



SEWAN, L'OUTSIDER QUI DÉFIE LES GRANDS

Après onze années d'existence, Sewan s'impose dans les télécoms et le cloud. Sa devise : marquer les différences. Comment cela ? En simplifiant l'accès à ses offres, et en établissant une relation de proximité avec ses partenaires.

« Notre métier est bien de fournir des services de communications pour toutes les entreprises tout en simplifiant les usages », rappelle l'un des trois cofondateurs de Sewan, David Brette.

Voilà dix ans, Sewan proposait un unique service de communications unifiées. Aujourd'hui, l'opérateur fournit un catalogue complet (Internet, TolP, passerelles, liens, cloud, etc.) accessible depuis une interface unique pour les revendeurs en marque blanche. « Nous nous positionnons comme un guichet unique, personnalisable avec un modèle de récurrence, les entreprises choisissent les services en fonction de leurs besoins et ne paient que ce qu'elles consomment », ajoute Éric Cauwet, directeur commercial. Et ça marche, Sewan vise un C. A. de 90 M€ cette année contre 75 M€ l'année dernière. L'entreprise compte environ

50 000 clients pour 500 000 utilisateurs. Pour expliquer cette réussite, Sewan a concentré ses efforts sur trois fronts simultanément : business, services, sans oublier la distribution.

Croissance externe, interface unique et data center

Depuis sa création, Sewan procède toujours par croissance organique mais en s'internationalisant, l'opérateur s'ouvre à une croissance externe.

« Notre objectif est d'acquérir de petits opérateurs en Europe de 25 à 30 personnes pour nous implanter localement », admet David Brette. Par exemple, sa présence en Espagne depuis deux ans

s'est concrétisée par l'acquisition de Vozelia, et cette entité enregistre une croissance de 30 % à 35 %. Sewan envisage d'ici à la fin de l'année de répliquer cette stratégie en l'Allemagne et au Benelux. Côté cœur de métier, le portail, appelé Sophia en interne, est la grande valeur ajoutée de Sewan. Il constitue l'interface unique qui confie à ses partenaires une autonomie totale de la commande à la facturation. Elle est efficace, selon David Brette, pour les revendeurs car elle est simple d'utilisation et fortement automatisée pour diminuer au maximum les opérations manuelles (comme le paramétrage). Une refonte de l'ergonomie et du design est prévue d'ici à la fin de l'année. Disponible en plusieurs langues, Sophia présente l'avantage d'être standardisée dans tous les pays. En parallèle, Sewan enrichit son catalogue de services. Il y a quelques mois, l'entreprise lançait un Cloud Firewall et le service Cloud Datacenter pour créer



« Pour étendre notre couverture européenne, notre objectif est d'acquérir de petits opérateurs de 25 à 30 personnes »

David Brette, directeur associé

LES DATES CLÉS

2007 Création de Sewan selon le business model de la marque blanche avec une offre de communications unifiées.

2008 Acquisition des premiers partenaires, première marche de la construction du réseau.

2009 Lancement de Sophia, une plate-forme inédite, 100 % développée par Sewan qui confère aux partenaires une autonomie totale de la commande à la facturation.

2011 Premiers services de liens d'accès.

2012 Emménagement dans le X^e arrondissement de Paris et développement des équipes commerciales en région.

2013 C. A. de 12,5 M€. Partenariat significatif avec Microsoft sur Office 365.

2014 Rachat de Navaho et acquisition d'une forte expertise sur le cloud.

2016 Lancement du service de téléphonie mobile. Acquisition de Vozelia et exportation de son business model en Espagne.

2017 Lancement de Cloud Firewall, la première offre du marché 100 % automatisée de firewall dans le cloud. Le C.A. atteint 75 M€ et on compte 230 employés dans le groupe.

2018 Sewan réinvente l'accès au cloud pour les entreprises avec Sewan Cloud Datacenter et compte 700 partenaires nationaux, plus de 50 000 clients d'entreprise.



