

Université Palacký d'Olomouc

Faculté des lettres

MÉMOIRE DE MASTER

2012

Radka Vítečková

Université Palacký d'Olomouc

Faculté des lettres

Département des Études romanes



Radka Vítečková

LE LANCEMENT DE LA POSTE MOBILE

Mémoire de Master

Olomouc 2012

Université Palacký d'Olomouc

Faculté des lettres

Département des Études romanes



LE LANCEMENT DE LA POSTE MOBILE

Mémoire de Master

Filière : Filière d'Économie et de Gestion des Organisations

Auteur : Bc. Radka Vítečková

Directeur du mémoire : Doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.

Olomouc 2012

Déclaration

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma « Le lancement de La Poste Mobile » vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

Je déclare que le présent mémoire de Master au thème « Le lancement de La Poste Mobile » est le résultat de mon propre travail et que toutes les sources bibliographiques utilisées sont citées.

Olomouc, le 14 décembre 2012

.....

Remerciement

Merci à Monsieur Jaromír Kadlec de m'avoir encouragée tout au long de mon travail et d'avoir ensuite surveillé soigneusement la rédaction de la présente étude.

Sommaire

Introduction.....	8
1 Pourquoi lancer un nouvel opérateur mobile ?.....	10
1.1 Développement du marché de la téléphonie mobile en France en bref.....	10
1.2 Présentation des acteurs principaux sur le marché français de la téléphonie mobile avant l'arrivée de La Poste Mobile.....	13
1.2.1 Opérateurs historiques.....	14
1.2.2 Présentation des principaux MVNO.....	19
1.3 Raisons du lancement de La Poste Mobile.....	21
1.3.1 Raisons externes – L'influence de l'Union Européenne.....	21
1.3.2 Raisons externes - La législation française.....	23
1.3.3 Raisons internes – Une nouvelle activité pour La Poste.....	24
1.3.4 Raisons internes – Le développement de La Banque Postale.....	27
2 Comment s'est déroulé le processus du lancement.....	31
2.1 Préparation au lancement.....	31
2.1.1 Choix du partenaire.....	31
2.1.2 Trois vagues du lancement et l'aménagement des bureaux.....	34
2.1.3 Formation des guichetiers.....	37
2.2 Premières semaines du nouveau service.....	39
2.2.1 Type de la clientèle et le premier contact.....	39
2.2.2 Offre de La Poste Mobile.....	42

2.2.3	Moyens d'acquisition de nouveaux clients.....	49
2.3	Atouts et inconvénients.....	55
2.3.1	Points positifs.....	55
2.3.2	Points négatifs.....	57
3	Conséquences.....	59
3.1	Résultats et le futur développement.....	59
3.2	Concurrence.....	64
	Conclusion.....	66
	Résumé en français.....	67
	Résumé en tchèque.....	69
	Liste des abréviations.....	71
	Liste des documents.....	72
	Liste des annexes.....	74
	Annexes.....	75
	Annotation.....	86
	Sources.....	87

Introduction

En lisant des journaux et des articles sur Internet, j'ai remarqué qu'il y avait, pendant la dernière année, de plus en plus de discussions sur le thème de la téléphonie mobile en République tchèque, surtout en ce qui concerne l'entrée sur le marché de nouveaux concurrents. Les médias critiquaient les opérateurs mobiles « historiques » (Telefónica, Vodafone et T-Mobile) pour leur mauvaise volonté de mettre leur réseau à disposition aux entreprises qui sollicitaient leur autorisation afin de pouvoir entrer sur le marché des télécommunications, et l'Autorité de Régulation des Télécommunications tchèque (Český telekomunikační úřad) pour son inactivité. Enfin, la société Ringer a annoncé en octobre dernier qu'elle deviendrait, avec la coopération de Telefónica, un nouvel opérateur mobile virtuel, le premier sur le marché tchèque.

Un opérateur mobile virtuel est un opérateur qui ne dispose pas de son propre réseau et qui utilise celui de l'un des opérateurs historiques en leur achetant des minutes de conversation en gros pour les ensuite revendre à ses clients.

Ces opérateurs sont aujourd'hui présents sur presque tous les marchés en Europe, essentiellement dans les pays de l'Europe de l'Ouest. Le premier opérateur mobile virtuel est né en 1999 en Grande-Bretagne. Depuis cette année-là, chaque année apparaissent de nouveaux opérateurs avec de différentes offres. Par contre, leur entrée sur le marché n'était pas facile dans tous les pays. Par exemple en France, le premier opérateur virtuel n'apparaît qu'en 2004 pour des raisons législatives défavorables. Aujourd'hui il y en a quelques dizaines et d'autres arrivent.

En été 2011, j'ai eu l'opportunité de faire un stage à la Direction régionale de La Poste en Franche-Comté et participer au lancement d'un nouvel opérateur mobile virtuel de ce groupe, La Poste Mobile. Suite à mon expérience professionnelle et la discussion des derniers mois en République tchèque, j'ai décidé de traiter le thème des opérateurs

mobiles virtuels dans ce mémoire. Plus particulièrement, je vais m'intéresser au lancement de La Poste Mobile.

Ce mémoire est divisé en 3 parties dont chacune étudie un thème particulier :

- Pourquoi lancer un nouvel opérateur mobile
- Comment s'est déroulé le processus du lancement
- Conséquences

La première partie réfléchit aux raisons du lancement de l'opérateur. Elle décrit la situation sur le marché des télécommunications en France depuis le début des années 90 jusqu'à l'arrivée des premiers opérateurs mobiles virtuels. Ensuite nous y trouverons une brève présentation des opérateurs historiques ainsi qu'une liste des opérateurs virtuels. A la fin nous pouvons voir les efforts de La Poste de diversifier ses activités et d'augmenter son chiffre d'affaires. Ses efforts sont soutenus par la création d'une législation favorable de la part de l'État français et l'Union Européenne.

La deuxième partie étudie le processus de la préparation des guichetiers et des bureaux pour le lancement de La Poste Mobile. Nous pouvons également voir comment s'est déroulé le choix du partenaire de La Poste pour la création de l'opérateur. Ensuite nous y trouverons l'offre complète de La Poste Mobile au moment de son lancement et le plan de communication avec les clients. La fin de cette partie est consacrée à la réflexion sur les points positifs du projet et les points à améliorer.

La dernière partie s'intéresse aux conséquences de l'entrée de cet opérateur sur le marché pour le groupe La Poste. Elle essaie également de trouver s'il y a des modifications de la stratégie ou de l'offre d'autres opérateurs concurrents suite au lancement de La Poste Mobile.

1 Pourquoi lancer un nouvel opérateur mobile ?

1.1 Développement du marché de la téléphonie mobile en France en bref

L'entrée du portable sur le marché et le développement de la téléphonie mobile en France sont le fruit d'une multitude de facteurs tels que les facteurs technologiques, économiques, institutionnels, sociologiques,... Malgré cela, son développement était assez rapide et le téléphone portable est devenu en quelques années un bien de grande consommation. Pourtant selon la recherche faite par les étudiants du DEA Mutations urbaines et mutation territoriale de l'Université de Paris VIII¹, le développement du mobile demeure tardif en France, en le comparant à d'autres pays européens, notamment aux pays nordiques et anglo-saxons.

Le premier acteur de la téléphonie mobile présent sur le marché français est le France Télécom. L'entreprise opère sur le marché depuis les années 80 et a, à l'époque, le statut du monopole. En 1985 elle lance un réseau analogique, Radiocom 2000. Même si c'est un premier réseau qui permet d'utiliser le réseau pour des services de téléphone de flottes d'entreprise et de voiture, il est assez limité. Il n'offre pas assez de fréquences disponibles, ce qui est la matière première de la téléphonie mobile, propose des terminaux, des appareils (le plus connu est le Bi-Bop, le téléphone lancé en 1991 et surnommé souvent la « cabine téléphonique de poche ») et des abonnements à des tarifs exorbitants et le réseau n'est pas adapté à l'usage des téléphones mobiles actuels. De plus, en 1993 un nouveau réseau numérique GSM (*Global System for Mobile telecommunications*²) est adopté par la France. Celui-ci est moins coûteux que Radiocom 2000 et permet à la France de commercialiser à grande échelle les terminaux

¹ LAPEYRE, Arnaud, François TRASSART et Elsa VIVANT. La diffusion du téléphone mobile en France. *Persee* [online]. 2000, č. 42 [cit. 2012-10-21]. Dostupné z: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/flux_1154-2721_2000_num_16_42_1350

² POUPÉE, Karyn. *La téléphonie mobile*. France: Vendôme Impressions, 2003. ISBN 2130533221

GSM et d'entrer ainsi sur le marché mondial grâce à l'uniformisation du réseau avec d'autres pays. Ce fait marque le début du déclin de Radiocom 2000 et la possibilité de faire entrer la concurrence sur le marché français.

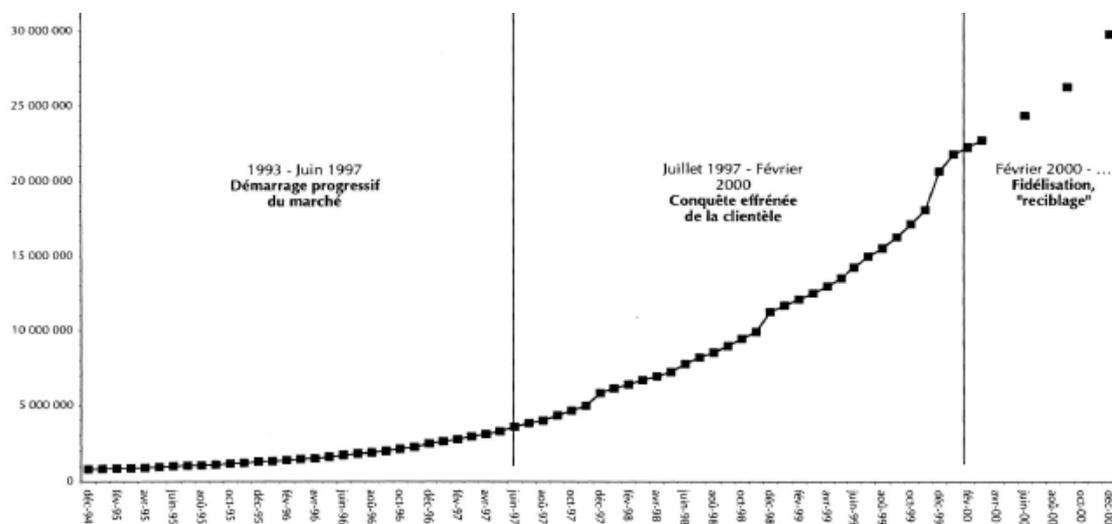
Au début des années 90, plus précisément en 1991, la société SFR se joint au France Télécom (qui fait l'acquisition de l'Orange et constitue Orange SA en 2000) et créent le duopole sur le marché des télécommunications. Grâce à cette nouvelle concurrence, les prix des services des opérateurs téléphoniques baissent, et cela surtout après le procès juridique en 1993 où SFR demande auprès de la justice la baisse des coûts d'accès au réseau numérique, contrôlé à cette époque-là par le France Télécom et loué à son concurrent. La guerre continue un an plus tard où SFR offre une heure de communication à chaque nouvel abonné et commence à s'orienter vers les clients professionnels pour lesquels elle prépare une gamme de produits et services plus diversifiés. Le France Télécom répond deux ans plus tard, en 1996, avec sa nouvelle offre de l'abonnement mensuel orienté vers le grand public, Déclik. L'opérateur propose aux clients de payer 4 F pour une minute de communication pendant les heures de bureau et 1 F par minute pendant les heures creuses, les soirs et les weekends. C'est une réponse non seulement à des tarifs intéressants de SFR mais également la préparation pour l'arrivée d'un nouvel opérateur, Bouygues.

Le troisième opérateur, Bouygues, entre sur le marché en 1995. Son objectif est de développer l'utilisation personnelle du téléphone mobile. Voilà pourquoi il invente un forfait, ce qui cause une révolution sur le marché. Il s'agit du mode de paiement où le client paie une certaine somme d'argent par mois et en revanche il obtient certains services (il bénéficie de 3 heures de communication par mois, s'il dépasse cette durée, il a la possibilité d'acheter des minutes supplémentaires). Vu qu'il s'agit de la tarification claire, transparente et à bas coûts, cela permet d'attirer la clientèle plus vaste, essentiellement les jeunes particuliers. Un avantage pour cet opérateur est le fait que les portables arrivent dans les rayons de supermarchés en 1996 et deviennent donc plus accessibles pour les clients.

Deux ans plus tard, la société Free se porte également candidat mais l'Autorité de régulation des télécommunications (ART) refuse de lui attribuer la licence en se doutant de sa capacité financière à faire ce nouveau business.

Le développement de la téléphonie et la guerre des concurrents continue jusqu'à 2000. Le France Télécom lance également un tarif comprenant les heures creuses. De plus les opérateurs incitent les clients potentiels à utiliser le portable et leur propre réseau par l'instauration des prix très élevés des appels entre les opérateurs et de la communication d'un fixe vers un portable. Ces coûts commencent à baisser en 1999 avec l'arrivée de nouveaux concurrents sur le marché (voir le paragraphe suivant). Ce phénomène avec en plus l'apparition des premières cartes prépayées Mobicartes en 1997 ont pour cause l'augmentation rapide du nombre d'utilisateurs du téléphone mobile en France ce que nous pouvons observer sur le graphique ci-dessous.

Graphique n°1 : La diffusion du téléphone portable en France : évolution du nombre total d'abonnés, périodes clefs



Source: La diffusion du téléphone mobile en France. *Persée* [online]. 2000, č. 42 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/flux_1154-2721_2000_num_16_42_1350

Nous voyons l'augmentation légère entre 1994 et 1997. Le téléphone portable est un bien qui n'est pas encore tellement répandu. Après l'apparition des portables dans les magasins de grande surface et la naissance des premiers tarifs, les opérateurs commencent à accueillir le nombre de clients beaucoup plus significatif. Ce nombre monte très rapidement lors d'une période de 3 ans. Le nombre d'utilisateurs du téléphone portable passe de moins de 5 millions de clients à environ 21 millions. Le saut le plus important arrive en 2000 où le nombre des clients équipés d'un portable atteint presque 30 millions de clients !

Au cours des années 2000, de nouveaux opérateurs mobiles apparaissent. Il s'agit des opérateurs de réseau mobile virtuel, abrégés en MVNO (*Mobile Virtual Network Operator*). MVNO est un opérateur qui, « ne possédant pas de concession de spectre de fréquences ni d'infrastructure de réseau propre, contracte des accords avec les opérateurs mobiles traditionnels pour leur acheter un forfait d'utilisation et le revendre sous sa propre marque à ses clients. ».³ Cela signifie qu'ils ne disposent pas de leur propre réseau radio mais utilisent ceux des trois grands opérateurs en achetant de leur part des minutes de conversation en gros.⁴

1.2 Présentation des acteurs principaux sur le marché français de la téléphonie mobile avant l'arrivée de La Poste Mobile

Nous pouvons y trouver 3 grands opérateurs historiques (SFR, Orange, Bouygues) dont l'évolution nous avons étudié dans le sous-chapitre précédent. Ceux-ci occupent une place importante sur le marché. Mais depuis quelques dernières années nous pouvons apercevoir l'effort des nouveaux entrants, des MVNO, de gagner de parts de marché de plus en plus grands. Ils jouent un rôle très intéressant aujourd'hui.

³ Opérateur de réseau mobile virtuel. *Techno-science.net* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4160>

⁴ Liste des MVNO et des accords de licence de marque. *Arcep* [online]. 2006 [cit. 2012-03-09]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=10644>

1.2.1 Opérateurs historiques

- Orange



Orange arrive en France en 2000 après le rachat par le France Télécom et la transformation du France Télécom en Orange SA. Depuis 2006 le France Télécom tend à commercialiser tous ses produits sous la seule marque Orange. Depuis son entrée sur le marché français il tient la position du leader et il est devenu l'acteur majeur non seulement en France mais également dans d'autres pays comme par exemple l'Espagne ou la Pologne. En 2011 il est le 3^{ème} opérateur mobile en Europe. En même temps il a 26,2 millions de clients mobiles, 9 millions de clients équipés haut débit et 7,4 millions de clients avec Livebox en France.⁵ Concernant ses services, il offre les services de la téléphonie mobile (les téléphones portables, les cartes prépayées, les forfaits, l'internet), les services du téléphone fixe, la TV d'Orange, l'internet, la musique ou les tablettes et les clés 3G+.

- Bouygues Telecom



Bouygues Telecom

C'est une société des télécommunications créée en 1994 et présente sur le marché de la téléphonie mobile depuis 1996 en créant sa première offre mobile. Il est devenu, au fil du temps, un des 3 principaux opérateurs français. Comme Orange, Bouygues propose à ses clients les services et les produits liés au secteur de la téléphonie fixe et mobile, de l'internet aussi bien qu'au secteur de la télévision. Le nombre de ses clients en 2011 atteint le chiffre de 11,3 millions.⁶

⁵Chiffres clés Orange en France. In: *Orange* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: http://orange-en-france.orange.fr/Le_groupe/index.html?p=3

⁶Chiffres clés. In: *Bouygues Telecom* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: http://www.institutionnel.bouyguetelecom.fr/notre_entreprise/chiffres_cles

- SFR



C'est un opérateur mobile créé en 1987 par la Compagnie générale des eaux. Aujourd'hui, il représente le concurrent principal d'Orange sur le marché français. En 2011 il a 21,5 millions de clients dans le secteur de la téléphonie mobile et 5 millions de clients internet haut débit.⁷ Il offre les services de la téléphonie mobile, téléphonie fixe, internet et la télévision ainsi que les produits tels que les téléphones portables, les clés 3G+ et les tablettes.

Concernant l'évolution des opérateurs historiques sur le marché en France, nous pouvons la voir dans les tableaux suivants⁸ :

Tableau n° 1: Abonnés français au téléphone mobile en 2002

Abonnés français au téléphone mobile en 2002			
Opérateur	Abonnés	Croissance trimestrielle	PDM
T4 2002			
Orange	19.215.500	420.700	49,80%
SFR	13.546.900	398.400	35,10%
Bouygues Télécom	5.822.900	14.600	15,10%
Total	38.585.300	833.700	100%
T3 2002			
Orange	18.794.800	170.200	49,80%
SFR	13.148.500	161.400	34,80%
Bouygues Télécom	5.808.200	- 387.500	15,40%
Total	37.751.500	- 55.900	100%
T2 2002			
Orange	18.624.600	347.800	49,30%
SFR	12.987.100	228.600	34,40%
Bouygues Télécom	6.195.700	- 78.100	16,30%
Total	37.807.400	654.500	100%
T1 2002			
Orange	18.276.800	--	49,20%
SFR	12.758.500	--	34,30%
Bouygues Télécom	6.117.600	--	16,50%
Total	37.152.900	--	100%

⁷Chiffres clés 2011. In: *SFR* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.sfr.com/nous-connaître/en-bref/chiffres-cles-2011-03072012-1018>

⁸E-BUSINESS: France: Les opérateurs mobiles. *Le Journal du Net* [online]. 2010 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: E-BUSINESS. *Le Journal du Net* [online]. 2010 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: http://www.journaldunet.com/cc/05_mobile/mobile_marche_fr.shtml

Comme nous pouvons le voir sur le graphique n°1, le nombre des Français équipés d'un téléphone portable atteint 30 millions, ce qui représente à peu près la moitié de la population française à cette époque-là. Nous savons également qu'en même temps, nous pouvons apercevoir le lancement des premiers MVNO sur le marché français. Néanmoins, leur présence reste négligeable dans les premières années du nouveau siècle et ce sont toujours nos 3 opérateurs historiques qui jouent le rôle principal.

Nous pouvons observer dans le premier tableau que c'est Orange qui domine le marché avec ses 49,2% en premier trimestre. Sa position n'est pas surprenante vu son ancêtre, le France Télécom, qui est présent sur le marché de la téléphonie mobile depuis le début. Orange continue sa croissance jusqu'à la fin de 2002 et après commence à perdre très légèrement ses parts de marché au profit de ses concurrents.

Tableau n° 2: Abonnés français au téléphone mobile en 2003

Abonnés français au téléphone mobile en 2003			
Opérateur	Abonnés	Croissance trimestrielle	PDM
T4 2003			
Orange	20.328.600	713.600	48,80%
SFR	14.724.400	535.800	35,30%
Bouygues Télécom	6.630.100	308.100	15,90%
Total	41.683.100	1.557.500	100%
T3 2003			
Orange	19.615.000	247.100	48,90%
SFR	14.188.600	274.300	35,40%
Bouygues Télécom	6.322.000	226.000	15,70%
Total	40.125.600	747.400	100%
T2 2003			
Orange	19.367.900	137.000	49,20%
SFR	13.914.300	203.100	35,30%
Bouygues Télécom	6.096.000	142.900	15,50%
Total	39.378.200	483.000	100%
T1 2003			
Orange	19.230.900	15.400	49,40%
SFR	13.711.200	164.300	35,30%
Bouygues Télécom	5.953.100	130.200	15,30%
Total	38.895.200	309.900	100%

Tableau n° 3: Abonnés français au téléphone mobile en 2004

Abonnés français au téléphone mobile en 2004			
Opérateur	Abonnés	Croissance trimestrielle	PDM
T4 2004			
Orange	21.251.500	646.300	47,70%
SFR	15.819.800	680.400	35,50%
Bouygues Télécom	7.468.400	345.400	16,80%
Dauphin Télécom	3.500	900	0%
Outremer Telecom	6.800	-	0%
Total	44.551.800	1.681.600	100%
T3 2004			
Orange	20.605.200	209.400	48,10%
SFR	15.139.400	197.200	35,30%
Bouygues Télécom	7.123.000	219.500	16,50%
Dauphin Télécom	2.600	700	0,00%
Total	42.870.200	626.800	100%
T2 2004			
Orange	20.395.800	24.600	48,30%
SFR	14.942.200	114.400	35,40%
Bouygues Télécom	6.903.500	163.100	16,30%
Dauphin Télécom	1.900	500	0%
Total	42.243.400	302.600	100%
T1 2004			
Orange	20.371.200	42.600	48,60%
SFR	14.827.800	103.400	35,40%
Bouygues Télécom	6.740.400	110.300	16,00%
Dauphin Télécom	1.400	--	0%
Total	41.940.800	257.700	100%

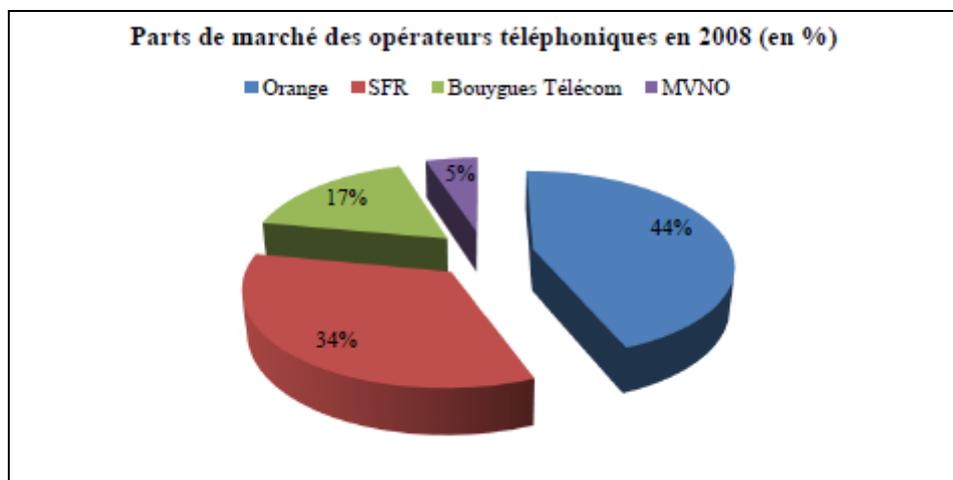
Concernant SFR, son évolution est stable. Sa croissance trimestrielle varie de 100 000 à 230 000 nouveaux clients.

