

Prixtel module son forfait mobile à l'international

À peine quatre mois après sa dernière mise à jour, **Prixtel** vient d'enrichir son offre **Modulo**. Le forfait mobile intègre désormais les communications à l'international illimitées vers les postes fixes et mobiles des États-Unis et du Canada (en plus de la France, évidemment) et vers les fixes de plus de 40 destinations. SMS/MMS illimités et jusqu'à 1 Go d'Internet complètent l'offre (dans la limite de 50 correspondants par mois et par zone, hors numéros spéciaux et numéros de services). Hors forfait, la minute de voix est facturée 0,12 euro et la data 0,15 euro le mégaoctet.

Rappelons que Modulo est une offre composée de 5 forfaits qui s'adaptent automatiquement à la consommation du client. Des forfaits répartis depuis 2 euros TTC les 60 minutes/SMS à 24,90 euros pour l'illimité en passant par du 17,90 euros pour 6 heures de voix et 500 Mo d'Internet. Autrement dit, tant qu'un utilisateur n'a pas franchi un palier de consommation, il est assuré de payer l'offre la plus avantageuse du forfait.

En intégrant les communications à l'international, Prixtel rejoint donc l'offre de Free mobile, notamment. Certes, cette gamme ne concurrence pas frontalement celles de Free mobile ou B&You qui proposent de l'illimité et 3 Go pour 20 euros. Mais ces volumes « *intéressent à peine 3 % du marché, estime David Charles, fondateur et président de Prixtel. La plupart de nos clients consomment moins de 250 Mo par mois. Pourquoi iraient-ils payer 20 euros si cela leur coûte moins ?* » De toute façon, « *nous ne pouvons pas nous permettre d'intégrer les 3 Go de données pour l'instant* ».

Un trimestre en croissance

Difficile de concurrencer Free mobile, donc, malgré l'effort consenti, dès février, en ouvrant l'offre Modulo à 2 euros les 60 minutes/SMS comme le propose le nouvel entrant et, bien avant lui, en proposant un partenariat avec Cetelem pour les achats à crédit des terminaux. Mais pour David Charles, Free n'est pas un concurrent direct. « *Je suis très content que Free soit arrivé sur le marché. Ils font une offre agressive exclusivement sur le web, comme nous. Ce qui donne de la visibilité pour Modulo. Et, dans un deuxième temps, les clients des opérateurs historiques vont aller sur le web et se poser la question de savoir s'ils choisiront de l'illimité ou du Modulo* », est convaincu David Charles.

L'arrivée de Free mobile, mais aussi celles des offres low cost des opérateurs de réseau apparues par anticipation, a certes pesé sur le marché des opérateurs de réseau mobile virtuel (MVNO). Mais Prixtel déclare s'en sortir plutôt bien au final. « *On a perdu quelques clients, mais Prixtel a fait de la croissance au final en récupérant beaucoup plus sur le trimestre* », assure David Charles. Il revendique 170 000 clients aujourd'hui contre 160 000 en novembre 2011.