

# VirginMobile : 'Une taxe sur les MVNO pourrait nous forcer à revoir nos tarifs'

L'inquiétude grandit au sein des opérateurs mobiles et notamment chez les MVNO, les opérateurs virtuels. L'idée d'une taxe pour compenser l'arrêt de la pub TV sur le service public est vécu comme une menace sérieuse pour la viabilité économique de ces opérateurs.

*« Là où une nouvelle taxe pourrait perturber les acteurs historiques, elle risque en revanche d'être fatale aux MVNO, tous encore engagés dans une phase d'investissement, et pour lesquels une taxe sur le chiffre d'affaires ne ferait que repousser davantage la perspective d'atteindre un jour leur équilibre économique », estime l'association Alternative Mobile qui regroupe la plupart des MVNO.*

Une vision partagée par Virgin Mobile, 1er MVNO français avec 700.000 clients, qui estime que les conséquences de cette taxe, dont le montant reste encore inconnu, pourraient aller à l'encontre des objectifs des MVNO, à savoir dynamiser la concurrence. Julien Allisy, directeur marketing de l'opérateur virtuel, répond à nos questions.

## **Cette éventuelle mais probable taxe met-elle en danger les MVNO ?**

Absolument. La situation financière des MVNO est loin d'être mirobolante. Commencer à nous taxer, ne serait-ce que d'1%, pourrait remettre en cause la santé financière de tout un secteur. Cette taxe irait en fait à l'encontre de la raison d'être des MVNO, c'est à dire générer plus de concurrence. Les MVNO ont déjà assez à faire avec la concurrence acharnée des opérateurs de réseau, si on nous rajoute une taxe, les plus faibles disparaîtront.

## **Une augmentation des tarifs serait-elle alors à prévoir ?**

Cela peut faire partie des mesures que l'on pourrait mettre en place. Il faudra bien compenser l'impact de cette taxe sur notre business. Mais il est encore trop tôt pour parler de contre-mesures, le flou autour du dispositif est encore très important et l'annonce a pris tout le monde de court.

## **Les MVNO ne représentent que 4% du parc d'abonnés en France, un taux très faible par rapport à d'autres pays européens. Pourquoi le marché ne décolle-t-il pas ?**

Il faut bien reconnaître que le marché est verrouillé par les trois grands opérateurs. Les conditions tarifaires proposées par les opérateurs hôtes ne laissent pas beaucoup de marge de manoeuvre aux MVNO pour créer des offres attractives. C'est difficile de lutter. Par ailleurs, les trois grands viennent nous concurrencer sur notre propres marchés en cassant les prix sur le pré-payé par exemple. Enfin, il y a trop d'acteurs sur le marché des MVNO, il n'y a pas de place pour tout le monde.

## **Quels leviers faut-il actionner pour dynamiser le marché ?**

Le prix du trafic représente le problème essentiel. Peut-être faudrait-il contraindre les opérateurs hôte à plus de souplesse, notamment à travers une régulation. Il y a ensuite les délais de portabilité : 10 jours c'est bien mais c'est encore trop. Pourquoi ne faut-il que deux heures dans certains pays pour changer d'opérateur sans changer de numéro ? Enfin, les clients des trois grands opérateurs

sont 'captés' par les contrats à 24 mois. Nous attendions beaucoup de la loi Chatel afin de plafonner les durées d'engagement à 12 mois. Ca n'a pas été fait, c'est très dommage.

**Déjà très encombré, le marché commence déjà à se concentrer (ventes de Debitel et de Ten), participerez-vous à des rachats ?**

S'il y a des dossiers de MVNO à vendre, nous étudierons les propositions. Nous sommes ouverts à des opérations de croissance externe. Mais cette étape n'est pas essentielle pour nous. Nous sommes déjà aux dessus de nos objectifs, nous pouvons donc conserver notre périmètre.

**Vous revendiquez la place de 1er MVNO français avec un peu moins de 700.000 utilisateurs. Quelles sont les clés de votre succès ?**

Nous sommes arrivés en apportant une vraie nouveauté : le SMS illimité. C'est une offre qui nous a longtemps différencié de la concurrence. Nous avons également mis l'accent sur le service client.

**Pourtant, les opérateurs classiques viennent aujourd'hui chasser sur vos terres...**

C'est vrai, nous sommes de plus en plus copiés. Cette année, nous allons enrichir nos offres afin de recréer cette différenciation. Nous allons une nouvelle fois bousculer le marché mais nous conserverons notre cible : les jeunes et les petits budgets.

**VirginMobile s'est aussi fait connaître grâce à de massives campagnes de pub, allez-vous continuer ?**

La publicité est indispensable pour marquer notre positionnement. Nous allons donc augmenter nos investissements (le MVNO a dépensé 40 millions d'euros bruts l'an dernier en pub, NDLR). Il s'agit de gros moyens pour un MVNO mais c'est 10 fois moins que la somme engagée par les opérateurs classiques.

**Les opérateurs mobiles jouent la carte de la convergence en proposant des offres ADSL. VirginMobile va-t-il occuper ce nouveau front ?**

Ce n'est pas dans notre réflexion. Il y a déjà beaucoup à faire dans le mobile.