Tableau n° 4: Abonnés français au téléphone mobile en 2005

Abonnés français au téléphone mobile en 2005			
Opérateur	Abonnés	Croissance trimestrielle	PDM
T2 2005			
Orange	21.472.100	149.400	47,30%
SFR	16.225.400	210.700	35,80%
Bouygues Télécom	7.664.200	90.400	16,90%
Dauphin Télécom	6.100	1.300	0%
Outremer Telecom	15.000	4.400	0%
Total	45.382.800	456.200	100%
T1 2005			
Orange	21.322.700	71.200	47,50%
SFR	16.014.700	194.900	35,60%
Bouygues Télécom	7.573.800	105.400	17,10%
Dauphin Télécom	4.800	1.300	0%
Outremer Telecom	10.600	3.800	0%
Total	44.926.600	376.600	100%

Quant à Bouygues, le développement du nombre d'abonnés est assez intéressant. Il commence au premier trimestre 2002 avec 16,50% de la part de marché. Mais ce chiffre commence à baisser et baisse jusqu'à la fin de l'année 2002 où l'entreprise tombe à 15,10%. Cela est causé soit par la diminution du nombre d'abonnés de Bouygues et leur départ vers la concurrence, soit par l'augmentation du nombre de clients de ses concurrents. Bouygues gagne de nouvelles parts de marché depuis 2003 et possède, au 2^{ème} trimestre de l'année 2005, 16,90% des parts de marché.

Graphique n° 2 : Parts de marché des opérateurs téléphoniques en 2008 (en %)



Source : LIÉNARD, Fabien. *Marketing mobile: Stratégies de m-marketing pour conquérir et fidéliser vos clients*. Paris: Dunod, 2008, s. 8. ISBN 9782100530458

En 2008, le rapport entre les parts de marché change un peu mais le résultat est le même. Orange maintient la position du leader, SFR reste le deuxième opérateur avec 34% de parts de marché et la troisième place appartient à Bouygues. Vu que de nouveaux opérateurs virtuels arrivent sur le marché depuis 2000, les trois opérateurs historiques ne possèdent plus 100% du marché au total. Il faut prendre en considération les MVNO qui occupent, en 2008, 5% des parts de marché.

1.2.2 Présentation des principaux MVNO

C'est en 2004 que le marché de la téléphonie mobile connaît une « révolution » avec la naissance des opérateurs de réseau mobile virtuel. Comme nous l'avons vu dans le sous-chapitre précédent, le MVNO est un opérateur de téléphonie ne disposant pas de son propre réseau mais coopérant avec les opérateurs historiques en leur achetant des minutes de communication en gros, que les MVNO ensuite revendent aux clients sous leurs propres marques et avec leurs propres conceptions et offres commerciales.⁹

Quant aux sociétés se lançant dans l'aventure de la téléphonie mobile en créant les MVNO, souvent il s'agit des sociétés dont l'activité principale est autre que la téléphonie mobile, c'est souvent le cas par exemple de la grande distribution ou, depuis quelques dernières années, des banques.¹⁰

Outre les MVNO, il y a encore des accords de licence de marque sur le marché français. Ils représentent des entreprises qui ont signé des accords, de licence ou de marque avec l'un des 3 opérateurs historiques, et qui proposent l'accès au réseau mobile sous leur propre marque mais ne gèrent pas les lignes ni les abonnés. Cela signifie que c'est l'opérateur historique qui est responsable de la fourniture des services aux clients. Ils ne sont pas les concurrents pour les opérateurs historiques, mais leurs *co-branding*, c'est-à-dire les partenaires. Les accords de licence de marque sont souvent spécialisés dans la prestation d'un contenu spécifique, par exemple la musique. Comme exemple, nous pouvons nommer un accord de licence de marque M6 mobile.

⁹ L'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes. *Liste des MNVO et des accords de licence de marque* [online]. 2012, 22.10.2012 [cit. 2012-11-13]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=10644>

¹⁰ GALERON, Gilles. *Chronique Télécommunications: Le processus législatif ayant permis l'arrivée des MVNO en France* [online]. Aix-Marseille, 14/11/2006 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: junon.u3mrs.fr/.../telecom/chron-mvno.pdf. Seminární práce. INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES EN DROIT DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION.

Les principaux MVNO utilisant le réseau de SFR :

- E.Leclerc Mobile 

- Auchan Telecom 

- NRJ Mobile 

- Virgin Mobile 

- Casino Mobile 

Les principaux MVNO utilisant le réseau d'Orange :

- Breizh Mobile 

- Carrefour Mobile 

Les principaux MVNO utilisant le réseau de Bouygues :

- Symio 

1.3 Raisons du lancement de La Poste Mobile

1.3.1 Raisons externes – L'influence de l'Union Européenne et la législation française

Nous pouvons observer le début de l'influence de l'Union Européenne (UE) sur le marché de la téléphonie mobile depuis les années 90. A cette époque-là, l'UE commence à conditionner la France à la coopération avec Bruxelles qui dicte aux pays membres des règles à respecter concernant la gestion de certains aspects de l'économie nationale. Nous pouvons en citer par exemple l'ouverture des marchés de la téléphonie mobile à la concurrence.

La première proposition de l'UE sur la déréglementation du marché des télécommunications vient de l'année 1987. Il s'agit du « Livre vert sur le développement du marché commun des services et équipements des télécommunications ». Ce livre vert avait pour objectif d'ouvrir le marché des télécommunications à la concurrence en le harmonisant, par exemple en imposant la norme GSM (Groupe Spécial Mobile) aux opérateurs mobiles se lançant sur ce marché dans différents pays européens.

Mais l'approche de l'État français n'était pas très favorable à la libéralisation de ce marché car la France a considéré que « certains aspects des services de téléphonie mobile ont le caractère de biens collectifs ».¹¹ Alors tandis que dans plus de la moitié des pays membres de l'UE au minimum 3 licences GSM ont été attribuées et la concurrence était donc plus animée, et de plus dans certains pays même les MVNO sont

¹¹ DEUBEL, Philippe. France Telecom : du monopole à la concurrence. *Melchior* [online]. 2009 [cit. 2012-03-11]. Dostupné z: <http://www.melchior.fr/France-Telecom-du-monopole-a.9893.0.html>

autorisés, en France on ne pouvait trouver que 2 licences au début des années 90 - pour France Télécom et SFR.¹²

D'autre réglementation apparaît quelques années plus tard, en 2003. Il s'agit de l'ensemble de directives européennes qui régularisent le marché des télécommunications, appelé « Paquet télécom ». Le but de cet ensemble des directives est, parmi d'autres, d'élargir les pouvoirs et les compétences des régulateurs nationaux et de renforcer les droits des consommateurs en matière des télécommunications.

Ces directives permettent également aux MVNO d'entrer en 2004 sur le marché français de la téléphonie mobile, ce qui n'était pas possible avant où la France était réservée et avait plutôt la tendance de protéger les opérateurs historiques que d'ouvrir le marché aux nouveaux acteurs et aux changements. Ce qui démontre bien l'hésitation de la France de donner la suite favorable au « Paquet télécom » est le retard dans la transposition de la réglementation en droit français. La réglementation aurait dû être transposée en droit national en juillet 2003 mais la transposition n'a pris effet qu'en décembre 2003, après l'intensification des actions de l'UE contre la France pour que celle-ci respecte la réglementation européenne.¹³

Cette législation ouvre la porte aux MVNO sur le marché français qui, suite à cela, devient plus concurrentiel. La présence de nouveaux entrants tels que par exemple

¹² LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS. In: *LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS* [online]. ORGANISATION DE COOPERATION ET DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUES, 2004 [cit. 11/03/2012]. Dostupné z: www.oecd.org/dataoecd/36/31/32482758.pdf

¹³ LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS. In: *LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS* [online]. ORGANISATION DE COOPERATION ET DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUES, 2004 [cit. 11/03/2012]. Dostupné z: www.oecd.org/dataoecd/36/31/32482758.pdf

Virgin Mobile, NRJ Mobile ou Carrefour Mobile a pour conséquence l'extension de l'offre des produits et services des opérateurs mobiles et la diminution des prix.

1.3.2 Raisons externes – la législation française

Le 8 juillet 2004, le marché français accueille le premier MVNO – Débitel. Les MVNO se développent à cette époque-là partout en Europe, notamment en Grande-Bretagne, et la France, en la comparant avec l'Angleterre, a un grand retard au niveau de l'accès de nouveaux entrants sur le marché de la téléphonie mobile. Dans les paragraphes suivants, nous allons étudier le processus législatif qui permet à la France de rattraper son retard.

Aujourd'hui les MVNO ont le droit d'entrer librement sur le marché mais il n'en était pas toujours ainsi. Au passé il y avait quelques essais de créer de nouveaux opérateurs mobiles virtuels mais ils ont connu l'échec. Nous pouvons citer par exemple l'essai de la société Télé 2 SA qui a proposé en 2002 à l'Orange SA une convention d'interconnexion pour que Télé 2 puisse accueillir ses clients sur le réseau d'Orange. Orange a refusé. Suite à cela, Télé 2 a demandé l'ART (l'Autorité de Régulation des Télécommunications, aujourd'hui appelée ARCEP) de régler ce litige. L'ART a donné raison à Orange ce qui a réduit les chances des MVNO de pénétrer le marché des télécommunications.

Néanmoins 2 ans plus tard, la directive « Paquet télécom » est transposée en droit français par les lois des 21 juin et 9 juillet 2004. Cela signifie l'arrivée d'une nouvelle concurrence. Un des buts est de favoriser « l'exercice au bénéfice des utilisateurs d'une concurrence effective et loyale » car « la concurrence n'est pas une fin en soi ; elle a pour objectif de fournir aux consommateurs, particuliers ou entreprises, une meilleure qualité de service à de meilleurs prix et une diversité de services répondant à leurs

attentes.»¹⁴ La législation organise donc la libre concurrence en imposant aux opérateurs l'obligation de réaliser des interconnexions réciproques et garantit la protection des consommateurs.

Aujourd'hui c'est l'ARCEP (L'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes) qui dispose des compétences juridiques lui permettant de conclure un accord de MVNO entre les opérateurs historiques et les opérateurs mobiles virtuels et donc mettre en place une concurrence plus effective. Ces mesures législatives et la création de l'ARCEP sont très importantes car elles permettent de faire la concurrence plus animée et diminuer les efforts des opérateurs historiques de mettre en œuvre des pratiques d'entente afin de restreindre le jeu de la concurrence. C'était le cas d'Orange, SFR et Bouygues Télécom entre 1997 et 2003. Après une enquête menée par le Conseil de la concurrence, celui-ci a décidé de sanctionner tous les 3 opérateurs, qui ont dû payer au total 534 millions d'euros¹⁵, et cela pour la raison d'échange des informations stratégiques concernant les nouveaux abonnements et les résiliations.

Pour éviter ces ententes, l'ARCEP et l'Autorité de la concurrence contribuent à la naissance de nouveaux MVNO. Quant à La Poste Mobile, l'Autorité de la concurrence autorise sa création le 28 janvier 2011.

1.3.3 Raisons internes – une nouvelle activité pour La Poste

La Poste Mobile a été lancée le 23 mai 2011. Cela a représenté un pas important pour La Poste et surtout l'opportunité d'un futur développement. Cela était également un

¹⁴ Qu'est-ce que l'Autorité?. In: *ARCEP* [online]. 2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=13>

¹⁵ Entente sur le marché de la téléphonie mobile. In: *Autorité de la concurrence* [online]. 2005 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=149&id_article=501

événement intéressant pour ses clients auxquels La Poste offre un nouveau service. La Poste avait deux raisons principales du lancement de ce service. D'abord elle avait besoin d'une nouvelle activité pour maintenir voire augmenter son chiffre d'affaires. Ensuite elle souhaitait suivre la concurrence et développer et innover ses services financiers avec lesquels les services de la téléphonie sont étroitement liés.

Figure n° 1 : Exemple de PLV (Publicité sur le Lieu de Vente en bureaux de poste)



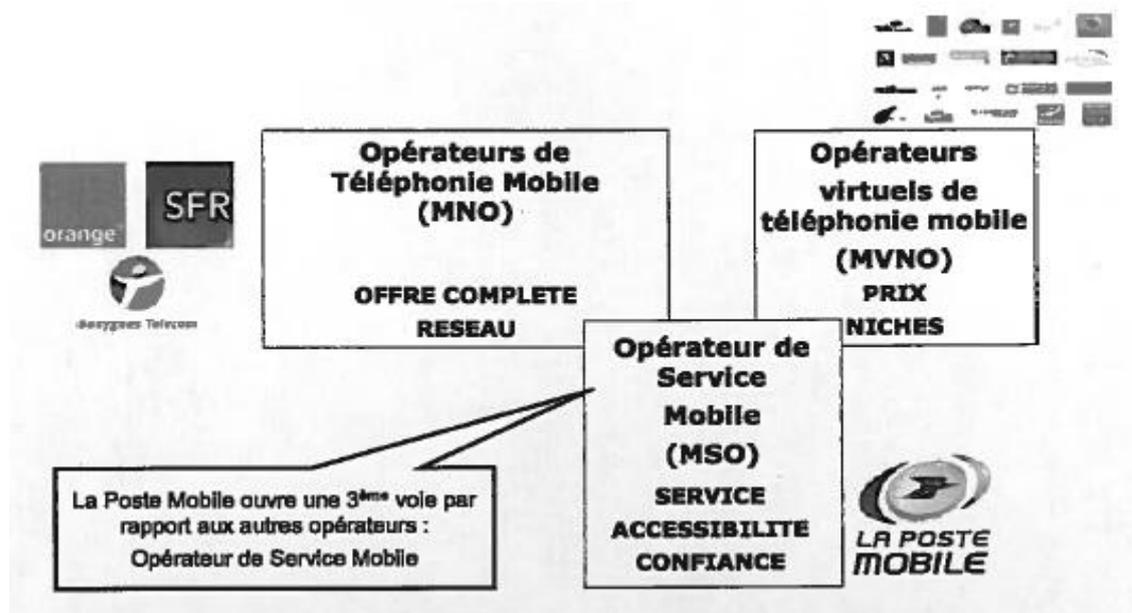
Source : cette figure vient d'une présentation du directeur commercial présentée le jour du lancement de La Poste Mobile

La commercialisation de l'offre de la téléphonie mobile complète les produits et services des métiers du groupe (ce sont le courrier, le colis et La Banque Postale) que l'enseigne a déjà pour mission de distribuer. La Poste Mobile sert comme levier de croissance et d'innovation et contribue à développer des activités de La Poste et à participer à la performance économique du groupe.

La Poste Mobile est entrée sur le marché dominé par deux types d'opérateurs : les MNO (les opérateurs historiques) et les MVNO. Entre les opérateurs historiques et les opérateurs virtuels majoritairement positionnés sur le prix, La Poste Mobile ouvre une troisième voie pour devenir le premier opérateur de Service Mobile (MSO : *Mobile*

Service Operator). Le but de La Poste est d'exploiter sa légitimité historique dans le domaine des télécoms et la proximité géographique et relationnelle du réseau, bases d'une promesse de service sans équivalent sur le marché.

Figure n° 2 : La Poste Mobile invente l'Opérateur de Services Mobiles



Source: cette figure vient d'une présentation du directeur commercial de La Poste présentée le jour du lancement de La Poste Mobile

En 2011 il y a 50 millions de lignes portables ouvertes en France. 96% des clients de La Poste sont équipés d'un téléphone mobile¹⁶. Grâce à cela et grâce à la notoriété du groupe et la taille de son réseau, La Poste Mobile est placée dans le peloton de tête des différents opérateurs. De plus son offre est une offre simple, transparente, compétitive et au juste prix (positionnée au plus près des prix pratiqués par les autres opérateurs).

Pour conclure les paragraphes précédents, nous voyons qu'au cœur d'un univers de services de proximité du quotidien et dans un marché où la qualité du service et la

¹⁶ La source d'information interne de l'Enseigne La Poste

relation de confiance deviennent fondamentaux pour les clients, l'ambition de La Poste est de permettre à tous et partout de bénéficier d'une offre axée sur l'accessibilité, la simplicité, la transparence et le libre choix. En présentant leur ambition en chiffres concrets, nous pouvons dire que La Poste vise quelque 2 millions de clients d'ici 4 ans.¹⁷

1.3.4 Raisons internes – le développement de La Banque Postale

Le lancement de La Poste Mobile n'a pas seulement pour but d'augmenter le chiffre d'affaires de La Poste mais également de l'aider avec le développement de La Banque Postale et être au même niveau que les concurrents pour éviter de perdre les clients.

Depuis la fin de la dernière décade nous pouvons observer de nouvelles tendances dans le domaine des banques. Nous voyons de plus en plus souvent que les opérateurs mobiles coopèrent avec des banques et proposent aux clients de télécharger certaines applications pour leurs portables afin d'avoir accès aux comptes via leur téléphone.

Ensuite les opérateurs en coopération avec les banques ont inventé le paiement mobile, c'est-à-dire que les clients de la banque ayant un portable peuvent l'utiliser pour le paiement dans des magasins. Il s'agit par exemple de Buyster. Ce nouveau service de paiement sur ligne a été mis au point par SFR, Orange et Bouygues. La procédure est facile et est devenue assez populaire. Il suffit de s'inscrire au service. Pendant l'inscription le numéro du téléphone est associé au numéro de la carte bancaire. Ensuite le système génère à l'internaute un code confidentiel. Quand il veut régler ses achats, il n'a qu'à saisir le numéro de son portable et ce code confidentiel. Suite à cela, il reçoit un message avec un autre code à usage unique qui lui sert à valider le paiement.

¹⁷ La Poste lance La Poste Mobile. In: *La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-11-26]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/LeGroupe2/Actualites/La-Poste-lance-La-Poste-Mobile>

Un autre service proposé par les banques est le paiement sans contact en utilisant le portable. Cette technique de paiement a été pour la première fois testée à Nice en 2010. Les Niçois ont eu l'opportunité de tester une nouvelle technologie NFC (*Near Field Communication*) qui leur permet d'utiliser, pour effectuer un paiement, leur portable à la place de la carte bancaire. Ils pouvaient utiliser le téléphone pour payer par exemple le transport en commun ou la visite guidée de la ville¹⁸.

Cette nouvelle technologie de m-banking devient de plus en plus populaire. Selon une étude du cabinet Gartner, publiée en juillet 2011 sur le site [news-banques](#), plus de 140 millions de personnes devraient utiliser leurs portables pour les paiements. Si nous comparons ce chiffre avec le nombre des gens ayant utilisé le téléphone pour les paiements l'année précédente, ce type de paiement a connu une hausse de 38,2% par rapport à l'année 2010¹⁹. Vu le développement rapide des technologies, nous pouvons supposer que l'utilisation du m-banking va avoir de plus en plus de supporteurs dans les années à venir.

C'est pour ces raisons-là que certaines banques commencent à coopérer avec les opérateurs mobiles pour permettre à leurs clients d'utiliser ces modes de paiement modernes. Parmi les banques, nous pouvons nommer par exemple BNP Paribas qui a décidé de faire un smartphone commun avec Orange ou le Crédit Mutuel qui contrôle NRJ Mobile.

La Poste lance La Poste Mobile pour avoir des perspectives d'avenir, c'est-à-dire pour savoir qu'elle a les mêmes avantages que la concurrence. Pour cela, elle a identifié

¹⁸ ENCADRE Nice, porte-drapeau du paiement sans contact mobile. In: *Reuters France* [online]. 2011 [cit. 2012-11-29]. Dostupné z: <http://fr.reuters.com/article/idFRLDE71A1GC20110214?sp=true>

¹⁹ Plus de 140 millions de personnes paieront par mobile en 2011 (étude Gartner). In: *News-banques* [online]. 2011 [cit. 2012-11-29]. Dostupné z: <http://www.news-banques.com/plus-de-140-millions-de-personnes-paieront-par-mobile-en-2011-etude-gartner/012184408/>

plusieurs pistes de synergies commerciales concernant l'offre, la communication de l'offre et les services.

- Offres communes – le but est de créer des avantages croisés, par exemple 10% de réduction sur les offres de La Poste Mobile pour les clients de La Banque Postale
- Opérations de communication et de promotion communes – La Poste essaie de communiquer ou de promouvoir (par prospectus, mailing,...) des offres de La Banque Postale sur les clients de La Poste Mobile et vice et versa
- Mise en avant des services – le groupe a créé des liens des sites web respectifs, ce qui signifie que les clients de La Poste Mobile peuvent facilement passer au site de la banque et les clients de la banque au site de l'opérateur mobile

L'effort de La Banque Postale et de La Poste Mobile est d'offrir aux clients la multitude des services possibles et ainsi d'élargir la possibilité de gérer leur compte par le téléphone portable. La Banque Postale essaie donc de transformer progressivement le terminal mobile en un outil d'information et de gestion, parfaitement adapté à la relation qu'entretient le client avec sa banque.

Jusqu'au lancement de La Poste Mobile, le groupe a proposé aux clients d'utiliser ces services-là :

- Interrogation du compte et rechargement de carte bancaire
- Interrogation du compte postal
- Transfert d'argent entre comptes et cartes rechargeables
- Interrogation du crédit téléphonique et rechargement de la carte SIM
- Transfert d'argent vers d'autres comptes bancaires
- Effectuer des virements de particulier à particulier

En 2011 elle innove ses services et propose des applications suivantes :

- Paiement sans contact
- Transfert de cash type Western Union
- Versement d'allocations/de cash pour les jeunes directement sur téléphone
- Effectuer le paiement de factures via Digiposte (coffre-fort électronique)

Pour conclure la première partie, nous pouvons constater qu'il y a plusieurs raisons du lancement de ce nouveau service. La première raison est le progrès technologique et le développement rapide du domaine des télécommunications. Il y a également la pression de la part de l'État français et de l'Union Européenne sur l'apparition de nouveaux opérateurs mobiles ce qui va augmenter le nombre des concurrents et le marché deviendra ainsi plus compétitif. Mais il y a également La Banque Postale, aujourd'hui le pilier principal de l'Enseigne La Poste, qui a besoin d'innover et de développer ses services afin de maintenir, voir augmenter le nombre des clients, son chiffre d'affaires et réussir parmi de nombreux concurrents.

