

Joe Mobile, la nouvelle stratégie low cost de SFR

Le suspens **Joe Mobile** est levé. **Mathieu Horn**, le fondateur de Joe Mobile, a levé le voile sur ce nouvel acteur, annoncé sous forme de teasing comme une révolution sur le marché par **Stéphane Roussel**, PDG de SFR, lors de la [présentation des offres de la rentrée](#) de l'opérateur fin septembre.

Joe Mobile est un opérateur de réseau mobile virtuel (MVNO) filiale de SFR. La nouvelle offre s'apparente à un mixte entre forfait sans engagement et consommation à la demande. Deux forfaits mensuels sont proposés : le premier à **10 euros TTC** offre 2 heures de voix et les SMS/MMS illimités. Le second, à **20 euros TTC**, propose voix, SMS/MMS illimités et 3 Go de données. Le tout avec une bande passante de 14,4 Mbit/s (HSPA+).

Un système de parrainage

Au-delà des forfaits et de ses tarifs qui s'alignent sur les offres les plus agressives du marché (celles de Free Mobile et B&You en particulier), Joe Mobile se distingue par la personnalisation potentielle du forfait.

L'utilisateur a la possibilité d'acheter des minutes de communication et des données supplémentaires. L'offre propose également une option pour les appels à l'étranger. On peut même suspendre la ligne (pendant 6 mois au maximum) et la réactiver d'un simple clic. L'ensemble se gère depuis le « cockpit », une interface disponible sur le web ou sous forme d'application mobile.

Mais Joe Mobile espère surtout se distinguer par l'aspect communautaire de son offre. Au-delà des traditionnelles questions-réponses que les membres pourront poser-trouver, le MVNO initie un système de parrainage rémunéré pour multiplier le nombre de clients.

5 euros seront ainsi versés, au prescripteur comme au nouveau client, pour toute nouvelle souscription générée. « *Cela permet de payer le forfait moins cher* », déclare **Mathieu Horn** (notre photo) qui dit clairement s'être inspiré des mécanismes d'invitation comme ceux de DropBox (pourtant aucun service de stockage en ligne n'est associé à l'offre) ou Spotify.

Concurrent des offres Red

Si Joe Mobile est loin d'apparaître comme la « révolution » évoquée il y a plusieurs semaines, il pourrait néanmoins répondre à certains besoins de personnalisation des consommations à la demande. Ce qui n'existe pas réellement chez la concurrence.

Début septembre, B&You a bien proposé une approche similaire, mais à partir [du modèle du prépayé](#). Peut-être que les nouveaux forfaits que la marque low cost de Bouygues Telecom devrait annoncer le 6 novembre prochain se rapprocheront du modèle de Joe Mobile.

Il restera néanmoins à vérifier si le système de parrainage fonctionne pour les forfaits mobiles. Les premières réactions sur Twitter n'étant guère encourageantes.

Les souscriptions seront ouvertes dans la journée à partir du site Joemobile.fr. Elles seront réservées aux 5000 premiers inscrits dans l'immédiat, avant de s'élargir à tout le monde en janvier prochain. Mathieu Horn est ambitieux : « *Nous attendons plusieurs centaines de milliers de clients d'ici fin 2013* », indique le fondateur, ancien cadre de SFR.

Autant de clients qui pourraient s'éloigner des offres 'low cost' de la concurrence, mais aussi des forfaits Red de SFR. L'opérateur avait néanmoins prévu la parade en réajustant, la semaine dernière, ses forfaits sans engagement.

Ils se limitent désormais à deux offres : une à 9,90 euros TTC pour 2 heures d'appels et une autre à 19,90 euros pour l'illimité et 3 Go de données. Orange, qui ne propose « que » 2 Go avec son forfait Sosh à moins de 20 euros, s'alignera-t-il ?