

3G: SFR atteint son objectif

Il y a un an, de nombreux observateurs affichaient leur scepticisme quant aux objectifs de SFR (et aussi d'Orange) concernant la 3G. Un an après le lancement de ses offres de haut débit mobile, l'opérateur fait taire les cassandres. La filiale de Vivendi annonce en effet avoir conquis 515.000 clients à fin octobre, un objectif qu'il s'était fixé pour la fin de l'année. Ils étaient 100.000 au mois de mai.

La sauce 3G est donc bel et bien en train de prendre. La baisse des prix des combinés et des abonnements, ainsi que des services multimédias riches et variés ont convaincu de nombreux consommateurs, notamment attirés par le téléchargement de musique et la télévision en streaming. Dans un communiqué, SFR explique que les ventes 3G représentent aujourd'hui une vente de mobiles Vodafone live! sur deux. L'opérateur constate également une forte croissance des usages 3G sur les trois derniers mois. Dans le détail, le nombre de sessions mensuelles sur le portail Vodafone live! d'un client 3G est 3 fois plus élevé qu'un client 2G. 215.000 titres musicaux ont été téléchargés, soit près de 4.000 titres téléchargés par jour. Depuis l'été, en juin, du service de téléchargement à l'ensemble de la gamme de mobiles 3G, le nombre de téléchargements a été multiplié par 5. 10.000 clients sont abonnés à la sélection des 20 chaînes CANALSAT à fin octobre. Seule déception, la Visiophonie, service sur lequel misait beaucoup SFR n'affiche qu'un taux d'usage de 15%. La filiale de Vivendi a donc bien créé un nouveau levier de croissance dans un marché de la téléphonie mobile qui commence pourtant à saturer (taux de pénétration supérieur à 75%). Par ailleurs, l'opérateur compte bien amplifier le phénomène en proposant désormais la technologie Edge. Cette norme intermédiaire entre le GPRS et l'UMTS (3G) permet d'afficher une meilleure couverture du territoire: 85% contre 55% avec la 3G seule. Dans le même temps, SFR va lancer de nouveaux contenus spécifiques comme des mini séries exclusives avec par exemple '24: la Consipration' (voir notre article). De nouveaux terminaux, dont un spécialement dédié à la musique seront proposés à Noël. Enfin, et c'est un atout énorme, l'opérateur a décroché l'exclusivité pour ses mobiles 3G de la diffusion d'images de la prochaine Coupe de monde de football (voir notre article). Car le groupe compte bien amortir ses colossaux investissements sur la 3G: 619 millions d'euros pour la licence et 600 millions dans le réseau. Mais SFR refuse pour le moment de divulguer le revenu moyen par abonné. « *Il est encore trop tôt pour le dire car les premiers clients ne sont pas représentatifs de l'ensemble* », explique Franck Esser, le président de SFR dans un entretien au *Figaro*. SFR sable donc le champagne. Mais qu'en est-il de la concurrence ? Orange, qui s'est lancé quelques semaines après SFR il y a un an, revendique 420.000 clients à fin septembre. L'opérateur vise également 500.000 clients pour la fin de l'année. Un objectif qui sera également dépassé. La filiale de France Télécom entend occuper le terrain avec des mobiles 3G à moins de 100 euros et annonce une massive campagne de publicité. Objectif: atteindre un million d'abonnés en juin 2006. Enfin, Bouygues Télécom, qui a fait l'impasse sur la 3G mise tout sur son service iMode haut débit à la norme Edge. Ses atouts: y intégrer gratuitement des services très populaires comme le mail et la messagerie instantanée (MSN Messenger). L'opérateur, comme SFR, se prépare d'ailleurs à lancer l'HSDPA, nouvelle technologie promettant encore plus de débits.