2 Comment s'est déroulé le processus du lancement?

2.1 Préparation au lancement

2.1.1 Choix du partenaire

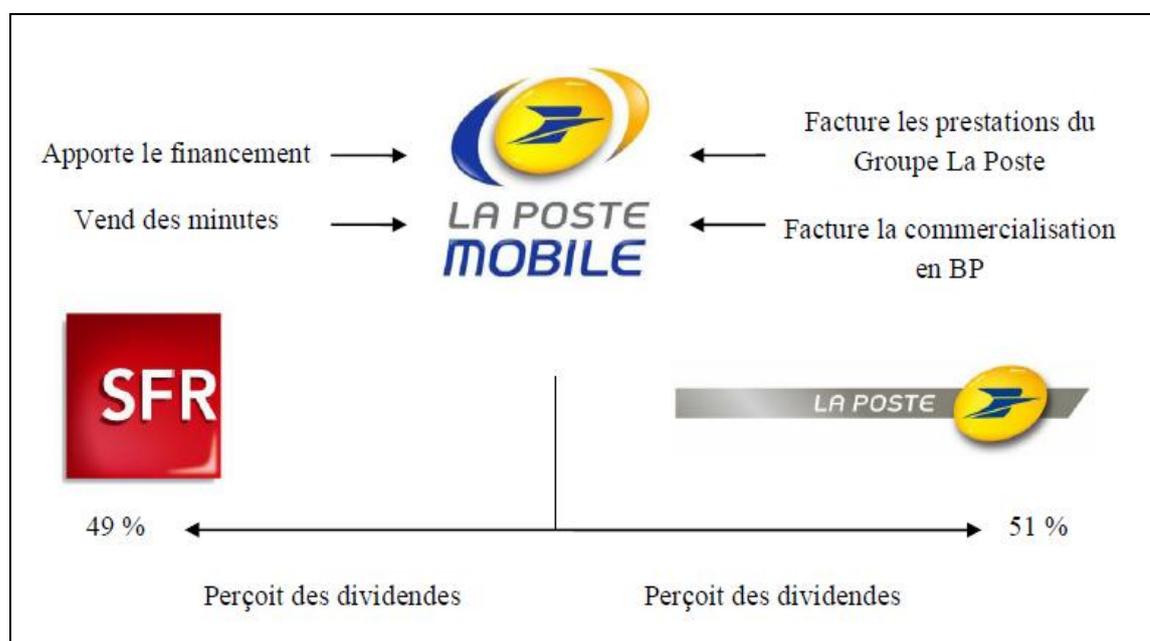
Depuis le 23 mai 2011 l'Enseigne La Poste commercialise une offre complète de téléphonie mobile. Cela pour des raisons décrites en chapitre 1. De plus vu que l'activité principale de La Poste – le courrier et le colis – n'est pas tellement rentable que dans les années précédentes, ce qui est causé par l'utilisation de plus en plus répandue des portables et des emails et par l'entrée sur le marché des sociétés privées dont l'activité est de délivrer les colis, l'Enseigne était obligée de chercher de nouvelles activités pour son développement, sa croissance et sa performance économique.

C'est en mars 2010 que La Poste décide de devenir un opérateur mobile virtuel. C'est-à-dire un opérateur sans licences de fréquence ni infrastructures de télécommunications, qui achète à un autre opérateur des minutes de téléphonie qu'il revend ensuite à ses clients. Après la décision du Conseil d'administration, un appel d'offres est lancé pour trouver un partenaire. Treize opérateurs se portent candidats. Après une première sélection, seuls les trois grands opérateurs – Orange, Bouygues Télécom et SFR restent. Quelques semaines plus tard, La Poste annonce qu'elle entre en négociation exclusive avec SFR pour construire une offre de téléphonie mobile sous sa propre marque. L'objectif est d'arriver sur le marché avant 2012, avant que Free ne devienne le quatrième opérateur titulaire d'une licence.²⁰

²⁰ Free est un groupe dont l'activité principale était de fournir aux clients les services de connectivité à l'Internet. En début de l'année 2012 il est devenu le quatrième opérateur mobile en France (voir le chapitre 3)

La Poste a choisi SFR car elle avait besoin de s'appuyer sur un partenaire solide sur le plan financier et largement reconnu sur le plan technique qui l'aiderait à préparer des offres simples et accessibles à commercialiser. Cela signifie que La Poste Mobile, structure juridique d'accueil de cette activité, est rattachée à l'Enseigne La Poste sous la forme d'une filiale à capital partagé entre SFR et La Poste. La Poste en est majoritaire avec 51% des parts.

Figure n° 3 : Le rôle des partenaires



Source : cette figure vient d'une présentation du directeur commercial de La Poste présentée pour les guichetiers le jour du lancement de La Poste Mobile

La Poste apporte dans ce projet :

- La marque La Poste et son univers de confiance
- Le réseau des bureaux de poste
- La compétence des postiers

Le partenaire SFR apporte :

- Les fonds propres
- La fourniture des terminaux et cartes SIM
- L'infrastructure technique

La Poste est une des plus anciennes sociétés sur le marché français d'une forte tradition et avec une bonne réputation. Elle apporte sa marque, très bien connue pour les Français. De plus, son logo avec un oiseau stylisé signifie la confiance et le dynamisme. Son deuxième avantage est un réseau dense des bureaux. L'effort de La Poste est d'être accessible. Ses bureaux sont situés dans des emplacements stratégiques pour que la distance entre un client et un bureau soit à moins de 5 kilomètres. La proximité est un immense atout et fait de La Poste un opérateur avec le plus grand nombre des lieux de vente. Elle apporte également des guichetiers spécialement formés dont l'activité principale et unique est de commercialiser la gamme des produits et fournir des services aux clients de La Poste Mobile.

Au contraire SFR s'occupe de tout ce qui est technique. C'est-à-dire de l'infrastructure et des terminaux. Grâce au fait que La Poste Mobile n'a pas son propre infrastructure et achète des minutes de SFR, elle peut se permettre de commercialiser ses produits à un prix inférieur aux prix des grands opérateurs. SFR apporte aussi des clients ce qui permet à La Poste Mobile de ne pas partir d'une feuille blanche. Il s'agit de la filiale à SFR – Debitel - et de ses 290 000 abonnés. Debitel est un ancien opérateur virtuel de SFR dont les clients sont devenus le 23 mai 2011 les clients de La Poste Mobile.

2.1.2 Trois vagues du lancement et l'aménagement des bureaux

La Poste Mobile est officiellement et pour la première fois présentée aux clients le 23 mai 2011 après quelques mois de préparations. Au total il y a 3 vagues du lancement :

- 23 mai 2011
- 12 septembre 2011
- 31 octobre 2011

La Poste Mobile n'a pas de ses propres lieux de vente (ses propres boutiques) mais la gamme des produits est commercialisée dans les bureaux de La Poste. La date du lancement est choisie en fonction de la taille et de l'importance de ses bureaux. Nous allons voir le lancement sur l'exemple des bureaux situés en Franche – Comté (région française qui se trouve à l'Est de la France et qui est frontalière avec la Suisse).

Concernant les recharges (le fait d'avoir déjà un portable que l'on se fait recharger à l'aide d'un terminal, ce service est disponible pour les clients de tous les opérateurs mobiles), elles sont disponibles dans tous les bureaux depuis le 23 mai. Concernant les portables et les abonnements, la première vague de lancement a lieu dans les bureaux les plus grands de la région. Il s'agit des bureaux « LPM 30 » ce qui signifie un bureau de La Poste avec 30 terminaux de La Poste Mobile en exposition. Il y a ensuite « LPM 15 », c'est-à-dire les bureaux où nous ne trouvons que 15 terminaux, et les bureaux désignés comme « LPM 8 » avec 8 terminaux. Ces bureaux commercialisent l'offre complète de La Poste Mobile – les recharges, cartes prépayées et les abonnements. Ils s'occupent aussi de la vente des téléphones portables et du service après-vente. Au total il y a 1883²¹ de bureaux où nous pouvons trouver l'offre mentionnée ci-dessus. Le reste

²¹ Ce chiffre vient d'une présentation du directeur commercial de La Poste qui a été présentée le jour du lancement de La Poste Mobile (23 mai 2011)

des bureaux de La Poste ne vend que les cartes prépayées et les recharges ou uniquement les recharges (voir le tableau suivant).

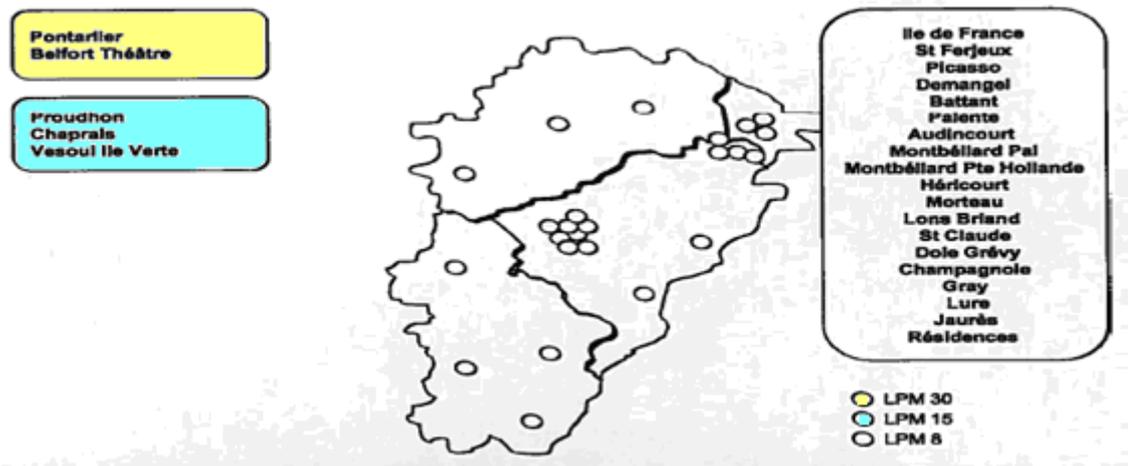
Tableau n° 5 : Une segmentation de l'offre par type de bureau

Catégorie de bureau	Offre commercialisée en bureau			Nombre de bureaux	
	Au 23 mai 2011	Au 12 septembre 2011	Au 31 octobre 2011	En France	En Franche-Comté
LPM 30	943 ESC	Abonnements Prépayés	1883 bureaux	80	2
LPM 15				462	3
LPM 8a				401	4
LPM 8b	Prépayés, Recharges			940	15
LPM Prépayés	Prépayés, Recharges			2 113	24
LPM Recharges	Prépayés, Recharges			5 886	175

Source : cette figure vient d'une présentation du directeur commercial de La Poste présentée pour les guichetiers le jour du lancement de La Poste Mobile

Nous pouvons voir le déroulement des 3 vagues du lancement sur la figure suivante :

Figure n° 4 : 3 vagues du lancement des forfaits dans la région de Franche-Comté



Source : présentation du directeur commercial de La Poste

Quant à l'aménagement des bureaux, La Poste dispose des deux types de bureaux. Il s'agit soit des ESC (Espace Service Client), soit des bureaux avec les guichets classiques. C'est dans tous les bureaux ESC et une partie des bureaux classiques que La Poste Mobile commercialise son offre des téléphones mobiles et des abonnements.

Un bureau ESC est un bureau de libre service. Il y a une organisation de l'espace spéciale qui est projetée de telle manière afin que chaque client puisse y « circuler » librement entre le mobilier comprenant l'offre de La Poste Mobile (en préservant bien-sûr aussi la place pour les offres des autres métiers du Groupe). ESC signifie également la mobilisation des équipes et la présence des guichetiers dans l'espace de vente permettant de simplifier et d'optimiser la relation avec le client. Nous pouvons voir le mobilier des bureaux sur l'exemple suivant.

Figure n° 5 : Un mobilier adapté à chaque espace de vente



Source: LA POSTE DEVIENT OPERATEUR DE TELEPHONIE MOBILE ET LANCE DES OFFRES SIMPLES, CLAIRES, ACCESSIBLES A TOUS (Dossier de presse). In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Espace-Presse/Communique-dossiers-de-presse/Groupe/LA-POSTE-DEVIENT-OPERATEUR-DE-TELEPHONIE-MOBILE-ET-LANCE-DES-OFFRES-SIMPRES-CLAIRES-ACCESSIBLES-A-TOUS-Dossier-de-presse>

2.1.3 Formation des guichetiers

Depuis le 23 mai 2011, 10 000²² bureaux sont acteurs de la commercialisation de tout ou partie de l'offre de La Poste Mobile (abonnements, forfaits bloqués, packs et cartes prépayées). Et chacun d'entre eux constitue un point d'entrée pour le service après-vente. D'où un besoin nouveau en terme de compétences à la fois techniques et commerciales. Pour y répondre, un vaste dispositif de formation est déployé au niveau national.

Depuis le début du février jusqu'à la fin de l'année 2011, environ 8 500 agents bénéficient d'une formation qualifiante. Voici le plan de la formation et quelques chiffres :

- 52 formateurs
- 407 sessions de formation avant le 23 mai
- 24 000 jours de formation
- 8 500 agents formés, dont près de 6 000 guichetiers²³ – des guichetiers référents téléphonie, experts de la gamme de La Poste Mobile, et des guichetiers téléphonie, agents confirmés en téléphonie mobile

²² La Poste Mobile poursuit son déploiement. In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Espace-Presse/Communique-dossiers-de-presse/Groupe/La-Poste-Mobile-poursuit-son-deploiement>

²³ LA POSTE DEVIENT OPERATEUR DE TELEPHONIE MOBILE ET LANCE DES OFFRES SIMPLES, CLAIRES, ACCESSIBLES A TOUS (Dossier de presse). In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Espace-Presse/Communique-dossiers-de-presse/Groupe/LA-POSTE-DEVIENT-OPERATEUR-DE-TELEPHONIE-MOBILE-ET-LANCE-DES-OFFRES-SIMPRES-CLAIRES-ACCESSIBLES-A-TOUS-Dossier-de-presse>

Le guichetier référent téléphonie est le point d'appui technique de l'équipe du bureau. Sa maîtrise des actes de gestion, des outils, des processus, de la diversité des questionnements de ventes et post achat en font le référent naturel de l'équipe du bureau. Les guichetiers téléphonie, quant à eux, disposent d'une compétence reconnue en téléphonie. Leur professionnalisme est essentiel pour couvrir la plage horaire d'ouverture du bureau à la clientèle. Le DET Adjoint, que nous pouvons voir dans le tableau suivant, est le « patron » de l'espace de vente. Il est responsable de cette activité, il choisit les volontaires (les guichetiers téléphonie référents et les guichetiers téléphonie) en tenant compte des contraintes de couverture de la plage horaire. Les critères de sélection sont : envie, volontariat, sens de la relation client, goût de la vente, couverture de la plage horaire.

Tableau n° 6 : Le développement des compétences des postiers

	Population concernée	Nombre de stagiaires	Nombre de jours de formation	Total de jours de formation
Au 23 mai 2011	Guichetiers téléphonie référents	9	5	45
	DET Adjoints	9	2	18
	Moniteurs de vente	8	5	40
	Guichetiers téléphonie	18	2	36
Au 31 octobre 2011	Guichetiers téléphonie référents	24	5	120
	Guichetiers téléphonie	48	2	96
	DET Adjoints	19	2	38

Source : Présentation de La Poste Mobile par le directeur commercial de La Poste

Outre la formation classique sous la forme de présentations, les postiers doivent également faire des e-learning. Pour tester leurs connaissances, ils sont obligés de passer un examen final sous forme de test à choix multiple (voir l'exemple dans les annexes).

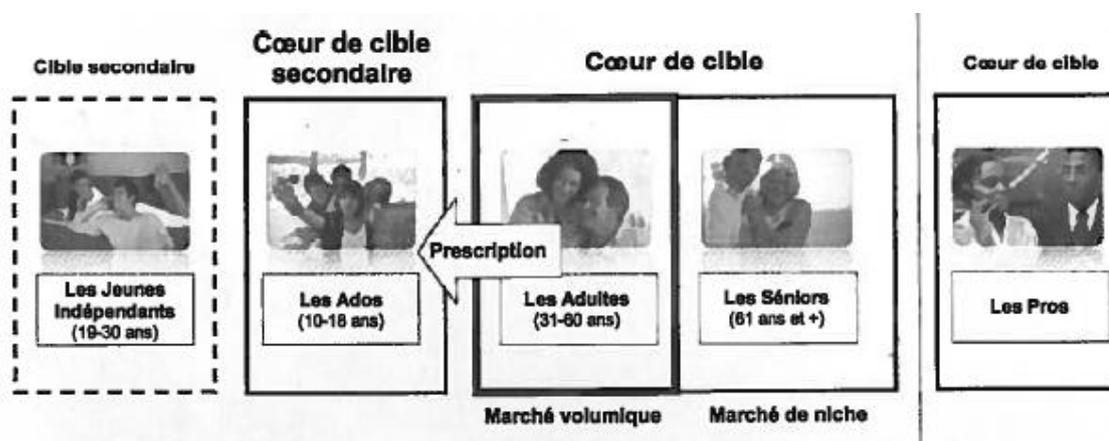
Ils passent aussi la formation continue sur le lieu du travail où un moniteur de ventes est à leur disposition. Il assure la formation de proximité, l'accompagnement des guichetiers et les entraînements, pour les aider à améliorer leurs compétences techniques et la méthode de vente.

2.2 Premières semaines du nouveau service

2.2.1 Type de la clientèle et le premier contact

L'offre de La Poste Mobile s'adresse au lancement à 100% du marché des particuliers. A terme, La Poste Mobile envisage de proposer une offre pour les clients professionnels. Des clients non encore équipés (seniors, juniors) aux clients déjà équipés et souhaitant bénéficier d'une offre plus adaptée à leurs besoins, tous les clients de La Poste sont susceptibles de devenir clients de La Poste Mobile. L'analyse du marché fait apparaître une grande volatilité de la part des clients qui, pour des raisons variées, liées à l'offre, au prix et/ou à la relation qu'ils entretiennent avec leur opérateur, peuvent le quitter et devenir ainsi des clients de La Poste Mobile.

Figure n° 6 : Clientèle cible de La Poste Mobile



Source : Présentation du directeur commercial de La Poste

Ce sont les adultes de 31 à 60 ans qui représentent la clientèle cible pour La Poste Mobile. Ce sont les individus actifs qui, aujourd'hui, consomment une grande partie des services de télécommunications. La Poste suppose que ces clients vont non seulement consommer ses produits et services mais également les prescrire à leur entourage – par exemple les parents, en achetant un portable ou souscrivant un abonnement, vont en acheter ou en souscrire un également pour leurs enfants.

La cible secondaire est ensuite les jeunes indépendants de 19 à 30 ans. La raison est simple. Les jeunes achètent un portable souvent non parce qu'ils ont besoin d'en avoir un (ici, nous parlons du besoin au sens propre, ce qui signifie un manque de quelque chose) mais pour se créer une image de soi. Pour avoir une bonne image et réussir parmi les autres (les collègues du travail, amis, camarades de la promotion,...) ils souhaitent d'avoir toujours des nouveautés. De plus c'est une cible qui utilise le portable non seulement pour téléphoner, mais aussi pour effectuer des paiements, se connecter sur Internet, télécharger de nouvelles applications, prendre des photos,... Cela signifie qu'ils ont besoin d'un téléphone bien « équipé », c'est-à-dire un smartphone avec le plus de fonctions et d'applications possibles. Un des téléphones les plus vendus en 2011 est l'iPhone²⁴. C'est un inconvénient pour La Poste Mobile car ce portable ne figure pas dans son offre au moment du lancement et à cause de cela, elle perd beaucoup de clients potentiels qui partent chez d'autres opérateurs.

Quant à l'abonnement des jeunes (10 – 18 ans), ceux-ci restent chez les opérateurs classiques (SFR, Orange, Bouygues) qui offrent une multitude des forfaits et abonnements et les portables attractifs pour les jeunes (y compris iPhone et Blackberry que La Poste Mobile ne commercialise pas le jour du lancement). S'ils sont sensibles au prix, ils passent chez les MVNO orientés vers les jeunes clients (par exemple NRJ ou Virgin Mobile).

²⁴ DUCOURTIEUX, Cécile. Un téléphone mobile sur trois vendu dans le monde est un smartphone. In: *Le Monde* [online]. 2012 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/02/15/un-telephone-mobile-sur-trois-vendu-dans-le-monde-est-un-smartphone_1643508_3234.html

Les seniors représentent un marché de niche pour La Poste Mobile. Le Groupe suppose que les personnes de 61 ans et plus âgées ne vont pas s'équiper d'un portable si elles n'en ont pas encore un ou qu'elles ne vont pas faire le changement d'opérateur.

Concernant le contact avec les clients, il commence une semaine avant le lancement de cet opérateur. Les guichetiers parlent de ce projet aux clients venant dans les bureaux de La Poste et ceux-ci, s'ils sont intéressés et souhaitent d'avoir plus d'informations, remplissent une fiche de contact que nous pouvons voir sur la figure suivante.

Figure n° 7 : Fiche contact pour les clients intéressés par l'offre de La Poste Mobile

 <h1 style="margin: 0;">Fiche contact</h1>		NOM et Prénom Guichetier	TAD
Partie réservée La Poste Mobile	Nom du Client :		Prénom :
	Adresse :		
	Numéro de téléphone :		
	Préférence pour rappel téléphonique (horaires/jours) ?		
	Préférence pour RDV (horaires/jours) ?		
	Comment le client a-t-il eu connaissance de l'offre LPM ?		
	<input type="checkbox"/> Guichetier <input type="checkbox"/> PLV <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Autres.....		
	Bureau de RDV :		RDV le :
	Issue du contact :		
	Type d'offre :		Type de mobile :
Fiche retournée au bureau émetteur le.....			
Partie à conserver par le client	Mme/Mr		
	La Poste Mobile vous remercie de l'intérêt que vous portez à ses produits et services.		
	Vous avez choisi comme lieu de RDV le bureau de		
	Ce bureau vous rappellera sous 48h afin de convenir avec vous de la date et de l'heure de votre RDV.		
	N'oubliez pas de vous munir d'une pièce d'identité, d'un RIB et d'un justificatif de domicile.		
	TAD	Votre guichetier bureau de poste de	
Fiche à usage strictement interne - à conserver après contact En application de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, il est précisé que les données à caractère personnel ci-dessus recueillies sont nécessaires pour permettre à l'un de nos conseillers, suite à votre demande, de vous contacter pour prendre un rendez-vous. Ces données ne font pas l'objet d'une constitution de fichier.			

Source : présentation du directeur commercial de La Poste

Après le lancement du MVNO, La Poste sort les fiches recueillies auprès des clients intéressés et fait du phoning, ce qui signifie appeler les clients pour les inviter à venir dans un bureau de poste et leur présenter son offre complète.

La Poste Mobile prépare une offre non seulement pour ses clients mais aussi une offre spécialement réservée aux collaborateurs de La Poste. Cette offre permet aux postiers de bénéficier de tarifs avantageux et de conditions préférentielles. L'offre leur est présentée en avant première lors des soirées postiers (du 18 au 21 mai). Le but des soirées est la vente privée des produits et des services de La Poste Mobile. Ce pas est très important pour le Groupe car les postiers profitant de cette offre vont ensuite avoir le rôle des ambassadeurs et diffuser l'offre vers les clients.

