

## >> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**



**Acropolis rentre en bourse et tire parti de la crise pour se développer...**

**Samir Koleilat**, PDG et fondateur d'Acropolis :

**"Nous voyons l'avenir avec beaucoup de sérénité car nous avons une société profitable."**

Le secteur des télécommunications est en pleine ébullition. En raison de la crise, deux grands groupes spécialisés dans la téléphonie sur IP viennent d'être placés en redressement judiciaire : or, c'est à ce moment là que Samir Koleilat, fondateur d'Acropolis, décide d'entrer en bourse. L'entreprise s'est développée discrètement pendant plusieurs années. Elle compte aujourd'hui plus de 1 200 clients et elle réalise un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros. Acropolis est un opérateur spécialisé dans la téléphonie sur IP et la convergence voix, vidéo et données. L'opérateur possède les équipements de son cœur de réseau et développe ses propres logiciels à valeur ajoutée. Acropolis est d'ailleurs le seul opérateur à s'être spécialisé uniquement en VoIP. Tous ces éléments permettent au groupe d'atteindre une croissance supérieure à 50% par an depuis son lancement, intervenu en 2003. Samir Koleilat connaît parfaitement son métier et il sait comment orienter son entreprise au cours des prochains mois. C'est ce qu'il nous explique dans l'entretien qu'il vient de nous accorder.

### L'Hebdo-Bourseplus :

**Comment vous positionnez-vous par rapport à vos concurrents qui ont déjà des offres organisées et connues dans ce domaine ?**

**Samir Koleilat :**

Nous nous sommes lancés dans ce secteur en 2001. Mais il y a eu une longue période de recherche et de développement, et nos produits ont été véritablement lancés sur le marché en 2004. Depuis, nous ciblons les PME qui souhaitent ne pas renouveler leur PABX pour passer par une téléphonie sur IP, ce qui les dispense d'avoir un standard téléphonique. C'est ce que l'on appelle aujourd'hui le Centrex IP. Sur ce marché, il y avait B3G, IC Télécom et Ipnotic. Chaque opérateur a choisi un produit packagé et nous avons eu du succès parce que nous avons choisi de travailler avec des entreprises qui souhaitaient intégrer la téléphonie dans une convergence globale, avec l'informatique. Les PME souhaitent améliorer leur communication en l'intégrant à leurs outils informatiques quotidiens.

**Comment faites-vous la différence ? Vous êtes partis plus tard que les autres et vous devez donc rattraper votre retard ?**

Aujourd'hui, le marché de la PME représente environ 150 000 entreprises en France et nous sommes leaders. Nous sommes peut-être récents, en étant arrivés en 2004, mais sur un service émergent nous étions quand même parmi les premiers. France Télécom, Free et 9 Cegetel sont venus avant nous sur ce secteur, mais sur un marché grand public. Aujourd'hui, nous sommes les premiers en Europe sur le marché des particuliers. En revanche, la niche des PME n'intéresse pas ces grands groupes. Donc, je ne compare pas mon offre PME à l'offre Club Internet que Bouygues vient d'intégrer... En effet, nous avons des clients qui ont 150 sites et 2 500 salariés, ce n'est donc pas comparable... Nous voyons l'avenir avec beaucoup de sérénité car nous avons une société profitable. La résultante de la profitabilité d'une entreprise ne se mesure pas simplement à un fait comptable. Cette résultante vient d'un produit qui a été vendu à un client satisfait

et fidèle. On voit la profitabilité ou la perte d'une entreprise, mais ce qui a engendré cette situation, c'est tout un travail... Une clientèle à court terme ou infidèle ne génère pas beaucoup de profits. Aujourd'hui, nous arrivons sur le marché parce que nous avons choisi des ingrédients qui sont la combinaison d'un bon produit, fiable et dont les clients sont satisfaits... Cela génère un

chiffre d'affaires croissant et une sérénité pour l'avenir. De plus, nous optimisons la productivité du client et nous lui permettons de réaliser des économies sur ses dépenses. Donc, nous sommes leaders sur ce marché, je viens d'introduire ma société en bourse et je compte réaliser une augmentation de capital en mai prochain. Je présente une entreprise qui n'a pas de dettes, qui a des



fonds propres de plus de 550 000 euros, une trésorerie moyenne de plus de 300 000 euros en 2008, avec une croissance de 30% ! Je ne peux rien dire de mieux !

