

# MVNO : Auchan mise sur la personnalisation du numéro pour se démarquer

Dans un secteur des MVNO très serré, où une douzaine d'acteurs se partagent 4% de parts de marché, tous les moyens sont bons pour se démarquer. A-Mobile (l'opérateur virtuel d'Auchan) propose une offre peu commune : **disposer de son propre numéro de téléphone personnalisable**. Un peu à la manière des plaques d'immatriculation américaines en somme.

L'offre destinée aux particuliers permet aux futurs souscripteurs de se créer un numéro de téléphone conforme à leurs souhaits : chiffres fétiches, dates d'anniversaires, date de naissance... **Numéro Premium et Numéro Prestige**, les deux services proposés mettent respectivement à disposition des futurs clients **45.000 et 2.000 numéros**. La personnalisation des numéros, débutant tous par « 06 05 », se limitent aux chiffres pour les numéros Premium. En revanche, lettres et chiffres peuvent être combinés dans le cadre de l'offre Prestige. Deux terminaux de la marque Samsung sont proposés dans le cadre de l'opération. Toutefois, selon A-Mobile, il n'est pas obligatoire d'acquérir un mobile du fabricant coréen pour bénéficier de l'offre.

Les deux nouveaux services d'une valeur de 99 euros (quand même...) pour l'offre Premium et 29 euros pour l'offre Prestige viennent compléter les offres postpayés (Hypersur) et prépayés (Hyperlibre) du MVNO.

Pour A-Mobile, plus que d'une offre commerciale, « *il s'agit d'un concept cadeau* ». Pas question pour l'opérateur d'en faire une arme de conquête commerciale. Enfin, pas pour l'instant.

L'opérateur, dont l'introduction dans le secteur remonte à la fin 2006, se montre bien chiche en confession. S'il admet ne pas avoir conquis le titre de leader des MVNO (objectif visé lors du lancement), une place toujours occupée par Tele2 mobile France, A-Mobile affirme être devenu le « *numéro un de la distribution* », selon Flavien Dhellemmes, directeur commercial Auchan Télécom. Belle victoire.

Volontairement évasif sur le volume de son parc d'abonnés, A-Mobile renâcle à fournir des données chiffrées précises. Tout juste concède-t-il avoir atteint « *ses objectifs commerciaux* ». Une discrétion peu engageante au moment où Leclerc va aussi [se lancer](#) dans la téléphonie mobile.

A-Mobile regarde vers l'avenir. Loin d'être sourd à la douce musique du profit, l'opérateur préparerait une nouvelle offre postpayée. Aucune date de lancement n'a été communiquée.

Rappelons qu'en septembre dernier, Tele2 mobile lançait deux nouvelles offres de forfait postpayées.