

TÉLÉPHONIE MOBILE

De nombreux MVNO se sont récemment lancés avec des offres innovantes, comme des forfaits sans engagement à prix-minute fixe. Ils se concentrent sur des segments de marché délaissés par Orange, SFR et Bouygues.

Offensive des opérateurs virtuels « low cost » en France

Ils s'appellent SIM+, Simplissime, Simyo, Call in Europe, Afone ou encore Pxiitel. Ce sont des opérateurs de télécommunications, pas ou peu connus, mais qui espèrent bien le devenir, même si Free emporte la quatrième licence mobile et lance une offensive sur les tarifs en 2011. La recette de ces Petit Poucet du mobile ? Ils vendent des cartes prépayées ou des forfaits mobiles, le plus souvent sans engagement, et toujours à bas coûts. Tous sont des opérateurs mobiles virtuels (MVNO) qui n'ont pas de réseau et achètent des minutes en gros à Orange, à SFR ou à Bouygues Telecom avant de les revendre au détail. La plupart misent tout sur le prix de leurs services pour se faire une place au soleil.

Simyo, filiale du néerlandais KPN qui utilise le réseau de Bouygues Telecom, vend par exemple la minute à 19 centimes d'euro, selon le système, classique de la carte prépayée. A titre de comparaison, SFR

et Orange vendent 55 centimes d'euro la minute. Pour arriver à un tel prix, Simyo ne peut se permettre de subventionner le téléphone ou d'avoir dans sa gamme des « smartphones ».

Petit Poucet inventifs

SIM+ est le dernier-né de ces MVNO « low cost ». Hébergé par SFR, cet opérateur basé dans la région bordelaise a créé un forfait sans engagement, à un coût fixe, c'est-à-dire à 17 centimes d'euro la minute. Le client ne paie que les minutes consommées. Il est débité chaque mois sur son compte bancaire et reçoit sa facture par e-mail. Son concurrent, Call in Europe, avait déjà sorti une offre similaire en début d'année baptisée « zéro forfait », qui allie flexibilité et prix bas. « Aujourd'hui, les gens regardent beaucoup plus ce qu'ils dépendent. Il n'y a plus de petites économies. Or, avec le forfait, la contrainte, c'est l'engagement. Avec

la carte prépayée, c'est le prix élevé », explique Benjamin Bitton, fondateur de SIM+. Cet entrepreneur espère conquérir 100.000 clients d'ici à fin 2010 et estime qu'en moyenne ces derniers devraient rapporter environ 20 euros chaque mois. « Au départ, nous allons nous adresser aux 19 millions de Français qui détiennent une carte prépayée, puisque avec notre offre ils vont payer la minute beaucoup moins cher », souligne le jeune patron. Car, comme le dit Benjamin Bitton, « à 0,17 euro la minute, la marge est infime. On arrivera à faire des profits avec les volumes ». De son côté, Virgin Mobile, le plus gros des MVNO français, a aussi ses offres « low cost » : il propose un forfait de deux heures de communications pour 16,90 euros par mois.

Mais pourquoi les opérateurs mobiles classiques autorisent-ils les MVNO à être plus agressifs sur leurs tarifs ? « Les MVNO vont sur des segments de marché sur lesquels

Orange, SFR et Bouygues Telecom sont moins présents. Les opérateurs disposant d'un réseau préfèrent pousser des offres en plus forte croissance, comme les SMS illimités, l'Internet mobile », explique Jean-Paul Cadoret, directeur général en charge du commerce et du service clients chez SFR. Les MVNO ne vont donc pas combattre les opérateurs sur leur terrain de prédilection. L'autre explication, c'est aussi que les opérateurs voient arriver un quatrième acteur dans le mobile, probablement Free, avec beaucoup de méfiance. Ils peuvent être tentés de développer parallèlement des offres « low cost » pour barrer la route à Free.

Reste à savoir si ces derniers vont percer. Car, en quatre ans, les MVNO n'ont séduit que 5,5 % des Français ayant un mobile. Ils ont tout de même gagné 516.000 clients en un an pour atteindre fin septembre 3,17 millions.

GUILLAUME DE CALIGNON