

# 60.000 clients en deux mois pour NRJ

## Mobile

Premier bilan pour NRJ Mobile. Et il est plutôt bon puisque le géant des médias annonce 60.000 abonnés à son offre de téléphonie lancée il y a deux mois.

« *Ce succès montre une véritable attente des consommateurs pour une offre réellement alternative* », commente le groupe dans un communiqué. NRJ précise avoir séduit les jeunes consommateurs, notamment grâce à la personnalisation du numéro, l'absence de durée de validité des recharges, le SMS offert pour chaque appel d'au moins une minute et à l'option « Double Impact » qui pour 25 euros permet de doubler le montant de toutes les recharges pendant six mois. Avec Tele2 Mobile, NRJ Mobile est le seul MVNO (opérateur virtuel) de masse. Pour rappel, un MVNO ne possède pas de réseau. Il achète en gros des accès et des minutes de communication à un opérateur et les revend ensuite sous sa propre marque. Ici, NRJ est adossé à SFR. Ces MVNO sont censés dynamiser le marché. Mais il faut bien reconnaître que jusqu'à présent, les parts de marché de ces MVNO restent marginales. Ce qui n'est pas l'ambition de NRJ. Fort de son audience massive en radio (11 millions d'auditeurs) et de son image auprès des jeunes, le groupe entend rassembler le plus grand nombre avec son offre. Il vise pas moins d'un million d'abonnés d'ici 2008 avec un objectif de résultat opérationnel à l'équilibre dès la fin de la deuxième année d'exploitation ou au début de la troisième. Pour y parvenir, NRJ Mobile mise sur l'internet mobile haut débit et le multimédia. Internet mobile avec des mobiles 2G et **surtout 3G**, le MVNO sera ainsi le seul opérateur virtuel à proposer des combinés UMTS et des services 3G. Multimédia avec des synergies entre l'opérateur, la télévision (NRJ 12) et la radio: NRJ Mobile propose des services de téléchargements aux contenus riches allant de la musique aux blogs en passant par les jeux vidéo. Le nouvel opérateur facture le téléchargement d'une chanson sur son catalogue de 500.000 titres à deux euros, l'écoute de la radio à 15 centimes la minute, l'accès à la télévision à 25 centimes la minute et l'abonnement illimité à sa chaîne NRJ 12 à deux euros par mois. Grâce aux différents supports du groupe, la promotion croisée de l'offre mobile est puissante et soutenue. Ce qui manque parfois aux MVNO. Enfin, la distribution n'est pas oubliée puisque NRJ Mobile est distribué dans un réseau incluant les hypermarchés Carrefour, les magasins Darty, les enseignes d'Avenir Télécom, ainsi que 8.000 buralistes et les banques CIC-Crédit Mutuel. Mais NRJ Mobile doit également composer avec une concurrence féroce. Il y a d'abord les MVNO low cost comme Tele2 dont les ambitions sont également très fortes. Surtout, le terrain de la musique est déjà bien occupé. Universal Mobile avec Bouygues Telecom est déjà bien positionné avec 250.000 clients. M6 by Orange compte 100.000 clients. Mais ici, il ne s'agit pas de MVNO, Universal et M6 ont signé des accords de licence. Orange de son côté multiplie les accords avec les maisons de disque, tout comme SFR qui lui aussi mise beaucoup sur la musique. On peut alors se demander si les services de téléchargement mis en place sur les mobiles 3G de SFR ne viendront pas cannibaliser les nouvelles offres de NRJ. Et vice-versa.