

# INTERVIEW

## MR WEILL, DIRECTEUR MARKETING ET VENTE DE NAXOO



### Mr Weill, comment se porte naxoo ?

Même si notre raison sociale «Télégenève» existe depuis plus de 20 ans, la marque « naxoo » fête seulement sa cinquième année d'existence et se porte plutôt bien malgré la période de crise. Nous continuons à grandir et nous avons plus de 40'000 abonnés extrêmement fidèles à notre société. Notre capital sympathie et le service de proximité que nous avons construit et consolidé depuis 5 ans est un atout majeur dans cette jungle des nouvelles technologies.

### Qu'en est-il des travaux de rénovation du réseau ?

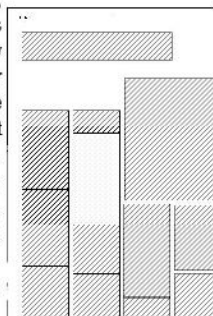
Après plus de deux années de déploiement, les travaux sont bientôt achevés et nous devrions atteindre notre objectif de modernisation de notre réseau fin 2010.

Par rapport à la concurrence, notre réseau est déjà en grande partie déployé en fibre optique jusqu'aux pieds des immeubles (réseau horizontal) et il reste les installations intérieures des immeubles (réseau vertical) qui sont modernisées progressivement. Nous sommes en partenariat depuis plus de 20 ans avec les communes câblées, les réseaux partenaires, les propriétaires de biens immobiliers et les gérances qui, par le biais du télé-réseau, bénéficient de nos services de télévision et ceux d'Internet/ Téléphonie via notre actionnaire minoritaire Cablecom.

La ville, actionnaire majoritaire de naxoo, et de 30% des SIG, a demandé à Swisscom et aux SIG de se mettre d'accord pour le déploiement de la fibre optique. naxoo est présent chez

près de 80 % des foyers du canton avec le câble, cela représente une avance gigantesque, comment voyez vous l'avenir ?

Contrairement aux sociétés que vous citez, nous n'allons pas faire de grands travaux dans les sous-sols de la Ville de Genève vu que la plupart de notre réseau est déjà modernisé. L'avenir, c'est le client qui va le déterminer. Les besoins actuels au niveau du Triple-Play (internet-tel-tv) sont en train d'évoluer mais notre réseau en Ville et ceux de nos partenaires sont très largement concurrentiels pour encore longtemps. En effet, les opérateurs câble utilisent la technologie « Broadcast » qui a très largement fait ses preuves et qui est la plus adaptée à ce jour pour le Triple-Play. Pour la télévision, nous proposons



40 chaînes en analogique dans toutes les pièces des foyers raccordés au téléseu. Grâce au numérique, nos abonnés disposent d'un choix de près de 240 chaînes proposées sous forme de bouquets ou « à la carte » via des décodeurs de qualité et sans compression du signal TV. Pour l'internet, notre réseau peut proposer des débits dédiés jusqu'à 100MB/s. Contrairement aux opérateurs Télécom qui, à cause des limites physiques du fil téléphonique, partagent les débits avec les autres services comme la TV et dont la quantité de la bande passante dépend de la distance avec le central téléphonique. Ce qui est un réel avantage pour nous. Enfin, comme je vous l'ai dit, c'est le marché qui va nous guider et nous évoluerons avec les vrais besoins des consommateurs de notre région.

**Vous avez le plus important taux de pénétration de la TV numérique en Suisse Romande, quelle est votre recette ?**

Il n'y a pas de recette miracle, nous avons tout simplement été à l'écoute de nos clients, extrêmement réactifs et nous avons décidé de maintenir une offre segmentée selon les vrais choix des abonnés. Enfin, après plus de 5 années de relationnel en direct avec les plus grandes chaînes de TV d'Europe et d'autres continents, nous avons tissé de sérieux liens, parfois d'amitié, qui facilitent l'obtention des droits, les

négociations de prix et la rapidité de lancement de nouveautés.

**Mais vous êtes une petite société de 85 collaborateurs, combien s'occupent des contenus ?**

A ce jour, nous sommes deux interlocuteurs qui négocions avec les éditeurs : M. Morand et moi-même. Nous avons également une assistante administrative pour la gestion des contrats et le suivi des aspects techniques.

**Quel regard portez-vous sur Swisscom TV ?**

On a souvent reproché aux câblo-opérateurs une situation de monopole alors que le Satellite a toujours existé comme depuis quelques années la WEB TV. A ce jour, la concurrence nous motive car elle oblige les entreprises à se remettre sans cesse en question. Elle demande d'être toujours meilleur au niveau des prix, du service au client et du packaging d'offres. Il est tout à fait sain et normal que les réseaux câblés se retrouvent en concurrence avec les opérateurs télécoms. A nous de démontrer que naxoo est une marque forte et locale avec un vrai service de proximité et une expertise de plus de 20 ans dans les contenus.

**Quelles seront les nouveautés pour l'année 2010, en termes de contenu ?**

Au niveau de la TVHD, nous devrions proposer de nouvelles chaînes dès

le premier semestre. Au niveau des contenus en général, nous allons démarrer les négociations avec les Majors (Warner, Universal, Sony, etc) pour proposer, dans un premier temps, la Vidéo à la Demande. Nous analysons en parallèle la demande de nos abonnés afin de fournir le plus de prestations possibles en termes d'interactivité et avec des fonctionnalités simples et utiles. Nous ne voulons pas lancer de nouveaux services VOD juste pour des « effets d'annonce ». Notre expérience a démontré qu'il faut proposer une réelle valeur ajoutée et nous ne lancerons par exemple la VOD ou la Catch-Up TV (émissions en différé) que lorsque nous aurons des contenus VO ou francophones de qualité. Les films proposés actuellement par la concurrence sont encore pauvres car il n'y a que des contenus germanophones ou que très peu de films « Premium » en français.

**Et au niveau technologique ?**

Au niveau de l'Internet et de la Téléphonie via le câble, notre partenaire Cablecom va dès le début 2010 devenir « UPC Suisse ». Une filiale du plus grand câblo-opérateur d'Europe et nous espérons très vite pouvoir proposer l'Internet « Fiber Power » à 100MB/s sur notre réseau de la Ville de Genève. Nous sommes prêts, il reste encore la question des remontées intérieures des immeubles qui doivent être en grande partie modernisées.