première expérience dans une agence de publicité, 8^e Média, à Paris.

C'est à cette époque qu'il rencontre des grands noms de la presse française, notamment Robert Lafont du magazine Entrepreneur, et Jean Pierre Nadir, qui a eu par la suite à diriger la rédaction de plusieurs grands titres français. C'est, associé à ces derniers, qu'il va créer sa première entreprise, Restauraphone. « Nous avons créé en 1987 la première entreprise en France de livraison de plats, à domicile ou au bureau, particulièrement des pizzas et des salades, sur le modèle de Domino's Pizza, qui faisait un tabac aux Etats-Unis. Le succès a été fulgurant et nous avons rencontré alors tous les grands de la res-

tauration en France. C'est à partir de notre expérience que Domino's Pizza est arrivé sur le marché français, puis ensuite les autres grandes enseignes internationales comme Pizza Hut, aujourd'hui leader sur ce segment. A l'époque, nous livrions des grands noms du show-biz, comme Jean-Loup Dabadie, Johnny Halliday ou Eddy Mitchell, mais aussi de prestigieuses enseignes comme Courrèges et d'autres, dont les patrons nous approchaient. » On découvre là une des plus grandes qualités de notre jeune entrepreneur, la capacité à identifier une demande, et à la satisfaire, si possible par l'innovation. « Ma démarche a toujours été de rechercher ce qui manque. Si vous partez de ce qui manque, vous êtes certains d'avoir des marchés et des niches à développer », explique Jean-Lié Massala.

Gagner n'est pas toujours indispensable...

Après une séparation douloureuse avec ses partenaires, écrasé par des financiers ambitieux qui se sont emparés du concept, Jean-Lié Massala crée avec une de ses connaissances une agence de marketing, ADM - Advanced Direct Marketing -, spécialisée dans le mailing. A cette époque, il vit une expérience professionnelle qui va beaucoup le marquer. « Nous avons eu un marché pour nous occuper de la communication de l'avocat du groupe Havas, maître Boccara, qui voulait devenir Bâtonnier de Paris. J'ai découvert à cette époque, en 1988, qu'il y avait 6 800 avocats à Paris. Après l'envoi de messages impersonnels à l'intégralité d'un fichier, nous adressions des mailings personnalisés à tous les avocats. Nous avons passé des nuits à personnaliser tous les courriers, et au moment où nous devions lancer les courriers, les PPT sont entrés en grève. Nous avons recruté en urgence, et au culot, des jeunes étudiants à la recherche de petits emplois. Notre client, pourtant arrivé en deuxième position, nous a félicité pour notre travail car nous étions parvenus à obtenir un taux de participation de 90% chez les avocats de Paris, un taux record et jamais atteint auparavant. Il savait que sa candidature appuyée par une campagne de communication crédible pourrait dévoter les avocats de leurs sièges en cuir ! Ainsi, il ne pensait pas parvenir à un tel score, et nous a vivement félicité pour la qualité de la campagne menée. Et j'ai donc appris de ce monsieur une leçon importante : on a pas besoin forcément de gagner, on a besoin de bouger l'ordre des choses. »

Air Gabon, un véritable gâchis

La société de marketing rencontre un franc succès et engrange alors d'importants bénéfices. « Le succès rend fou, il nous emballa, nous n'avions plus les pieds sur terre », confie-t-il. Mais il finit par se séparer de son associé, et se lance dans l'immobilier à Paris chez Sati, en 1988. Après quelques belles transactions, il est invité par un ami à faire un tour au

pays après de longues années ; ce qu'il fait en 1990, au moment de la Conférence nationale. Le climat politique est plutôt mouvementé à cette époque, il repart du Gabon. Mais convaincu des opportunités que recèle le Gabon, il décide d'y revenir, avec le capital hérité de ses activités dans l'immobilier, pour explorer plusieurs pistes d'investissement : l'orpaillage dans la région de Ndjolé, la pêche, la poissonnerie, l'épicerie, le conseil en financement de projets. Puis des experts européens d'Agrico, en négociation avec le groupe Elf, intéressés par le développement agricole du Gabon, repèrent son profil. La réalisation et la gestion du projet de la « ceinture verte » maraîchère lui est confiée, et c'est ainsi qu'est lancé l'Institut gabonais d'appui au développement (Igad).

Au terme du projet, CFR, l'entreprise qu'il a créée avec le concours de l'Igad et la CFD (aujourd'hui AFD – Agence française de Développement) est qualifiée pour une activité nouvelle dans l'aviation commerciale, la sous-traitance de l'activité du personnel navigant commercial au sein de la compagnie aérienne Air Gabon. Il travaille dans l'aviation pendant cinq ans dans ce qui est considéré à l'époque par les spécialistes de l'activité aérienne commerciale comme une innovation venue du Sud. « Une expérience unique qui pouvait devenir un cas d'école mais pervertie et devenue pénible. Chacun était savant, le bagagiste, les employés de tous acabit, les pilotes, sans parler de l'arrogance des consultants expatriés et des dirigeants, avec des pratiques insoutenables d'un autre âge, totalement ahurissantes. Tout cela ne pouvait qu'amener Air Gabon à une cessation d'activités... alors que paradoxalement la qualité du service à bord des avions était une des meilleures des compagnies africaines. L'innovation a tourné au pire des échecs dans un climat de confusion qui annihilait tous les bénéfices que l'on pouvait tirer de cette expérience unique », se souvient-il.

Après un cuisant échec dans le lancement d'une entreprise de sécurité, où il pâtit de manœuvres discriminatoires qui font chuter son entreprise avec fracas, des propositions tous azimuts, tant politiques qu'économiques lui sont formulées mais là encore, il se heurte à des résistances. Eu égard à son CV riche et diversifié, il est alors appelé chez Libertis en qualité de conseiller du président directeur général. « Cette expérience m'a permis de mettre en application des notions héritées de mon parcours professionnel et académique », explique-t-il. Il est alors chargé des questions économiques et concurrentielles, « mais là encore les "gabonitides" étaient fortes, alors que le marché de la téléphonie mobile ouvrait des perspectives nouvelles et d'innombrables innovations ».

Un développement de services innovants

Epié par la concurrence, il intègre Celtel, déjà opérateur leader du marché en 2006, qui lui offre un contrat attractif. Il est alors chargé de l'interconnexion, de la régulation, des relations avec les autorités, en charge des négociations de la nouvelle licence de l'opérateur. Cette nouvelle expérience professionnelle est sûrement celle qui orientera définitivement cet entrepreneur intrépide vers ses activités actuelles, celles des services à valeur ajoutée dans les télécommunications. « Nous arrivions à l'époque à un palier important : le million d'abonnés allait être atteint. Il se posait alors la question des marges de progression du marché, compte tenu de la taille de la population gabonaise. Redéfinir la stratégie du marché des services en téléphonie passait irrémédiablement par les services à valeur ajoutée, dans le contexte de l'économie numérique,

que, fer de lance de l'économie du XXI^e siècle. »

A cette époque, Jean-Lié Massala a déjà créé Samtosa, spécialisée dans l'édition de services à valeur ajoutée dans les télécommunications, mais elle est en sommeil ; elle ne fonctionne pas encore réellement. C'est quand il quitte Celtel, devenu Zain, en 2009, puis Airtel plus tard, qu'il se lance de plain-pied dans les SAV. Il développe alors, au sein de Samtosa, de nombreux services encore inédits au Gabon, notamment dans l'e-mailing,

le push voice, le dictionnaire par SMS, les catalogues électroniques, l'édition électronique du nouvel annuaire officiel des abonnés du téléphone fixe et mobile, les services vocaux interactifs, etc. Des banques, des compagnies d'assurances, des agences de communication et l'Etat convoitent déjà ses prestations.

