

Mini-tarifs et maxi-rentabilité : quel est le secret de Free ?

"Redonner du pouvoir d'achat aux Français" : ce n'est pas la promesse d'un homme politique, mais celle de Xavier Niel, l'emblématique patron de Free. Avec ses forfaits mobiles à 2 et 19,99 euros lancés en janvier dernier, il a fortement bousculé le petit monde des opérateurs télécoms... Après les avoir déjà bien secoués en 2003 lors du lancement de son "triple play" (internet-téléphone-télévision) à 29,99 euros, quand ses concurrents dépassaient les 40 euros !

« Chaque foyer français a déjà économisé 7 euros de pouvoir d'achat par mois, ce qui équivaut à 84 euros par an. C'est bien ! Mais on a promis que ces économies atteindraient 1 000 euros par an pour un foyer de trois individus. On a donc fait 8 % du chemin », expliquait ainsi Xavier Niel dans une récente interview au Point. Et pourtant, Iliad, maison mère de Free, est tout sauf un organisme caritatif : l'entreprise affiche une marge brute de plus de 40 % sur ses activités fixes...

Alors, comment parvient-elle à proposer des tarifs aussi attractifs tout en affichant une rentabilité supérieure à celle de ses concurrents ? Une partie du secret réside dans sa structure de coût particulièrement légère. En 2003 comme en 2012, Free a bénéficié d'emblée des réseaux déjà installés par les autres opérateurs. Certes, le groupe a dû payer à l'époque des liaisons ADSL coûteuses à France Télécom et verse aujourd'hui de solides redevances pour le contrat d'itinérance passé avec Orange.

Mais il s'agit essentiellement de coûts variables, qui augmentent en même temps que le chiffre d'affaires généré par les nouveaux clients. Ces faibles investissements initiaux lui permettant de proposer des tarifs particulièrement bas, Free peut ainsi se rattraper sur le volume... Avec son offre mobile à 0 euro pour les clients FreeBox, Iliad a d'ailleurs joué une carte particulièrement efficace en proposant un quadruple play très attractif. Avec 298 000 nouveaux clients ADSL au premier semestre 2012, le groupe a ainsi raflé plus de 54 % des recrutements sur cette période !

Des succès commerciaux qui lui permettent d'investir à son tour dans son propre réseau (qui couvre actuellement environ 30 % de la France), en ciblant les zones où il compte le plus de clients et qui lui garantiront une rentabilité maximale. Face aux accusations d' "opérateur coucou" se nichant dans les infrastructures construites par d'autres, Xavier Niel rappelle cependant que Free est « le plus gros investisseur de France avec 600 millions d'euros investis à la fin de l'année dernière » dans le déploiement de la fibre.

Dernier atout de Free Mobile : l'opérateur n'est pas directement vendeur de téléphones. Un choix qui lui permet de n'avoir quasiment aucun point de vente physique et de proposer un service après-vente allégé. Alors que ses concurrents font payer les appareils à travers des forfaits alourdis, Free se décharge de ces tracas sur un partenaire bancaire qui propose du crédit "revolving" permettant d'acheter son mobile sur 36 mois... Au nom de la transparence et du pouvoir d'achat, Xavier Niel fait décidément de bonnes affaires !