***Vous êtes arrivés en bourse en novembre dernier : n'était-ce pas un pari fou ?***

C'était le fruit d'une longue réflexion. Les lois qui ont été votées depuis l'arrivée de Nicolas Sarkozy au pouvoir nous ont aidés grandement dans notre réflexion. Notre entreprise a été listée en novembre pour offrir aux particuliers la possibilité d'investir chez nous car, crise ou non, ils devront payer leurs impôts et l'ISF. Si ces gens investissent dans notre entreprise, ils vont réaliser une économie de 75% sur leurs impôts s'ils investissent en direct, ou de 50% s'ils passent par des fonds FIP-ISF intermédiés. Si ces gens investissent, pour que la réduction d'impôt soit effective, ils ne pourront pas vendre avant cinq ans. Ils recherchent donc un placement sûr et solide... Nous avons besoin de financer notre croissance et d'aller un peu plus vite pour nous implanter en province... C'est donc notre cible. Nous arrivons à un moment où les gens ont de l'argent à investir pour pouvoir payer moins d'impôts et l'État est finalement très content de voir les investisseurs institutionnels être remplacés par des particuliers pour financer des PME comme les nôtres. Et ce sont des gens qui sont moins pressés que les investisseurs institutionnels, qui étaient trop pressés et qui faisaient grandir l'entreprise aveuglément pour pouvoir la vendre... Nous ne voulons

pas que notre action soit volatile : au contraire, elle doit être stable et il est important pour nous d'avoir des investisseurs qui recherchent une société solide. Donc, nous ne sommes pas dans un esprit spéculatif. Nous voulons offrir un placement sûr à moyen terme et à long terme. Vous savez, l'un de nos principaux concurrents, B3G, le leader du secteur, est en redressement judiciaire et nous sommes donc ce nouveau leader. Nous sommes offensifs sur le marché, nous faisons du marketing, nous augmentons notre gamme de produits, alors que notre concurrent est en train de redresser sa société pour rembourser ses dettes. Ce sont des gens qui ont quand même dépensé 20 à 30 millions d'euros !

***Quelles sont vos perspectives ?***

Nous sommes très sereins. Le mois de février n'est pas terminé et nous avons déjà une croissance de 30% par rapport à l'année dernière. Nous continuons dans une offre qui intéresse les entreprises, puisque nous permettons aux PME de réduire leurs factures. Si les PME n'obtiennent pas de crédits pour le remplacement de leur PABX, elles peuvent venir chez nous car nous avons des solutions permettant de leur louer un équipement pour qu'elles puissent travailler. La crise nous aide beaucoup car, dans des moments difficiles, les entreprises veulent faire des économies. C'est un facteur qui nous permet de poursuivre notre croissance. Malheureusement, nous avons deux gros concurrents qui sont sur le tapis... Nous allons en profiter, évidemment, et nous constatons

que pas mal de clients qui étaient chez eux font la démarche de venir vers nous. Enfin, nous avons beaucoup innové au cours de ces derniers temps et notre produit de communication unifié a beaucoup de succès.

***Encore faut-il mieux vous faire connaître...***

Je sais que nous avons un gros déficit en matière de communication. Que s'est-il passé ? Au cours des quatre dernières années, nos concurrents ont dépensé des millions d'euros en référencement et en communication. C'était complètement inutile et nous n'avions pas les moyens de le faire. Donc, peu importe notre niveau de dépenses, nous n'aurions pas pu apparaître. Donc, nous avons converti cet argent dans la technique. Certains de nos concurrents ont acheté des mots clés en référencement sur Google, qui ont atteint 3,80 euros le clic ! C'est véritablement du délire ! Ces gens avaient des agences de relations presse, beaucoup de moyens, et ils nous ont fait de l'ombre... Nous avons pris le parti de faire le dos rond en laissant faire. Cette année, nous avons pris le parti de sortir du bois parce que, en l'absence de concurrents, le peu de dépenses que nous ferons nous permettra d'être connus. Donc, c'était une décision de sagesse et nous voyons aujourd'hui le résultat. Beaucoup de journalistes commencent à s'intéresser à nous aujourd'hui et nous voyons que les choses évoluent très positivement. Nous sommes au début de notre croissance et nous pensons vraiment nous développer, y compris en achetant des concurrents. ■