Actuellement Samtosa développe des services innovants qui ouvriront certainement de formidables niches dans les domaines du marketing, de la communication, de la téléphonie... Notre entrepreneur électri-

que semble donc aujourd'hui avoir trouvé le secteur dans lequel il pourra le mieux « rechercher ce qui manque » : les télécommunications. C'est certainement à cela que ressemble la carrière de Jean-Lié Massala, un parcours éclectique et inattendu, sur fond d'innovation.

JOHANN FREIXAS

moovGmail SMS
Envoie des SMS gratuits à tes contacts Moov. **no limit**

Avec le nouveau service «SMS par GMAIL» de Moov, tu peux envoyer des SMS gratuitement vers tes contacts MOOV, à partir de n'importe quel compte GMAIL ! Profites-en pour rester en contact avec tes amis !

J'ENVOYER DES SMS GRATUITS AVEC GMAIL

www.moov.ga Service Client : 4443 ou 4445

groupe **etisalat**

Télécoms

Cap sur les services à valeur ajoutée

En dix ans, le secteur des télécoms au Gabon n'a cessé de se développer. Si le pays est encore loin d'afficher les résultats auxquels les entrepreneurs espèrent parvenir, le potentiel de ce secteur laisse présager un levier de développement économique promis à un avenir dynamique au Gabon.

Dès 1999, le marché des télécoms a connu une expansion sans précédent au Gabon avec la libéralisation du secteur ; le gouvernement a alors accordé trois licences de téléphonie mobile et mis en place une autorité de régulation indépendante. L'opérateur historique, Gabon Télécom, a été privatisé en 2007 après que Maroc Télécom, contrôlé par Vivendi, y a acquis une participation majoritaire. Avec cette concurrence entre ses trois fournisseurs de services (Zain, ex-Celtel, maintenant Bharti Airtel, Libertis Gabon et Etisalat, devenu Moov) le Gabon est devenu en 2008 l'un des premiers pays d'Afrique à dépasser 100% de pénétration du marché mobile.

Des opérateurs concurrentiels et actifs

Dans le même temps, les opérateurs de réseaux ont maintenu un revenu moyen par utilisateur beaucoup plus élevé que leurs homologues de la région. En 2009, l'opé-

rateur saoudien Bintel basé à Bahreïn – et qui exploitait déjà des réseaux de téléphonie mobile en République Centrafricaine –, a lancé ses activités au Gabon sous la marque Azur : il tablait sur 35% du marché en dix ans ; tandis que Libertis détenait environ 34,5% du marché mobile, couvrant environ une trentaine de localités. Quant à l'opérateur Moov, avec environ 9% du marché, il a été le premier opérateur à avoir proposé les abonnements post-payés, qui génèrent environ 26% de son chiffre d'affaires. Présent dans 17 localités à travers les 9 provinces du pays, Airtel couvre pour sa part environ 85% du territoire et comptait quelque 850 000 abonnés en mars 2012, soit plus de 50% des parts de marché. L'entrée d'un quatrième réseau dans ce marché presque saturé en 2009 a déclenché une guerre des prix qui a vu les revenus et les bénéfices sensiblement diminués, obligeant les opérateurs à rationaliser leurs opérations et à chercher de nouvelles sources de revenus.

Le mobile banking favorise l'essor de l'économie locale

Avec plus d'un an de retard, une licence pour offrir des services 3G haut débit mobile a finalement été attribuée à la fin 2011 au leader de la téléphonie mobile au Gabon. La 3G, qui signifie « troisième génération », désigne une norme techno-

logique de téléphonie mobile bien plus rapide que la génération précédente (Edge). Elle offre une connexion Internet nomade et rapide permettant de surfer partout, de regarder la télévision sur son téléphone, de voir son correspondant quand on l'appelle, de transmettre de la vidéo ou de faire de la visioconférence avec un téléphone mobile, etc. Des négociations sont en cours pour que cette technologie soit accessible à l'ensemble des opérateurs. L'autre grande innovation enregistrée par le secteur est l'arrivée cette année du « mobile banking », considéré comme un « levier d'inclusion en Afrique subsaharienne » par l'Economist Intelligence Unit (EIU). Permettant d'effectuer des transactions financières depuis son téléphone portable, cette solution aide





également à booster le faible taux de bancarisation au Gabon, compris en 5 et 10% pour une population d'environ 1,5 million d'habitants. Une innovation qui pourrait participer à l'essor de l'économie locale comme en Zambie, où 2% du produit intérieur brut (PIB) aurait transité par le même type de service en 2006. D'autant plus que les estimations font état d'un taux de pénétration de 136% dans le segment du mobile... à la fin 2012. Comme pour la 3G, Airtel Gabon semble avoir un coup d'avance sur la concurrence, mais le secteur offre encore de belles perspectives de développement, à condition de trouver le bon produit. A contrario, le marché de la téléphonie fixe et Internet/large bande n'a pas connu une croissance aussi « insolente » que celle du mobile, avec à la clé des prix d'accès encore prohibitifs.

Le câblage : une connexion porteuse
Avec 40 000 téléphones fixes déployés dans le pays et 55 000 abonnés Internet, soit 5% de la population, ce segment a longtemps souffert d'un manque de concurrence « coriace ». Ce qui est toujours le cas dans une certaine mesure puisque Gabon Télécom, premier fournisseur d'accès à Internet, demeure l'unique opérateur de téléphonie

filaire au Gabon. Le pays a toujours eu suffisamment de bande passante internationale sur le câble sous-marin à fibre optique SAT-3, monopolisée par Gabon Télécom. Mais face à la menace des fournisseurs d'accès à Internet wifi-wimax et satellite, l'opérateur historique a revu sa copie et s'est résolument inscrit dans « l'accompagnement du développement du Gabon » en réduisant considérablement ses offres d'accès Internet de 25 à 30%. Gabon Télécom prévoit un certain nombre d'investissements afin de devenir le principal moteur de développement dans le secteur des télécommunications. Notamment le taux de couverture (90%) qui résultera de la densification du réseau à travers l'installation de 120 nouvelles antennes relais sur l'étendue du territoire national. L'opérateur prévoit également un renforcement de son offre ADSL à l'intérieur du pays. En effet, disponible jusque-là à Libreville, Franceville, Oyem, Tchibanga, Gamba et Moanda, cette offre Internet sera étendue dans les chefs-lieux de l'Ogooué-Ivindo et de l'Ogooué-Lolo, précisément à Makokou et à Koula-Moutou. Parallèlement, les regards sont maintenant tournés vers la connexion du Gabon au câble Africa Coast to Europe (ACE), un câble

sous-marin à fibre optique censé booster les capacités africaines. La mise en exploitation du câble ACE est prévue pour la fin de l'année 2012 et devrait permettre de multiplier par 3 la connectivité internationale du Gabon, en la faisant passer en moyenne de 1,2 à 4,9 Gbits/s.

Le nouveau hub de l'Afrique centrale
Au vu de la croissance gabonaise, de réelles opportunités restent à saisir. En plus de la privatisation des télécoms du Gabon et du développement rapide du marché de la téléphonie mobile, la libéralisation du secteur, résultant de la baisse des restrictions du marché des télécoms, positionne le Gabon en véritable hub technologique en Afrique

centrale grâce aux services Internet à haute vitesse, à la qualité et à la facilité d'accès aux télécommunications et l'interconnexion des réseaux nationaux, à des activités de services reliées aux nouvelles technologies d'information et de communication au niveau national et transnational et à la construction d'un centre d'apprentissage pour ces nouvelles technologies. Autant d'éléments qui devraient constituer un levier de croissance intéressant pour le pays qui ambitionne d'occuper les premières places de l'économie numérique africaine à l'horizon 2016.

STEVIE MOUNOMBOU

Entretien avec Alain Kiendrebeogo, directeur de la société Sahelys

« L'enjeu sera de faire du téléphone mobile un vecteur de développement »



Le développement des services connexes à la téléphonie mobile génère bien sûr une activité de sous-traitance des plates-formes techniques et de la gestion des contenus. Mais cela favorise également l'émergence de nouveaux usages du téléphone mobile. Rencontre avec Alain Kiendrebeogo, directeur de la société Sahelys, spécialisée dans l'architecture réseau et les nouvelles technologies.

