

MVNO: Virgin Mobile se lance en France et vise la 4e place

C'est en grande pompe que Sir Richard Branson, patron du groupe Virgin est venu lancer ce lundi Virgin Mobile en France. Et pour bien marquer le coup, le président fondateur s'est fendu d'un nouveau coup médiatique en descendant en rappel (de façon assez peu orthodoxe) la façade du Virgin Megastore des Champs Elysées. C'est sûr, comme coup de pub, on ne pouvait pas faire mieux.

Virgin Mobile, MVNO, débarque donc sur le marché déjà bien encombré des opérateurs virtuels français. Rappelons qu'un MVNO ne possède pas de réseau et achète en gros à un opérateur hôte un accès et des minutes de communication qu'il commercialise sous sa propre marque. Sur le marché hexagonal, le MVNO a signé un accord avec Orange et a créé une joint venture à 50/50 avec Carphone Warehouse (PhoneHouse). Le groupe entend bien reproduire le succès de ses MVNO à l'étranger. Il faut dire que Virgin Mobile est une affaire qui roule: créé en 1999, il dénombre 10 millions de clients dans le monde dont 3 millions aux Etats-Unis. Du coup, Virgin place très haut la barre de ses ambitions. Le MVNO compte **1 million de clients d'ici trois ans et devenir le quatrième opérateur mobile français** derrière les trois grands que sont Orange, SFR et Bouygues Telecom. Pourquoi la France ? Comme ses concurrents, Virgin Mobile dresse un tableau assez sombre du marché. « 80% des Français sont volés. Les opérateurs en place sont crispés sur la défense de leurs intérêts. Il faut savoir prendre des risques pour faire bouger les choses », s'exclame Richard Branson. « Le marché est verrouillé de tous les côtés et une partie des consommateurs est laissée pour compte. Par ailleurs, le taux de pénétration (80%) est encore un des plus faibles d'Europe », renchérit Geoffroy Roux de Bézieux, président de Virgin Mobile France. Surtout, Virgin constate que les trois grands opérateurs classiques contrôlent depuis des années 80% du marché et effectuent un contrôle de fait sur les prix. Des prix jugés élevés. Sans compter les délais de résiliation et les périodes d'engagement trop longues... Pour tenir son objectif, Virgin Mobile va reproduire les recettes éprouvées ailleurs dans le monde: des prix cassés, des services, de la souplesse. Virgin Mobile cible très logiquement la population des 15-25 et se pose ainsi en concurrent frontal de NRJ Mobile (125.000 abonnés). Premier argument pour séduire cette cible: le SMS gratuit et illimité. Les différents forfaits du MVNO (lire notre encadré) intègrent donc l'envoi de SMS gratuits et illimités vers tous les opérateurs, 24h/24 et 7 jours sur 7. Un atout de poids face aux autres MVNO. Mais Virgin Mobile, qui se targue de jouer la carte de la transparence absolue, a décidé de limiter dans un premier temps cette offre aux **35.000 premières souscriptions**. Chez Virgin Mobile aussi, il faut lire les petites lignes en bas des documents... « L'offre sera étendue en fonction de l'accueil du marché », se contente d'expliquer le groupe. L'opérateur virtuel met également l'accent sur « l'égalité des traitements » avec des offres prépayées au prix du forfait. Côté prix, Virgin Mobile assure avoir obtenu d'Orange « des conditions satisfaisantes ». Les forfaits varient entre 15 et 42 euros par mois. Des formules prépayées sont également lancées: de 0,27 euro à 0,42 euro la minute. Bref, l'offre du MVNO est un savant mélange entre les prix agressifs de Tele2 et l'orientation jeune de NRJ Mobile. La 3G en moins... En effet, Virgin Mobile se contente pour le moment de proposer des forfaits 2G: « On se concentre là où est le marché. Il faut apprendre à marcher avant de courir. Mais notre accord avec Orange prévoit que dans moins de deux ans, la 3G sera disponible », explique Geoffroy Roux de Bézieux.

Dans deux ans, le retard pris par Virgin risque d'être insurmontable. Face à un marché verrouillé, Virgin Mobile propose de la souplesse avec des durées d'engagement de 12 mois et un préavis de résiliation de 10 jours contre 60 en moyenne. Il promet également un service client à la hauteur, et gratuit après trois minutes de communications. Pour se faire connaître, Virgin Mobile va actionner deux leviers. La distribution d'abord (point faible des MVNO) sera particulièrement étoffée avec 10.000 points de vente et notamment les boutiques Phone House mais aussi la grande distribution et le réseau Caisse d'Épargne, calquant ainsi NRJ Mobile qui est présent dans le réseau CIC-Crédit Mutuel. Evidemment, l'offre sera disponible dans les MegaStore et sur Internet. Des synergies avec la plate-forme de musique en ligne VirginMega.fr sont évidemment prévues. Mais surtout, l'opérateur va dépenser sans compter dans la publicité, arme numéro un pour se faire connaître selon Richard Branson. « *Les MVNO français n'investissent pas assez en pub, ce qui freine leur développement* », regrette-t-il. **20 millions d'euros de publicité** seront donc investis dès la première année. Virgin Mobile se donne donc les moyens de ses ambitions. Mais cela suffira-t-il ? Il faut bien reconnaître que depuis leurs lancements, les MVNO français n'ont pas bouleversé le marché. Selon les derniers chiffres du régulateur (fin 2005), ils ne représentent que 0,6% du parc avec moins de 300.000 abonnés... Et même l'arrivée d'opérateurs puissants comme Tele2 ne semble pas avoir changé la donne. Trop d'obstacles gênent encore les MVNO et la fluidité du marché: des durées d'engagement et des délais de résiliation trop longs, une portabilité du numéro encore peu efficace. Virgin Mobile cassera-t-il ce mariage forcé entre opérateurs traditionnels et abonnés ?

L'offre de Virgin Mobile

Forfaits (engagement d'un an) 40 minutes: 21 euros 75 minutes: 26 euros 100 minutes: 32 euros 155 minutes: 42 euros Ces forfaits intègrent l'envoi illimité et gratuit de SMS vers tous les opérateurs, 7j/7, 24h/24. Offre réservée aux 35.000 premiers souscripteurs. La minute hors forfait est facturée 0,35 euro. **Forfaits sans engagements** 48 minutes ou 180 SMS: 15 euros 90 minutes ou 240 SMS: 20 euros 120 minutes ou 300 SMS: 25 euros 186 minutes ou 420 SMS: 35 euros La minute hors forfait est facturée 0,30 euro, le SMS: 0,10 euro **Forfaits bloqués** 40 minutes ou 150 SMS: 15 euros 75 minutes ou 200 SMS: 20 euros **Cartes prépayées** 0,42 euro la minute (validité 30 jours) 15 euros (0,38 euro la minute-validité 30 jours) 20 euros (0,27 euro la minute-validité 30 jours) Carte SIM: 15 euros, SMS: 0,10 euro Toutes ces offres: facturation à la seconde, dès la 1ère seconde, report des minutes, répondeur inclus dans le forfait, présentation du numéro, double appel, suivi conso. Enfin, neuf mobiles seront disponibles pour accompagner ces offres: deux Sony Ericsson, quatre Sagem, et un Nokia, Alcatel et Motorola.