



Mobile: des abonnements plus low cost, mais sans téléphone offert

La pression concurrentielle exacerbée a poussé de nombreux opérateurs mobiles à proposer des offres low cost, notamment pour attirer les jeunes, mais basées sur le principe de la non-subvention du téléphone, pourtant ancrée chez les clients français.

Avec La Poste Mobile, PRIX-tel ou les offres Carrées de SFR, « il y a eu ces derniers temps beaucoup d'offres sim seule », où le client se contente d'acheter la puce lui permettant d'utiliser son vieux téléphone, constate le PDG de Meilleurmobile.com, Mathieu Drida.

Ces clients renoncent ainsi aux nouveautés et aux smartphones de plus en plus sophistiqués, souvent utilisés comme produits d'appel dans les abonnements traditionnels, souligne-t-il.

Il estime que cela représentera à l'avenir « une part de marché de l'ordre de 15 % », qui coexistera avec le marché des téléphones subvention-

nés, alors qu'il n'existe pas aujourd'hui d'estimation de l'âge moyen du parc de téléphones mobiles français.

France Télécom a, le dernier en date, choisi de proposer une offre sans engagement, « sim seule », et sur internet, en parallèle de ses offres déjà existantes.

La marque Sosh, lancée mercredi, s'adresse à des « clients jeunes, hyperconnectés, toujours à la recherche des bons plans, hyper exigeants et qui recherchent le meilleur rapport qualité prix », a indiqué la directrice d'Orange France, Delphine Ernotte.

En moyenne, pour une offre « sim seule » sans engagement

et tout illimité (appels, internet, SMS), le consommateur devra déboursier environ 43 euros par mois.

Pour une offre avec deux heures d'appel et internet/SMS illimités, il faut compter en moyenne 28 euros, indique M. Drida, tandis que le prix des abonnements traditionnels varie énormément en fonction du téléphone choisi.

■ « Un pari opposé »

Pour obtenir ce bon rapport qualité-prix sur ces offres en ligne, l'opérateur supprime la subvention des téléphones.

Sosh proposera toutefois à l'achat une gamme de mobiles que les abonnés pourront

payer au comptant ou en échelonnant le paiement sur douze ou vingt-quatre mois.

La marque équivalente chez Bouygues Telecom, B&You, va d'ailleurs elle aussi proposer de pouvoir étaier le paiement de son mobile.

Geoffroy Roux de Bézieux, PDG de Virgin Mobile explique lui « avoir fait un pari opposé », en terme de choix marketing: il multiplie points de vente et offres subventionnées.

« Il y a effectivement une tranche de clients plutôt technophile et jeune qui est prête à se passer de la subvention, mais une grande majorité préfère un engagement à douze ou vingt-quatre mois et la subvention de leur téléphone »,

selon lui. Pour Édouard Barreiro, chargé des nouvelles technologies à l'UFC Que Choisir, les offres Sosh ou B&You, « en séparant le forfait du prix du téléphone », ont au moins l'avantage de rendre « les choses plus transparentes », alors que jusqu'ici, « la subvention, n'était juste qu'un crédit sur le long terme », résume-t-il.

Le but pour les opérateurs était en effet de s'attacher le client pour une longue période, puisqu'ils ne peuvent se désabonner durant les douze ou vingt-quatre mois que dure l'amortissement du terminal.

C'est la raison pour laquelle l'Arcep, le régulateur des télécoms s'est à plusieurs reprises

élevé contre ces subventions, espérant ainsi réduire la durée d'engagement des abonnements.

Il faut toutefois s'attendre à des surprises avec ces nouvelles offres destinées aux jeunes car « ce sont des populations assez volatiles », prévient M. Drida.

« Ils savent très bien comment changer d'opérateurs et ceux qui sont passés sur les offres sans engagement Sosh ou B&You avec des forfaits moins chers et sans changer de téléphone, attendent avec impatience la sortie de l'iPhone 5 pour pouvoir prendre un téléphone subventionné quitte à reprendre un engagement », prédit-il.