A quel stade de développement le marché actuel des télécommunications, et en particulier celui de la téléphonie mobile, se trouve-t-il ?
Comme partout en Afrique, le marché de la téléphonie au Gabon a été marqué par une forte croissance dès les premières années : avec plus de 93%, le taux de pénétration de la téléphonie mobile au Gabon est l'un des plus importants d'Afrique. Cependant, il faut noter qu'avec 4 opérateurs de téléphonie pour moins de deux millions de clients potentiels, le faste des premières années est en train de se dissiper. La consommation des services de base que sont la voix et le SMS stagne tandis que la concurrence fait rage et que la tendance est à la baisse des prix. Face à cette situation de quasi-saturation, le marché est en train d'amorcer un



tournant. Cela consiste pour les opérateurs à offrir de nouveaux services au-delà des services de base. Ces services sont communément appelés services à valeur ajoutée.
Pouvez-vous nous présenter votre société, les services que vous proposez aux entreprises ?
Sahelys est une société de services et d'ingénierie informatique créée depuis 2006. Nos effectifs comprennent 8 collaborateurs permanents et des consultants de très haut niveau spécialisés dans divers domaines informatiques. Nos services sont essentiellement l'archivage et la gestion électronique de documents, le développement de logiciels, l'administration système et réseau, les services à valeur ajoutée. Ces derniers recèlent un véritable potentiel. Dès 2008, nous

Sovingab | Les vins du Gabon

De la Finesse et du Goût pour vos fêtes de fin d'année.

Contactez-nous au 04 22 90 49 / 07 37 09 00 Pour vos commandes

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Photos non contractuelles

Maroc Télécom à vendre



D'après le *Financial Times*, Vivendi aurait engagé des discussions avec deux groupes bancaires pour vendre ses parts dans Maroc Télécom. Le conglomérat français cherche à se recentrer sur son activité média. Le groupe aurait engagé des discussions avec Lazard et Crédit agricole pour vendre ses 53% de Maroc Télécom. Selon le quotidien britannique, la valorisation de l'entreprise marocaine avait atteint plus de 4 milliards d'euros sur les marchés financiers dans la semaine du 1er au 7 octobre. Parmi les candidats potentiels au rachat du premier opérateur téléphonique national, ce sont le groupe émirati Etisalat et qatari Q.Tel qui seraient, a priori, les mieux placés pour son acquisition. Selon plusieurs analystes proches du dossier, la cession de Maroc Télécom était pourtant considérée comme un dossier sensible sur les plans économiques et politiques. Sur le plan économique d'abord parce que la filiale du conglomérat français pèse lourd et qu'elle détient des participations majoritaires dans des opérateurs régionaux en Mauritanie, au Gabon, au Burkina Faso, et au Mali. Sur le plan politique ensuite, du fait de la position géopolitique de premier ordre qu'occupe le Maroc au Maghreb ; une position qui assurait une tête de pont continentale à Vivendi et qu'elle risque de perdre avec l'éviction de Maroc Télécom de son portefeuille d'actifs. Obligé de se désendetter, Vivendi est en effet contrainte de céder ses actifs pour soulager les 12 milliards d'euros de dettes qui plombent ses finances. Si pendant longtemps l'hypothèse d'une scission du holding en deux pôles distincts a été envisagée (un pôle télécommunication d'un côté, un pôle média de l'autre), il semblerait qu'aujourd'hui la direction de Vivendi ait finalement choisi d'abandonner définitivement les télécoms pour mieux se recentrer sur l'activité média du groupe. L'annonce de la mise en vente de Maroc Télécom et de la brésilienne GVT, sur laquelle les banques Deutsche Bank et Rothschild ont été mandatées, va dans ce sens. La compagnie marocaine aura donc beau se faire la belle en coupant ses effectifs ou en pomponnant ses résultats financiers semestriels, elle n'aura hélas pas réussi à empêcher le couperet du divorce de tomber.

S. M.

avons mis en place une plateforme SMS et vocale qui est utilisée aujourd'hui par certaines sociétés d'assurance. Cette année a constitué un tournant pour nous. Nous avons commencé le développement d'applications pour tablettes et smartphones. Nous venons à cet effet de finir un projet pour Nestlé en partenariat avec Airtel. Aujourd'hui, nous sommes en mesure de développer des outils sur mesure pour n'importe quel secteur (privé, public et parapublic).



Qu'appelle-t-on les « services à valeur ajoutée » dans la téléphonie mobile ?

Ils font référence à tous les services proposés par les opérateurs de téléphonie au-delà des services de base que sont les appels et les SMS. L'abonné se sert du réseau téléphonique pour bénéficier d'autres services. Sans être exhaustif, on peut citer les services d'accès à des informations thématiques ou généralistes (actualités, voyage, annuaire, santé, emploi, sport, etc.), les services d'activation ou de téléchargement de contenu (musique, images, vidéos, etc.), les services de mobile banking (paiement électronique, transfert d'argent, porte-monnaie électronique, etc.), les services d'accès à des données et à Internet, les jeux.

Quel est le modèle économique qui sous-tend ces services ?

Très souvent, l'accès à un service se fait grâce à un SMS ou à un appel surfacturé sur un numéro court. L'appel ou le SMS peuvent être facturés parfois plus de 10 fois leur prix. Il faut noter que plusieurs acteurs gravitent dans le microcosme des services à valeur ajoutée : les opérateurs de téléphonie eux-mêmes dont le réseau est indispensable, les fournisseurs qui mettent en place les plateformes d'accès aux services en partenariat avec les opérateurs (dans la plupart des pays, ces derniers doivent bénéficier d'une licence spécifique), les fournisseurs de contenus qui alimentent les plateformes avec les informations et le contenu propre à leur spécialité. La plupart du temps, ces acteurs collaborent selon un modèle de partage des revenus.

Quels sont les services susceptibles de se développer au Gabon avec l'arrivée de la téléphonie de troisième génération (3G) ?

L'arrivée de la 3G va indéniablement améliorer le confort d'utilisation des services de base de la téléphonie que sont les appels et les SMS. Nous verrons probablement l'essor de services comme la visioconférence et les MMS. Au-delà, l'accroissement de la bande passante permettra des échanges de données plus importants d'autant plus qu'il y a une forte pénétration des smartphones et des tablettes.

Il s'en suivra un usage plus important des réseaux sociaux via les téléphones. Cependant, l'Afrique d'une manière générale, et le Gabon en particulier, gagneraient à profiter de ce formidable potentiel pour imaginer et développer des services dans des domaines stratégiques comme l'éducation, la santé, la sécurité, ou encore ce qu'on appelle la « e-administration ». L'enjeu sera de faire de la téléphonie mobile plus que par le passé, un vecteur de développement.

PROPOS RECUEILLIS PAR JOHANN FREIXAS

Entretien avec Mohamadou Konkobo, de Moov Gabon

« Nous entendons bien talonner le leader »

Les services à valeur ajoutée restent une valeur d'avenir. Mohamadou Konkobo, directeur Marketing et Clientèle chez Moov Gabon, revient sur l'avenir du secteur des télécommunications au Gabon et l'importance de l'innovation et du dynamisme pour créer de nouvelles marges de croissance dans le secteur.



Quelle est l'état actuel du secteur de la téléphonie mobile au Gabon ? Comment se porte Moov Gabon ?