Sewan a déménagé au cœur de Paris dans le X^e arrondissement, voilà sept ans, plus de 300 personnes y travaillent.



un data center virtuel en quelques minutes. Ce dernier a rencontré un vif succès. « Cette offre nous a fait gagner 85 % des projets », se réjouit Éric Cauwet. D'autres services vont, d'ici à la fin de l'année, enrichir le catalogue comme la visioconférence multisalle, le centre d'appels omnicanal ou encore un service de mobile avancé. Et Sewan, fort « du plus vaste catalogue d'offres en matière de fibre sur le marché », souligne David Brette, a signé des partenariats avec tous les offreurs de fibre optique (Kosc Telecom, Orange, Bouygues Telecom, sans oublier les réseaux d'initiative publique comme Axione, Covage).

Créateur d'un concept qui fait monter les partenaires en compétences

« Nous sommes toujours dans une phase de recrutement de partenaires mais notre choix se porte sur ceux dotés de compétences en infrastructure. Notre rôle est de les accompagner personnellement en les formant sur les offres et dans leur organisation par le partage de bonnes pratiques. Il faut marquer nos différences », précise Éric Cauwet. À ce titre, Sewan a créé l'approche 360 qui apporte à ses partenaires des modes opératoires, des méthodologies et des outils pour les faire monter en compétences. Rappelons que le profil type d'un partenaire de Sewan est un intégrateur de 10 à 20 personnes avec une forte valeur ajoutée dans l'IT. Dans son offre d'accompagnement, la société a même bâti un site de recrutement qui répondait à l'origine à ses propres besoins en interne mais qui devrait bientôt aussi aider

les revendeurs à recruter. De même, l'opérateur a créé un module de formation en ligne qui s'ajoute aux formations physiques actuelles. Enfin, les revendeurs compteront sur l'apport précieux de l'agence marketing interne. L'opérateur organise une série d'événements dédiés comme la soirée annuelle du mois

de juin, dont l'objectif est aussi de passer un moment agréablement festif. En outre, des journées en région sont proposées avec des formations le matin suivi de team building, l'après-midi. Enfin, Sewan réfléchit à mettre en place de petits ateliers pratiques en comité restreint dans toute la France. ■

L'AVIS DU REVENDEUR AT CONNECT

« Environ 80 % de notre business est réalisé grâce à notre partenariat avec Sewan », indique avec une certaine satisfaction Romain Miremont, directeur général de l'intégrateur aquitain AT Connect. Créé il y a cinq ans, il réalise déjà 3 M€ de C.A. et emploie une dizaine de personnes dans la région de Biarritz et de Mont-de-Marsan. Il compte 1 200 clients pour 5 000 utilisateurs

finiaux. « La rencontre avec le commercial de Sewan s'est faite par hasard, et l'ambiance de cette entreprise à taille humaine m'a tout de suite plu. C'est vrai, nous avons toujours tendance à nous tourner vers de gros acteurs alors qu'ils sont davantage aptes à nous proposer une grille tarifaire qu'un accompagnement vraiment personnalisé et très suivi comme sait le faire Sewan », résume Romain Miremont.

Qualité des infrastructures de Sewan

L'intégrateur commercialise donc les offres Sewan en marque blanche sous la marque AT Connect. Non seulement la société apprécie les compétences, la réactivité et la proximité de l'opérateur, mais elle met aussi en avant la qualité et la solidité des infrastructures de Sewan. « Parmi les offres qui marchent fort, citons l'offre Cloud Datacenter grâce à laquelle nous bénéficions d'une architecture sans être opérateur », précise Romain Miremont. AT Connect souhaite accélérer sa croissance en étendant sa couverture dans la région, l'objectif étant de trouver des acteurs (bureauticiens, par exemple) qui souhaitent acquérir ces compétences télécoms et IT et obtenir de la récurrence.

