

Départ modeste pour l'offre ADSL de Bouygues Telecom

L'arrivée de Bouygues Telecom dans le marché hautement concurrentiel du haut débit fixe avait fait sensation. Fort de son nouveau réseau fixe, le troisième opérateur mobile français s'est lancé fin octobre 2008 avec une offre triple-play axée sur la simplicité et les appels mobiles.

Très vite, l'opérateur se l'est joué profil bas, conscient de ne pouvoir pas attaquer frontalement un Orange ou un Free. Surtout, l'ADSL de Bouygues Telecom vise d'abord et avant tout les 9,6 millions d'abonnés mobiles de l'opérateur avec des offres privilégiées et des appels mobiles compris dans le forfait.

Cette modestie était pertinente car quatre mois après son lancement, l'offre Bbox connaît un démarrage « modeste », selon le terme du président du groupe, Martin Bouygues. L'offre a conquis « quelques dizaines de milliers de clients. Nous avons des chiffres bons, mais qui sont modestes: nous n'avons pas cherché à faire de grands développements, ce n'était pas du tout l'objet », a-t-il souligné.

Bouygues compte-il étoffer son offre ? Pas de réponse, mais en septembre dernier, Franck Abihssira, directeur FAI grand public de l'opérateur nous disait réfléchir à une offre de téléchargement ou d'écoute de musique. Tout en précisant que la Bbox n'avait pas à vocation à multiplier les services : « Il est inutile de proposer des services complexes qui exigent de longues configurations, encore une fois, on veut simplifier l'accès, les clients ne veulent pas de services complexes ».

Du côté du mobile, à fin décembre, Bouygues Telecom comptait 9,59 millions de clients mobiles, soit 338.000 de plus qu'il y a un an. Sa part de marché atteint 16,5%, contre 43,6% pour Orange (qui a gagné presque un million de clients en 2008, pour un total de 25,2 millions de clients) et 33,8% pour SFR (19,7 millions).

Toujours incisif, Martin Bouygues s'en est une nouvelle fois pris à la 4e licence mobile mais avec un nouveau d'angle d'attaque : « comment attribuer une licence et déployer un réseau, alors même qu'on voit fleurir dans toute la France des procès sur le problème des antennes-relais ».

Globalement, l'opérateur a connu « une bonne année 2008 ». Son chiffre d'affaires a progressé de 6% à 5,08 milliards d'euros, pour un bénéfice net en hausse de 9%, à 534 millions d'euros, et une marge opérationnelle courante de 16,1%, contre 15,6% en 2007.

« La crise a pour le moment des conséquences limitées: en ce qui concerne le grand public, nous n'avons pas noté de changement notable du comportement des clients », a souligné Martin Bouygues. Quant au segment entreprises, « plus fragile », il ne représente que 12% de ses ventes, a-t-il rappelé.

Pour 2009, l'opérateur s'est fixé pour objectif un chiffre d'affaires de 5,2 milliards d'euros, en hausse de 2%. Il sera ainsi le seul métier de Bouygues à afficher une croissance.