

MVNO : Simyo se lance dans le low-cost

Déjà bien encombré, le marché français des MVNO (opérateurs mobiles virtuels) compte aujourd'hui un nouveau membre. Simyo se lance en effet ce lundi en utilisant le réseau de Bouygues Telecom. Cette filiale de l'opérateur néerlandais KPN est déjà présent dans plusieurs pays européens dont l'Allemagne, la Belgique et l'Espagne.

Pour faire son trou, Simyo joue sur un terrain déjà bien labouré : celui du low-cost et de la simplicité. Uniquement accessibles en ligne (www.simyo.fr), les offres se basent sur du prépayé avec un tarif unique de 19 centimes la minute 24h/24 et 7j/7 vers tous les opérateurs fixes et mobiles, facturé à la seconde et ce, dès la première seconde (appels voix métropolitains hors numéros spéciaux), soit 11,80 euros par heure.

L'offre ne nécessite pas d'engagement de durée, ni de minimum de dépenses mensuelles. Néanmoins, tout se fait en ligne notamment l'achat des crédits (qui sont utilisables pendant trois mois).

Le SMS est facturé 10 centimes et le transfert de données est également possible (réseau 3G de Bouygues), au coût de 0,05 euro pour 10 ko.

Le MVNO affirme donc « *bouleverser les codes du marché français de la téléphonie mobile* ». On veut bien les croire. « *Simyo a pour ambition de devenir le service de référence en matière de « téléphoner juste » et espère libérer les Français du stress de la facture téléphonique mobile et de ses mauvaises surprises* ».

Pour autant, si la simplicité et le low-cost constituent des attentes fortes de la part des consommateurs français, surtout en ces temps difficiles. Néanmoins, un certain nombre de MVNO sont déjà présents sur ce crédo : Simpleo (ex-Debitel) dont le nom est particulièrement proche de cette nouvelle marque ou encore Tele2...

Pas sûr que ces arguments suffisent pour se démarquer. D'autant plus que le marché hexagonal des MVNO est difficile : seuls les plus puissants arrivent à sortir la tête de l'eau. Le parc des abonnés virtuels n'est que de 2,6 millions de clients au troisième trimestre, soit une part de marché encore marginale de 4,90% contre 4% il y a un an et 4,88% en décembre 2007. De nombreux MVNO ont déjà jeté l'éponge...

Simyo pourra néanmoins compter sur une campagne de publicité originale mettant en scène le comédien trisomique Pascal Duquenne pour faire parler de lui.