2.2.2 Offre de La Poste Mobile

La Poste a l'ambition de se positionner tel un grand opérateur mobile. Elle se différencie en proposant des prix justes et une relation client fondée sur la confiance. Elle a des offres simples, compétitives et accessibles à tous. L'intégralité de son offre (abonnements, packs, cartes prépayées, recharges et les téléphones mobiles) est distribuée dans plus de 1 800 bureaux à la fin de l'année 2011. Au-delà des 1 800 bureaux qui commercialisent la totalité de la gamme, tous les bureaux de poste sont partie prenante et vendent au minimum les recharges et font le service après-vente.

Nous pouvons étudier l'offre pour les clients et les postiers plus en détail sur les figures suivantes (voir la page suivante). Cette offre est valable le jour du lancement de La Poste Mobile (le 23 mai 2011). L'offre actuelle est à consulter dans les annexes.

Figure n° 8 : Offre de La Poste Mobile pour les clients

4 GAMMES

simples et claires, pour tous les usages

LES CARTES PRÉPAYÉES

Page 4

Communiquez comme vous voulez

Choisissez l'Avantage qui vous ressemble

- Avantage Plus de Temps
- **3TF**
- Avantage International

7 recharges au choix

Recharges à partir de **5€**

LES FORAITS BLOQUÉS

Page 5

Maîtrisez votre budget

- L'assurance de ne jamais dépasser votre forfait
- Des forfaits avec SMS illimités et Tout Internet
- Le report de crédit illimité

Forfaits de 45 min à 1h30

à partir de **12€** par mois

LES FORAITS

Page 6

Téléphonez tout simplement

- Des mobiles à partir de 1€
- Des forfaits simples et adaptés à vos envies
- Le report des minutes

Forfaits de 30 min à 4h

à partir de **13€** par mois

LES FORAITS SMS & WEB

Page 7

Restez connecté en illimité

- Des smartphones⁽³⁾ à partir de 1€
- Des forfaits avec SMS & Internet en illimité
- Le report des minutes

Forfaits de 2h à 10h

à partir de **26€** par mois

Si vous avez déjà un mobile

Existe aussi en version (Voir en page 8)

sans engagement

à partir de **10€** par mois en conservant votre mobile

à partir de **10€** par mois en conservant votre mobile

à partir de **21€** par mois en conservant votre mobile

Offres soumises à conditions, réservées aux personnes physiques en France métropolitaine. Tarifs TTC au 05/09/2011. Toute souscription à une offre avec engagement 12 ou 24 mois est soumise à l'achat concomitant d'un mobile dont le prix varie selon la durée du forfait et la durée d'engagement. (1) Pour toute souscription concomitante au « Forfait SMS & WEB » 4h et plus avec engagement de 24 mois, le Samsung Galaxy Ace est à 19€ (dont 0,01€ d'éco-participation). Offre également disponible sur 12 mois avec le mobile à 199€, prix du mobile seul: 289€. (2) Pour toute souscription en Bureau de Poste à un Forfait sans engagement et sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 10€ remboursés intégralement sur votre 1^{re} facture. (3) Mobiles intelligents.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.lapostemobile.fr

LES CARTES PRÉPAYÉES

Communiquez comme vous voulez

Kits et Packs Prépayés DISPONIBLES EN LIBRE-SERVICE

3 AVANTAGES⁽¹⁾ AU CHOIX :

À chaque recharge, choisissez l'Avantage⁽¹⁾ qui vous convient le mieux.



AVANTAGE PLUS DE TEMPS

50% de crédit⁽²⁾ en plus et des durées de validité extra-longues

Par exemple, pour 15€ rechargés, profitez de 45 minutes d'appels ou de 150 SMS, valables 40 jours.



SMS ILLIMITÉS

SMS Illimités* 24h/24 vers tous les opérateurs en plus de votre crédit de communications

Par exemple, pour 15€ rechargés, profitez de SMS illimités* et de 30 minutes d'appels, valables 20 jours.



AVANTAGE INTERNATIONAL

Des tarifs à la minute⁽³⁾ encore plus attractifs pour appeler en France et vers l'international

Par exemple, pour 15€ rechargés, profitez de 60 minutes vers l'Europe ou de 42 minutes vers le Maghreb, valables 20 jours.

7 RECHARGES ADAPTÉES À TOUS LES BUDGETS : DE 5 À 75€, DES BONUS EN PLUS : DÈS LA RECHARGE 20€

Rechargez votre carte en appelant le 25 25 depuis votre mobile (appel gratuit), en vous connectant sur le site lapostemobile.fr ou dans les Bureaux de Poste.

VOS SERVICES INCLUS :

- Consultation gratuite du répertoire même sans crédit
- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde⁽⁴⁾
- Double appel
- Info cōnsō



* SMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ et surtaxes) sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€, dans la limite de 99 destinataires/mois. Offre soumise à conditions, réservée aux personnes physiques en France métropolitaine.

(1) Avantages non cumulables entre eux. (2) 50% de crédit en plus (hors Bonus) utilisable en appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. (3) Appels voix métropolitains et appels émis depuis la France métropolitaine vers certaines zones internationales. (4) Pour les appels voix métropolitains hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes.

Détails des tarifs et conditions de l'offre et des recharges dans « Le Guide Utilisateur », en Bureaux de Poste et sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.lapostemobile.fr

LES FORFAITS BLOQUÉS

Maîtrisez votre budget

ZÉRO DÉPASSEMENT
L'assurance de ne jamais dépasser son forfait

SMS ILLIMITÉS* ET TOUT INTERNET**
à partir de 21€.

REPORT ILLIMITÉ
du crédit⁽¹⁾



FORFAIT 45 min	FORFAIT 1h	FORFAIT 1h	FORFAIT 1h30
60 SMS	SMS illimités*	SMS illimités* + Tout Internet ⁽¹⁾	Blocage à 200 Mo
12€	19€	23€	26€
10€	17€	21€	24€

Engagement 12 ou 24 mois

sans engagement

Économisez 2€ par mois en conservant votre mobile !⁽³⁾

Tarifs mensuels pour les appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes.

NOS RECOMMANDATIONS :

Sony Ericsson Spiro
Samsung Chat 335

Découvrez la galerie des mobiles p.10-11

VOS SERVICES INCLUS :

- Crédit de secours de 2€⁽⁴⁾
- Rechargeable à tout moment
- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde⁽⁵⁾
- Info conso
- Présentation du numéro
- Double appel

(1) Navigation sur Internet 24h/24, 7j/7, exclusivement sur et depuis votre mobile (non relié à un ordinateur), et sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€, en France métropolitaine (hors services payants et surtaxes). Les usages modem, Voix sur IP, Peer to Peer et Newsgroups sont interdits et facturés au tarif en vigueur. Usage bloqué à 200 Mo/mois. Offre non compatible avec les terminaux BlackBerry. (2) Les communications des options ne sont pas reportables. (3) Pour toute souscription en Bureau de Poste à un Forfait sans engagement et sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 10€ remboursés intégralement sur votre 1^{er} facture. (4) Le crédit de secours est utilisable jusqu'à la prochaine date de facturation. Offre valable avec mobiles compatibles, hors terminaux BlackBerry. (5) Pour les appels voix métropolitains hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. Voir détails dans le guide « Tarifs et conditions des offres », en Bureaux de Poste et sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet). Visuels non contractuels.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.lapostemobile.fr

5

LES FORFAITS

Téléphonez tout simplement

DES MOBILES
à partir de 1€

SIMPLICITÉ
Des forfaits simples avec des options au choix

REPORT DES MINUTES
sans limite de date⁽¹⁾



FORFAIT 30 min	FORFAIT 1h	FORFAIT 2h	FORFAIT 4h
50 SMS ⁽²⁾ : 3€/mois SMS illimités* : 6€/mois Internet illimité ⁽³⁾ : 9€/mois			SMS illimités* inclus
13€	17€	22€	28€
10€	14€	19€	25€

Engagement 12 ou 24 mois

sans engagement

Économisez 3€ par mois en conservant votre mobile !⁽³⁾

Tarifs mensuels pour les appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ (hors voix).

NOS RECOMMANDATIONS :

Samsung Player Star2
Sony Ericsson x1 pro

Découvrez la galerie des mobiles p.10-11

VOS SERVICES INCLUS :

- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde⁽⁵⁾
- Info conso
- Alerte conso⁽⁶⁾
- Présentation du numéro
- Double appel

* SMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 des hôtaires/mois.

** Internet illimité : la navigation illimitée sur Internet exclusivement sur et depuis votre mobile - non relié à un ordinateur - en France métropolitaine (hors services payants et surtaxes), et l'émission et réception illimitées d'emails en France métropolitaine à partir de l'application email de votre terminal. Les usages modem, Voix sur IP, Peer to Peer et Newsgroups sont interdits et facturés en hors forfait au tarif en vigueur. La Poste Mobile ne peut traduire le débit de connexion au-delà d'une consommation de 500 Mo/mois jusqu'à la prochaine date de facturation. Offre valable avec mobiles compatibles, hors terminaux BlackBerry.
Offres soumises à conditions, réservées aux personnes physiques en France métropolitaine.

6

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.lapostemobile.fr

LES FORFAITS SMS & WEB

Restez connecté en illimité

DES SMARTPHONES
à partir de 1€

SMS* ET INTERNET ILLIMITÉS**
à partir de 21€

REPORT DES MINUTES
sans limite de date⁽¹⁾

FORFAIT
2h
4h
6h
10h

FORFAIT
2h
4h
6h
10h

FORFAIT
2h
4h
6h
10h

FORFAIT
2h
4h
6h
10h

SMS* + Internet + Emails illimités**
Débit 3G+, réduit au-delà de 500 Mo

26€	33€	39€	49€
21€	28€	34€	44€

Économisez 5€ par mois en conservant votre mobile!⁽³⁾

Engagement 12 ou 24 mois

sans engagement

Tarifs mensuels pour les appels voix métropolitains actuellement, hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ (hors vtijs).

NOS RECOMMANDATIONS :

Samsung Galaxy Ace
HTC Wildfire S

Découvrez la galerie des mobiles p.10-11

VOS SERVICES INCLUS :

- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde⁽⁴⁾
- Info conso
- Alerte conso⁽⁵⁾
- Présentation du numéro
- Double appel

(1) Report des minutes non consommées dans la limite du temps de forfait mensuel. **(2)** SMS métropolitains au-delà du forfait : 0,10€/me/des/nat/ra/ envoi. Les options SMS ne sont pas cumulables entre elles et incompatibles avec les forfaits 2h et 4h avec SMS illimités. **(3)** Pour toute souscription en Bureau de Poste à un Forfait sans engagement et sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 10€ remboursés intégralement sur votre 1^{re} facture. **(4)** Pour les appels voix métropolitains hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. **(5)** Vous êtes prévenus par SMS lorsque le montant des communications hors et au-delà du forfait atteint le seuil que vous avez défini (ADE par défaut). Voir détails dans le guide « Tarifs et conditions des offres », en Bureau de Poste et sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion internet). Valeurs non contractuels.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.lapostemobile.fr

Source : le premier catalogue avec l'offre de La Poste Mobile, disponible dans les bureaux de Poste entre mai et septembre 2011

Figure n° 9 : Offre de La Poste Mobile pour les postiers

LES CARTES PRÉPAYÉES

Communiquez comme vous voulez

7 recharges adaptées à tous les budgets

5€

10€

15€

20€

30€

50€

75€

Services inclus :

- Consultation gratuite du répertoire même sans crédit
- Double appel
- Info conso
- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde⁽¹⁾

3 Avantages⁽²⁾ au choix

Avec votre Carte Prépayée choisissez l'Avantage⁽²⁾ et la recharge qui vous conviennent le mieux

PLUS DE TEMPS 50% de crédit⁽³⁾ en plus et des durées de validité extra-longues

SMS ILLIMITÉS SMS illimités⁽⁴⁾ 24H/24 vers tous les opérateurs en plus de votre crédit de communications

INTERNATIONAL Des tarifs à la minute⁽⁴⁾ encore plus attractifs pour appeler en France et vers l'international : France (0,35€/min) / Europe (0,25€/min) / Maghreb, Turquie (0,35€/min) / Sénégal, Cameroun, Mali, Côte d'Ivoire (0,39€/min).

Offre de cartes prépayées réservée aux collaborateurs de La Poste (hors filiales) en cadre d'activité et sur présentation des documents justificatifs. Le collaborateur peut souscrire jusqu'à 3 lignes à son nom.
 * SMS métropolitains interopérateurs à usage prépaié (hors SMS+ et surtaxes) avec réserve d'un crédit supérieur à 0,01€, dans la limite de 99 destinataires/mois.
 ** Internet limité, navigation illimitée sur internet actuellement sur et depuis votre mobile - sans relié à un forfait - en France métropolitaine, hors services payants et surtaxes et déduction et réception illimitée d'emails en France métropolitaine à partir de l'application sms à de votre terminal. Les usages modems, Voix sur IP, Peer to Peer et Neogroups sont interdits et facturés en hors forfait au tarif en vigueur. La Poste Mobile peut réduire le débit de connexion au-delà d'une consommation de 500 Mo/mois jusqu'à la prochaine date de facturation. Offre non cumulable avec les forfaits BlackBerry.
 (1) Offre valable de 18/08/2011 au 04/09/2011 pour les Forfaits 2h et 4h avec SMS illimités.
 (2) Toute souscription à une offre avec engagement 12 ou 24 mois est assortie d'un achat concomitant d'un mobile dont le prix varie selon la durée du forfait et la durée d'engagement.
 (3) Pour les appels voix métropolitains hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. (4) Avantages non cumulables entre eux. (5) 50% de crédit en plus dans les forfaits utilisables en appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. (6) Appels vers des numéros et appels vers des numéros de France métropolitaine vers les services payants et surtaxes. (7) Neogroups sur internet. (8) Usage illimité de 200 Mo. (9) Offre non cumulable avec les forfaits BlackBerry. (10) Les communications des options ne sont pas remboursées. (11) Le crédit de votre carte prépayée est valable jusqu'à votre prochain recharge. Ce même crédit sera utilisé de votre carte prépayée de communication pour le coût de votre forfait au-delà du crédit de votre carte prépayée. (12) Vous êtes prévenus par SMS du seuil de montant des communications hors et au-delà du forfait atteint le seuil que vous avez défini (ADE par défaut). (13) SMS au-delà du forfait : 0,10€/me/des/nat/ra/ envoi. (14) Pour les appels voix métropolitains hors n° courts, n° spéciaux et surtaxes. (15) Vous êtes prévenus par SMS lorsque le montant des communications hors et au-delà du forfait atteint le seuil que vous avez défini (ADE par défaut). (16) SMS au-delà du forfait : 0,10€/me/des/nat/ra/ envoi. Les options SMS ne sont pas cumulables entre elles et incompatibles avec les forfaits 2h et 4h avec SMS illimités. (17) Pour toute souscription en Bureau de Poste à un Forfait sans engagement et sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 10€ remboursés intégralement sur votre 1^{re} facture.

45



DÉCOUVREZ LES OFFRES DE LA POSTE MOBILE RÉSERVÉES AUX POSTIERS*

LES FORFAITS BLOQUÉS

Maîtrisez votre budget

OFFRE POSTIER



ZÉRO DÉPASSEMENT
Assurance de ne jamais dépasser son forfait



SMS illimités* et Tout Internet¹⁵
À partir de 21€ Blocage à 200 Mo



REPORT ILLIMITÉ
du crédit¹⁶

VOS SERVICES INCLUS

- Crédit de secours de 2€¹⁷
- Rechargeable à tout moment
- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde¹⁸
- Info conso
- Présentation du numéro
- Double appel

À PARTIR DU 19/07/2011

FORFAIT 45 min ¹⁹	FORFAIT 1h	FORFAIT 1h	FORFAIT 1h30
+	+	+	+
60 SMS	SMS illimités*	SMS illimités* + Tout Internet ¹⁵ Blocage à 200 Mo	
9,80€	15,20€	18,40€	20,80€

Engagement 12 ou 24 mois



8€ 13,60€ 16,80€ 19,20€

Encore moins cher si vous vous conservez votre mobile, avec les Forfaits sans engagement !⁽¹²⁾

Tarifs pour des appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, spéciaux et surtaxes.

LES FORFAITS

Choisissez selon vos besoins

OFFRE POSTIER



DES MOBILES
à partir de 1€



SIMPLICITÉ
Des forfaits simples avec des options au choix



REPORT DES MINUTES
sans limite de date¹⁶

VOS SERVICES INCLUS

- Décompte à la seconde, dès la 1^{re} seconde¹⁸
- Info conso
- Alerte conso¹⁷
- Présentation du numéro
- Double appel

OPTIONS

- 50 SMS¹⁹ **3€/mois**
- SMS illimités* **6€/mois**
- Internet illimité* **9€/mois**

Engagement 12 ou 24 mois



FORFAIT 30 min	FORFAIT 1h	FORFAIT 2h	FORFAIT 4h
		+	
		OFFRE DE LANCEMENT SMS illimités* inclus	
10,40€	13,60€	17,60€	22,40€
8€	11,20€	15,20€	20€

Encore moins cher si vous vous conservez votre mobile, avec les Forfaits sans engagement !⁽¹²⁾

Tarifs pour des appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, spéciaux et surtaxes. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€.

LA POSTE MOBILE

LES FORFAITS SMS & WEB

Restez connecté en illimité

OFFRE POSTIER

DES SMARTPHONES
à partir de 1€

SMS et Internet illimités*
Débit 3G+, réduit au-delà de 500 Mo

REPORT DES MINUTES
sans limite de date⁽¹⁾

VOS SERVICES INCLUS

- Décompte à la seconde, dès la 1^{ère} seconde⁽¹⁾
- Info conso
- Alerte conso⁽¹⁾⁽²⁾
- Présentation du numéro
- Double appel

FORFAIT	FORFAIT	FORFAIT	FORFAIT
2h	4h	6h	10h
SMS + Internet + Emails illimités* Débit 3G+, réduit au-delà de 500 Mo			
20,80€	26,40€	31,20€	39,20€
16,80€	22,40€	27,20€	35,20€

Engagement 12 ou 24 mois

sans engagement

Encore moins cher si vous vous conservez votre mobile, avec les Forfaits sans engagement !⁽¹⁾⁽²⁾

Tarifs pour des appels voix métropolitains exclusivement, hors n° courts, spéciaux et surtaxes. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ Hors Visio

Source : la présentation du directeur commercial de La Poste

Concernant les portables, La Poste Mobile commercialise presque toutes les marques majeures du marché : Acer, Alcatel, HTC, LG, Motorola, Nokia, Samsung, Sony Ericsson et depuis le printemps 2012 également BlackBerry²⁵. Il s'agit des téléphones avec tous les designs (tactile, clapet, bartype), pour tous les usagers (ils y trouveront de la musique, l'appareil photo, des applications, l'accès à l'Internet,...) et pour tous les prix – il y a des offres de smartphones à partir de 1€. Voici l'exemple de l'offre des téléphones portables aux clients avec les tarifs.

²⁵ La Poste Mobile renforce et renouvelle l'ensemble de son offre commerciale. In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2012 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/LeGroupe2/Espace-Presse/Communiqués-dossiers-de-presse/Groupe/La-Poste-Mobile-renforce-et-renouvelle-l-ensemble-de-son-offre-commerciale>

Figure n° 10 : Liste des téléphones proposés par La Poste Mobile avec les tarifs (offre valable au 5 septembre 2011)

		LE TARIF DES MOBILES					AU 05/09/2011	
								
		ACER Liquid Mini C4	ALCATEL OT355 Carbon	ALCATEL OT585	HTC Sensation	HTC Wildfire noir		
Engagement 24 mois	LES FORFAITS BLOQUÉS	45mn+60 SMS	109 €	1 €	9 €	439 €	119 €	
		1h+SMS	79 €	1 €	1 €	409 €	89 €	
		1h/1h30+SMS+WEB	29 €	1 €	1 €	359 €	39 €	
	LES FORFAITS	30mn	79 €	1 €	1 €	409 €	89 €	
		1h	29 €	1 €	1 €	359 €	39 €	
		2h SMS	9 €	1 €	1 €	339 €	19 €	
	LES FORFAITS SMS & WEB	4h SMS	1 €	1 €	1 €	329 €	9 €	
		2h	1 €	1 €	1 €	319 €	1 €	
		4h	1 €	1 €	1 €	249 €	1 €	
6h/10h		1 €	1 €	1 €	219 €	1 €		
Engagement 12 mois	LES FORFAITS BLOQUÉS	45mn+60 SMS	129 €	9 €	29 €	459 €	139 €	
		1h+SMS	129 €	9 €	29 €	459 €	139 €	
		1h/1h30+SMS+WEB	99 €	1 €	1 €	429 €	109 €	
	LES FORFAITS	30mn	129 €	9 €	29 €	459 €	139 €	
		1h/2h/4h+SMS	99 €	1 €	1 €	429 €	109 €	
	LES FORFAITS SMS & WEB	2h/4h/6h/10h	99 €	1 €	1 €	429 €	109 €	
Sans Engagement	CARTE PRÉPAYÉE		139 €	19 €	39 €	469 €	149 €	
	FORFAITS SANS ENGAGEMENT		139 €	19 €	39 €	469 €	149 €	
		TARIF NU	199 €	49 €	59 €	529 €	239 €	
Dimension mm (H x l x ép.)		110,4 x 57,5 x 13	103 x 58 x 12,1	NC	125,5 x 65,4 x 11,5	60,4 x 12,1 x 106,7		
Poids		109 g	80 g	NC	175 g	118 g		
Taille écran		3,2" Tactile	NC	NC	4,3" tactile	3,2" Tactile		
Autonomie veille/communication		480h/4,5h	330h/4,4h	NC	20j/9h	409h/6h		
OS (système d'exploitation)		Android™ 2.2	Propriétaire	NC	Android™ 2.3	Android™ 2.2		
Indice DAS* (W/kg)		0,719	0,85	NC	0,358	0,754		
Appareil photo/caméra		5mpx/Oui	VGA/Non	2mpx/Non	8mpx/Hd	5mpx/Oui		
Mémoire interne/externe		150 Mo/jusqu'à 32 Go	0,7 Mo/jusqu'à 2 Go	NC	8Go / Micro SD 16Go incluse	512 Mo/Micro SD 2 Go incluse		
Réseaux		EDGE/3G/3G+	GPRS	NC	3G+	EDGE/3G/3G+		
Connectivité		Bluetooth® 2.1/ Wifi	-	Bluetooth® 2.1	Bluetooth® 3.0/ Wifi	Bluetooth® 2.1/ Wifi		
								
		Ref:100981	Ref:101051	Ref:101133	Ref:101135	Ref:100982		

* Le DAS (débüt d'absorption spécifique) des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/kg. Données constructeur et visuels non contractuels.

