

Pourquoi les prix des forfaits mobiles baissent-ils ?

L'arrivée prochaine d'un quatrième opérateur de téléphonie mobile entraîne une baisse des prix. Il reste difficile pour le consommateur de se retrouver entre la multiplicité des offres.

En matière de téléphonie mobile, la concurrence a bien pour effet de faire baisser les tarifs. En France, l'apparition attendue d'un quatrième opérateur, Free, à partir de janvier prochain, a déjà contraint les trois opérateurs historiques, Orange, Bouygues et SFR, à casser leurs prix.

Free a en effet promis de diviser par deux les factures. « Alors, depuis l'été dernier, tous les opérateurs se sont déjà adaptés », constate Christophe Bongars, de l'Association française des utilisateurs de télécommunications (Afut)

La principale innovation concerne l'apparition de forfaits sans engagement de durée. Le consommateur n'est plus lié à son opérateur pour une période minimale. Il souscrit son abonnement par Internet, gère lui-même toutes ses options sur le site de l'opérateur, et ne dispose pas de service client. Il ne peut pas non plus acquérir de téléphone à un prix subventionné. Il n'achète que du temps de communication : voix, SMS ou Internet mobile. Moyennant cet effort qui consiste à se débrouiller seul, il paye un prix minimum et peut quitter son opérateur sans préavis.

Ces services sont destinés en priorité aux consommateurs jeunes, à l'aise avec Internet et qui consomment beaucoup de services mobiles. Les opérateurs les développent sous des marques spécifiques. Bouygues a créé « B & you », Orange la marque « Sosh » et SFR « Red ».

Chez B & you, le premier prix est à 24,90 €. À ce tarif, l'utilisateur dispose d'un temps de communication illimité avec tous les opérateurs, hors numéros spéciaux. Pour 10 € de plus, il a l'Internet en 3G +.

Sosh propose de son côté un premier forfait à 19,90 € avec 2 heures de communications et l'Internet. Red propose même un forfait d'une demi-heure à 12 € avec SMS illimités. Mais il n'est accessible qu'à un nombre limité de clients.

L'évolution concerne aussi la « portabilité », c'est-à-dire la possibilité de conserver son numéro quand on change d'opérateur. Il était, par le passé, très difficile de le faire. Aujourd'hui, il suffit de s'adresser à son nouvel opérateur, qui se charge de tout en moins de dix jours.

Les opérateurs semblent avoir compris qu'il était de leur intérêt d'offrir plus de souplesse. « L'augmentation de la TVA, en début d'année, a servi d'élément déclencheur, note Christophe Bongars. Les consommateurs ont pris conscience qu'ils avaient des droits. Alors, les opérateurs ont été obligés de prendre des initiatives. »

L'inconvénient reste, cependant, la complexité des offres qui se multiplient. D'autant qu'en plus des opérateurs classiques, il existe désormais une vingtaine d'opérateurs « virtuels » : zeroforfait, NRJ, M6 mobile, Coriolis, Virgin, La Poste mobile...

« Il reste très compliqué, pour un utilisateur, de s'y retrouver entre les multiples offres existantes. De nouveaux services apparaissent sans cesse. Cependant, l'apparition de forfaits illimités tend à simplifier les offres. Les opérateurs souffrent en France d'une mauvaise image et ils ont compris qu'il est dans leur intérêt de devenir plus transparents », confirme Christophe Bongars.