



TÉLÉCOMS

Le « quadruple play » ne devrait plus être l'apanage de Bouygues Telecom, Orange et SFR. Pritel a capté le quart de la croissance du marché des MVNO au troisième trimestre et dispose de 110.000 clients. Il mise sur la vente et le marketing sur Internet.

L'opérateur mobile virtuel Pritel s'apprête à commercialiser une box

Une box signée Pritel. C'est le projet du petit opérateur mobile virtuel (MVNO) créé il y a six ans. « Nos clients nous demandent d'aller dans l'Internet fixe pour leur faire bénéficier de nos tarifs. Des négociations sont en cours et nous devrions nous lancer à la fin de l'année ou au début de 2011 », explique Anthony Poyac, le directeur de la société. L'opérateur hôte pourrait aussi être Completel (qui héberge déjà Bouygues Telecom et Darty), Orange ou SFR, qui cherchent tous à développer leurs revenus interopérateurs.

Anthony Poyac reconnaît également réfléchir à une offre couplée : Internet, télévision, téléphone sur le fixe, plus mobile. Ce serait la pre-

mière fois qu'un MVNO fait du « quadruple play », comme Bouygues Telecom, Orange et SFR. Selon lui, il reste un espace économique pour un petit acteur low cost : « Aujourd'hui, les offres sont très similaires. De plus, la TVA à 19,6 % sur l'ensemble du forfait va faire remonter le tarif du triple play autour de 34,90 euros », juge-t-il.

Un petit qui monte

Pritel est le petit MVNO qui monte. Au troisième trimestre, il a capté le quart de la croissance de ce marché de 3,8 millions d'abonnés et totalise désormais 110.000 clients. Cela ne fait pourtant que deux ans que cet opérateur hébergé par SFR s'adresse aux particuliers. Sa botte secrète ?

Pritel compare le prix des forfaits les plus intéressants et facture l'équivalent de l'offre la moins chère à chaque fin de mois : si vous avez téléphoné une heure et que Virgin Mobile a le meilleur prix, alors vous paierez la même somme que si vous étiez son client. Le mois suivant, ce sera peut-être 2 heures chez SFR, ou 3 heures chez Auchan Telecom... « Nos clients économisent en moyenne 40 % », estime David Charles, président fondateur de la société aixoise de 15 salariés. Dernièrement, la croissance a été portée par le forfait Chrono, sans engagement mais avec facturation à la fin du mois en fonction de la consommation.

Le chiffre d'affaires devrait passer

de 17 millions d'euros en 2009 à 45 ou 50 millions d'euros cette année. Rentable de sa création jusqu'en 2007, Pritel est « proche de l'équilibre » à cause de gros investissements en acquisition de clients. Mais il ne s'agit pas d'acheter des placards publicitaires ou de rémunérer des commerciaux en boutique. Le mimétisme avec les opérateurs de réseau est mortifère pour les petits MVNO, estime David Charles, qui veut développer la vente en ligne : « En Allemagne, 25 % des forfaits sont signés sur Internet, contre seulement 4 % en France. Il y a un potentiel formidable », déclarait-il y a un an. Publicité et influence en ligne sont ses armes de conquête.

SOLVEIG GODELUCK