Le décret n° 2009-829 du 20 juillet 2009 relatif à l'élimination des Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques (DEEE) a mis en place une nouvelle réglementation concernant le traitement de ces DEEE. En effet, depuis le 15 novembre 2006, les déchets d'équipements électriques et électroniques doivent être traités dans des filières appropriées et non jetés dans les poubelles d'ordures ménagères avec les autres déchets domestiques non triés. Trier les DEEE permet de les recycler et de les traiter de manière appropriée afin d'éviter toute source de pollution par certains de leurs composants. Des points de collecte sélective (déchèteries) sont mis à votre disposition par les communes pour le traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques. Lors de vos achats, La Poste Mobile vous informe du coût correspondant à l'élimination des déchets d'équipements électriques et électroniques (Contribution environnementale). Le montant de cette Contribution environnementale est inclus dans le prix payé lors de l'achat d'un équipement électrique et électronique.

Source : présentation du directeur commercial de La Poste

2.2.3 Moyens d'acquisition de nouveaux clients

Pour que le lancement de La Poste Mobile ait le succès, le Groupe était obligé de développer une stratégie de communication pour attirer et acquérir de nouveaux clients et maintenir ceux auxquels il fournit déjà ses services. Elle représente une clef de voûte de tout le business. L'objectif de la communication est d'attirer l'attention des clients en les faisant connaître le produit, les incitant à agir et en créant en même temps l'image positive du produit/de la marque/ de l'entreprise. Nous pouvons étudier ces 3 objectifs dans le tableau suivant.

Tableau n° 7 : Les objectifs d'une action de communication

Attention Perception Connaissance	1 - Objectif: La notoriété C'est-à-dire informer sur un produit, un service (existence, caractéristiques, etc.), sur une marque, une entreprise ou encore sur une action particulière (promotion par exemple). Domaine: les moyens concernent le domaine cognitif (celui de l'expérience, de la connaissance, etc.)
Attention Perception Attitude	2 - Objectif: L'image C'est-à-dire construire ou développer une image positive d'une marque, de services ou de produits en jouant sur les attitudes ou les sentiments. Domaine: les moyens concernent le domaine affectif
Attention Perception Persuasion	3 - Objectif: L'Action C'est-à-dire attirer le consommateur vers le produit en le poussant à agir : par exemple, essayer le produit, s'informer sur le produit, acheter le produit. Domaine: les moyens concernent le domaine conatif ou comportemental (qui correspond aux tendances à agir)

Source : AUDIGIER, Guy. *Marketing et action commerciale*. 3e éd. Paris: Gualino éd, 2003, s. 99-100. ISBN 2842006488.

Il existe deux types de la communication : le marketing et l'animation commerciale. Quant au marketing, il s'agit de la publicité et de la promotion des ventes. Elles ont, toutes les deux, pour objectif d'influencer les comportements d'achat des publics auxquels elles s'adressent. Mais elles se distinguent par leurs modes d'action : « La publicité cherche à influencer les comportements d'un public par la transmission de messages ayant pour effet de modifier les connaissances, les images et les attitudes de ce public ; en d'autres termes, la publicité est un moyen de communication. La promotion, elle, cherche à provoquer ou à stimuler les comportements souhaités en les rendant plus faciles ou plus gratifiants. »²⁶

La Poste Mobile a une campagne publicitaire bien développée s'appuyant sur tous les médias les plus impactants :

- Télévision
- Web
- Affichage
- Presse
- Affichage en bureau de poste

Son plan media s'articule autour de 3 temps forts en 2011 :

- 15 juin 2011 : lancement de la campagne
- Fin août : marché de rentrée
- 25 novembre/15 décembre : marché de Noël

²⁶ J. LENDREVIE, J.J. *Mercator*. 7e édition. Paris: Dalloz, 2003, s. 603. ISBN 2247051774

Nous pouvons observer le plan de la campagne publicitaire de La Poste Mobile dans le tableau suivant.

Tableau n° 8 : Une campagne publicitaire à fort impact

	15.6.2011	21.08 - 14.09.2011	25.11 - 15.12.2011
	→		
	Vague 1	Vague 2	Vague 3
	LANCEMENT Institutionnel		DÉVELOPPEMENT Soutien des offres produits
Media de base	TV - Web		TV - Web
Media complémentaires	Affichage		Radio
	Presse quotidienne		Presse écrite
	Catalogue / Leaflet		Catalogues / Leaflet
Bureau de poste	Dispositif pérenne		

Source : Présentation de La Poste Mobile par le directeur commercial de La Poste

Pour soutenir les ventes, La Poste Mobile crée également des offres promotionnelles pour augmenter le nombre des clients et son chiffre d'affaires. En 2011, 3 grandes promotions sont mises en place :

- Promotion pour le changement d'opérateur
- Promotion pour les jeunes
- Promotion pour les clients de La Banque Postale

La promotion pour le changement d'opérateur est faite pour tout le monde souhaitant changer d'opérateur et passer chez La Poste Mobile. Ceux qui ont souscrit un abonnement avec engagement d'une durée de 24 mois chez un autre opérateur ont le

droit de se faire rembourser les frais de clôture relatifs à la résiliation avant la fin de la période d'engagement, et cela sous certaines conditions. La somme maximum de remboursement est de 100 € (voir la figure n° 11)

Figure n° 11 : Promotion du remboursement des frais de résiliation en cas du changement d'opérateur

LA POSTE MOBILE

Jusqu'à 100€ REMBOURSÉS sur vos frais de résiliation* lorsque vous changez d'opérateur.

1 Vous avez souscrit à un forfait La Poste Mobile avec engagement 24 mois*.

2 Renvoyez le coupon de remboursement situé au verso. Ce coupon doit être impérativement rempli et signé par vos soins, et renvoyé au plus tard dans les 3 mois qui suivent l'activation de votre ligne, à l'adresse mentionnée au verso. Il doit être accompagné d'une copie de la facture de clôture¹⁾ de votre précédent opérateur.

3 À réception de votre coupon, La Poste Mobile vous rembourse jusqu'à 100€* sur vos prochaines facturations²⁾.

Voir conditions au verso.

Source : La Poste Mobile. *La Poste Mobile* [online]. 2011 [cit. 2012-12-04]. Dostupné z: http://www.lapostemobile.fr/PDF/LPM_coupon_de_remboursement_ODR100euros.pdf

La promotion pour les jeunes est destinée aux jeunes de 18 à 29 ans. Ceux-ci, s'ils souscrivent auprès de La Poste Mobile à un forfait ou un forfait SMS&WEB, ont le droit à la réduction de 20 € pour l'achat d'un téléphone portable.

Figure n° 12 : Coupon de remboursement – la promotion pour les jeunes

LA POSTE MOBILE

Offre Spéciale pour les 18 - 29 ans
Du 22 août au 30 septembre 2011

Jusqu'à 20€ REMBOURSÉS* sur l'achat de votre mobile

avec la souscription concomitante à l'offre Forfait ou Forfait SMS&WEB La Poste Mobile avec un engagement de 24 mois.

Visuels non contractuels.

Samsung Galaxy Ace, Samsung Galaxy Mini, Nokia C3, Sony Ericsson X8

Source : La Poste Mobile. *La Poste Mobile* [online]. 2011 [cit. 2012-12-04]. Dostupné z: <http://medias.lapostemobile.fr/img/odr/LPM-Leaflet-ODR.pdf>

La dernière promotion concerne La Banque Postale. Le groupe réserve cette offre pour les jeunes de 18 à 29 ans ayant un compte courant à La Banque Postale. S'ils souscrivent à un forfait ou un forfait SMS&WEB avec l'engagement pour 24 mois, ils peuvent bénéficier d'une réduction de 40 € pour l'achat d'un téléphone mobile.

Figure n° 13 : Offre réservée aux clients de La Poste Mobile

PROFITEZ DE L'AVANTAGE RÉSERVÉ AUX CLIENTS DE LA BANQUE POSTALE

OFFRE EXCLUSIVE

Vous possédez un compte courant à La Banque Postale et vous avez entre 18 et 29 ans révolus ? La Banque Postale vous fait bénéficier d'un remboursement jusqu'à 40€ TTC (sur vos prochaines factures) sur le prix de votre mobile.

Du 22 août au 30 septembre 2011,

jusqu'à **40€**

remboursés sur vos prochaines factures

pour l'achat d'un mobile avec une offre La Poste Mobile le « Forfait » ou le « Forfait SMS&WEB » avec engagement de 24 mois.



Samsung GALAXY ACE

Vosuel non contractuel.



LA BANQUE POSTALE. BIEN PLUS QU'UNE BANQUE.



BON DE REMBOURSEMENT

Numéro de tél. La Poste Mobile* : _____

Mme Mlle M.

Prénom* : _____

Nom* : _____

Email* : _____

Date de naissance* : _____

Adresse* : _____

Code Postal* : _____

Ville* : _____

Envoyez ce bon de remboursement accompagné de :

- Une copie de la pièce d'identité en cours de validité du titulaire de la ligne,
- Une copie de la facture d'achat du téléphone,
- Un RIB de La Banque Postale au nom du titulaire de la ligne.

À l'adresse suivante :

**La Poste Mobile – ODR La Banque Postale
855, avenue Roger Salengro, 92370 Chaville**

* Champs obligatoires.

Offre soumise à conditions réservée aux particuliers en France métropolitaine.

Pour toute souscription à une offre La Poste Mobile « Forfait » ou « Forfait SMS&WEB », avec engagement de 24 mois, entre le 22 août 2011 et le 30 septembre 2011 inclus, et l'achat concomitant d'un mobile, le titulaire de la ligne sera remboursé, jusqu'à 40€ TTC du prix d'achat du mobile, à condition d'avoir entre 18 et 29 ans révolus et d'être détenteur d'un compte courant à La Banque Postale. Pour bénéficier de l'offre, envoyez le bon de remboursement + une copie de la pièce d'identité en cours de validité du titulaire de la ligne + une copie de la facture d'achat du mobile + un RIB de La Banque Postale au nom du titulaire de la ligne à l'adresse suivante : La Poste Mobile – ODR La Banque Postale – 855, avenue Roger Salengro, 92370 Chaville dans un délai de 30 jours suivant l'activation de votre ligne. Le remboursement du mobile s'applique, à compter de la réception par La Poste Mobile, du bon de remboursement valide et de toutes les pièces justificatives, sur votre(s) prochain(s) factur(e)s d'abonnement jusqu'à apurement du montant de remboursement et dans la limite de 40€ TTC. Le montant de remboursement ne pourra excéder le prix de vente TTC total du mobile acheté. Offre réservée aux nouveaux clients ou clients souscrivant une nouvelle ligne La Poste Mobile et limitée à une demande par titulaire. Offre non cumulable avec une autre offre promotionnelle ou de remboursement La Poste Mobile en cours. Toute demande illisible, incomplète ou ne répondant pas aux conditions sera considérée comme nulle. Les frais d'envoi ne sont pas remboursés et les documents de participation ne sont pas renvoyés. Offre valable dans la limite des stocks disponibles sur Les mobiles, et sous réserve que votre ligne soit active et qu'elle ne connaisse pas d'impayé. Il ne sera plus répondu à aucune réclamation ou demande de remboursement au-delà du 31/12/2011.

La liste des offres de La Poste Mobile est disponible sur lapostemobile.fr (coût d'une connexion internet).

Les informations collectées sont obligatoires et font l'objet d'un traitement informatique par La Poste Mobile ou ses prestataires. Elles sont nécessaires à la gestion de votre compte client et à l'opération de remboursement.

Conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dite « loi Informatique et Libertés », vous disposez à tout moment d'un droit d'accès, de rectification et vous pouvez également pour des motifs légitimes vous opposer au traitement des données vous concernant. Pour exercer vos droits, envoyez un courrier avec vos nom, prénom, numéro d'appel La Poste Mobile et copie de votre pièce d'identité à : La Poste Mobile - 855 avenue Roger Salengro - 92370 Chaville.

La Banque Postale - Société Anonyme à Directeur et Conseil de Surveillance au capital de 2 342 454 090 €. Siège Social : 115 rue de Sèvres, 75 275 PARIS CEDEX 06 - RCS PARIS 421 100 645.

Intermédiaire d'assurance immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07 023 424.

La Poste Telecom, SAS, au capital de 35 000 000 €, 855 avenue Roger Salengro, 92370 Chaville, RCS Nanterre numéro 525 254 736.

(13544)

Source : ce prospectus a été disponible dans les bureaux de La Poste entre mai et septembre 2011

Mais ce n'est pas seulement la publicité qui vend les produits et services de La Poste Mobile. C'est également la communication face-à-face avec le client qui est importante. C'est pourquoi La Poste a inventé une méthode de vente, BRASMA, et tourne ses efforts vers l'animation des guichetiers.

La Méthode de vente appelée BRASMA est née dans les années 90. BRASMA est l'acronyme de « Bonjour, Regard, Attention, Sourire, Merci, Au revoir ». La raison de l'implication de cette méthode est l'« accroissement des exigences en matière de productivité et de rentabilité commerciale au sein de l'entreprise. »²⁷ Son objectif est de standardiser les comportements des vendeurs pour améliorer la relation avec les clients.

Quand un client arrive, les guichetiers doivent se concentrer sur la qualité du conseil. L'entretien commercial avec un client se déroule en plusieurs étapes :

- J'accueille le client – je vais vers lui, BRASMA, que puis-je pour vous ?
- Je définis ce qu'il attend – les bonnes questions (Êtes-vous déjà abonné ? Quel est votre opérateur ? Comment allez-vous utiliser votre mobile ? Êtes-vous intéressé par Internet Mobile ?)
- Je présente les solutions en présentant le service/le produit le plus adapté (Je vous propose ce portable/cet abonnement,...)
- J'accompagne le client dans son achat (Je vous explique, Je vous montre,...)
- Je termine par une information (Vous savez que La Poste Mobile..., je vous remets cette documentation. Cela peut vous intéresser ?) et par BRASMA

²⁷ OBLET, Thierry et Agnès VILLECHAISE-DUPONT. Es guichetiers de la Poste à l'épreuve du marché : service public et « bureaucratie libérale ». *Cairn* [online]. 2005, č. 119, s. 347-366 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=CIS_119_0347&DocId=17891&Index=%2Fcairn2Idx%2Fcairn&TypeID=226&BAL=anYYmciMfNVIE&HitCount=1&hits=ff8+0&filext=html

2.3 Atouts et inconvénients

Nous pouvons dire que le lancement de La Poste Mobile a été un pas positif, ce nouveau produit a connu un grand succès. Dans les deux sous-chapitres suivants, nous allons essayer de réfléchir aux atouts et aux inconvénients en ce qui concerne le lancement de ce « projet » et son développement.

2.3.1 Points positifs

Tout d'abord, il faut savoir que pour entrer sur le marché de la téléphonie mobile, La Poste n'a rien laissé au hasard. La Poste est une société avec une certaine histoire, valeurs et notoriété. Ses valeurs sont : l'ouverture, la considération, la proximité, l'équité, l'accessibilité. Les valeurs de La Poste Mobile sont en totale cohérence avec celles de La Poste. Il s'agit de la proximité, de l'accessibilité, de la simplicité et de la confiance. La dernière valeur est assez inhabituelle pour le monde de la téléphonie mobile où l'attachement des consommateurs aux marques est faible. La Poste Mobile est aujourd'hui une marque connue et légitime qui inspire la confiance. C'est un opérateur citoyen qui a des offres pour tous (La Poste Mobile propose une offre diverse). En plus, elle se distingue par la densité et la proximité des points de vente et fournit le service client de qualité.

Le choix du partenaire était également avantageux. SFR est un des 3 opérateurs historiques et un partenaire fort de La Poste Mobile. Il a apporté à La Poste Mobile les fonds propres, l'infrastructure technique et lui a fourni des terminaux et cartes SIM. Sans son partenaire, le groupe La Poste ne pourrait pas avancer son projet. De plus, grâce à cette coopération, La Poste a pu bénéficier de presque 300 000 clients de Débitel, ancienne filiale à SFR, qui sont devenus clients de La Poste Mobile.

En la comparant avec d'autres opérateurs mobiles virtuels, il leur manque toujours un facteur clé de succès : financement, réseau, marque, qualité de service et confiance du client. Contrairement à ces MVNO, La Poste Mobile dispose quant à elle de tous les atouts pour prendre une place importante sur le marché de la téléphonie mobile.

Un autre point positif est le service de La Poste Mobile, surtout son service après-vente (SAV). Il est disponible dans tous les bureaux (10 000 bureaux) de poste en France métropolitaine. De plus, si un client perd ou se fait voler son portable, 3 000 bureaux de poste proposent un service spécifique – le client peut emprunter gratuitement un portable pour une durée de 30 jours. Mais il existe également d'autres moyens de contact et de communication avec La Poste Mobile – par les courriers papier et électroniques et par le téléphone, qui est le plus utilisé. La Poste Mobile a inventé une *hotline* avec des horaires d'ouverture adaptés aux besoins des clients. Ceux-ci peuvent appeler 6 jours sur 7 de 8h00 à 20h00. Vu que La Poste Mobile a prévu 240 000 appels en 2011, il y a un accent particulier mis sur la qualité de service. L'objectif de taux d'appels décrochés est de 90%²⁸.

Et il y a également une *hotline* dédiée aux guichetiers. Ses horaires d'ouverture sont adaptés aux horaires des bureaux de poste (8h00 – 20h00 du lundi au samedi). Ils y trouvent de l'aide sur les processus et sur les systèmes informatiques. Comme pour la *hotline* pour les clients, il y a aussi un accent mis sur la qualité avec un plan de 90% des appels décrochés.

Le dernier point important est la distribution. La Poste Mobile s'appuie sur une distribution multicanal : elle propose ses produits et services dans les bureaux de poste, sur son site internet où les clients peuvent commander les produits et services en ligne (www.lapostemobile.fr) et par téléphone, au 3009.

²⁸ Les chiffres viennent d'une présentation du directeur commercial de La Poste

Tous ces points que nous venons de nommer ont pour conséquence que La Poste Mobile est devenue un opérateur populaire. Grâce à ce projet ayant succès, le groupe La Poste a à peu près 550 000 de nouveaux clients à la fin de 2011²⁹ et un beau chiffre d'affaires.

2.3.2 Points négatifs

Malgré le succès de La Poste Mobile, il y avait des problèmes que La Poste Mobile rencontrait pendant son lancement et quelques premiers mois de son fonctionnement.

Le premier point négatif est la gamme des portables commercialisés. Parmi les portables les plus vendus en 2011 nous pouvons trouver iPhone, le téléphone d'Apple, et le Blackberry du concepteur canadien RIM³⁰. Malgré cela, ces deux modèles ne figuraient pas sur la liste des portables commercialisés par La Poste Mobile en 2011. Elle n'a rendu ses offres compatibles avec Blackberry et iPhone qu'en 2012. Si elle les commercialisait depuis son lancement, elle aurait pu attirer beaucoup plus de clients.

Ensuite La Poste Mobile a un problème avec la communication avec les clients pendant l'entretien commercial. Cela est causé par le fait que l'animation des guichetiers est plus fondée sur la relation avec le client et pas sur les produits. Si un client demande des informations techniques sur les téléphones, les guichetiers ne sont pas tout à fait capables de l'aider avec le choix.

²⁹ L'actu de La Poste Mobile. *La Poste Mobile* [online]. 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://www.lapostemobile.fr/institutionnel/actu-presse.asp>

³⁰ DUCOURTIEUX, Cécile. Economie: Un téléphone mobile sur trois vendu dans le monde est un smartphone. *Le Monde* [online]. 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/02/15/un-telephone-mobile-sur-trois-vendu-dans-le-monde-est-un-smartphone_1643508_3234.html

Autre problème : celui de la logistique. Vendre à terme des téléphones dont l'offre se renouvelle en permanence était un grand challenge pour l'opérateur. Le réapprovisionnement du stock exigeait une réactivité maximale que La Poste Mobile manquait. Le stock a été, dans les premières semaines après le lancement du nouvel opérateur, mal géré, ce qui a eu pour conséquence un manque de téléphones. Il y a eu des cas de clients qui ont commandé un nouveau portable et qui ont dû attendre 3 semaines pour le recevoir.

Le dernier point à améliorer est la création d'une offre pour les clients professionnels. En coopérant avec La Banque Postale qui a lancé l'offre pour les clients professionnels et les entreprises en 2012, La Poste Mobile pourrait attirer de nouveaux clients.

Pour conclure la deuxième partie du mémoire, nous pouvons constater que La Poste a choisi l'opérateur historique SFR pour l'aider à créer un MVNO La Poste Mobile et commercialiser une gamme comprenant les cartes prépayées, les forfaits bloqués, les forfaits et les forfaits sms&web ainsi que les téléphones mobiles que nous venons d'étudier dans ce chapitre. Ce projet a également nécessité un nouvel aménagement des bureaux de poste et une formation des guichetiers focalisée sur la méthode de vente et les produits commercialisés. Le lancement de cet opérateur a connu un succès, néanmoins il y a des points à améliorer.

3 Conséquences

3.1 Résultats et le futur développement

Le Président de La Poste, Jean - Paul Bailly, a annoncé en mars 2012 les résultats du groupe pour l'année 2011. Les résultats sont impactés par la crise grecque mais l'activité, selon le directeur, ne cesse d'augmenter. Malgré les problèmes que La Banque Postale avait en raison d'un portefeuille d'obligations souveraines grecques, le chiffre d'affaires annuel de tout le groupe augmente de 1,9% à 21,3 milliards d'euros. D'après Jean – Paul Bailly, tous les métiers du groupe ont contribué à cette hausse³¹.

Concernant La Poste Mobile, ses résultats pour le premier semestre 2012 sont à disposition depuis le mois d'août. En mars 2011 La Poste Mobile a acquis la société Débitel qui disposait d'un stock des clients (il s'agissait à peu près de 300 000 clients) que La Poste Mobile a repris. Le nombre total de ses clients a atteint 554 000 à la fin du juin 2012. Dans le tableau suivant nous allons voir sa croissance pendant les 3 premiers mois après son lancement.

Tableau n° 9 : Développement du nombre des clients de La Poste Mobile pendant les 3 premiers mois après son lancement

Date	Abonnements et forfaits bloqués	Packs	Socle de 290 000 clients de Debitel
29.5.2011	5 399	-----	290 000
5.6.2011	9 895	-----	290 000
12.6.2011	15 312	-----	290 000

³¹ VISSEYRIAS, Mathilde. La Poste a gagné 478 millions d'euros en 2011. In: *Le Figaro: Économie* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/societes/2012/03/06/20005-20120306ARTFIG00730-la-poste-a-gagne-478millions-d-euros-en-2011.php>

19.6.2011	18 947	-----	290 000
26.6.2011	22 214	16 747	290 000
3.7.2011	26 840	20 106	290 000
10.7.2011	33 187	25 277	290 000
17.7.2011	38 183	28 578	290 000
24.7.2011	43 690	31 355	290 000
31.7.2011	49 462	34 490	290 000
7.8.2011	54 397	38 126	290 000
14.8.2011	59 384	41 992	290 000
21.8.2011	63 146	44 599	290 000
28.8.2011	68 150	47 405	290 000

Source : les chiffres publiés ci-dessus sont les informations internes de La Poste Mobile

En étudiant ce tableau, nous allons trouver que les chiffres montent d'un mois à l'autre. Cela a pour conséquence l'augmentation du chiffre d'affaires de La Poste Mobile qui s'élève à 68 millions d'euros au total (le groupe La Poste n'a bénéficié que de sa quote-part dans le capital, soit 51%). Par contre, le résultat d'exploitation s'améliore au fur et à mesure mais reste négatif, comme celui de l'année 2011.³²

Même si La Poste Mobile connaît une forte croissance, elle a subi des problèmes d'une réduction du nombre de ses clients causée par l'arrivée de Free Mobile sur le marché français en début de l'année 2012. Ce n'est pas seulement La Poste Mobile qui a connu ce problème mais le départ des clients chez Free a touché tous les opérateurs. Par exemple SFR, qui possède 49% de La Poste Mobile, a annoncé en mars dernier avoir perdu 201 000 clients qui ont résilié le contrat entre le 1^{er} janvier et le 15 février 2012³³.

