

Dans un mois le '12' disparaît. Les 118 fourbissent leurs armes

Le 3 avril prochain, le célèbre et historique 12 ne répondra plus. Même chose pour les numéros de renseignement des opérateurs mobile: le 712, le 222 et le 612 et d'autres anciens services. Désormais, et les consommateurs commencent à le savoir, il faudra composer des numéros en 118 XYZ pour accéder à des services de renseignements. Un marché colossal.

Depuis quatre mois, 19 nouveaux acteurs sont entrés sur ce marché pour 57 numéros attribués par le régulateur. Avec plus ou moins de succès. Seuls les fournisseurs ayant dépensé des millions d'euros de publicité pour se faire connaître sont aujourd'hui en position de force pour capter tous les utilisateurs du 12. Il s'agit notamment du 118 000 (Telegate), du 118 218 (The Number) ou encore du 119 008 (Pages jaunes). Car il faut savoir que les consommateurs sont fidèles au service de France Télécom. Le 12 et les autres numéros historiques ont attiré entre novembre-décembre 2005 **90,98%** des appels. Les numéros 118XYZ n'ont reçu que **9%** des appels vers l'ensemble des services de renseignements. Mais avec la disparition définitive des numéros historiques, un avenir radieux s'ouvre pour ces nouveaux acteurs. Et encore une fois, ce sont les plus riches qui se placent sur le devant de la scène. **Inondation de pub** Le 118 218, filiale du britannique The Number, s'est aujourd'hui bien imposé dans l'esprit des gens grâce à ses campagnes de communication décalées. Mais si, les deux ahuris faisant du sport sur la musique de Gym Tonic, impossible d'y échapper. Le fournisseur revendique 5,2 millions d'appels en quatre mois, un taux de satisfaction et d'exactitude de 90% contre 80% pour le '12'. La date du 3 avril est attendue comme le Messie. Et l'éditeur a décidé de mettre le paquet pour se différencier. Nouvelle massive campagne de pub, mais surtout, des nouveaux services. Côté tarifs, 118 218 se positionne comme un des moins chers du marché pour des appels passés depuis un fixe. Un point difficile à valider tant les offres tarifaires des fournisseurs sont complexes. La filiale de The Number souhaite désormais se focaliser sur les appels passés depuis un mobile (évidemment plus chers) et fait pression sur les opérateurs pour aligner les prix sur celui du fixe. « *Nous sommes en négociation active mais il est vrai que le problème est complexe. Chaque opérateur ayant des pratiques très différentes* », souligne Bruno Massiet du Biest, Directeur général de 118 218. **Annuaire mobile et site Internet** Par ailleurs, la filiale de The Number lancera deux nouveaux numéros: le 118 713, un service à bas prix avec des services minimums (0,56 euro contre 0,90) et le 118 075, dédié aux habitants de l'Île-de-France. Quatre autres numéros seront lancés, ils viseront des segments spécifiques comme les étrangers à Paris. Le groupe entend également améliorer la base des informations téléphoniques. D'un côté, il a saisi le Conseil de la concurrence contre France Télécom car il considère que l'opérateur historique ne lui fournit pas l'intégralité de ses informations (lire notre article). Même chose pour les numéros des abonnés à la téléphonie mobile. Il faut en effet savoir que ces numéros doivent figurer dans le fameux annuaire universel, mais le régulateur constate que les opérateurs traînent des pieds. A peine 1% des numéros y figurent. Le fournisseur a donc décidé de prendre le taureau par les cornes et lance 'l'Annuaire des mobiles pour tous'. Via une association composée de Neuf Cegetel et de Nokia, le 118 218 invite les abonnés à entrer eux-mêmes leurs numéros sur un site Web dédié afin de créer une base. « *Une association ouverte à d'autres opérateurs* », souligne le directeur général. Et pour préserver l'intimité des abonnés, le groupe lance le service Discreto qui permet de filtrer

gratuitement la mise en relation. En clair, l'abonné dont le numéro figure dans cette base pourra choisir ou non d'accepter un appel d'un correspondant qui passe par le 118 218. Enfin, le groupe s'attaque aux Pages jaunes de France Télécom en lançant un site Web de recherche totalement gratuit. Le www.118218.fr offre des outils classiques de recherche, l'envoi de SMS, les séances de cinéma, des plans et itinéraires et une fonction 'click to talk' pour les utilisateurs de Skype. « 75% des utilisateurs se servent du Web pour effectuer leurs recherches, il fallait donc répondre à cette demande. Mais il ne s'agit pas d'en faire un business, il n'y aura pas de référencement ou de liens sponsorisés », détaille Bruno Massiet du Biest. L'objectif est affiché: prendre la place de leader sur ce marché avant la fin de l'année. **Proximité** Du côté du 118 000, filiale de l'allemand Telegate, on ne reste pas inactif. Le fournisseur inonde également les programmes Tv de ses publicités et revendique 97% de satisfaction. Lui aussi lance une kyrielle de nouveaux services. Il propose ainsi gratuitement (inclus dans le prix de l'appel) le plus court itinéraire pour se rendre à un endroit en fonction de l'état du trafic en temps réel. Il fournira également des informations météo avec des prévisions à deux jours ou encore des informations pratiques. Bref, la guerre s'annonce acharnée entre les nouveaux géants des renseignements téléphoniques... **Tarif unique pour le 118 218, sauf pour les abonnés Free**

Le 118 218 a décidé de faire simple. Il applique le même tarif pour les appels passés depuis un poste fixe: 0,90 euros. Mais pour les seuls abonnés Free, ce prix passe à 1,12 euros. Pourquoi ce décalage ? « Nous n'avons pas la liberté de fixer les tarifs des communications passées depuis les opérateurs. Mais ces derniers se sont tous alignés sur notre prix. On attend que Free le fasse », explique laconiquement Bruno Massiet du Biest, Directeur général de 118 218.