

# SFR a vendu 500 000 iPhone en six mois

« La fusion avec Neuf Cegetel est un vrai succès », se félicite **Franck Esser**, le PDG de SFR. L'arrivée de Neuf Cegetel, racheté en juin 2008, commence donc à porter les fruits de la stratégie de convergence fixe-mobile de l'opérateur. A commencer par l'ADSL. SFR compte aujourd'hui **4,3 millions de clients Internet haut débit**. Une base qui permet à la filiale de Vivendi (56 %) et Vodafone (44 %) de revendiquer une part de marché stabilisée à 30 % au troisième trimestre 2009.

« En un an nous avons acquis plus de **550 000 nouveaux clients ADSL** et avons migré 1 million de clients [vers l'offre SFR Neuf box] », précise Franck Esser. La migration des anciens abonnés, notamment de Club Internet et AOL (précédemment acquis par Neuf Cegetel) permet aujourd'hui à SFR de disposer d'une base matérielle unifiée et donc de réduire les coûts d'exploitation réseau même s'il reste « quelques dizaines de milliers » d'irréductibles décidés à continuer à profiter de leur offre historique. « A l'heure où nous commençons à disposer d'une infrastructure harmonisée, Free découvre les affres de la gestion des box multiples », remarque-t-on chez SFR en échos à l'acquisition d'Alice par Iliad en août 2008 et [qui pèse aujourd'hui sur ses résultats](#).

D'autre part, SFR souligne que **40 % des ventes de forfaits haut débit s'effectuent «en dur» depuis les boutiques SFR**. Une façon supplémentaire de souligner l'avantage de SFR sur Free en matière de réseau de distribution de ses produits. La filiale d'Iliad ne semble d'ailleurs plus être une cible à dégommer pour SFR qui tourne désormais son regard vers Orange.

## **1,5 milliard d'euros investis dans le réseau**

En matière de mobile, notamment, SFR s'est montré particulièrement dynamique ces derniers mois. En un an, l'opérateur a séduit **1,145 million d'utilisateurs**, soit 36 % du marché mobile. Dont plus de 500 000 grâce à l'iPhone lancé en avril dernier. Un carton! Au total, SFR capitalise 20,2 millions de clients mobiles, dont 71 % d'abonnés.

Un succès global qui s'explique par de forts investissements sur le réseau qui s'est traduit par une **baisse du taux de désabonnements**. « En 2009, nous avons investi 1,5 milliard d'euros dans le réseau », assure le dirigeant. Il en résulte des baisses du «churn» (les désabonnements dans le jargon des opérateurs) de 3,4 points sur le mobile (13,1 % des abonnés infidèles au 1er semestre 2009 contre 16,5 % il y a un an) et de 5,3 points sur l'ADSL (14,3 % contre 19,6 % précédemment).

Réseau, part de marché, offre fixe-mobile, Internet mobile, marque forte (40 % de notoriété)... « **On a tous les atouts** », se félicite Franck Esser. Tous les atouts pour continuer à mener l'offensive et, notamment, se préparer à l'arrivée de Free d'ici 2 ans dans le mobile. « On va rester très compétitifs en termes de tarifs mais aussi en termes d'innovation, notamment à travers notre réseau wifi communautaire [hérité de l'accord avec FON, ndr] et insister sur la qualité de notre service client », note le PDG en rappelant que chez SFR la hotline n'est pas surtaxée contrairement aux choix, [discutables](#), de son concurrent.

## **Nouveaux services à foison**

En attendant, SFR va poursuivre le lancement de nouveaux services. A commencer par [SFR Home 3G](#), un boîtier Femtocell qui étend au domicile le réseau 3G mobile de SFR. Toujours dans l'optique d'élargir la couverture de son réseau, mais dans l'ADSL cette fois, **SFR lance une offre satellite**

pour apporter le haut débit dans les zones non pourvues d'ADSL. Soit environ 500 000 foyers en France. le «Pack Internet par satellite» permettra, avec le partenariat technique d'Eutelsat, de bénéficier d'une connexion autonome bidirectionnelle jusqu'à 3,6 Mbit/s de bande passante pour 2,4 ou 4,7 Go de données échangées selon le type d'offre : soit à partir de 34,90 euros par mois matériel fourni avec engagement (de 24 mois); soit 29,90 euros sans engagement mais avec achat du kit à 399 euros.

Autre lancement annoncé, celui de **360, un service d'agrégation des différents flux Internet pour le mobile**. Lancé dans 8 pays européens depuis le 29 octobre (sous le label «People»), 360 débarque en France. Il s'agit de « *remettre l'utilisateur au centre des usages en proposant une clé d'entrée par le contact* », explique Jean-Marc Tassetto. Cette offre de carnet d'adresses unifié permettra de communiquer par voix, e-mail, messagerie instantanée, réseaux sociaux, etc., par le choix du contact et non plus de l'application. 360 arrive en bêta sur les terminaux HTC Android dans un premier temps avant d'être élargi à l'iPhone dès janvier prochain puis sur l'ensemble des plateformes (Windows Mobile 6.5, BlackBerry, Symbian S60).

Signalons encore la signature d'un accord avec la plate-forme de musique en streaming **Deezer** qui viendra enrichir l'offre déjà en place chez SFR (live concert, chaîne TV et radio SFR Music, Jeunes Talents) pour les plateformes fixes comme mobiles. Un partenariat d'offre de contenus dans la droite ligne de l'accord précédant signé avec Dailymotion permettant aux abonnés du service TV ADSL de bénéficier des vidéos du site web sur le téléviseur familial.

Ces nouveautés se prolongeront en 2010 avec l'arrivée d'**une nouvelle box** (qui n'intégrera pas le Femtocell en standard mais promet d'être très innovante selon Franck Esser) et la préparation d'un portail de jeux en ligne. L'opérateur devra également travailler à la qualité de son réseau en vue de répondre à l'intensification des usages, notamment mobiles. Un travail amorcé par le basculement en technologie IP et qui sera renforcé par la connexion «optique» des relais GSM. Cela permettra de pousser la bande passante de 2 à 100 Mbit/s par relais. Il restera néanmoins à vérifier que ces initiatives se traduiront positivement sur le plan financier.