³² Résultats du premier semestre 2012 du Groupe La Poste. In: *Le Groupe La Poste: Actualités et communiqués de presse* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Nos-informations-financieres/Actualites-et-communiques-de-presse>

³³ GAVOIS, Sébastien. SFR : 200 000 clients de moins sur les mois de janvier et février. In: *PCINpact* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.pcinpact.com/news/69316-sfr-red-free-telephonie-mobile.htm>

La Poste n'a présenté aucun chiffre mais avoué que la baisse du nombre des clients est due au lancement de Free Mobile. La situation a changé au deuxième trimestre où La Poste Mobile a repris des clients.

Pour devenir encore plus compétitive et avoir 2,5 millions de clients d'ici 2015³⁴, La Poste Mobile a décidé d'élargir son offre. Ce « projet » comprend plusieurs étapes :

- La présentation, en automne 2011, d'une nouvelle offre pour les smartphones car la moitié des téléphones vendus aujourd'hui en France sont les smartphones. De plus, selon une étude du cabinet IHS iSuppli, le volume de la vente des smartphones ne cesse d'augmenter. Le cabinet suppose que le pourcentage des smartphones aille atteindre 54% en 2013 contre les 46% en 2012.³⁵
- La commercialisation, en 2012, des deux des smartphones les plus vendus – iPhone et Blackberry.
- La préparation de son arrivée dans l'ADSL – la Poste Mobile a décidé de commercialiser, depuis la fin de 2012 ou le début de l'année 2013 une box pour enfin proposer à ses clients des forfaits triple play : Internet, télé, téléphone.³⁶
- L'extension des bureaux commercialisant son offre complète – en 2011, la totalité des bureaux de poste proposait les recharges et le service après-vente et il n'y avait qu'une partie des bureaux qui proposaient l'offre complète de La Poste Mobile. Cela change en 2012 où les clients trouvent l'offre complète (recharges, cartes prépayées, différents forfaits ainsi que les téléphones

³⁴ DESCHAMPS, Stéphane. La Poste Mobile : 500.000 clients et une box pour 2012. In: *Les mobiles: Le guide des téléphones mobiles* [online]. 2011 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.lesmobiles.com/actualite/6636-la-poste-mobile-500-000-clients-et-une-box-pour-2012.html>

³⁵ LEFEBVRE, Marion-Jeanne. Les smartphones bientôt plus vendus que les mobiles. In: *Les Echos: Entreprises et marchés* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://archives.lesechos.fr/archives/2012/LesEchos/21259-069-ECH.htm>

³⁶ La Poste Mobile élargit son offre et prépare son arrivée dans l'ADSL. In: *Stratégies: Actualités* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.strategies.fr/actualites/marques/189867W/la-poste-mobile-elargit-son-offre-et-prepare-son-arrivee-dans-l-adsl.html>

portables) dans tous les bureaux de poste. La Poste Mobile élargit le nombre de ses points de vente et son offre devient donc plus accessible aux clients.³⁷

Mais le lancement de La Poste Mobile n'avait pas l'impact seulement sur le groupe La Poste mais également sur les postiers et leur commissionnement. Par exemple l'enveloppe de commissionnement allouée à l'activité téléphonie a été de l'ordre de 500 000 euros sur 2011. Ce dispositif a démarré le jour du lancement de la nouvelle activité, même s'il n'existait pas d'objectif par bureau avant le début du mois de septembre.

Le commissionnement est divisé en deux parties – partie collective et partie individuelle. Chaque partie a des critères d'évaluation que nous voyons dans le tableau suivant.

Tableau n° 10 : Critères de commissionnement collectif et individuel

Partie collective 40%		Partie individuelle 60%	
Indice Global de Qualité	5%	La Maîtrise de la démarche ESC (a mini-ma un des attendus suivants sur chaque phase):	30%
Charge automatisable Courrier et Bancaire	5%	1. Accueil: le BRASMA	
Taux de qualité d'identification des Clients PROS	5%	2. Découverte des besoins Clients	
TRO Courrier	10%	3. Proposition: la présentation de l'alternative	
TRO ColiPoste	5%	4. Mise en main: l'accompagnement, le multicanal	
TRO Chronopost	5%	5. Conclusion: l'information sur un nouveau produit ou service	

³⁷ La Poste dépasse ses objectifs de clientèle. In: *Stratégies: Actualités* [online]. 2011 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.strategies.fr/actualites/marques/169204W/la-poste-mobile-depasse-ses-objectifs-de-clientele.html>

TRO Produits de l'Enseigne (dont téléphonie)	5%	Nombre d'apports PROS/guichetier	5%
		Nombre d'apports LBP/guichetier	5%
		Mobilisation pour la rapidité du service	5%
		Réussir le déploiement de La Poste Mobile	5%
		Relation/SAV bancaire et qualification des données	5%
		1 ou 2 axes de progrès individuels à la main du Manager	5%

Source : présentation du directeur commercial de La Poste

Le commissionnement fonctionne de la manière suivante : la région est divisée en terrains. Chaque terrain a une enveloppe de commissionnement (le montant est le même pour tous les terrains). Chaque terrain a également un objectif. La partie collective représente 40% de l'enveloppe et sa distribution dépend des résultats du terrain. Si le terrain a de bons résultats, le montant de l'enveloppe est divisé par nombre des guichetiers dans le terrain et chacun obtient le commissionnement du même montant. Si le terrain a de mauvais résultats, les guichetiers ne reçoivent pas de partie collective du commissionnement. Par contre la partie individuelle change d'un guichetier à l'autre et dépend de ses résultats et de son travail.

Pour avoir de bons résultats, les guichetiers doivent se concentrer essentiellement sur la vente des abonnements car ce sont les produits qui apportent le plus grand chiffre d'affaires. Voici un tableau avec la valorisation de l'activité de La Poste Mobile.

Tableau n° 11 : Valorisation de l'activité de La Poste Mobile parmi les produits de l'Enseigne

Valorisation unitaire	Abonnement : 900 € par vente (sur 30 mois)
	Forfait bloqué : 600 € par vente (sur 30 mois)
	Prépayé : 37 € par vente

Source : présentation du directeur commercial de La Poste

L'activité commerciale d'un bureau est pilotée en nombre de ventes et non en chiffre d'affaires. La Poste Mobile considère que statistiquement un client va rester 30 mois en moyenne chez La Poste Mobile et qu'il paie 30 euros en moyenne par abonnement par mois. Au total, le chiffre d'affaires par un abonnement et un client en moyenne est de 900 euros.

3.2 Concurrence

L'arrivée de La Poste Mobile sur le marché signifie un concurrent en plus pour les autres opérateurs. La Poste Mobile a une offre légèrement différente des autres, et cela au niveau des abonnements. Son offre est conçue de telle manière qu'elle apporte au client une qualité de service parfaite. Ses offres sans engagement sont moins chères que celles avec engagement. Chez les concurrents, c'est le contraire. Une offre avec engagement pour 12 ou 24 mois est moins chère que celle avec engagement. Cela signifie que l'objectif des concurrents de La Poste Mobile est plutôt de fidéliser les clients (par un engagement), capter de nouveaux et de vendre les portables que de leur fournir un simple service de télécommunications.

Malgré cela, le lancement de cet opérateur a pour conséquence le départ d'une partie des clients de tous les opérateurs chez La Poste Mobile. C'est pourquoi il est intéressant de se poser une question de savoir si les autres opérateurs ont fait des changements afin d'éviter la perte d'une partie de leurs clients ou si leurs offres sont restées inchangées.

En comparant les offres des trois opérateurs historiques proposées aux clients en août 2011 et en décembre 2011, nous pouvons voir que celles de SFR et d'Orange n'ont pas changé, tandis que celle de Bouygues Télécom a connu des modifications au niveau des tarifs.

En étudiant son offre en détail, nous allons découvrir qu'il l'a élargie et baissé les prix. Nous pouvons l'observer sur l'exemple du forfait Evasio.2 pour la durée de communication de 3 heures avec les 3 numéros illimités ou les appels illimités le soir, valable du mois d'août jusqu'à la fin d'octobre 2011, en le comparant avec le forfait Eden Relax, commercialisé depuis le novembre 2011 jusqu'au janvier 2012. Même si les dénominations des offres sont différentes, il s'agit des offres identiques. Le Bouygues Télécom a fait de l' « innovation » et a transformé Evasio.2 en Eden Relax. De plus, il a prolongé la durée des appels illimités le soir de 1 heure (appels illimités de 20h à 8h à la place de 21h à 8h).

Concernant les prix, le prix mensuel de ce forfait en achetant un nouveau portable et en s'engageant pour 24 mois est de 40,90€ au mois d'août 2011 et 36,90€ en janvier 2012, soit la différence de 4€ par mois. Si on compare les prix de ce forfait sans que nous achetions un nouveau portable et pour la durée d'engagement de 12 mois, le prix est de 32,90€ en août. En novembre 2011, son prix baisse de 2€ à 30,90€. Et le prix de ce forfait sans engagement et en gardant notre ancien portable est de 39,90€ en août 2011 et de 35,90€ en janvier 2012, soit la différence de 4€ par mois³⁸.

Néanmoins, le Bouygues Télécom n'a pas annoncé si la modification des prix était la réponse au lancement de La Poste Mobile ou si c'était plutôt la préparation pour l'entrée sur le marché de Free Mobile³⁹.

³⁸ Pour comparer les prix, voir les catalogues de Bouygues Télécom valables du mois d'août 2011 jusqu'à la fin d'octobre 2011 et du mois de novembre 2011 jusqu'au janvier 2012 ou voir le site Internet www.bouyguetelecom.fr

³⁹ Free est un opérateur mobile, le quatrième en France, qui a lancé ses services en janvier 2012. Il est surnommé le « trublion des télécoms » en raison de prestation des services à bas prix

Conclusion

Au cours de ce mémoire de master, nous avons pu aborder différents aspects du lancement d'un nouvel opérateur virtuel, La Poste Mobile.

Cet opérateur a été lancé par le groupe La Poste le 23 mai 2011. Le groupe a décidé de diversifier son activité afin de trouver un levier de croissance qui contribuera au développement de l'enseigne La Poste et à la croissance de son chiffre d'affaires dans les années à venir. Son lancement a été soutenu par la législation française et celle de l'Union Européenne par la création des directives qui permettent aux concurrents potentiels d'entrer librement sur le marché des télécommunications. Nous avons pu voir le processus du choix du partenaire de La Poste - SFR, de la formation des guichetiers et l'offre complète de La Poste Mobile ainsi que sa stratégie marketing. Ce mémoire réfléchit également aux conséquences de l'entrée de La Poste Mobile sur le marché et analyse les points positifs aussi bien que négatifs de ce « projet ».

Pour conclure ce mémoire, il faut dire qu'aujourd'hui, le marché français connaît un grand « boom » en ce qui concerne le développement des télécommunications via les opérateurs virtuels. Leur nombre ainsi que le nombre de leurs clients ne cessent d'augmenter. Leur arrivée sur le marché est une preuve de dynamisme et un facteur positif pour les clients qui ont davantage de choix et peuvent donc choisir une offre qui correspond le mieux à leurs attentes. Il ne reste qu'à espérer que cela sera le même cas pour le nouvel opérateur virtuel en République tchèque.

Résumé en français

Le premier opérateur mobile virtuel est né en 1999 en Grande-Bretagne. Celui, lancé par le groupe La Poste sur le marché français, 12 ans plus tard, plus précisément le 23 mai 2011. Son nom est La Poste Mobile.

Son lancement a été soutenu par plusieurs facteurs, comme par exemple la législation française et celle de l'Union Européenne, et les efforts de La Poste de contribuer à l'innovation de la Banque Postale et de trouver une activité qui va garantir une croissance économique du groupe dans les années à venir. La Poste Mobile a pu entrer sur le marché grâce à la directive européenne appelée le « Paquet Télécom » et sa transposition, en 2004, en droit français. Cette directive organise la libre concurrence en imposant aux opérateurs l'obligation de faire des interconnexions réciproques. Cela permet aux clients de bénéficier de nombreux avantages comme par exemple l'élargissement des offres et la possibilité de choisir celle qui correspond le mieux à leurs attentes, ou la modification des prix. Concernant le développement de la nouvelle activité pour La Poste, elle veut créer pour ses clients une offre simple, transparente et accessible pour tous, avec la relation avec ses clients basée sur la confiance. Cette nouvelle activité devrait lui permettre de développer également La Banque Postale qui peut, grâce à cela, préparer pour ses clients les services tels que le m-banking et maintenir donc sa position parmi les concurrents.

La préparation au lancement a duré quelques mois. Après le choix du partenaire, SFR, une entreprise bien connue sur le marché des télécommunications, qui a apporté à La Poste Mobile son infrastructure technique et qui détient 49% de cet opérateur, La Poste a dû s'occuper de la formation du personnel et de l'aménagement des bureaux. Cet aménagement s'est déroulé en 3 étapes (mai, septembre et octobre 2011), comme le lancement de l'opérateur. Il fallait non seulement s'occuper du mobilier et transformer certains bureaux en Espace Service Client, où les clients peuvent circuler librement et les guichetiers sont présents dans l'espace de vente, ce qui améliore la communication

entre les deux parties, mais également décider quels bureaux exactement vont vendre les téléphones portables et les abonnements, car au début, seulement une partie des 10 000 bureaux de poste pouvait bénéficier de ce « privilège ». Ensuite La Poste a formé ses guichetiers. La formation était sous la forme des présentations, du e-learning et des tests que chacun guichetier a dû passer. Les postiers, qui ont été choisis pour devenir les guichetiers téléphonie référents, bénéficient en plus d'une formation continue sur le lieu du travail.

L'offre de La Poste Mobile est simple – elle offre des carte prépayées, des packs, des forfaits bloqués, des forfaits et des forfaits sms&web. Elle vend également des téléphones portables. Cette offre est essentiellement destinée aux adultes de 31 à 60 ans et ensuite aux jeunes indépendants de 19 à 30 ans. Elle attire leur attention par les publicités à la télé, sur le site Internet, dans les journaux ou bien par ses catalogues. Elle offre également des promotions intéressantes pour les nouveaux clients ou ceux de La Banque Postale. La Poste a aussi inventé une méthode de communication face-à-face avec les clients. Mais celle-ci a un inconvénient. Elle est très fondée sur la relation client et pas trop sur les produits. Cela pose des problèmes car la capacité des guichetiers de présenter l'offre au niveau technique est limitée. Sauf ce problème-là, il y a encore quelques points à améliorer : manque de l'offre pour les professionnels, absence de la « box » et le retard de 9 mois en ce qui concerne la commercialisation d'iPhone et de Blackberry.

Malgré l'arrivée d'un nouveau concurrent, Free Mobile en janvier dernier, La Poste Mobile est aujourd'hui un opérateur populaire en France. Le nombre de ses clients ne cesse d'augmenter, aussi bien que son chiffre d'affaires. Mais pour voir son impact sur la croissance du groupe La Poste, il faut attendre encore quelques années.

Résumé en tchèque

První mobilní virtuální operátor se objevil na trhu ve Velké Británii v roce 1999. La Poste Mobile, mobilní operátor francouzské pošty, až o 12 let později, konkrétně v květnu 2011.

Jeho vznik a vstup na trh byl ovlivněn jak legislativou EU a Francie, tak i snahou skupiny La Poste o diverzifikaci svých aktivit a nalezení takových, které by v budoucnu přispěly ke zvyšování zisku a k rozvoji Poštovní banky. Co se týče legislativy, La Poste Mobile vznikla díky směrnici EU zvané « Paquet télécom », která byla přejata do francouzské legislativy v roce 2004. « Paquet télécom » se zasloužil o zpřístupnění trhu telekomunikací pro virtuální operátory, a tak i o rozšíření nabídky pro klienty telekomunikačních společností a snížení tarifů. Vznik operátora je také výhodný pro společnost La Poste, která nabízí klientům jednoduché, transparentní a všem dostupné služby, kde velkou roli hraje i důvěra mezi La Poste Mobile a jejími klienty. La Poste díky svému operátorovi může rozvíjet i aktivity Poštovní banky, která může teď svým klientům nabízet např. službu m-banking a tak si udržet svoji pozici mezi konkurenty, kteří jdou neustále dopředu.

Příprava pro uvedení tohoto operátora na trh trvala několik měsíců. Po výběru partnera, kterým je v tomto případě společnost SFR, která do spojení přispěla hlavně svým technickým vybavením a která v současné době vlastní 49% La Poste Mobile, se pošta musela také postarat o proškolení zaměstnanců a vybavení poboček. Tento proces se odehrával ve 3 etapách (květen, září a říjen 2011), stejně jako uvedení na trh tohoto virtuálního mobilního operátora. Pošta musela zařídit vybavení a přestavět několik svých poboček na tzv. model « Espace Client Service », kde se klienti na pobočce pošty volně pohybují mezi regály a pošťáci jsou v sále s nimi, a ne za přepážkou, což přispívá ke zlepšení komunikace mezi oběma stranami. Také musela určit, které pobočky se budou podílet na prodeji kompletní nabídky produktů a služeb La Poste Mobile, na začátku se na prodeji všechny nepodílely. Pak následovalo školení pracovníků, které

bylo ve formě prezentací, e-learningů a testů, které musel napsat každý zaměstnanec. Zaměstnanci s pozicí « guichetiers téléphonie référents » mají navíc další školení *on-the-job*, tedy v místě výkonu práce.

Nabídka produktů a služeb La Poste Mobile je velice srozumitelná a přehledná – zahrnuje dobíjecí kupony, packs (telefon s dobíjecím kuponem), limitované tarify, tarify a speciální tarify sms&web. Nabídka La Poste Mobile také zahrnuje prodej mobilních telefonů. Její nabídka je určena hlavně pro dospělé (31-60 let) a mladé nezávislé osoby (19-30 let). Jejich pozornost se snaží upoutat reklamou v televizi, na internetu, v novinách nebo svými katalogy. Navíc nabízí zajímavé slevové akce, hlavně pro nově přichozí klienty a pro klienty Poštovní banky. Pošta si pro komunikaci s klienty *face to face* také vymyslela vlastní prodejní metodu. Ta má ovšem i jistou nevýhodu, a to tu, že prodejní rozhovor je až příliš zaměřen na dobrý vztah prodejce-klient a moc se nezabývá technickými záležitostmi. V praxi to pak vypadá tak, že pokud chce klient po pracovníkovi pošty nějaké konkrétní informace např. o technickém vybavení prodávaných telefonů, pracovník mu není schopen odpovědět. Kromě tohoto bodu jsou tu i další aspekty ke zlepšení: chybí nabídka pro profesionální klienty, La Poste Mobile nenabízí „box“ s internetem a prodej iPhone a Blackberry byl zahájen až 9 měsíců po vstupu operátora na trh.

Avšak i přes vstup na trh všemi obávaného operátora Free v lednu 2012, si Pošta vybudovala a stále udržuje dobrou pověst a stala se oblíbeným mobilním operátorem. Počet jejích klientů neustále stoupá, stejně jako tržby. Ale na zjištění, zda bylo uvedení La Poste Mobile ze strany francouzské pošty na trh dobrý nápad, který bude mít na La Poste pozitivní dopad, si musíme ještě pár let počkat.

Liste des abréviations

ARCEP	Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes
ART	Autorité de Régulation des Télécommunications
ESC	Espace Service Client
GSM	Global System for Mobile telecommunications
LPM	La Poste Mobile
MSO	Mobile Service Operator
MVNO	Mobile Virtual Network Operator
NFC	Near Field Communication
PLV	Publicité sur le Lieu de Vente
SAV	Service après-vente
UE	Union Européenne

Liste des documents

Figures

Figure n° 1	Exemple de PLV (Publicité sur le Lieu de Vente en bureaux de poste)
Figure n° 2	La Poste Mobile invente l'Opérateur de Services Mobiles
Figure n° 3	Le rôle des partenaires
Figure n° 4	3 vagues du lancement des forfaits dans la région de Franche - Comté
Figure n° 5	Un mobilier adapté à chaque espace de vente
Figure n° 6	Clientèle cible de La Poste Mobile
Figure n° 7	Fiche contact pour les clients intéressés par l'offre de La Poste Mobile
Figure n° 8	Offre de La Poste Mobile pour les clients
Figure n° 9	Offre de La Poste Mobile pour les postiers
Figure n° 10	Liste des téléphones proposés par La Poste Mobile avec les tarifs (offre valable au 5 septembre 2011)
Figure n° 11	Promotion du remboursement des frais de résiliation en cas de changement d'opérateur
Figure n° 12	Coupon de remboursement – la promotion pour les jeunes
Figure n° 13	Offre réservée aux clients de La Poste Mobile

Graphiques

- Graphique n° 1 La diffusion du téléphone portable en France : évolution du nombre total d'abonnés, périodes clefs
- Graphique n° 2 Parts de marché des opérateurs téléphoniques en 2008 (en %)

Tableaux

- Tableau n° 1 Abonnés français au téléphone mobile en 2002
- Tableau n° 2 Abonnés français au téléphone mobile en 2003
- Tableau n° 3 Abonnés français au téléphone mobile en 2004
- Tableau n° 4 Abonnés français au téléphone mobile en 2005
- Tableau n° 5 Une segmentation de l'offre par type de bureau
- Tableau n° 6 Le développement des compétences des postiers
- Tableau n° 7 Les objectifs d'une action de communication
- Tableau n° 8 Une campagne publicitaire à fort impact
- Tableau n° 9 Développement du nombre des clients de La Poste Mobile pendant les 3 premiers mois après son lancement
- Tableau n° 10 Critères de commissionnement collectif et individuel
- Tableau n° 11 Valorisation de l'activité de La Poste Mobile parmi les produits de l'Enseigne

Liste des annexes

Annexe n° 1	Formation des guichetiers - exemple d'un test à choix multiple
Annexe n° 2	Offre actuelle de La Poste Mobile (08/12/2012)

Annexes

Annexe n° 1 : Formation des guichetiers - exemple d'un test à choix multiple

LA POSTE MOBILE QUIZ N°2

Question 1 : Combien d'offres sont disponibles à La Poste Mobile?

- 2
- 3
- 56

Question 2 : La Poste Mobile propose-t-elle une offre spécifique dédiée à tous les professionnels ?

- Oui
- Non

Question 3 : Citez les différentes offres de La Poste Mobile ?

