

**TÊTE D'AFFICHE****Goel Haddouk convertit les petites entreprises au forfait télécoms**

**Le petit opérateur parisien présente l'originalité de posséder les infrastructures réseau et la technique qui lui permettent de proposer une gamme complète de services de télécommunications à un prix forfaitaire.**

Trop grosses pour se contenter d'un simple forfait Internet comme il en existe pour les particuliers, les petites entreprises de 5 à 50 salariés ne pèsent guère face aux opérateurs télécoms et doivent généralement payer le prix fort. « Elles n'ont pas les moyens de ne pas être fidèles », explique Goel Haddouk, président-directeur général du petit opérateur et fournisseur d'accès Internet ICtelecom. A trente-quatre ans, le fondateur de la firme parisienne de 110 salariés et 15,7 millions d'euros de chiffre d'affaires a déjà derrière lui une longue carrière. Entré dans la vie active à dix-huit ans, il n'a « jamais été salarié » et a monté ICtelecom en 1997, à vingt-deux ans, pour prendre une part du marché des télécoms dès son ouverture le 1<sup>er</sup> janvier 1998. « Au début, j'achetais en gros des minutes de communications et je les revendais au détail. J'avais 1.000 clients en 2002 et je réalisais 3,8 millions d'euros de chiffre d'affaires, mais j'ai senti très vite que ce métier de marchand de tapis ne pouvait être que transitoire car les opérateurs qui réalisaient les investissements vivaient nettement moins bien que des sociétés comme la mienne », explique le dirigeant. De plus, l'apparition de géants comme

Colt faisant le même métier commençait à réduire considérablement les marges. « J'ai essayé de vendre mon entreprise, mais cela ne s'est pas concrétisé », reconnaît Goel Haddouk. Il se tourne alors vers la technologie émergente de la voix sur IP (le téléphone sur Internet) et la marie avec une autre technique permettant d'externaliser les standards téléphoniques. Il signe son premier contrat fin 2003 et doit très vite se rendre à l'évidence que cela ne marche pas très bien, sauf dans certains cas très particuliers. Il décide donc « de standardiser le sur-mesure » et finit par acheter, en 2007 son fournisseur de standards, dont il était le plus gros client. « Il a fallu faire travailler l'équipe de R&D de manière différente, et nous avons trouvé les solutions techniques », affirme le dirigeant. Cotée en Bourse depuis deux ans, l'entreprise a la particularité, pour sa taille, de posséder et d'exploiter les segments clefs de son réseau. Cela lui permet de proposer à ses clients l'ensemble des services télécoms et Internet dont ils ont besoin « à un prix tout compris avec un guichet unique », insiste le fondateur, qui est aussi l'actionnaire principal aux côtés de son directeur commercial, Denis Le Brizault. Ils préparent actuellement une augmentation de capital de 5 à 10 millions d'euros qui leur permettra de développer des implantations en région – ils ouvrent actuellement une agence à Lille – et d'utiliser d'autres possibilités liées à l'Internet, notamment en termes de mobilité et de sauvegarde de données, sans exclure une opération de croissance externe.

DOMINIQUE MALÉCOT