

«Россия занимает третье место по выручке среди наших зарубежных бизнесов»

Интервью со старшим вице-президентом Orange Business Services Филиппом Кебелем

В связи с растущими объемами трафика в этом году «большая тройка» и крупные операторы фиксированной связи будут активно развивать магистральные каналы и наращивать мощности дата-центров. Российская «дочка» Orange Business Services — подразделения France Telecom, работающего на междугородном корпоративном рынке, — намерена присоединиться к этой гонке. О том, что подтолкнуло компанию к диверсификации бизнеса, и о возможном выходе France Telecom на российский рынок мобильных услуг корреспонденту РБК daily ЕЛИЗАВЕТЕ СЕРЫГИНОЙ рассказал старший вице-президент Orange Business Services ФИЛИПП КЕБЕЛЬ.

— Что навело компанию на мысль о выходе на новый рынок?

— С одной стороны, IT-сервисы сейчас — это ниша, которая позволяет нам использовать те ресурсы, которые уже есть у компании, получая дополнительную прибыль. Мы видим, что доходы от Интернета и голосовых услуг с каждым годом растут все менее интенсивно. С другой стороны, есть потребность бизнеса в получении комплекса IT-услуг на стыке с телекоммуникационными сервисами из рук одного поставщика. У рынка определенно существует большой потенциал.

— Как вы оцениваете свои перспективы в этом сегменте?

— Первое, на чем бы я хотел акцентировать внимание, — мы не намерены становиться крупным игроком на этом рынке. IT — не наш основной профиль. Orange будет развивать эти услуги в рамках своей новой концепции, которая подразумевает создание комплекса сетевых «сервисов для бизнеса» — это может быть хостинг или услуги удаленных вычислений. Но так или иначе IT-услуги, которые мы будем предоставлять, будут связаны с потребностями бизнеса и телекоммуникационной составляющей его деятельности. Мы не хотим напрямую конкурировать с такими крупными компания-

ми, как, например, HP или IBM, а претендуем лишь на часть этого рынка.

— Какие ключевые направления в этом сегменте вы намерены развивать?

— В России мы реализуем ту стратегию, внедрение которой в других странах уже началось несколько лет назад, — она называется «стратегия трех волн» и включает в себя поэтапный «подъем» по трем основным ступеням. Первый этап — это развитие сетевой инфраструктуры, второй рубеж — вывод на рынок IP-сервисов. Мы рассматриваем IP-услуги — передачу голоса, данных и видео — как основной генератор доходов в сетях. И, наконец, третье направление — это IT-сервисы.

— Будете ли вы строить в России дата-центры?

— Orange уже эксплуатирует сеть дата-центров. Но в наши планы входит ее дальнейшее развитие — сейчас мы рассматриваем бизнес-кейсы для строительства в таких городах, как Рязань, Нижний Новгород. Но наша задача сделать так, чтобы предоставлять хостинг в пакете с другими услугами.

— Какую долю в общей выручке Orange Business Services сейчас занимают IT-услуги? И к какому показателю вы стремитесь?

— IT сейчас генерирует до 40% выручки глобальной компании. На российском рынке сейчас все немного не так — на IT-услуги приходится только около 10% нашей выручки. Мы хотели бы усилить свои позиции на этом рынке.

— Каков объем инвестиций компании в российский бизнес?

— В этом году заканчивается интенсивный период инвестиций в российский рынок — за последние несколько лет мы вложили в этот рынок около 250 млн евро. Фактически эти средства были потрачены на формирование фиксированной сети по всей России. В следующие несколько лет инвестиции будут больше ориентированы на развитие IT-инфраструктуры и IT-проектов — в целом CAPEX

будет на уровне 10–15% от годовой выручки российского подразделения.

— Если говорить о ваших общих доходах группы, какую долю в них занимает российский рынок?

