

# MVNO : Tele2 Mobile enrichit son offre post-payée

Tele2 Mobile poursuit son offensive. L'opérateur lance deux nouveaux forfaits bloqués de 16 euros (45 minutes par mois) et de 22,90 euros (90 minutes par mois), qui ciblent une clientèle plutôt jeune. Grégory Gosset, dg adjoint de Tele2 Mobile France s'explique. *« le chiffre d'affaires est deux fois supérieur à celui du prépayé. Et pour les MVNO, 85% de la croissance vient du post-payé car ce modèle permet de pérenniser l'activité »*, ajoute le responsable. Tele2 Mobile poursuit donc sa stratégie axée sur la simplicité et le **mode « post-payé »**. Une stratégie gagnante puisque le MVNO revendique 450.000 clients, soit la première place du marché.

*« Nous pensons que le marché se développera autour d'offres généralistes, simples et axées sur les forfaits. Rappelons que la grande majorité des clients des MVNO sont des primo-accédants, le taux de pénétration en France du mobile n'est « que » de 82%. Cette population, les réfractaires au mobile, les seniors, recherchent des offres simples, lisibles de qualité et économiques. Nous pensons que ces composantes sont des pré-requis dans une offre MVNO. La viabilité des MVNO passe par le post-payé »*, nous confiait il y a peu Grégory Gosset.. Pour autant, la situation reste fragile. La vente de Ten et de Debitel sont des exemples frappants. Les MVNO restent fragiles, ils rassemblent moins de 4% du marché, pénalisés par l'appétit des opérateurs traditionnels. Les engagements à 24 mois sont considérés comme le principal frein. Mais la récente adoption de la portabilité à 10 jours a fait du bien aux MVNO et à Tele2 Mobile, qui revendique un tiers de ses abonnés provenant d'autres opérateurs.