Le secteur des télécommunications au Gabon est en plein développement, d'où la présence de quatre opérateurs dans le pays, dont Moov Gabon. Acteur majeur du secteur, nous occupons jusqu'à l'année passée la troisième place en termes de parc d'abonnés sur le territoire national. Actuellement, fort d'une politique de croissance tant sur le plan de l'innovation technologique que du leadership dans le management, nous pouvons affirmer une place de bon challenger sur l'échiquier du paysage de la téléphonie au Gabon. Nous bénéficions d'une forte croissance depuis ces deux dernières années, avec notamment un regain au niveau du nombre d'abonnés.

Cette hausse est le résultat de notre stratégie et des différentes offres et services à valeur ajoutée que nous avons proposés, ainsi que de la qualité du réseau, principalement dans les grandes villes du pays. Nous avons également mis l'accent sur la marque à travers des actions sociales, ce qui nous a permis de redynamiser notre image et de sortir de la période de flottement dans laquelle nous étions depuis quelques années. Le Groupe Etisalat, notre maison-mère, a décidé d'investir au Gabon, pays considéré comme un pôle de croissance. Dans cette optique, un nouveau staff managérial a pris les commandes depuis moins de deux ans pour insuffler une nouvelle dynamique. Le marché de la téléphonie mobile est en plein essor,

il ne laissera probablement pas la place pour 4 opérateurs et nous entendons bien talonner le leader.

Avec déjà plus de deux millions d'abonnés pour un peu moins d'1,5 million d'habitants, quelles sont les marges de croissance du secteur au Gabon ?

L'opérateur qui se démarquera dans les services à valeur ajoutée, dans la qualité des offres ou encore la qualité de réseau, fera la différence. Ce qui est notre cas aujourd'hui. Nous avons en effet pu, ces deux dernières années, accentuer notre stratégie sur la diversification et la segmentation des offres ainsi que l'amélioration de la qualité de réseau. Cette stratégie nous a permis d'atteindre à cette date une croissance à deux chiffres, aussi bien en termes d'abonnés que de revenus. Pour revenir sur les services à valeur ajoutée, ils s'étendent à toutes les offres différentes des services voix traditionnels. Nous pouvons ainsi citer les SMS, les offres sur les sonneries, les forfaits BlackBerry, l'Internet mobile, etc.

A ce titre, et c'est une exclusivité, Moov

Gabon vient de lancer un service appelé « MoovGmail SMS », qui permettra à chacun de nos abonnés d'envoyer des SMS gratuits sur le réseau Moov à partir de son compte Gmail. C'est une première au Gabon ! Il s'agit donc d'une offre qui touche aussi bien les jeunes, le grand public, que les professionnels.

Quelle est la place des services à valeur ajoutée dans les perspectives de croissance au Gabon ?

Les services à valeur ajoutée sont en constante progression, bien que ne représentant pour l'instant qu'environ 5% du chiffre d'affaires des opérateurs. Ces nouveaux services à valeur ajoutée seront exploités à leur maximum avec la technologie de l'Internet à haut débit, à laquelle Moov Gabon s'intéresse de très près. Cette technologie permettra une nette amélioration des confort d'utilisation de l'Internet mobile, notamment la vitesse et la fluidité des téléchargements des fichiers et la navigation. On pourra regarder la télévision depuis son smartphone ou encore appeler son correspondant en visioconférence. Cette révolution permettra même aux opérateurs de téléphonie mobile d'être complémentaires avec les fournisseurs d'accès traditionnels, à des coûts très compétitifs.

Pour résumer, les services à valeur ajoutée représentent une source de croissance potentielle pour les opérateurs, mais la voix demeure encore la principale source de revenu. Donc les parts de marchés à conquérir le seront par la capacité de chaque opérateur à être innovant et dynamique.

Pour finir, pouvez-vous nous présenter vos services et les avantages que vous proposez à vos abonnés ?

Notre plus-value, c'est indéniablement la qualité de nos produits. Nous avons par exemple mis en place 3 forfaits Internet déclinés en jour, semaine et mois. Avec 500 francs CFA, vous bénéficiez de 10 Mo pour la journée. Nous avons également lancé le « Ring Back Tone » qui permet de faire écouter à celui qui tente de vous joindre une sonnerie d'attente de votre choix. C'est un service très accessible qui ne coûte que 200 francs CFA. Les offres Internet déclinées sur les BlackBerry rencontrent

également un franc succès : désormais, vous pouvez vous connecter en illimité, avoir accès à vos comptes e-mail, Facebook, BBM à 690 FCFA seulement par jour. Actuellement, pour rappel, Moov vient de lancer le service « MoovGmail SMS » qui est une exclusivité au Gabon, et nous réservons à nos clients de nombreuses surprises pour cette fin d'année.

Entretien avec Samuel Essame Bangue, responsable des ventes et services client chez Azur Gabon

« De plus en plus de clients nous font confiance »

Alors que le pré-paiement a presque disparu dans la plupart des pays industrialisés, il semble encore très solidement ancré sur le continent, et notamment au Gabon. Samuel Essame Bangue revient pour nous sur les raisons de la nette prédominance des cartes de recharge, et esquisse l'avenir de la solution post-payé au Gabon.

Pouvez-vous nous présenter vos offres en post-payé ?

Notre offre répond aux attentes des clients qui veulent maîtriser leur budget sans limiter leurs communications grâce à une tarification très avantageuse. Elle concerne aussi les groupes fermés d'utilisateurs (GFU), solution qui permet aux membres d'une société de communiquer entre eux en illimité. Notons également que des remises sur volume sont accordées aux clients.

La solution post-payé est soumise à des conditions spécifiques et à un engagement de douze mois. Elle nécessite en outre le versement d'une caution, qui est fonction du seuil de communication choisi. Elle permet d'avoir accès à un service personnalisé de suivi de la qualité de service, avec des commerciaux dédiés et professionnels. En termes d'innovation sur le marché, nos clients bénéficient en plus d'une gamme élargie de services à valeur ajoutée tels que le suivi en temps réel de l'évolution de leur consommation, la possibilité de repousser le plafond de consommation à tout moment en rechargeant son numéro avec les cartes à gratter ou Azur facile, la recharge électronique, la conférence téléphonique, ou encore le roaming. A en croire les retours de nos clients, notre offre répond à leurs besoins.

Que représente la part du post-payé dans votre activité ?

Dans les pays africains, le post-payé représente généralement moins de 10% du

revenu mensuel des opérateurs. Mais de plus en plus de clients nous font confiance sur la base de la qualité de notre réseau, qui a récemment été reconnue par le régulateur, l'accessibilité de nos tarifs qui permettent une meilleure maîtrise des dépenses de communication, et la qualité de nos services.

Selon vous, pourquoi les offres en post-payé ne se sont-elles pas démocratisées comme dans la plupart des pays occidentaux ?

La première raison est culturelle : dans les pays occidentaux, les populations ont une culture du budget et de la rigueur dans la dépense. En Afrique, les populations fonctionnent plus à l'acte. Il y a aussi un problème de confidentialité des données : dans les pays africains, la tendance est à ne pas dévoiler ses informations. Et comme vous le savez avec le post-payé, il y a une liste de documents à produire et des factures à mettre à disposition. Chez azur, nous avons levé partiellement ce frein en simplifiant au maximum les conditions d'entrée. Il y a enfin la faiblesse des moyens de paiement : le paiement des factures se fait aujourd'hui soit dans les points de vente des opérateurs soit dans les banques. Ces points de paiement n'existent pas dans toutes les villes. En outre, l'absence des plans d'adressage des villes ne permet pas d'envoyer les factures, et le faible taux de pénétration des NTIC, donc des adresses mail, ne permet pas la distribution des factures via Internet.



Avec l'amélioration continue du taux de bancarisation des populations, comment peut-on envisager l'essor de cette formule dans les prochaines années au Gabon ?

Il est évident que l'amélioration du taux de bancarisation aura un impact positif sur l'accroissement du post-payé, mais dans une très faible proportion. Il faudra met-

tre en place une étroite collaboration entre les banques et les opérateurs de téléphonie pour faire émerger des solutions qui vont tirer toute l'économie du pays vers le haut, comme le mobile banking et les prélèvements automatiques.

