

# BouyguesTel mise sur la musique avec Universal

Trois milliards de dollars: c'est le chiffre d'affaires en 2003 de la musique sur téléphone mobile, des revenus générés principalement par le téléchargement de sonneries. Si ce montant paraît important, tous les analystes prévoient une explosion à court terme. Une véritable manne pour les opérateurs de téléphonie et les éditeurs de musique angoissés par la chute des ventes de disques.

Aujourd'hui, Bouygues Telecom se positionne sur ce marché très porteur grâce à un accord avec la première 'Major' mondiale: Universal Music. Les deux groupes annoncent la création d'une marque commune baptisée **Universal Mobile**. Une marque loin d'être inconnue. En effet, Universal Mobile a été, durant un temps, exploité par SFR. Logique puisque les deux entreprises appartiennent au même groupe, Vivendi. Il s'agissait de forfaits bloqués à destination des jeunes. Mais SFR a mis fin à cet accord « *pour des raisons stratégiques* », explique Pascal Nègre, président d'Universal Music. La marque fut ainsi rebaptisée 'SFR Le Compte'. L'accord entre Universal Music et Bouygues Telecom donne lieu à une nouvelle offre qui conserve la même cible (les jeunes), le même concept (les forfaits bloqués) mais en y ajoutant une composante musicale forte. **Marque commune** Explications. Cette marque Universal Mobile s'appuie sur le réseau de Bouygues Telecom (un peu à la manière d'un opérateur virtuel), et propose, dans le cadre d'offres forfaitaires, des services et contenus axés sur des musiques puisées dans le catalogue d'Universal Music. Côté téléphonie, trois forfaits GPRS sont proposés. Afin de maîtriser la consommation parfois importante des jeunes, ils sont « encadrés »: le téléphone se bloque dès l'épuisement du crédit. Mais l'abonné reste joignable et peut consulter son répondeur. Nouveauté: lorsque le crédit est épuisé, le client peut envoyer gratuitement un SMS à des correspondants prédéfinis pour leur demander d'être rappelé. La facturation se fait à la seconde dès la première seconde. Le premier forfait permet 45 minutes de communications par mois (24h/24, 7 jours sur 7) pour 16,90 euros. Le deuxième donne accès à 1h30 de téléphone pour 24,90 euros. Le dernier permet 2h30 de communications pour 34,90 euros par mois. Une option « 100% du temps en plus après les cours » permet gratuitement de doubler son forfait pour des communications passées vers les fixes et tous les mobiles le soir à partir de 17 h, le mercredi et les week-ends. L'option est néanmoins facturée 3 euros par mois pour le premier forfait. « **Music Scoop** » Enfin, Universal Mobile met l'accent sur les SMS, fonction massivement utilisée par les jeunes. Si aucun message court n'est inclus dans les forfaits (dommage!), ils sont néanmoins facturés 9 centimes l'unité. Un tarif en dessous de la moyenne accessible tout le temps, pour tous les forfaits. Mais le véritable « plus », selon les deux groupes concerne l'offre musicale proposée par Universal. Elle est baptisée « Music Scoop » et permet d'écouter gratuitement des extraits (1'30) des dernières nouveautés de la Major. Il suffit d'appeler un numéro court et de donner son style musical préféré. Ce n'est pas non plus Hollywood... A terme, il sera évidemment possible de télécharger des morceaux entiers. Ce sera alors une fonction payante qui devrait rencontrer un énorme succès selon Pascal Nègre. Un moyen de détourner les jeunes du 'peer-to-peer' sur Internet... L'objectif est de transformer le mobile en baladeur. Mais les deux groupes n'ont pas dit quand cette fonction sera disponible. Une fonction pourtant indispensable pour assurer le succès d'une telle offre. Par ailleurs, comme chez les concurrents, divers services de sonneries et de personnalisation du mobile sont disponibles à partir d'un numéro court ou du nouveau site

