

Offres mobiles : Prixtel réajuste son forfait

Modulo

Sous la pression des offres low cost sans engagement des opérateurs entraînés par l'arrivée de Free Mobile en début d'année, le MVNO Prixtel réagit. Il vient de revoir les paliers de son forfait Modulo qui, pour rappel, s'ajuste automatiquement au plus près de la consommation du client.

Le forfait s'étend désormais de 2 euros (1 heure de communication et 60 SMS) à 24,90 euros (appels et SMS illimités France et 50 destinations avec 3 Go d'échanges de données). Si le premier palier rejoint l'offre d'entrée de Free Mobile, le forfait le plus élevé n'est pas aussi compétitif que ceux d'Iliad, Bouygues Telecom B&You et SFR Red. Il s'alignerait plutôt sur les tarifs de Sosh, sans le 42 Mbit/s.

Des paliers intermédiaires

Mais l'offre de Prixtel propose des paliers intermédiaires. Le premier démarre à 12,90 euros pour 100 Mo et le second à 17,90 euros pour 500 Mo. De quoi attirer les utilisateurs moyennement consommateurs de données tout en conservant la voix/SMS illimités.

« Près d'un an après le raz de marée qu'a connu le marché des télécommunications français, Prixtel reste confiant en l'avenir », déclare le président et fondateur de Prixtel qui, avec 160 000 clients aujourd'hui, n'est pas vraiment en mesure de faire de l'ombre aux grands acteurs de nature à pouvoir inquiéter les gros acteurs.

Une guerre des prix sans fin ?

Ce qui n'empêche pas les opérateurs de poursuivre la guerre des prix. SFR, le fournisseur de réseau de Prixtel, propose également un forfait d'entrée de gamme sans engagement à moins de 5 euros pour 1h40 de communications et 100 SMS. Son client MVNO a répliqué en introduisant un palier à 1h30, 120 SMS et 20 Mo de données « pour couvrir les usages data involontaires ». Et éviter les mauvaises surprises sur la facture.

De son côté, B&You a frappé un grand coup avec son offre de [voix illimitée à moins de 10 euros](#) mais sans data. Et n'oublions pas l'arrivée du petit nouveau [Joe Mobile](#) qui s'aligne sur l'illimité voix/3 Go à 20 euros. « La prolifération des offres low cost se poursuit, le marketing du labyrinthe se confirme de semaine en semaine », illustre David Charles. Qui sera le prochain à proposer mieux ?

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Connaissez-vous les OS mobiles ?](#)