Si nous voulons développer nos économies, il n'est plus possible de voir les secteurs performer en « solo » : l'heure est

PRESENTATION	PRODUITS ET SERVICES	PROJET EN COURS EN 2012 :
<p>Premier opérateur VSAT en zone CEMAC avec plus de 500 sites actifs, IG Telecom a commencé son expansion régionale en suivant quatre objectifs :</p> <ol style="list-style-type: none"> Offrir des solutions à travers des services à forte valeur ajoutée accessible à faible coût, Etendre notre clientèle à travers l'Afrique de l'Ouest et du Centre, Consolider nos collaborations à travers le meilleur équipement VSAT et un service fournisseurs de qualité, Constamment améliorer la qualité de nos services. 	<ul style="list-style-type: none"> Réseau VSAT privé Accès Internet dédié et partagé (C and Ku Bands) Connexion sans fil d'un poste vers un ou plusieurs postes VOIP Système GPS <p>Principaux clients : Gouvernements et grandes entreprises</p>	<p>Développement d'une offre VSAT "Triple Play" Internet + Canal TV bouquet + VOIP, destinées aux zones rurales subsahariennes.</p>
<p>HISTORIQUE De 1996 à 2011</p> <ul style="list-style-type: none"> Introduction de nos offres Internet au Gabon à travers Internet Gabon, premier fournisseur d'accès Internet du pays depuis 1996, Première licence de transfert de données au Gabon (License n°000518), Plus de 500 sites VSAT installés, Consolidation de toutes les opérations VSAT sous une plateforme unique iDirect, 	<p>CONTACTS :</p> <p>Libreville BP 826 Tél : (241) 01.72.97.97 Hotline : 05.30.70.56 Fax : (241) 01.72.10.60</p> <p>Port Gentil BP 745 Tél : (241) 01.56.01.75 Fax : (241) 01.56.01.76</p> <p>Email : info@igtelecom.net www.igtelecom.net</p>	

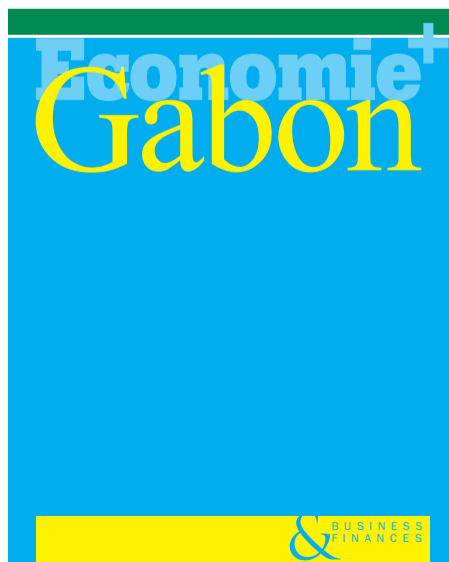


aux partenariats entre les entreprises des secteurs différents, comme par exemple banque et télécommunication.

Comment et sur quels segments envisagez-vous le développement dans les cinq prochaines années du secteur des télécommunications au Gabon ?

Le développement de l'économie en général et du secteur des télécommunications en particulier connaîtra un coup d'accélération avec l'utilisation de la fibre optique. Grâce à Internet, les distances vont se réduire et les clients pourront avoir la possibilité d'exécuter plusieurs opérations (paiement, consultation, achat, etc.) partout où ils se trouvent. Le mobile doit rester un moyen de communication et devenir un moyen pour effectuer les opérations : bancaires, informationnelles, transactionnelles, etc. Nous savons que les comportements des clients changent. Nous allons, à partir de la segmentation, répondre aux besoins des différents clients en mettant toujours sur le marché des offres adaptées. Pour nous, l'avenir de la téléphonie ne se trouve pas dans la multiplication des « double crédit » mais à la mise sur le marché des offres et services qui satisfont les attentes des clients.

De façon générale, dans cinq ans, le secteur des télécommunications devrait tirer l'économie du pays vers le haut avec le développement de l'activité des centres d'appels ; l'accroissement des activités et entreprises locales qui gravitent autour des opérateurs de télécommunications (distributeurs de recharges téléphoniques, entreprises de réalisation de travaux de réseaux, agences de communication, etc.) ; l'amélioration des performances des entreprises en général ou encore la pénétration des télécommunications dans les sciences et la culture (transmission des sons, image, etc.). Ainsi, dans cinq ans, le secteur des télécommunications jouera son rôle de moteur de développement de l'économie.



Entretien avec Charles Boukinda, directeur de Airtel Money au Gabon

« Notre objectif : que tous les Gabonais puissent utiliser le **mobile banking** »



L'extraordinaire percée de la téléphonie mobile en Afrique a rendu accessibles à la plus grande partie de la population les services bancaires, jusque-là circonscrits aux grands centres urbains. Rencontre avec Charles Boukinda, d'Airtel Money, premier service de mobile banking du pays lancé début 2012.

Pouvez-vous nous présenter le service Airtel Money ?

Sur cette plate-forme de transactions financières, on peut greffer différents types de produits : pour effectuer des paiements à distance, des transferts d'argent... On peut faire du commerce, des transactions financières, mais à partir du téléphone mobile, sans aucune nécessité d'avoir un compte bancaire. Concernant le fonctionnement de ce service, il faut bien comprendre que le compte de crédit de communication n'a rien à voir avec le compte Airtel Money. Ce dernier contient de la valeur financière, de l'argent réel, tandis que le compte de crédit de communication contient du temps de communication.

Comment ce service fonctionne-t-il ?

Comme un compte bancaire, ou comme un porte-monnaie électronique. C'est de l'argent que je transforme en argent électronique, et dont je peux ensuite me servir pour effectuer toutes sortes de transactions (transfert d'argent, virements sur un compte bancaire) ou d'achats (règlement de produits ou de prestations sur place ou à distance). Il

ya deux moyens de recharger son compte Airtel Money. Le premier est de se rendre sur un point agréé Airtel Money, de donner de l'argent liquide en demandant d'être approvisionné, et il vous suffit de donner votre numéro de téléphone portable auquel vote compte Airtel Money est rattaché. Le second moyen, c'est l'intégration réalisée avec la banque sponsor qui est BGFI. Cela permet au client Airtel Money de choisir de rattacher son compte bancaire à son compte Airtel Money, afin de pouvoir transférer de l'argent de son compte bancaire pour approvisionner son compte Airtel Money, ou l'inverse. Le client réalise lui-même ces transactions depuis son téléphone, via une application que nous avons développées. Nous sommes également en train de nouer des partenariats avec des groupes internationaux de transferts d'argent, comme Western Union, pour rendre ce service accessible à l'international. En revanche, les souscripteurs à ce service international devront continuer à payer les taxes de Western Union sur les transferts réalisés, mais ils gagnent la possibilité de faire leur transfert d'où qu'ils soient depuis leurs téléphones mobiles.

Quelles sont les garanties de sécurité pour ces transactions financières via un téléphone mobile ?

Le mobile banking est une activité d'émission de monnaie électronique. C'est donc une activité qui est contrôlée par les banques centrales dans chaque région. Cette activité est soumise à une autorisation de la banque centrale, qui analyse le risque client, la fiabilité de la plate-forme, le mode opératoire, ou encore la gestion des incidents de paiement, et si l'ensemble des critères est satisfaisant, elle vous donne l'autorisation d'exercer cette activité.

Ces garanties sont-elles respectées au Gabon ?