— Ушедший 2009 год был не слишком хорош для России. Из-за девальвации рубля выручка российского подразделения в евро немного упала. На корпоративном рынке сейчас «номером один» для нас, естественно, является Франция — наша «историческая родина». Номер два — США. Россия сейчас занимает третье место по выручке среди наших зарубежных бизнесов. При этом по объему выручки Россию догоняет другой достаточно быстро развивающийся рынок — Швейцария. В этой стране мы за последнее время закрыли массу крупных сделок в сфере аутсорсинга. Кстати говоря, именно это направление мы намерены все больше развивать и в России. Правда, сегодня здесь не так много крупных «интернациональных» корпораций, которые работают по всему миру. Весь крупный бизнес, который есть в России, фактически сосредоточен в стране и ориентирован не на международный, а на российский рынок. Тем не менее, учитывая огромные территории России, аутсорсинг имеет хорошие перспективы даже на уровне страны.

— Интересен ли вам массовый рынок?

— Намерений по развитию на массовом рынке по-прежнему нет. Однако мы рассматриваем возможность предоставления услуг MVNO под своим брендом. Но только в контексте бизнес-сегмента. Переговоры об этом мы ведем с МТС и «ВымпелКомом». Однако сейчас трудно предугадать, когда этот сервис появится в нашей сети. Несмотря на то что недавно на уровне регулятора MVNO в России был узаконен, сотовым операторам по-прежнему не очевидны преимущества этой модели. Так что условия, которые пока предлагают нам российские операторы, пока еще являются поводом для обсуждения. Мы считаем, что в течение года этот вопрос для себя закроем...

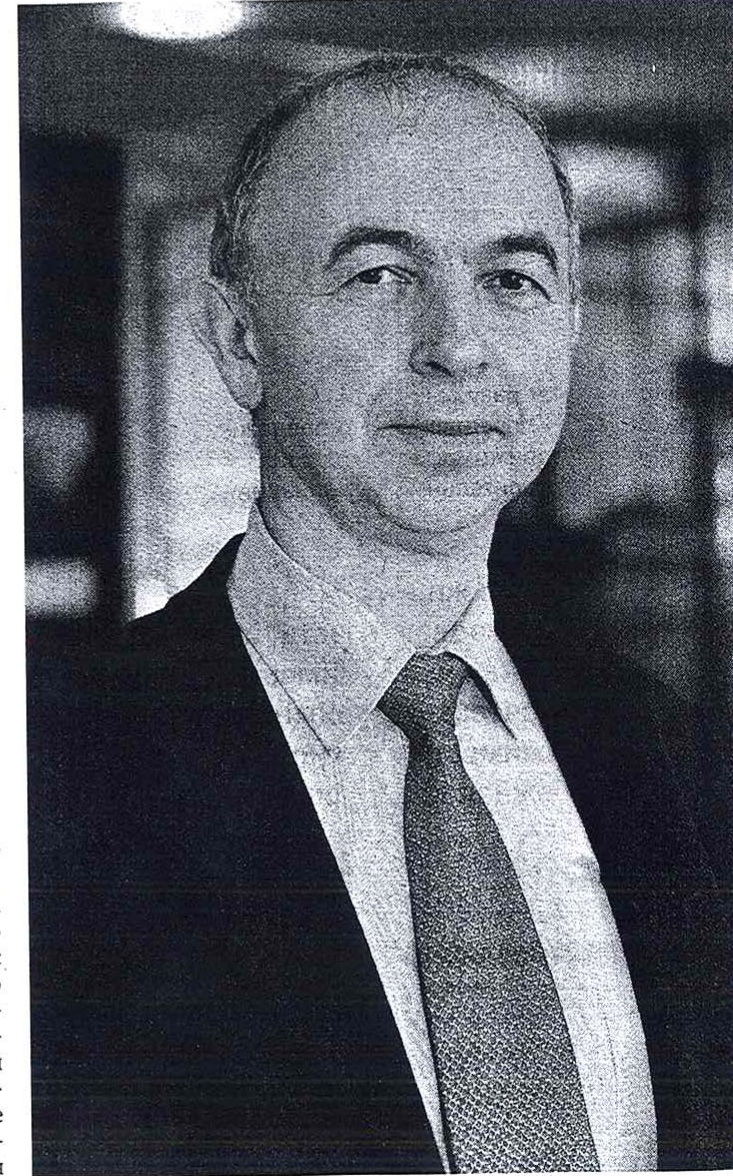


ФОТО: O