Internet dédié. **Trois canaux de distribution** Universal Mobile sera distribué par trois canaux. Des 'packs' seront disponibles dans les boutiques BouyguesTel et en grande distribution. Pour un engagement d'un an, le client pourra choisir entre trois portables: l'Alcatel OT 332 pour 9 euros, le Sagem myc2 pour 49 euros et le BenQ S660C pour 79 euros. Mais comme au temps de SFR, les forfaits seront disponibles dans les kiosques à journaux via des Kits SIM comprenant une carte SIM et un CD. Ce canal de vente a déjà démontré sa force, notamment auprès des jeunes. Ce kit est proposé au prix de 15 euros. Une offre de lancement permet d'obtenir 100 minutes de communications gratuites (sur 10 mois) et 150 SMS quelle que soit la méthode d'achat, en 'pack' ou en Kit SIM. Sur le plan du business, les deux partenaires n'ont pas voulu dévoiler les modalités financières de leur accord, ni même indiquer le modèle économique sur lequel reposait leur offre. Et encore moins les objectifs. « *Lors d'un mariage, il est indécent de parler du contenu de la dot* », a indiqué Pascal Nègre. On sait juste que le contrat liant les deux groupes coure sur une durée d'au moins 3 ans. Pour faire la différence, BouyguesTel va massivement s'appuyer sur la puissance de la marque Universal. Ainsi, sur les publicités et les 'packs', le logo BouyguesTel est très discret. « *Ce qui nous intéresse, c'est d'avoir une marque différente, ciblée vis-à-vis des jeunes. Universal Mobile apportera des minutes de communication supplémentaires sur notre réseau* », a expliqué Gilles Pélisson, p-dg de Bouygues Telecom. « *Nous nous mettons derrière ce formidable drapeau qu'est la marque Universal, sachant que nous avons toujours Bouygues Telecom et i-mode* », a-t-il ajouté. Ce logo fort doit permettre de se démarquer d'une concurrence qui s'intéresse, elle aussi, beaucoup aux jeunes, notamment avec les nouveaux opérateurs virtuels (MVNO) comme Debitel qui, lui aussi, se positionne sur des forfaits « maîtrisés » et des SMS peu onéreux pour attirer nos chères têtes blondes. **SFR contre-attaque**

Quelques minutes après la conférence de presse de BouyguesTel, SFR a fait connaître sa nouvelle offre promotionnelle à destination des jeunes. C'est oeil pour oeil, dent pour dent.

SFR Le Compte (ex Universal Mobile) est ainsi revu. La nouvelle offre commercialisée dans le cadre d'une série limitée à 20.000 souscriptions, et pour un engagement de 24 mois, propose pour 23 euros par mois : 1 heure de communication valable 7J/7, tous les appels gratuits et illimités vers un numéro le week-end pendant 24 mois, 100 Texto ou 33 MMS. SFR propose pour toute nouvelle souscription 30 euros de réduction sur une gamme de mobiles avec écran couleur et appareil photo intégré. Ces nouvelles offres sont disponibles pour tous les collégiens, lycéens et étudiants sur présentation d'un justificatif. Par ailleurs, la filiale de Vivendi propose jusqu'au 30 septembre 2004, deux nouvelles formules exclusives pour les étudiants : Super Perso Etudiants et Super Pro Etudiants. Commercialisées dans le cadre d'une série limitée à 40.000 souscriptions, ces offres exigent un engagement de 24 mois (!). « Super Perso Etudiants » comprend pour 39 euros par mois : 3 heures valables 7J/7, 9 heures de communications le soir de 21h30 à 8h00 et pendant tout le week-end (vers des numéros SFR et fixes), 100 Texto ou 33 MMS par mois, et 2 options gratuites. « Super Pro Etudiants », à 51 euros par mois propose 4 heures valables 7J/7, 12 heures de communications le soir de 21h30 à 8h00 et pendant tout le week-end [vers des numéros SFR et fixes], 100 Texto ou 33 MMS par mois, le forfait multimédia illimité pour accéder au portail de services SFR Vodafone live ! et toutes les options.