La première étape pour la mise en place de cette solution a été de trouver une banque partenaire, car il s'agit d'un métier qui ne relève pas de notre compétence de base d'opérateur de téléphonie mobile. La banque qui a répondu le plus vite a été la BGFI, avec qui nous avons signé un partenariat pour étudier les paramètres juridiques, réglementaires et techniques. Nous avons ainsi pu présenter un dossier auprès de la banque centrale pour l'obtention de l'autorisation. En mars 2011, ils ont fait une visite d'évaluation technique de nos locaux, de nos procédures, notre organisation, notre service clients, la gestion des incidents, etc. A la suite de cette visite, nous avons obtenu un avis favorable, mais le cadre réglementaire n'était pas encore finalisé. La banque centrale a alors organisé un atelier en juin 2011 avec tous les opérateurs de téléphonie mobile qui avaient soumis des demandes et toutes les banques de la sous-région, à la suite duquel nous avons validé un cadre réglementaire, technique et commercial. Deux mois plus tard, quatre agréments avaient déjà été attribués, dont un au Gabon pour BGFI et Airtel, un agrément au Cameroun pour Afriland avec MTN et Orange, et un autre au Congo Brazzaville pur MTN avec Ecobank.

Avant d'arriver en Afrique francophone, le mobile banking a connu un succès fulgurant en Afrique de l'Est. Comment expliquez-vous le succès de cette solution sur le continent ?

En fait tout est parti de la problématique rencontrée en Afrique de l'Est, notamment au Kenya dans les années 2000. Il y avait plusieurs moyens traditionnels qui étaient utilisés, qui présentaient tous des failles dans la fiabilité et la sécurisation des fonds, notamment dans les bus de transports, etc. La problématique était donc celle de la dématérialisation de l'argent, c'est-à-dire comment prendre de l'argent réel, le transformer en valeur électronique, le transporter sur un support de communication, et pouvoir le retransformer en argent réel en zone rurale. C'est pour répondre à cette problématique qu'est née cette solution. Dès

La voix du Gabon est pleine de beauté



Forte, généreuse, communicative, elle résonne au fond de tous les gabonais et au-delà du Gabon. Elle rassemble, elle est vaste, elle est innovation...

C'est la voix du Gabon.

Nous sommes là pour qu'elle soit entendue.


airtel

Rejoignez-nous sur le meilleur réseau du Gabon.

qu'on arrive dans des zones où la densité de la population est trop faible, l'investissement nécessaire pour ouvrir une agence est difficilement amortissable. Lorsqu'on compare les taux de pénétration de la banque et de la téléphonie mobile en Afrique, l'écart est immense. La plupart des populations rurales ne sont pas bancarisées, et ont peu de chances de l'être un jour. En revanche la grande majorité de cette population a aujourd'hui accès à la téléphonie mobile. Partant de ce constat, l'idée a été d'associer les métiers de la banque et celui de la téléphonie mobile, afin de rendre accessibles les services bancaires aux populations rurales. Il a donc fallu créer tout un écosystème avec des partenaires locaux.

Comment êtes-vous passé du simple transfert au paiement ?

Lorsque ce service a été lancé pour la première fois au Kenya en 2007, il répondait seulement à la problématique du transfert d'argent. Dès lors, Airtel a entamé des réflexions pour voir comment aller au-delà de ce service. C'est ainsi que l'idée est née d'utiliser cette solution comme mode de paiement. Airtel Money est donc venu compléter la solution M'Pesa qui avait été lancée au Kenya. Nous avons lancé en 2009 Airtel Money, avec en plus du transfert d'argent, des services de porte-monnaie électronique, de paiement à distance des factures, et même d'achat de crédit de communication.

Comment expliquez-vous le succès du mobile banking en Afrique ?

Il y a deux explications principales. La première, c'est le taux de pénétration de la téléphonie mobile, qui donne un accès très vaste à ce type de solution. L'équipement dont nous avons besoin pour cette solution, ce n'est pas un équipement qu'on achète, c'est quelque chose que l'on a déjà puisque tout se passe sur le téléphone mobile. Or, les téléphones mobiles sont aujourd'hui très accessibles, on peut acheter un téléphone à moins de 10 000 FCFA. La deuxième chose, c'est le coût des transactions qui est très bas. L'inscription est gratuite, il suffit de remplir un formulaire, mettre de l'argent sur le compte est gratuit aussi, seules les transactions sont taxées à un pourcentage extrêmement faible pour rétribuer l'opérateur et le réseau de distribution, c'est-à-dire les partenaires commerçants.

C'est un bond technologique énorme pour beaucoup d'utilisateurs, qui permet d'avoir un compte pour stocker de l'argent et le sécuriser, et c'est un moyen de paiement pour faire toutes sortes de transactions. Et il faut vraiment comprendre que le marché africain a répondu d'une manière extraordinaire à cette solution qui est aujourd'hui étudiée par tous les grands cabinets internationaux. Certains analystes affirment même que la plupart des pays utilisant de manière dominante la carte bancaire glisseront progressivement vers le mobile banking dans les douze ans à venir.

Dans les cinq prochaines années, quelle est la place que pourrait prendre ce service dans les habitudes des abonnés ?

Ce type de solution ouvre un univers de possibilités pour toute une industrie émergente. Notamment le e-commerce, puisque nous élaborons déjà des applications spécialisées avec des opérateurs Internet, ou de la grande distribution, pour réaliser des achats en ligne. On peut dès lors imaginer par exemple qu'un artisan sculpteur qui travaille la pierre de Mbigou puisse rester à Mbigou, travailler ses œuvres, les prendre en photo, les afficher sur un site Internet, les vendre en ligne et percevoir son règlement directement sur son compte Airtel Money. Il lui suffirait ensuite de trouver un accord avec un transporteur pour la livraison des pièces commandées.

C'est déjà une solution incontournable. Tous les opérateurs planchent dessus, mais c'est vrai que c'est une solution dont il est difficile de justifier la rentabilité financière.

Peut-on réellement être assuré que ces versements sont sécurisés ?

Les exigences sont très élevées en matière de sécurité. Ces transactions sont sécurisées avec les mêmes niveaux de sécurité que dans l'environnement bancaire ; d'ailleurs, nous avons recours aux mêmes fournisseurs qui sont les leaders mondiaux en la matière. Nos cartes à puce sont fabriquées

par le même fabricant, avec la même technologie et le même niveau de sécurité que pour les cartes bancaires internationales. Il y a également les investissements connexes qui concernent la mise en place des plateformes de réception des demandes de transactions, les administrateurs qui gèrent les transactions, etc. Donc, c'est rentable, mais sur le long terme. Par exemple M'Pesa au Kenya a été lancé en 2007 et commence seulement à être rentable aujourd'hui. Mais la première rentabilité est la fidélisation de la clientèle, la satisfaction du client, l'image de l'entreprise, etc.

Au Gabon nous avons 150 000 inscrits en six mois et les indicateurs évoluent en moyenne de 40 à 50% par mois. Notre objectif est d'arriver à 400 000 utilisateurs d'ici la fin du premier exercice, et à long terme, c'est de faire en sorte que tous les Gabonais puissent utiliser ce service et jouir de ses avantages dans la vie quotidienne. Et ce n'est pas un objectif utopique puisqu'aujourd'hui 9 personnes sur 10 qui ont un téléphone mobile ont une puce Airtel.

PROPOS RECUEILLIS PAR JOHANN FREIXAS

Entretien avec Romial Ndongo, directeur général de la société Infracom

« L'Etat gagnerait à réserver certains secteurs d'activités aux entreprises locales »

Pour que la téléphonie mobile se développe, il faut des techniciens pour installer les infrastructures de télécommunication. L'explosion du secteur donne de belles perspectives à ces PME qui développent de véritables expertises « made in Gabon ». Entretien avec Romial Ndongo, directeur général de la société Infracom.

Pouvez-vous nous présenter votre société et la nature de vos activités ?

