

Un million de clients pour Universal Mobile

Le succès est donc bien au rendez-vous pour ces formules d'offres prépayées et musicales qui misent particulièrement sur la jeunesse pour se développer. Un peu plus de trois ans après son lancement Universal Music Mobile annonce en effet avoir passé le cap du million de clients, ils étaient 400.000 en mars dernier.

« Cette réussite s'explique par un positionnement qui répond aussi bien aux attentes des jeunes de 15 à 20 ans qui aspirent à une liberté de communication qu'à celles de leurs parents se souciant davantage de la facture téléphonique », explique le groupe dans un communiqué.

Rappelons que Universal Music Mobile n'est pas un MVNO (opérateur mobile virtuel). Il s'agit d'une marque lancée par Universal, la première Major mondiale du disque et Bouygues Telecom en août 2004.

Cette marque occupe donc le segment de marché des jeunes et concurrence NRJ Mobile (MVNO avec SFR) et M6 Mobile by Orange ou encore Virgin Mobile. Cette cible semble bien être du pain béni pour les opérateurs puisque NRJ Mobile revendique la place de 2e MVNO français avec 425.000 clients (chiffres de juin) tandis que M6 Mobile a déjà franchi le cap du million d'abonnés en juillet dernier. La marque devance ainsi d'une année son objectif initial d'un million de client en 3 ans.

Reste à savoir si Universal Mobile gagne de l'argent. Dans ce type d'offres, la rentabilité peine à être au rendez-vous, NRJ Mobile par exemple, malgré son nombre important de clients, était dans le rouge l'année dernière.