

# Yalta des mobiles (suite): SFR veut redorer son blason

La condamnation des trois opérateurs mobiles pour entente illicite ayant faussé le jeu de la concurrence a des conséquences dramatiques en terme d'image. D'autant plus que BouyguesTel, Orange et SFR ont fait appel.

Les abonnés ont réellement le sentiment de s'être fait pigeonner pendant des années et saisissent en masse les associations de consommateurs. Autant le dire, la méfiance entre opérateurs et clients est aujourd'hui au plus haut. Pour tenter de sauver les meubles, SFR a lancé une opération de communication de crise et a acheté ce mercredi des pleines pages de publicité dans la presse nationale quotidienne. Les lecteurs ont ainsi la joie de lire une lettre ouverte de Franck Esser, p-dg de l'opérateur. *« Nous sommes conscients que la récente décision du Conseil de la concurrence sur le fonctionnement du marché de la téléphonie mobile en France pourrait déstabiliser la relation de confiance que nous avons avec vous ».* **Et de poursuivre:** *« Nous ne pouvons laisser les idées reçues (...) prendre le dessus sur la réalité. Entre 1999 et 2003, le prix d'une minute de communication mobile a baissé d'environ 30%. Aujourd'hui ce prix, ainsi que ceux des téléphones mobiles, sont inférieurs à la moyenne européenne ».* Certes. Mais ce n'est pas ce qui reproché à SFR (et à Orange). Les deux géants ont été condamnés pour s'être entendus sur les parts de marché de chacun afin de verrouiller le marché... Etrange en effet que depuis des années, Orange et SFR contrôlent plus de 80% de ce marché. Mais SFR veut faire acte de contrition: *« Nous ne pouvons pas accepter que la relation qui nous lie soit entachée. C'est pourquoi vous pourrez retrouver des représentants de la direction de SFR dans 50 magasins Espace SFR répartis en France, le dimanche 11 décembre au matin jusqu'à 13h pour répondre à vos questions ».* Les abonnés en colère pourront donc aller se plaindre directement auprès des dirigeants de l'opérateur pendant ces quelques heures... Ce qui risque d'être un peu insuffisant. Ces abonnés auraient peut-être préféré un geste commercial fort qui aurait permis à tous de repartir du bon pied.