La société Infracom existe depuis 2005. Nous opérons essentiellement dans les métiers des réseaux de télécommunications, comme le déploiement des câblages dans les immeubles, ou des solutions d'interconnexion des sites. Nous sommes également spécialisés dans les réseaux opérateurs, c'est-à-dire le déploiement des câblages de cuivre ou de fibre optique. Il s'agit d'un câble qui relie un opérateur à son fournisseur et par lequel on peut transporter des données (voix, images, etc.) à très haute vitesse. Il peut également permettre de relier le siège social d'une entreprise à ses différentes agences, dans le cadre d'une interconnexion. La fibre optique peut aussi relier des continents. Nous avons par exemple le câble SAT-3 que nous utilisons actuellement au Gabon, sans oublier le déploiement à venir du câble ACE. La fibre optique présente deux cas en matière de connexion. Nous avons par exemple le projet ACE ou SAT-3, qui est géré par les organismes internationaux. Derrière, les pays peuvent se connecter à cette fibre optique à travers leurs opérateurs nationaux. D'un autre côté, vous avez des grandes entreprises qui ont besoin d'un débit important à partager avec leurs différentes agences. Il faut donc poser ce câble, le raccorder de part et d'autre, le mettre en service. C'est à ce niveau que nous intervenons.

Que fournissez-vous exactement ?

Nous apportons en fait aux opérateurs du secteur et aux entreprises toute l'expertise technique pour les infrastructures de télécommunications. Pour la téléphonie mo-

bile, nous opérons beaucoup plus dans la construction des infrastructures, notamment les pylônes, les Base Transceiver Station (BTS), un ensemble d'émetteurs-récepteurs qui est un élément de base du système cellulaire de téléphonie mobile GSM, ou encore tout ce qui relève du génie civil. Nous sommes aujourd'hui une quinzaine de personnes et la grande majorité de nos effectifs sont formés localement et issus de structures comme l'UST ou encore l'INPTIC, où nous dispensons également des formations.

Comment a évolué votre activité ces dernières années ?

Nous avons enregistré une évolution considérable en termes de volume d'activités ces dernières années. Notamment avec la croissance des solutions basées sur la fibre optique. Mais il y a également la 3G qui pointe son nez, et pour laquelle certains équipements techniques devront être remplacés. Car les cellules qui gèrent la 2G actuelle ne sont pas compatibles avec la 3G à venir et, plus loin, la 4G. Il faudra donc de nouveaux équipements pour supporter ces nouvelles technologies, aussi bien en termes de fréquence, de débit, que de gestion. Et puis nous faisons également du déploiement de réseaux dits filaires, avec l'ADSL ou la téléphonie fixe. Nous sommes très impliqués dans ce domaine avec Gabon Telecom pour déployer ces solutions.

Comment travaillez-vous avec les entreprises ?

Les perspectives s'annoncent également prometteuses sur le segment des entreprises, car l'essentiel de notre activité reste la fourniture de solutions d'interconnexion

et de sécurité électrique pour les entreprises. Vous savez que nous sommes dans un environnement électrique instable, et pour y remédier nous apportons des solutions aussi bien en ce qui concerne les onduleurs que les groupes électrogènes aux entreprises. Il s'agit donc de la fiabilisation de l'électricité que nous fournit la SEEG. Nous intervenons également au niveau de la sécurité de l'entreprise avec les contrôles d'accès, par biométrie, badges ou encore par code. De manière générale nous essayons d'apporter des solutions globales dans les métiers des infrastructures de télécommunications. Nous n'avons pas la prétention d'être un généraliste dans le secteur mais d'être le meilleur, le plus complet et le plus compétitif possible dans notre segment, aussi bien au niveau des prix que de la qualité de nos équipements.

Quelles sont les perspectives d'évolution à court et moyen terme ?

Grâce à l'ensemble des projets développés par le gouvernement dans les télécommunications, nous verrons l'émergence de l'économie numérique. Nous voulons apporter notre pierre à l'édifice, notamment au niveau de la qualité des infrastructures. D'une part, les grands projets de développement des infrastructures initiés par le gouvernement laissent présager un avenir encourageant. D'autre part, la volonté des autorités publiques de développer les PME locales nous laisse penser qu'il y a de la matière pour investir. Nous formulons d'ailleurs le vœu que l'expertise nationale soit davantage sollicitée par l'Etat. Dans notre cas par exemple, 90% de nos clients sont des entreprises. Si ces dernières nous sollicitent et nous font confiance, c'est qu'il y a une expertise avérée. Et c'est dommage que nous n'ayons pas accès, en tant qu'entreprise gabonaise, aux marchés publics. C'est d'autant plus dommage que même en France ou encore aux Etats-Unis, certains marchés sont exclusivement réservés aux entreprises locales. Pourquoi pas au Gabon ? C'est vrai que nous sommes encore loin du tout « made in Gabon », mais l'Etat gagnerait à réserver certains secteurs d'activités, comme les services, aux entreprises locales.

Rencontre avec Omer Mabicka, directeur des services chez Gabon Télécom

« L'intérêt croissant pour l'Internet haut débit est lié au téléphone fixe »

On pensait l'usage du téléphone fixe terminé, cantonné aux administrations et aux standards des grandes entreprises... Pourtant, la formidable explosion d'Internet, et partant des offres filaires ADSL, semble lui donner un nouveau souffle. Omer Mabicka revient pour nous sur l'avenir de la téléphonie fixe au Gabon.

Quelle est la part aujourd'hui du fixe dans la téléphonie au Gabon ? Quelle est la part d'utilisateurs domestiques dans ce secteur ?

Gabon Télécom est encore le seul opérateur de la téléphonie fixe au plan national. Cela lui confère une grande responsabilité envers la clientèle cible de cette offre, à savoir les entreprises (administrations, grandes entreprises, PME/PMI, professions libérales) et les particuliers ou la clientèle résidentielle. Le marché du fixe repose sur

près de 20 000 lignes opérationnelles sur ces segments de clientèles. Avec l'avènement de la téléphonie mobile, la part de marché résidentielle s'est naturellement réduite, mais le potentiel demeure élevé étant donné l'intérêt croissant pour l'Internet haut débit qui est lié au téléphone fixe.

Aujourd'hui, quelles sont les marges de progression de la téléphonie fixe ?

Pour parler des marges de progression, il faut savoir que les contraintes d'urbanisa-

tion que nous connaissons font partie des écueils à la distribution du téléphone fixe : plusieurs quartiers sont enclavés ou difficiles d'accès. Cela empêche ou ralentit la desserte massive de la clientèle. De ce fait, si les quartiers sont mieux aménagés, viabilisés, le fixe connaîtra un grand essor. Car la demande existe. Elle est d'ailleurs en progression constante. De plus en plus de foyers souhaitent un téléphone fixe à domicile. Et Gabon Télécom répond à cette demande, en investissant en conséquence sur le réseau technique et en diversifiant ses offres.

Quels avantages représente la téléphonie fixe pour les entreprises ? Et pour les particuliers ?

Ces avantages sont presque identiques selon que l'on est un particulier ou une entreprise. En dehors de la technologie CDMA (fixe avec option de mobilité), le fixe est principalement distribué à travers une ligne physique. Celle-ci est le support

idéal pour faire passer les données numériques. C'est pour cela que l'offre d'Internet haut débit (ADSL) est intimement liée au téléphone fixe. Gabon Télécom est le seul pourvoyeur gabonais en ADSL. Cette situation de fait justifie l'intérêt du téléphone fixe. Mais ce dernier a d'autres avantages plus courants : un numéro stable, géographiquement localisé, une facture mensuelle qui détaille les appels, une meilleure qualité d'émission/réception d'appels, la possibilité de connecter un télécopieur (fax) et plus tard d'autres services liés à l'ADSL, comme la télévision numérique, etc.

Du point de vue des offres, Gabon Télécom vient de lancer en ce début du mois de novembre une offre extraordinaire de gratuité (fixe à fixe) dénommée Infinifixe. Grâce à cette offre, le téléphone fixe devient gratuit les soirs et week-ends. De plus, jusqu'au 31 décembre, Gabon Télécom installe gratuitement le fixe pour les clients intéressés.