Question 4 : Avec quels forfaits peut-on souscrire sans engagement à La Poste Mobile ?

- Forfait Bloqué
- Forfait Evolution
- Forfait Intégral
- Tous les forfaits

Question 5 : Y a-t-il un réengagement du client en cas de changement d'offre ou d'option à La Poste Mobile ?

- Oui
- Non

Question 6 : Combien de types de mobiles différents commercialiserons nous ?

- 3
- 10
- 15
- 30
- 50

Question 7 : Dans quel cas le client peut s'engager ?

Question 8 : Un client LPM peut-il changer de forfait sans indemnité, 6 mois après la souscription, même dans le cas d'un forfait avec engagement ?

- Oui
- Non

Question 9 : Quel avantage La Poste Mobile offre dès le 13^{ème} mois à un nouveau souscripteur engagé chez un autre opérateur ?

- Un téléphone offert
- 6 mois gratuit en cas d'engagement
- Un remboursement forfaitaire de 100€
- Un remboursement à hauteur de 100€ des 25% indemnités restant dues

Question 10 : Avec quels opérateurs le Kit SIM La Poste Mobile peut-il être immédiatement utilisé ?

- La Poste Mobile
- Orange
- Bouygues Telecom
- SFR

Question 11 : Les clients LPM peuvent-ils bénéficier d'un tarif préférentiel selon le jour de la semaine, la plage horaire d'appel, l'opérateur du destinataire ?

- Oui
- Non

Question 12 : Les terminaux (appareils) de La Poste Mobile sont garantis

- 12 mois
- 18 mois
- 24 mois

Question 13 : Quels sont les usages du téléphone mobile ?

Question 14 : Quelle est la différence entre un smartphone et un webphone ?

Question 15 : La Poste Mobile commercialise-t-elle également une offre 4 en 1 type « Box » (offre d'accès Internet, Téléphone fixe, Téléphone mobile et TV) ?

- Oui
- Non

Question 16 : La Poste Mobile commercialisera-t-elle les webphones type « iPhone » et « Blackberry » ?

- Oui
- Non

Question 17 : Combien y-a-t-il de niveaux d'assurance sur les forfaits avec abonnements ?

- 2
- 3
- 4
- 5

Question 18 : Quels sont les sinistres couverts par tous les niveaux d'assurance ?

- La perte, le vol, la casse
- Le vol par effraction ou agression, la casse, les communications frauduleuses
- Le vol, la détérioration, l'oxydation

Question 19 : Quels sont les niveaux d'assurance et quelles sont les conditions pour bénéficier de cette couverture ?

Question 20 : A partir de quel montant mensuel peut-on souscrire à l'assurance optionnelle ?

- 2,50€
- 2,90€
- 3,20€
- 4,90€

Question 21 : Je peux souscrire à l'assurance optionnelle à tout moment ?

- Oui
- Non

Question 22 : Que permet l'option Liberté de La Poste Mobile ?

Question 23 : Je peux bénéficier du programme de fidélisation pour l'ensemble des offres ?

- Oui
- Non
- Uniquement pour l'offre prépayée
- Uniquement pour les offres abonnements

Question 24 : Je peux utiliser les points acquis du programme de fidélité pour renouveler mon mobile dès :

- 3 mois
- 6 mois
- 9 mois
- 12 mois

Question 25 : Je peux utiliser les points acquis du programme de fidélité LPM pendant une durée maximum de :

- 2 ans
- 3 ans
- Illimitée

Question 26 : Avec l'assurance optionnelle, sur la base de quel montant rembourse-t-on le terminal ?

- Sur la base de la facture
- Sur la base de la valeur réelle du terminal
- Sur la base d'un montant forfaitaire

Question 27 : Quel est l'avantage du programme de fidélité avec un client engagé ?

Question 28 : La version Liberté est possible sur l'offre :

- Prépayée
- Bloqué
- Evolution
- Intégral

Question 29 : Avec quels types d'offres est-il possible de souscrire à l'assurance optionnelle ?

- Pour toutes les offres forfaits avec engagement
- Pour toutes les offres avec et sans engagement
- Avec l'achat d'un mobile et toutes les offres de forfaits avec ou sans engagement

Question 30 : Est-ce que la panne est couverte par l'assurance ?

- Oui
- Non

Annexe n° 2 : Offre actuelle de La Poste Mobile (08/12/2012)



Tarifs TTC au 14/10/2012

LES CARTES PRÉPAYÉES (disponibles sur le WEB)

Sous conditions d'éligibilité	Zones de couverture La Poste Mobile : réseau SFR, Plus d'informations sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).								
Description de la promotion		Montant		10€		20€			
	Avantage Recharge doublée du 25/07 au 27/01/2012	Minutes		40		80			
		SMS		200		400			
		Validité		10j		20j			
Les minutes et les SMS précisés sont métropolitains hors appels Visio, surtaxes et numéros spéciaux.									
Prix mensuels de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> • Carte Prépayée à 5€: 1 carte SIM + 1 numéro + 5€ de crédit de communications valables 30 jours. • Pack mobile: 1 mobile + 1 carte SIM + 1 numéro + 5€ de crédit de communications valables 30 jours (le prix du Pack varie selon le mobile choisi). 								
		Montant	5€	10€	15€	20€	30€	50€	75€
		Bonus	-	-	-	3€	7€	15€	25€
	Avantage Plus de temps	Minutes	15	30	45	66	104	180	275
		SMS	50	100	150	230	370	650	1000
		Validité	10j	20j	40j	40j	90j	5 mois	6 mois
	Avantage SMS illimités*	Minutes	10	20	30	46	74	130	200
		Validité	5j	11j	20j	30j	45j	90j	4 mois
	Avantage International	Minutes	14	28	42	65	105	185	285
		SMS	50	100	150	230	370	650	1000
	Validité	5j	11j	20j	30j	45j	90j	4 mois	
<p>Les minutes et les SMS précisés sont métropolitains hors appels Visio, surtaxes et numéros spéciaux. * SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé, hors SMS+ et surtaxes dans la limite de 99 destinataires différents/mois, sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€.</p>									
Durée d'engagement	Sans engagement.								
Description de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> • Offre réservée aux particuliers en France métropolitaine et à usage privé uniquement. La carte SIM comprend un crédit de communications initial de 5€, utilisable et rechargeable sous 30 jours à compter de la date d'activation de la carte. Le client dispose à l'issue de la durée de validité du crédit de communications initial ou rechargé, d'un délai de 6 mois pour recharger à nouveau sa carte. La durée de validité des recharges court à compter de leur date de rechargement effectif. Le crédit sera perdu s'il n'est pas utilisé ou si la carte n'est pas rechargée avant la fin de la période de validité de la recharge. • Toutes les communications sont décomptées du crédit de communications selon la tarification en vigueur et l'avantage choisi. Le crédit initial inclus bénéficie par défaut de l'avantage Plus de Temps. Les Avantages ne sont pas cumulables entre eux, et le changement est possible uniquement lors du rechargement. 								
Description des services annexes inclus	Report du crédit non consommé au moment du rechargement, Présentation du numéro, Messagerie vocale, Double appel, Alerte Conso.								
Décompte des communications incluses	Facturation à la seconde dès la première seconde (hors appels vers et depuis les DOM TOM, l'étranger, certains numéros courts et numéros spéciaux, communications Wap en mode CSD).								
Caractéristiques techniques / équipements	GSM/GPRS/3G/3G+ (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).								
Service client	Accessible du lundi au samedi de 8h à 20h • 904 depuis votre mobile (temps d'attente gratuit puis prix d'un appel métropolitain). • 0 970 808 440 depuis un poste fixe (temps d'attente gratuit puis prix d'une communication locale en France métropolitaine).								
Conditions de rechargement	Rechargement possible : • Par carte bancaire en appelant le 2525 depuis le mobile (appel gratuit) ou sur lapostemobile.fr/EspaceClient . • Par carte bancaire ou espèces en bureaux de Poste et dans le réseau partenaire. Valable avec la gamme de recharges La Poste Mobile.								

LES FORFAITS BLOQUÉS

Sous conditions d'éligibilité	Zones de couverture La Poste Mobile : réseau SFR. Plus d'informations sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).																
Description de la promotion	<p>Offre valable du 19/11/2012 au 13/01/2013. 5€ de remise par mois pendant 6 mois pour toute souscription à un Forfait Bloqué Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois jusqu'au 13/01/2013.</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>45min + 100 SMS</td> <td>1h + SMS illimités*</td> <td>1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€</td> <td>9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€</td> <td>11,90€/mois pendant 6 mois puis 16,90€</td> </tr> </table> <p>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé, hors SMS+ et surtaxes dans la limite de 99 destinataires différents/mois, sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€.</p>		45min + 100 SMS	1h + SMS illimités*	1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable	Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€	9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€	11,90€/mois pendant 6 mois puis 16,90€								
	45min + 100 SMS	1h + SMS illimités*	1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable														
Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€	9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€	11,90€/mois pendant 6 mois puis 16,90€														
Prix mensuels de l'offre	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>45min + 100 SMS</td> <td>1h + SMS illimités*</td> <td>1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable</td> </tr> <tr> <td>Avec mobile et engagement 12/24 mois</td> <td>11,90€</td> <td>17,90€</td> <td>19,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>8,90€</td> <td>14,90€</td> <td>16,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et sans engagement</td> <td>9,90€</td> <td>16,90€</td> <td>18,90€</td> </tr> </table> <p>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé, hors SMS+ et surtaxes dans la limite de 99 destinataires différents/mois, sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€.</p>		45min + 100 SMS	1h + SMS illimités*	1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable	Avec mobile et engagement 12/24 mois	11,90€	17,90€	19,90€	Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	8,90€	14,90€	16,90€	Formule ECO sans mobile et sans engagement	9,90€	16,90€	18,90€
	45min + 100 SMS	1h + SMS illimités*	1h + SMS illimités* + Tout Internet bloqué à 100 Mo puis rechargeable														
Avec mobile et engagement 12/24 mois	11,90€	17,90€	19,90€														
Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	8,90€	14,90€	16,90€														
Formule ECO sans mobile et sans engagement	9,90€	16,90€	18,90€														
Durée d'engagement	<ul style="list-style-type: none"> avec engagement minimum 12 ou 24 mois. sans engagement. 																
Description de l'offre	<p>Offre réservée aux particuliers en France métropolitaine et uniquement à usage privé, composée d'un forfait avec une période minimum d'engagement de 12/24 mois ou sans durée minimum d'engagement. Ces forfaits comprennent un crédit tout usage décompté selon la tarification en vigueur, et selon le forfait choisi, des SMS illimités* et Tout Internet 100Mo rechargeable (sous réserve de disposer d'un mobile compatible). Les forfaits avec engagement (hors Formule ECO) comprennent également un mobile dont le prix varie selon la durée d'engagement et la durée du forfait souscrits.</p> <p>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé, hors SMS+ et surtaxes dans la limite de 99 destinataires différents/mois, sous réserve d'un crédit supérieur à 0,01€.</p>																
Description des services annexes inclus	Report du crédit illimité, Crédit de secours de 2€, Présentation du numéro, Messagerie vocale, Double appel, Info conso, Liste rouge, Option monde, Accès web.																
Décompte des communications incluses	Facturation à la seconde dès la première seconde (hors appels vers et depuis les DOM TOM, l'étranger, les numéros spéciaux et certains numéros courts).																
Caractéristiques de l'Internet Mobile	<p>Débit maximum : 3,6 Mbits/s.</p> <p>Tout Internet 100Mo rechargeable : navigation sur Internet 24h/24, 7j/7, exclusivement sur et depuis votre mobile (non relié à un ordinateur) en France métropolitaine (hors contenus/services payants et surtaxes). Les usages modem, Voix sur IP, Peer to Peer et Newsgroups sont interdits et décomptés en hors forfait au tarif en vigueur. Possibilité de bénéficier à nouveau d'Internet après blocage sous condition de recharge avec les recharges prépayées (cf Fiche d'Information Standardisée de La Carte Prépayée).</p> <p>Décompte des communications Internet après le rechargement : 0,05€/Mo par palier de 10Ko, soit 0,005€/10Ko</p>																
Frais additionnels	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Avances sur consommation</th> <th>Tarif par carte SIM</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Non réception de l'ensemble des pièces justificatives</td> <td rowspan="5">450€</td> </tr> <tr> <td>Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1^{er} mois d'abonnement</td> </tr> <tr> <td>Inscription au fichier Préventel</td> </tr> <tr> <td>Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide</td> </tr> <tr> <td>Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile</td> </tr> <tr> <td>Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> En cas de résiliation anticipée à l'initiative de l'abonné, l'abonné est redevable envers La Poste Mobile : <ul style="list-style-type: none"> pour les contrats avec période d'engagement minimale de 12 mois : des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin de la période minimale ; pour les contrats avec période d'engagement minimale de 24 mois : <ul style="list-style-type: none"> a) résiliés avant la fin du 12^{ème} mois, des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin du 12^{ème} mois puis du quart des mois restants dus du 13^{ème} mois jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. b) résiliés à compter du 13^{ème} mois, du quart des mois restant dus jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. Pour toute souscription en bureau de Poste à une Formule ECO sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 5€ remboursés intégralement sur votre 1^{ère} facture. 	Avances sur consommation	Tarif par carte SIM	Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€	Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement	Inscription au fichier Préventel	Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide	Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile	200€	Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2					
Avances sur consommation	Tarif par carte SIM																
Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€																
Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement																	
Inscription au fichier Préventel																	
Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide																	
Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile																	
Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile	200€																
Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2																	
Caractéristiques techniques / équipements	GSM/GPRS/3G/3G+ (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).																
Service client	<p>Accessible du lundi au samedi de 8h à 20h</p> <ul style="list-style-type: none"> 904 depuis votre mobile (temps d'attente gratuit puis prix d'un appel métropolitain). 0 970 808 640 depuis un poste fixe (temps d'attente gratuit puis prix d'une communication locale en France métropolitaine). 																
Conditions de rechargement	<p>Rechargement possible :</p> <ul style="list-style-type: none"> Par carte bancaire en appelant le 2525 depuis le mobile (appel gratuit) ou sur lapostemobile.fr/Espace client. Par carte bancaire ou espèces en bureaux de Poste et dans le réseau partenaire. <p>Valable avec la gamme de recharges La Poste Mobile (voir la Fiche d'Information Standardisée de La Carte Prépayée).</p>																

LES FORFAITS

Sous conditions d'éligibilité	Zones de couverture La Poste Mobile : réseau SFR. Plus d'informations sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).																				
Description de la promotion	<p>Offre valable du 19/11/2012 au 13/01/2013. 5€ de remise par mois pendant 6 mois pour toute souscription à un Forfait Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois jusqu'au 13/01/2013.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="3">« Édition Spéciale »</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1h + 100 SMS</th> <th>2h + SMS illimités*</th> <th>3h + SMS illimités*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€</td> <td>4,90€/mois pendant 6 mois puis 9,90€</td> <td>9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, les SMS sont facturés 0,10€ par SMS/destinataire. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,27€ (hors Visio). Prix du SMS au-delà du forfait : 0,10€/SMS (hors SMS+, surtaxes)</small></p>		« Édition Spéciale »				1h + 100 SMS	2h + SMS illimités*	3h + SMS illimités*	Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois	3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€	4,90€/mois pendant 6 mois puis 9,90€	9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€								
	« Édition Spéciale »																				
	1h + 100 SMS	2h + SMS illimités*	3h + SMS illimités*																		
Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois	3,90€/mois pendant 6 mois puis 8,90€	4,90€/mois pendant 6 mois puis 9,90€	9,90€/mois pendant 6 mois puis 14,90€																		
Prix mensuels de l'offre	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="3">« Édition Spéciale »</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1h + 100 SMS</th> <th>2h + SMS illimités*</th> <th>3h + SMS illimités*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Avec mobile et engagement 12/24 mois</td> <td>11,90€</td> <td>14,90€</td> <td>19,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>8,90€</td> <td>9,90€</td> <td>14,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ÉCO sans mobile et sans engagement</td> <td>10,90€</td> <td>13,90€</td> <td>18,90€</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, les SMS sont facturés 0,10€ par SMS/destinataire. Prix de la minute au-delà du forfait : 0,27€ (hors Visio). Prix du SMS au-delà du forfait : 0,10€/SMS (hors SMS+, surtaxes)</small></p>		« Édition Spéciale »				1h + 100 SMS	2h + SMS illimités*	3h + SMS illimités*	Avec mobile et engagement 12/24 mois	11,90€	14,90€	19,90€	Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois	8,90€	9,90€	14,90€	Formule ÉCO sans mobile et sans engagement	10,90€	13,90€	18,90€
	« Édition Spéciale »																				
	1h + 100 SMS	2h + SMS illimités*	3h + SMS illimités*																		
Avec mobile et engagement 12/24 mois	11,90€	14,90€	19,90€																		
Formule ÉCO sans mobile et avec engagement 24 mois	8,90€	9,90€	14,90€																		
Formule ÉCO sans mobile et sans engagement	10,90€	13,90€	18,90€																		
Durée d'engagement	<ul style="list-style-type: none"> avec engagement minimum 12 ou 24 mois. sans engagement. 																				
Description de l'offre	<p>Offre réservée aux personnes physiques en France métropolitaine et à usage privé uniquement. Ces forfaits comprennent des appels voix métropolitains exclusivement et, en plus, 100 SMS pour le Forfait 1h ; et des SMS illimités* pour les Forfaits 2h « Édition Spéciale » et 3h. Les forfaits avec engagement 12 ou 24 mois (hors Formule ÉCO) sont assortis concomitamment à leur souscription d'un mobile dont le prix varie selon la durée d'engagement et la durée du forfait souscrits.</p> <p><small>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, les SMS sont facturés 0,10€ par SMS/destinataire.</small></p>																				
Description des services annexes inclus	Report des minutes, Présentation du numéro, Messagerie vocale, Double appel, Alerte Facture, Info conso, Liste rouge.																				
Décompte des communications incluses	Facturation à la seconde dès la première seconde (hors appels vers et depuis les DOM TOM, l'étranger, les numéros spéciaux et certains numéros courts).																				
Frais additionnels	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Avances sur consommation</th> <th>Tarif par carte SIM</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Non réception de l'ensemble des pièces justificatives</td> <td rowspan="4">450€</td> </tr> <tr> <td>Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1^{er} mois d'abonnement</td> </tr> <tr> <td>Inscription au fichier Préventel</td> </tr> <tr> <td>Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide</td> </tr> <tr> <td>Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile</td> </tr> <tr> <td>Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Activation de l'option Monde</td> </tr> <tr> <td>Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains</td> <td rowspan="2">Le montant du dépassement du forfait</td> </tr> <tr> <td>Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€</td> </tr> </tbody> </table> <p> <ul style="list-style-type: none"> En cas de résiliation anticipée à l'initiative de l'Abonné, l'Abonné est redevable envers La Poste Mobile : <ul style="list-style-type: none"> pour les contrats avec période d'engagement minimale de 12 mois : des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin de la période minimale ; pour les contrats avec période d'engagement minimale de 24 mois : <ul style="list-style-type: none"> a) résiliés avant la fin du 12^{ème} mois, des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin du 12^{ème} mois puis du quart des mois restants dus du 13^{ème} mois jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. b) résiliés à compter du 13^{ème} mois, du quart des mois restants dus jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. Pour toute souscription en bureau de Poste à une Formule ÉCO sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 5€ remboursés intégralement sur votre 1^{ère} facture. </p>	Avances sur consommation	Tarif par carte SIM	Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€	Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement	Inscription au fichier Préventel	Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide	Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€	Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile	Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€	Activation de l'option Monde	Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait	Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€				
Avances sur consommation	Tarif par carte SIM																				
Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€																				
Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement																					
Inscription au fichier Préventel																					
Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide																					
Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€																				
Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile																					
Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€																				
Activation de l'option Monde																					
Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait																				
Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€																					
Caractéristiques techniques / équipements	GSM/GPRS/3G/3G+ (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).																				
Service client	<p>Accessible du lundi au samedi de 8h à 20h</p> <ul style="list-style-type: none"> 904 depuis votre mobile (temps d'attente gratuit puis prix d'un appel métropolitain). 0 970 808 440 depuis un poste fixe (temps d'attente gratuit puis prix d'une communication locale en France métropolitaine). 																				

