

Virgin Mobile conforté dans sa stratégie full MVNO

Contrairement à son ex-maison mère Megastore, **Virgin Mobile** pète la forme. L'opérateur mobile de réseau virtuel (MVNO) affiche un chiffre d'affaires de 555 millions d'euros en 2012. Soit une progression annuelle de 10%. Tout le monde ne peut pas en dire autant sur le secteur depuis l'arrivée des offres low cost fin 2011.

38.000 nouveaux abonnés

En 2012, Virgin Mobile a augmenté son parc d'abonnés de 38.000 nouveaux clients pour un total de 1,4 million. Ce qui reste modeste. Mais ce n'est plus le nombre, mais la valeur, qui compte aux yeux de l'entreprise.

« Dans un marché où certains offrent des forfaits pour 0 euro, le critère pertinent d'évaluation n'est plus le nombre de cartes SIM activées, mais plutôt le chiffre d'affaires et l'ARPU moyen par client », estime **Geoffroy Roux de Bézieux**, président de Virgin Mobile, en référence au forfait à 2 euros de Free Mobile rapporté à 0 pour ses abonnés Freebox.

Les souscripteurs d'un forfait maison composent désormais 78% des 1,8 million de clients de Virgin Mobile contre 68% fin 2011. Le taux de clients prépayés recule donc de 32% à 22% (-236.000 clients). Cette croissance de la base abonnés a permis l'augmentation du revenu mensuel par utilisateur (Arpu). Il passe de 22,2 euros en 2011 à 24,6 euros l'année dernière. Soit une hausse également notable de 11%.

600.000 bénéficiaires

Cette croissance est notamment le fruit de la stratégie de [full MVNO](#), ou MVNO dégroupé, que Virgin Mobile a mise en place en 2011.

En investissant dans son propre cœur de réseau, tout en s'appuyant sur l'infrastructure mobile de SFR et, toujours, Orange pour les abonnés historiques, l'opérateur alternatif est mieux à même de tirer parti de la commercialisation de ses services personnalisés.

« La croissance de 10% du chiffre d'affaires, que nous affichons cette année encore, nous conforte dans notre choix stratégique de privilégier la valeur par rapport au volume et dans notre choix innovant du modèle Full MVNO », justifie Geoffroy Roux de Bézieux.

Le groupe rappelle que toutes les nouvelles offres lancées en 2012 sont hébergées sur le nouveau cœur de réseau. Fin 2012, 600.000 clients bénéficiaient de la nouvelle architecture. Soit un tiers de son parc total.