La poussée de l'Internet domestique est-elle à même de démocratiser l'accès à la téléphonie fixe chez les particuliers ?

Il est évident que l'Internet gagne de plus en plus les foyers gabonais. Et Gabon Télécom ne peut que se réjouir de cette tendance qui permettra aux clients de se tourner davantage vers la solution ADSL de Gabon Télécom. Car en matière de débit, de stabilité, de rapidité, il n'y a pas mieux au Gabon que l'offre ADSL de Gabon Télécom. Nous offrons des débits allant de 256 ko à 10 Mbps. L'abonnement mensuel minimum est à 15 000 FCFA TTC. Et avec nos fréquentes opérations de doublement de débit, nos offres sont encore plus compétitives et avantageuses pour le client. Tous ces efforts entrepris par Gabon Télécom visent à hâter la démocratisation du téléphone fixe et de l'Internet.

CABLAGE VOIX, DONNEES ET IMAGE (VDI)
FIBRE OPTIQUE
INTERCONNEXION DES RESEAUX
BLR
TELEPHONIE
ONDULEUR
GENIE-CIVIL

ETUDE, INSTALLATION ET MAINTENANCE
01 76 65 20 / 01 76 65 21
infracom@igtelecom.net

infracom
 INFRASTRUCTURES DE COMMUNICATION

www.infracom241.com

MARKETING

Star Trac, une forme olympique !



Depuis l'invention du premier tapis de course en 1987, la compagnie industrielle de fitness Star Trac poursuit une véritable success story, avec aujourd'hui plus de 500 employés à travers le monde entier. Un succès qu'elle doit à un maître mot qui a marqué son développement : l'innovation.



« Fournir des produits pour créer une vie pleine de santé et de vitalité », c'est le leitmotiv de la compagnie Star Trac, et le principe qui sous-tend toutes ses activités depuis sa création en 1979. Mettre cette idée au centre des activités de la compagnie a permis à Star Trac de connaître un succès fulgurant, en misant gros sur l'innovation.

Star Trac redéfinit ainsi avec persistance l'équipement de fitness, en tenant compte des besoins spécifiques des consommateurs, et en faisant appel à des ingénieurs de pointe internationaux pour élever la fonction et le style de la conception. Dirigés par une méthodologie structurée, les chercheurs et les dessinateurs travaillent avec les centaines d'utilisateurs de test de toutes formes, de tailles, et de niveaux de santé pour étudier leurs habitudes de séance de mise en forme et les préférences pour produire l'équipement idéal. Les innovations comme le porte-gourde premièrement intégré, les ventilateurs personnels, les iPod intégrés, les ports de connectivité, etc., mettent en évidence l'engagement de Star Trac à développer des équipements ultramodernes et facile à manier pour les utilisateurs.

Une entreprise pionnière

Star Trac a été un pionnier du tapis de course en 1987, en introduisant le premier tapis de course commercial DC-Alimente, et a continué à améliorer ses produits, jusqu'à devenir un leader mondial dans ce type de produit. En 2002, Star Trac a lancé sa ligne complète de produits « cardio distinctifs ». Puis la compagnie a introduit quatre lignes de musculation complètes après l'achat Flex et HumanSport en 2004, renforçant sa position de leader, et surtout la complémentarité de ses capacités sur toute la gamme de produits fitness. Star Trac continue également

à croire à travers son partenariat avec Mad Dogg Inc., Spinning, et le Spinning programme d'éducation. Fabricant exclusif de Spinning, la compagnie détient actuellement plus de 50% des parts de marché du vélo de cyclisme de groupe. Et pour augmenter ses offres de divertissement, Star Trac a également accompagné MYE Entertainment dans toute l'Amérique du Nord sur le développement des systèmes audio sans fil, des systèmes de vue de télévision d'affichage à cristaux liquides personnels, des stations de chargement de fitness de Netpulse, des divertissements haut débit intégrés, etc. Aujourd'hui, la compagnie se trouve à la pointe de l'innovation en termes de technologies de fitness, de développement de gammes dédiées, et de marketing. Avec toujours un train d'avance, Star Trac a décidé de prendre en main la lutte contre l'obésité avec

un programme de développement de machines spécialisées, et des partenariats dans les pays les plus touchés par ce fléau. L'initiative intitulée « Expect Different » défie l'industrie du fitness, ses clients, et ses acteurs mondiaux d'avoir une approche différente et innovatrice, en mettant au cœur de leurs préoccupations, l'amélioration du niveau de santé général et la vision d'un mode de vie sain et actif.

Du matériel qui bat des records

Avec seulement 12 à 14% de la population mondiale pratiquant aujourd'hui régulièrement les clubs de fitness, Star Trac se propose de vulgariser l'accès à ces produits en s'adressant à tous, utilisateurs ou non, et en promouvant une hygiène de vie saine et active. Et pour promouvoir cette hygiène de vie, et mettre en avant les valeurs de l'en-

retien physique, Star Trac dispose d'un beau palmarès. Fournisseur officiel du matériel de préparation physique de l'Équipe de France de rugby, la compagnie a équipé de nombreux clubs du Top 14. Mais surtout, de nombreux records ont été établis sur leurs machines. Ainsi Philippe Vaz a réalisé l'équivalent de 1420 km sur un vélo Spinner Pro en 24h, et est parvenu à courir 110,370 km en une heure sur un Spinner Blade, deux performances qui ont été homologuées en tant que record du monde par le Guinness Book.

Enfin, pour mettre en œuvre dans les faits le développement de la culture du fitness à travers le monde, Star Trac a mis en place un partenariat avec Fitlane, et peut désormais proposer toute la formation marketing, commerciale, comptable et technique nécessaire pour toute personne qui désire se lancer dans la création de centres de fitness. Représentant, outre Star Trac, d'autres marques complémentaires, la compagnie propose plus de 1100 références pour équiper une salle de remise en forme, aussi bien avec les machines cardio et de musculation qu'avec tout le petit matériel de fitness pour les cours, le stretching, l'entraînement avec coaches, etc...

Le siège de la compagnie Star Trac est situé à Irvine, en Californie, et compte plus de 500 employés répartis entre le site d'Irvine et Murrieta, également en Californie. La compagnie Star Trac compte également aujourd'hui des bureaux à Taiwan, aux Royaume-Uni, à Barcelone, Munich, et Singapour.



Star Trac France a participé aux préparatifs de la Coupe d'Afrique des Nations au Gabon en janvier 2012, en équipant 8 sites, dont 4 sur la région de Libreville et 4 dans le Haut-Ogooué. Déjà fournisseur attitré de matériel pour l'équipe de France de Rugby et nombreux clubs du top 14, Star Trac a développé une gamme de produits étendue, une qualité professionnelle et un savoir-faire dans le sport de haut-niveau qui lui ont permis de remporter cet appel d'offre. Au Gabon, Star Trac a également formé les techniciens sur place pour que la maintenance et le SAV soient effectués directement par des techniciens locaux. Les coaches sportifs ont également été formés à l'utilisation de ces machines dont la technicité poussée exige des connaissances spécifiques.

Offre Pro

**GFU
ADSL +
BLACKBERRY
FIBRE OPTIQUE
ADSL JUSQU'À 10 Mo
LIAISONS SPÉCIALISÉES**



L'avenir vous appartient

Gabon Telecom, le partenaire idéal des professionnels

Pour mieux gérer votre business et votre vie professionnelle, Gabon Telecom vous fait bénéficier de plusieurs services tels que : l'ADSL+, la connexion ADSL jusqu'à 10 Méga, Les Liaisons Louées, l'offre Flotte, et bien d'autres avantages.

Avec Gabon Telecom, vous avez toutes les solutions en main !

www.gabontelecom.ga

Infoline : 222



Toujours à l'écoute

Téléphonez en toute liberté

Le postpayé



service client: 300 ou 03 00 93 10
www.azurgabon.com