

## **La fidélité à son opérateur mobile est-elle vraiment récompensée ?**

### **Technologie**

Posté par: Visiteur

Publié le : 19-12-2008 19:32:57

**Des points par mois d'ancienneté ou euro dépensé, du temps d'appel offert et des téléphones proposés moins chers: les opérateurs mobiles ont beau être fiers de leurs programmes de fidélité, pour l'UFC-Que Choisir c'est un "piège" qui enferme le client**

La fidélisation, lancée en 1999 par Bouygues Telecom, était au départ dédiée au renouvellement de téléphone, grâce au cumul de points par mois d'ancienneté et montant de la facture, pour inciter le client à se réengager. Désormais elle récompense aussi la fidélité en offrant des minutes, des options ou des réductions.

La formule séduit: selon le distributeur The Phone House, le nombre de clients renouvelant ainsi leur abonnement est passé en quelques années de centaines de milliers à environ dix millions.

"Sur cent personnes venant renouveler leur mobile en magasin, 70 à 80 restent chez leur opérateur et 20 changent", raconte Cédric Hélias, directeur de la relation client de The Phone House, qui propose aux abonnés de doubler leurs points par son intermédiaire.

Pour que le programme soit intéressant, le client doit avoir "la patience d'attendre", avoue Thierry Pelissier, directeur marketing de SFR, qui a refondu son programme en octobre sous le nom "Pacte SFR".

"Il faut généralement attendre deux ans pour avoir un bon niveau de prix", indique-t-il, un délai similaire chez Orange et Bouygues.

Plus on se réengage, plus le forfait est gros et moins le téléphone est cher. S'il manque à l'abonné quelques points pour s'offrir le mobile dont il rêve, "il peut y avoir des gestes commerciaux, lorsque le client risque de résilier", confie Benoît Torloting, directeur marketing forfait et terminaux de Bouygues Telecom.

Un système critiqué par l'association de défense des consommateurs UFC-Que Choisir. "C'est un vrai piège", estime Edouard Barreiro, chargé de mission nouvelles technologies: "les opérateurs ont très bien calculé leur coup: vous avez généralement des durées d'engagement de 24 mois et la durée de vie d'un téléphone est de 18 mois, ils savent qu'avant la fin de leur engagement les gens vont vouloir changer leur téléphone".

Le site Meilleurmobil.com, qui vend et compare les offres des opérateurs, invite ses clients à "éviter le mirage des points fidélité": "les opérateurs misent sur la paresse ou l'ignorance des gens qui se disent +si je n'utilise pas mes points, je perds de l'argent+", dit Jean-Vital de Rufz, président du site.

Selon lui, "ce n'est pas plus compliqué de changer d'opérateur que de renouveler" (surtout depuis qu'on peut garder son numéro) et le client a "quasiment dans tous les cas intérêt à changer" car il

trouvera un téléphone moins cher et un forfait plus adapté. Il conseille de ne s'engager que douze mois pour refaire l'opération tous les ans.

"On ne peut pas permettre à un client d'avoir un mobile haut de gamme neuf tous les ans, sinon les prix des forfaits seraient beaucoup plus chers", se défend M. Torloting.

Chez Orange et SFR, on rétorque que le cumul de points a été amélioré pour que le client bénéficie rapidement des mêmes conditions qu'un nouveau client et que, de toute façon, il reste libre de se réengager 12 ou 24 mois, voire pas du tout en payant son téléphone plus cher.

"Les clients sont plus heureux d'avoir le choix même si finalement ils font l'arbitrage économique pour être engagés plus longtemps", constate Jean-Marie Culpin, directeur marketing mobiles d'Orange France, indiquant qu'une "petite majorité" d'entre eux se réengagent pour deux ans.

afp.com