

Lamazou : « A 200 millions, on atteint une taille critique »

Interview Depuis son origine, Circet est une championne des reprises. Son président, Philippe Lamazou, revient sur la dernière acquisition, Camusat, aux 35 M€ de chiffre d'affaires

C'est désormais un poids lourd du marché des infrastructures de réseaux télécoms qui est installé à Solliès-Pont. En rachetant Camusat SAS, Circet, déjà reconnu comme un acteur important dans le secteur, atteint une masse critique. Avec un chiffre d'affaires prévisionnel de 200 millions d'euros en 2014, l'entreprise présidée par Philippe Lamazou entre dans le top 3 des prestataires des opérateurs téléphoniques.

Une reprise importante, à l'heure où le nombre d'intervenants diminue sur un marché très porteur.

Pourquoi avoir repris Camusat ?

Les deux entreprises exerçaient les mêmes activités mais avaient des positionnements commerciaux complémentaires. De surcroît, Camusat nous amène un vrai savoir-faire dans la construction et l'aménagement des pylônes. L'important pour nous, dans cette acquisition, était de nous développer. Avec un chiffre d'affaires de 140 millions d'euros, nous ne faisons pas partie des premiers. Eux, à 35 millions d'euros, peinaient de plus en plus face à la concurrence.

Nous travaillions d'ailleurs ensemble dans le cadre de groupements. Mais la masse critique pour figurer dans le top 3 de ce marché des réseaux fixes et mobiles, c'est 200 millions d'euros. La tendance, ces dernières années, est à une concentration du marché.



Philippe Lamazou : « Le très haut débit est un important levier de croissance pour Circet. » (DR)

Nos clients, les opérateurs téléphoniques, cherchent moins de prestataires, mais plus de prestations. On doit donc savoir se diversifier, et proposer plusieurs métiers dans une même activité.

avait internationalisé ses services généraux. Le personnel de cette entreprise était déjà plutôt tourné sur l'opérationnel.

Vous comptez profiter de cette tendance pour votre croissance ?

Il y a en France beaucoup d'entreprises régionales qui travaillent historiquement sur le réseau cuivre d'Orange. Ce sont évidemment des sujets de croissance externe qui nous intéressent, selon les possibilités, comme les départs en retraite. Nous avons d'ailleurs déjà

racheté deux sociétés en région parisienne et en Auvergne, en 2010 et 2011.

La 4G est un nouveau marché pour vous ?

Nous vivons une période unique, avec un saut de génération à la fois sur le réseau mobile et le réseau fixe. Aujourd'hui, le marché est engagé dans une démarche d'optimisation des réseaux et de réduction des structures techniques. Les fréquences comme les sites sont précieux pour les opérateurs. Avant, quand ils avaient besoin d'un point haut, ils le créaient. Désormais, ils s'installent à plusieurs sur le même pylône et veulent être équipés de la 2G à la 4G, même si c'est surtout autour de la dernière génération que les efforts se portent. Les nouveaux contrats prévoient un démontage et une nouvelle installation pour une meilleure exploitation. Pour être présent, il faut des moyens humains et intellectuels, comme la capacité de concevoir des pylônes.

La fibre est aussi une source de croissance pour vous ?

On est là aussi sur un marché énorme : la boucle locale cuivre de France Télécom, c'est près de 40 millions de logements qui passeront petit à petit à la fibre optique. Et le très haut débit, comme le regain d'activités sur les réseaux mobiles, est un important levier de croissance pour nous. Notre activité sera rapidement tournée à 60 % sur ce marché.

PROPOS RECUEILLIS
PAR AURÉLIEN GIESBERT
agiesbert@nicematin.fr

Repères

La croissance

Entre 2009 et 2012, notamment grâce à l'acquisition d'opérateurs régionaux, le chiffre d'affaires de Circet a crû de 35 %, avec, sur cette dernière année, un résultat d'exploitation dépassant les 7 %. Avec cette reprise, le chiffre d'affaires sur 2013 atteint 170 millions d'euros. La barre des 200 millions, qui devait être dépassée en 2015, sera franchie en 2014.

Les clients

Les premiers clients sont les opérateurs (Bouygues Telecom, Free, Numericable, SFR, Orange). L'entreprise travaille également avec des grands comptes (sociétés d'autoroute, EDF, RTE - Réseau de transport d'électricité, TDF - TéléDiffusion de France), la Défense et des collectivités locales. Les principales commandes sont concentrées autour des antennes relais, les pylônes et la pose de fibre optique.



À lire

Les entreprises veulent de bons coaches

Un métier quelque peu flou et qui est mis à toutes les sauces. C'est bien ça le problème du coaching. Un ouvrage fait le point sur cette nébuleuse. *Choisissez le bon coach !*, du Dr Pierre Achard, explique aux responsables des ressources humaines et aux managers les critères de compétence, clairs et efficaces, qui leur permettront de détecter

le bon coach. Ils pourront apprendre, par la même occasion, quelles sont les méthodes qui permettent d'obtenir tel ou tel résultat au sein de l'entreprise. Apprendre à cerner ce que l'on souhaite et apprendre à le



formuler est aussi important que le choix de la bonne personne. Le Dr Pierre Achard est praticien du changement comportemental et personnel, du stress et des stratégies de vie.

Choisissez le bon coach !, Dr Pierre Achard, éditions Afnor, 22,99 €. www.boutique.afnor.org

Trouver et garder son job

Une nouvelle façon d'envisager le monde du travail : la méthode est

pratique et utile. Pour « trouver et conserver son job », il faut en fait comprendre les attentes des employeurs et y répondre. Comment sortir du lot ? Comment devenir un collaborateur dont on



n'aura pas envie de se séparer ? Évidemment, tout cela ne marche que s'il y a « en face » des managers capables de créer une motivation quotidienne suffisante. Toute cette alchimie est expliquée par Jean-Marc Gandy, consultant et formateur en entreprise.

Trouver et conserver mon job - Ce qu'attendent aujourd'hui les employeurs, Jean-Marc Gandy, éditions Afnor, 26 €. www.boutique.afnor.org