

Avec 700.000 clients, Virgin Mobile est-il le 4e opérateur français ?

Le succès des offres de téléphonie mobile à destination des jeunes ne se dément pas. Virgin Mobile, MVNO lancé en avril 2006 par Omer Telecom avec Orange vient d'annoncer avoir passé le cap des 800.000 clients. Il y a pile un an, ils étaient 300.000. Désormais, l'opérateur virtuel vise les 2 millions de clients d'ici la fin 2010.

Ce chiffre englobe le parc Virgin Mobile mais aussi les clients Breizh Mobile (tout premier MVNO français) qui représentent 13,1% du total. Même en enlevant les clients Breizh Mobile, Virgin Mobile revendique donc la place de 1er MVNO français, devant Tele2 Mobile et donc de 4e opérateur de téléphonie mobile en France...

Pour autant, Tele2 Mobile (450.000 abonnés à la fin mars 2007) revendique aussi la place de 1er MVNO français. Qui a raison ? Les deux mon capitaine. En termes de nombre de clients, Virgin Mobile est bien devant mais les deux MVNO adressent des marchés différents: Virgin Mobile propose des offres pré-payées (cartes...) avec des clients ponctuels et des forfaits tandis que Tele2 Mobile est le leader des offres post-payées (forfaits annuels).

Par ailleurs, Universal Music Mobile est devant tout ce petit monde (1 million de clients) mais il ne s'agit pas d'un MVNO. Bref, chacun joue sur les mots...

Néanmoins, Virgin Mobile est en avance sur sa feuille de route. Lors de son lancement, il prévoyait d'atteindre le million de clients en trois ans. Il faut dire que Virgin Mobile est une affaire qui roule: créé en 1999, il dénombre 10 millions de clients dans le monde dont 3 millions aux Etats-Unis.

« Nous allons continuer de bousculer le marché et défier la concurrence. Le pari est déjà réussi, et nous pouvons d'ores et déjà nous réjouir d'annoncer nos prochains objectifs : 1 million de clients dans l'année 2008 et 2 millions de clients pour fin 2010 » annonce Geoffroy Roux de Bézieux, Président de Virgin Mobile.

Virgin Mobile talonne donc son grand concurrent Universal Music Mobile, positionné sur le même marché. La marque (car il ne s'agit pas d'un MVNO) compte 1 million de clients, mais l'offre a été lancée en 2004. NRJ Mobile (MVNO avec SFR) qui vise également les jeunes est plus loin derrière avec 425.000 clients (chiffres de juin).

Les choix stratégiques du MVNO, notamment autour de l'illimité et des primo-accédants, semblent payer. Enfin, Virgin Mobile a joué la carte du matraquage publicitaire: 20 millions d'euros investis la première année.

VirginMobile peut donc se targuer de bien s'en sortir dans un marché des MVNO qui ne représente que 4% du parc total... D'ailleurs, la concentration a déjà commencer (ventes de Debitel et de Ten) et Virgin Mobile pourrait bien y prendre part.