LES FORFAITS SMARTPHONE

Sous conditions d'éligibilité	Zones de couverture La Poste Mobile : réseau SFR. Plus d'informations sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).																	
Description de la promotion	<p>Offres valables du 19/11/2012 au 13/01/2013. - 15€ de remise par mois pendant 6 mois pour toute souscription d'un Forfait Smartphone avec mobile et engagement 24 mois jusqu'au 13/01/2013. (Bénéficiaire de notre offre de bienvenue de 90 euros TTC qui s'imputera sur vos factures d'abonnement en six mensualités égales de 15 euros TTC à partir de la 1^{re} facture). - 5€ de remise par mois pendant 6 mois pour toute souscription d'un Forfait Smartphone Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois jusqu'au 13/01/2013.</p> <p style="text-align: center;">« Édition Spéciale »</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go</th> <th>24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go</th> <th>24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Avec mobile et engagement 24 mois</td> <td>29,90€/mois pendant 6 mois puis 44,90€</td> <td>44,90€/mois pendant 6 mois puis 59,90€</td> <td>59,90€/mois pendant 6 mois puis 74,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>29,90€/mois pendant 6 mois puis 34,90€</td> <td>34,90€/mois pendant 6 mois puis 39,90€</td> <td>39,90€/mois pendant 6 mois puis 44,90€</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>* SMS/MMS illimités : SMS et MMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ MMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, facturation à 0,10€/SMS/MMS/destinataire, et autres MMS à 0,30€/destinataire. ** Appels voix métropolitains exclusivement hors Visio, certains numéros courts, spéciaux et surtaxés, limités à 99 destinataires différents/mois, et 2h maximum par appel. Au-delà de ces limites, le prix de la minute est à 0,27€ Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ (hors Visio)</small></p>		24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go	Avec mobile et engagement 24 mois	29,90€ /mois pendant 6 mois puis 44,90€	44,90€ /mois pendant 6 mois puis 59,90€	59,90€ /mois pendant 6 mois puis 74,90€	Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	29,90€ /mois pendant 6 mois puis 34,90€	34,90€ /mois pendant 6 mois puis 39,90€	39,90€ /mois pendant 6 mois puis 44,90€					
	24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go															
Avec mobile et engagement 24 mois	29,90€ /mois pendant 6 mois puis 44,90€	44,90€ /mois pendant 6 mois puis 59,90€	59,90€ /mois pendant 6 mois puis 74,90€															
Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	29,90€ /mois pendant 6 mois puis 34,90€	34,90€ /mois pendant 6 mois puis 39,90€	39,90€ /mois pendant 6 mois puis 44,90€															
Prix mensuels de l'offre	<p style="text-align: center;">« Édition Spéciale »</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go</th> <th>24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go</th> <th>24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Avec mobile et engagement 12/24 mois</td> <td>44,90€</td> <td>59,90€</td> <td>74,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois</td> <td>34,90€</td> <td>39,90€</td> <td>44,90€</td> </tr> <tr> <td>Formule ECO sans mobile et sans engagement</td> <td>43,90€</td> <td>58,90€</td> <td>73,90€</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>* SMS/MMS illimités : SMS et MMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ MMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, facturation à 0,10€/SMS/MMS/destinataire, et autres MMS à 0,30€/destinataire. ** Appels voix métropolitains exclusivement hors Visio, certains numéros courts, spéciaux et surtaxés, limités à 99 destinataires différents/mois, et 2h maximum par appel. Au-delà de ces limites, le prix de la minute est à 0,27€ Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ (hors Visio)</small></p>		24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go	Avec mobile et engagement 12/24 mois	44,90€	59,90€	74,90€	Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	34,90€	39,90€	44,90€	Formule ECO sans mobile et sans engagement	43,90€	58,90€	73,90€	
	24h/24 + SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 1Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 3Go	24h/24 APPELS**/SMS/MMS illimités* + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 5Go															
Avec mobile et engagement 12/24 mois	44,90€	59,90€	74,90€															
Formule ECO sans mobile et avec engagement 24 mois	34,90€	39,90€	44,90€															
Formule ECO sans mobile et sans engagement	43,90€	58,90€	73,90€															
Durée d'engagement	<ul style="list-style-type: none"> avec engagement minimum 12 ou 24 mois. sans engagement. 																	
Description de l'offre	<p>Offre réservée aux personnes physiques en France métropolitaine et à usage privé uniquement. Les forfaits comprennent des appels voix métropolitains illimités*, SMS et MMS illimités* et Internet 24h/24 (sous réserve de disposer d'un mobile compatible). Les forfaits avec engagement 12 ou 24 mois (hors Formule ECO) sont assortis concomitamment à leur souscription d'un mobile dont le prix varie selon la durée d'engagement et la durée du forfait souscrits. * Appels voix métropolitains exclusivement (hors Visio, certains numéros courts, spéciaux et surtaxés), limités à 99 destinataires différents/mois, et 2h maximum par appel. Au-delà de ces limites, le prix de la minute est à 0,27€. ** SMS/MMS illimités : SMS et MMS métropolitains interpersonnels à usage privé (hors SMS+ MMS+ et surtaxes) dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, facturation à 0,10€/SMS/MMS/destinataire, et autres MMS à 0,30€/destinataire.</p>																	
Description des services annexes inclus	Report des minutes, Présentation du numéro, Messagerie vocale, Double appel, Alerte Facture, Info conso, Liste rouge.																	
Décompte des communications incluses	Facturation à la seconde dès la première seconde (hors appels vers et depuis les DOM TOM, l'étranger, les numéros spéciaux et certains numéros courts).																	
Caractéristiques de l'Internet Mobile	<p>Débit maximum : 7,2 Mbits/s. Internet 24h/24 : navigation sur Internet 24h/24, 7j/7, exclusivement sur et depuis votre mobile (non relié à un ordinateur) en France métropolitaine (hors contenus / services payants et surtaxés), dans la limite d'un usage raisonnable de 3 fois le seuil au-delà duquel le débit est réduit. Les usages modem, Voix sur IP, Peer to Peer et Newsgroups sont interdits et facturés en hors forfait au tarif en vigueur. Afin de permettre à ses clients l'accès au réseau dans des conditions optimales, La Poste Mobile réduit le débit de connexion au-delà du seuil indiqué pour chaque forfait jusqu'à la prochaine date de facturation.</p>																	
Frais additionnels	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>Avances sur consommation</th> <th>Tarif par carte SIM</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Non réception de l'ensemble des pièces justificatives</td> <td rowspan="2">450€</td> </tr> <tr> <td>Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1^{er} mois d'abonnement</td> </tr> <tr> <td>Inscription au fichier Préventel</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide</td> </tr> <tr> <td>Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile</td> </tr> <tr> <td>Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Activation de l'option Monde</td> </tr> <tr> <td>Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains</td> <td rowspan="2">Le montant du dépassement du forfait</td> </tr> <tr> <td>Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€</td> </tr> </tbody> </table> <p>• En cas de résiliation anticipée à l'initiative de l'abonné, l'abonné est redevable envers La Poste Mobile : - pour les contrats avec période d'engagement minimale de 12 mois : des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin de la période minimale ; - pour les contrats avec période d'engagement minimale de 24 mois : a) résiliés avant la fin du 12^{ème} mois, des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin du 12^{ème} mois puis du quart des mois restants dus du 13^{ème} mois jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. b) résiliés à compter du 13^{ème} mois, du quart des mois restants dus jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. • Pour toute souscription en bureau de Poste à une Formule ECO sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 5€ remboursés intégralement sur votre 1^{re} facture.</p>	Avances sur consommation	Tarif par carte SIM	Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€	Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement	Inscription au fichier Préventel	200€	Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide	Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€	Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile	Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€	Activation de l'option Monde	Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait	Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€
Avances sur consommation	Tarif par carte SIM																	
Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€																	
Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement																		
Inscription au fichier Préventel	200€																	
Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide																		
Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€																	
Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile																		
Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€																	
Activation de l'option Monde																		
Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait																	
Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€																		
Caractéristiques techniques / équipements	GSM/GPRS/3G/3G+ (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).																	
Service client	Accessible du lundi au samedi de 8h à 20h • 904 depuis votre mobile (temps d'attente gratuit puis prix d'un appel métropolitain). • 0 970 808 660 depuis un poste fixe (temps d'attente gratuit puis prix d'une communication locale en France métropolitaine).																	

LES FORFAITS "EXCLU WEB"

 Disponibles exclusivement sur www.lapostemobile.fr

Sous conditions d'éligibilité	Zones de couverture La Poste Mobile : réseau SFR. Plus d'informations sur www.lapostemobile.fr (coût d'une connexion Internet).																
Prix mensuels de l'offre	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td>2h + SMS illimités</td> <td>5h + SMS illimités</td> <td>3h + SMS illimités + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 200Mo</td> </tr> <tr> <td>Formule ÉCO sans mobile et sans engagement</td> <td>9,90€</td> <td>14,90€</td> <td>15,90€</td> </tr> </table> <p>Prix de la minute au-delà du forfait : 0,37€ (hors Visio)</p>		2h + SMS illimités	5h + SMS illimités	3h + SMS illimités + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 200Mo	Formule ÉCO sans mobile et sans engagement	9,90€	14,90€	15,90€								
	2h + SMS illimités	5h + SMS illimités	3h + SMS illimités + Internet 24h/24 débit 3G+ réduit au-delà de 200Mo														
Formule ÉCO sans mobile et sans engagement	9,90€	14,90€	15,90€														
Durée d'engagement	Sans engagement.																
Description de l'offre	<p>Offre réservée aux personnes physiques en France métropolitaine et à usage privé uniquement. Ces forfaits comprennent des appels voix métropolitains exclusivement (hors Visio, numéros spéciaux, certains numéros courts et surtaxes) et des SMS illimités*, et selon le forfait souscrit, de l'Internet 24h/24 ou non (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).</p> <p>* SMS illimités : SMS métropolitains interpersonnels à usage privé, hors SMS+ et surtaxes, dans la limite de 99 destinataires différents par mois. Au-delà de cette limite, les SMS sont facturés 0,10€/SMS/destinataire.</p>																
Description des services annexes inclus	Report des minutes, Présentation du numéro, Messagerie vocale, Double appel, Alerte Facture, Info conso, Liste rouge.																
Décompte des communications incluses	Facturation à la seconde dès la première seconde (hors appels vers et depuis les DOM TOM, l'étranger, les numéros spéciaux et certains numéros courts).																
Caractéristiques de l'Internet Mobile	<p>Débit maximum : 3,6 Mbits/s.</p> <p>Internet 24h/24 : navigation sur Internet 24h/24, 7j/7, exclusivement sur et depuis votre mobile (non relié à un ordinateur) en France métropolitaine (hors contenus / services payants et surtaxes) dans la limite d'un usage raisonnable de 3 fois le seul au-delà duquel le débit est réduit. Les usages modem, Voix sur IP, Peer to Peer et Newsgroups sont interdits et facturés en hors forfait au tarif en vigueur. Afin de permettre à ses clients l'accès au réseau dans des conditions optimales, La Poste Mobile réduit le débit de connexion au-delà du seuil indiqué pour chaque forfait jusqu'à la prochaine date de facturation.</p>																
Frais additionnels	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Avances sur consommation</th> <th>Tarif par carte SIM</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Non réception de l'ensemble des pièces justificatives</td> <td rowspan="4">450€</td> </tr> <tr> <td>Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1^{er} mois d'abonnement</td> </tr> <tr> <td>Inscription au fichier Préventel</td> </tr> <tr> <td>Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide</td> </tr> <tr> <td>Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile</td> </tr> <tr> <td>Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2</td> <td rowspan="2">200€</td> </tr> <tr> <td>Activation de l'option Monde</td> </tr> <tr> <td>Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains</td> <td rowspan="2">Le montant du dépassement du forfait</td> </tr> <tr> <td>Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> En cas de résiliation anticipée à l'initiative de l'Abonné, l'Abonné est redevable envers La Poste Mobile : <ul style="list-style-type: none"> - pour les contrats avec période d'engagement minimale de 12 mois : des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin de la période minimale ; - pour les contrats avec période d'engagement minimale de 24 mois : <ul style="list-style-type: none"> a) résiliés avant la fin du 12^{ème} mois, des frais d'abonnement et services y afférents restant à courir jusqu'à la fin du 12^{ème} mois puis du quart des mois restants dus du 13^{ème} mois jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. b) résiliés à compter du 13^{ème} mois, du quart des mois restants dus jusqu'à la fin de la période minimale d'engagement. Pour toute souscription en bureau de Poste à une Formule ÉCO sans achat concomitant d'un mobile, la carte SIM est facturée 5€ remboursés intégralement sur votre 1^{ère} facture. 	Avances sur consommation	Tarif par carte SIM	Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€	Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement	Inscription au fichier Préventel	Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide	Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€	Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile	Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€	Activation de l'option Monde	Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait	Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€
Avances sur consommation	Tarif par carte SIM																
Non réception de l'ensemble des pièces justificatives	450€																
Autres modes de paiement que le paiement par chèque ou carte bancaire du 1 ^{er} mois d'abonnement																	
Inscription au fichier Préventel																	
Adresse de facturation : poste restante, boîte postale ou non valide																	
Attestation d'hébergement comme justificatif de domicile	200€																
Impayé sur une autre ligne La Poste Mobile																	
Contrats d'abonnements souscrits supérieur ou égal à 2	200€																
Activation de l'option Monde																	
Activation des appels depuis la France métropolitaine vers des numéros non métropolitains	Le montant du dépassement du forfait																
Communications en « hors et au-delà » du forfait supérieur à 45€																	
Caractéristiques techniques / équipements	GSM/GPRS/3G/3G+ (sous réserve de disposer d'un mobile compatible).																
Service client	<p>Accessible du lundi au samedi de 8h à 20h</p> <ul style="list-style-type: none"> 904 depuis votre mobile (temps d'attente gratuit puis prix d'un appel métropolitain). 0 970 808 640 depuis un poste fixe (temps d'attente gratuit puis prix d'une communication locale en France métropolitaine). 																

 Source : www.lapostemobile.fr

Annotation

Příjmení a jméno autora: Vítečková Radka, Bc.

Název fakulty: Filozofická fakulta

Název katedry: Katedra romanistiky

Název diplomové práce: Le lancement de La Poste Mobile

Vedoucí diplomové práce: Doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.

Počet stran: 93

Počet znaků: 111 124

Počet titulů použité literatury: 6

Klíčová slova: Virtuální mobilní operátor, La Poste Mobile, uvedení, francouzský trh, důvody vstupu, nabídka služeb, následky uvedení na trh

Charakteristika: Tato magisterská diplomová práce pojednává o uvedení nového virtuálního mobilního operátora od společnosti La Poste na francouzský trh. Zabývá se zejména důvody vstupu na trh, jak externími, hlavně podporou ze strany Francie a EU, tak interními, cílem vzniku operátora je diverzifikace nabízených služeb pro stávající klienty a snaha o zvýšení obrátu v budoucnu. Dále práce představuje proces uvedení La Poste Mobile na trh a její kompletní nabídku produktů a služeb, včetně zamyšlení se nad výhodami a nevýhodami, které z toho plynou. Na závěr práce analyzuje následky vstupu operátora mezi konkurenci, jak pro společnost La Poste Mobile, tak i pro ostatní mobilní operátory. V práci nalezneme kombinaci teoretických poznatků se zkušenostmi z praxe v La Poste ve Francii, uskutečněné právě v období zrodu společnosti.

Sources

Bibliographie

1. AUDIGIER, Guy. *Marketing et action commerciale*. 3e éd. Paris: Gualino éd, 2003. ISBN 2842006488.
2. *La Tribune: Orange et BNP font smartphone commun*. France: La Tribune, 2011. ISSN 1760-4869. Dostupné z: <http://www.latribune.fr/journal/edition-du-2707/technos-medias/1187519/orange-et-bnp-font-smartphone-commun.html>
3. LAMBIN, Jean-Jacques a Ruben CHUMPITAZ. *Marketing stratégique et opérationnel: du marketing à l'orientation-marché*. 5e éd. Paris: Dunod, 2002. ISBN 21-000-7744-9.
4. LENDREVIE, Jacques. *Mercator*. 7e édition. Paris: Dalloz, 2003. ISBN 2247051774
5. LIÉNARD, Fabien. *Marketing mobile: Stratégies de m-marketing pour conquérir et fidéliser vos clients*. Paris: Dunod, 2008. ISBN 9782100530458
6. POUPÉE, Karyn. *La téléphonie mobile*. France: Vendôme Impressions, 2003. ISBN 2130533221

Sites Internet

1. 4 000 abonnés en 6 mois pour La Poste Mobile. In: *Echos du net* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: http://www.echosdunet.net/dossiers/dossier_9953_4000+abonnes+6+mois+pour+poste+mobile.html
2. Ces marques qui rêvent de devenir votre nouvel opérateur mobile. *Challenges: High-tech* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.challenges.fr/high-tech/20111208.CHA7940/ces-marques-qui-revent-de-devenir-votre-nouvel-operateur-mobile.html>

3. DESCHAMPS, Stéphane. La Poste Mobile : 500.000 clients et une box pour 2012. In: *Les mobiles: Le guide des téléphones mobiles* [online]. 2011 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.lesmobiles.com/actualite/6636-la-poste-mobile-500-000-clients-et-une-box-pour-2012.html>
4. DEUBEL, Philippe. France Telecom : du monopole à la concurrence. *Melchior* [online]. 2009 [cit. 2012-03-11]. Dostupné z: <http://www.melchior.fr/France-Telecom-du-monopole-a.9893.0.html>
5. DUCOURTIEUX, Cécile. Economie: Un téléphone mobile sur trois vendu dans le monde est un smartphone. *Le Monde* [online]. 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: http://www.lemonde.fr/economie/article/2012/02/15/un-telephone-mobile-sur-trois-vendu-dans-le-monde-est-un-smartphone_1643508_3234.html
6. E-BUSINESS: France: Les operateurs mobiles. *Le Journal du Net* [online]. 2010 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: E-BUSINESS. *Le Journal du Net* [online]. 2010 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: http://www.journaldunet.com/cc/05_mobile/mobile_marche_fr.shtml
7. ENCADRE Nice, porte-drapeau du paiement sans contact mobile. In: *Reuters France* [online]. 2011 [cit. 2012-11-29]. Dostupné z: <http://fr.reuters.com/article/idFRLDE71A1GC20110214?sp=true>
8. Entente sur le marché de la téléphonie mobile. In: *Autorité de la concurrence* [online]. 2005 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=149&id_article=501
9. France : Les operateurs mobiles (01/10/2010). *Le Journal du Net: e-Business* [online]. 2010 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: http://www.journaldunet.com/cc/05_mobile/mobile_marche_fr.shtml
10. France Telecom : du monopole à la concurrence. *Melchior* [online]. 2008[cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.melchior.fr/France-Telecom-du-monopole-a.9893.0.html>

11. *France Télécom : présentation et histoire* [online]. 2008 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.gralon.net/articles/photo-et-video/telephonie-et-portables/article-france-telecom---presentation-et-histoire-1276.htm>

12. GALERON, Gilles. *Chronique Télécommunications: Le processus législatif ayant permis l'arrivée des MVNO en France* [online]. Aix-Marseille, 14/11/2006 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: junon.u3mrs.fr/.../telecom/chron-mvno.pdf. Seminární práce. INSTITUT DE RECHERCHE ET D'ETUDES EN DROIT DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION.

13. GAVOIS, Sébastien. SFR : 200 000 clients de moins sur les mois de janvier et février. In: *PCINpact* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.pcinpact.com/news/69316-sfr-red-free-telephonie-mobile.htm>

14. GEIBEN, Didier. Opérateurs mobiles dans l'arène des systèmes de paiement. *GM consultants et associés* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.gm-consultants.com/index.php?pag=Rub612&rub=129795805446195&arch=181828841528295&title=Op%E9rateurs-mobiles-dans-l%27ar%E8ne-des-syst%E8mes-de...>

15. Chiffres clés 2011. In: *SFR* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.sfr.com/nous-connaître/en-bref/chiffres-cles-2011-03072012-1018>

16. Chiffres clés Orange en France. In: *Orange* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: http://orange-en-france.orange.fr/Le_groupe/index.html?p=3

17. Chiffres clés. In: *Bouygues Telecom* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: http://www.institutionnel.bouyguetelecom.fr/notre_entreprise/chiffres_cles

18. La Poste dépasse ses objectifs de clientèle. In: *Stratégies: Actualités* [online]. 2011 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.strategies.fr/actualites/marques/169204W/la-poste-mobile-depasse-ses-objectifs-de-clientele.html>

19. LA POSTE DEVIENT OPERATEUR DE TELEPHONIE MOBILE ET LANCE DES OFFRES SIMPLES, CLAIRES, ACCESSIBLES A TOUS (Dossier de presse). In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Espace-Presse/Communiques-dossiers-de-presse/>

Groupe/LA-POSTE-DEVIENT-OPERATEUR-DE-TELEPHONIE-MOBILE-ET-LANCE-DES-OFFRES-SIMPLES-CLAIRES-ACCESSIBLES-A-TOUS-Dossier-de-presse

20. La Poste lance La Poste Mobile. In: *La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-11-26]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/LeGroupe2/Actualites/La-Poste-lance-La-Poste-Mobile>
21. *La Poste Mobile* [online]. 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.lapostemobile.fr/>
22. La Poste Mobile élargit son offre et prépare son arrivée dans l'ADSL. In: *Stratégies: Actualités* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.strategies.fr/actualites/marques/189867W/la-poste-mobile-elargit-son-offre-et-prepare-son-arrivee-dans-l-adsl.html>
23. La Poste Mobile poursuit son déploiement. In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2011 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Espace-Presses/Communique-dossiers-de-presse/Groupe/La-Poste-Mobile-poursuit-son-deploiement>
24. La Poste Mobile renforce et renouvelle l'ensemble de son offre commerciale. In: *Le Groupe La Poste* [online]. 2012 [cit. 2012-12-02]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/LeGroupe2/Espace-Presses/Communique-dossiers-de-presse/Groupe/La-Poste-Mobile-renforce-et-renouvelle-l-ensemble-de-son-offre-commerciale>
25. *La Poste: Le Groupe* [online]. 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe>
26. LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS. In: *LA RÉFORME DE LA RÉGLEMENTATION DANS LE SECTEUR DES TÉLÉCOMMUNICATIONS* [online]. ORGANISATION DE COOPERATION ET DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUES, 2004 [cit. 11/03/2012]. Dostupné z: www.oecd.org/dataoecd/36/31/32482758.pdf "

27. L'actu de La Poste Mobile. *La Poste Mobile* [online]. 2012 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: <http://www.lapostemobile.fr/institutionnel/actu-presse.asp>
28. LAPEYRE, Arnaud, François TRASSART a Elsa VIVANT. La diffusion du téléphone mobile en France. *Persee* [online]. 2000, č. 42 [cit. 2012-10-21]. Dostupné z: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/flux_11542721_2000_num_16_42_1350
29. L'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes. *Liste des MNVO et des accords de licence de marque* [online]. 2012, 22.10.2012 [cit. 2012-11-13]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=10644>
30. Le marché de la téléphonie mobile en France en 2009. *Télécoms et innovation* [online]. 2009 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://telecom.sia-conseil.com/index.php/etudes/le-marche-de-la-telephonie-mobile-en-france-en-2009-version-mise-a-jour>
31. LEFEBVRE, Marion-Jeanne. Les smartphones bientôt plus vendus que les mobiles. In: *Les Echos: Entreprises et marchés* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://archives.lesechos.fr/archives/2012/LesEchos/21259-069-ECH.htm>
32. Liste des MVNO et des accords de licence de marque. *Arcep* [online]. 2006 [cit. 2012-03-09]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=10644>
33. OBLET, Thierry a Agnès VILLECHAISE-DUPONT. Es guichetiers de la Poste à l'épreuve du marché : service public et « bureaucratie libérale ». *Cairn* [online]. 2005, č. 119, s. 347-366 [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=CIS_119_0347&DocId=17891&Index=%2Fcairn2Idx%2Fcairn&TypeID=226&BAL=anYYmciMfNVIE&HitCount=1&hits=ff8+0&fileext=html
34. Observatoire des marchés des communications électroniques en France SERVICES MOBILES 3ème trimestre 2012 (provisaires). *ARCEP* [online]. 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=35>

35. Opérateur de réseau mobile virtuel. *Techno-science.net* [online]. 2012 [cit. 09/03/2012]. Dostupné z: <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4160>
36. Paiement en ligne, les opérateurs s'entendent. *Que choisir* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.ufc-quechoisir-var-est.org/paiement-en-ligne-operateur-mobile.php>
37. PENARD, Thierry a Nicolas THIRION. *La Régulation dans les Télécommunications: Une approche croisée de l'économie et du droit* [online]. Université de Rennes, 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: perso.univ-rennes1.fr/thierry.../regulationtelecom... Akademická práce. Université de Rennes.
38. Plus de 140 millions de personnes paieront par mobile en 2011 (étude Gartner). In: *News-banques* [online]. 2011 [cit. 2012-11-29]. Dostupné z: <http://www.news-banques.com/plus-de-140-millions-de-personnes-paieront-par-mobile-en-2011-etude-gartner/012184408/>
39. Plus de 500.000 clients pour La Poste Mobile. RENAULT, Marie-Cécile. *Le Figaro: Économie* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/societes/2011/11/20/04015-20111120ARTFIG00187-plus-de-500000-clients-pour-la-poste-mobile.php>
40. POTOCKI, Roman. Redéfinition du marché du mobile : comment les opérateurs historiques s'adaptent-ils ? (Partie 1). *Telcospinner* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.telcospinner-solucom.fr/2011/09/redefinition-du-marche-du-mobile-comment-les-operateurs-historiques-s%E2%80%99adaptent-ils-partie-1/>
41. Projet de loi de réglementation des télécommunications : exposé général et examen des articles. *Sénat* [online]. 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.senat.fr/rap/195-389-1/195-389-12.html>
42. Quelles étapes de développement d'un nouveau produit ?. *Portail microfinance* [online]. 2012 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/diversification/etapes

43. Qu'est-ce que l'Autorité?. In: *ARCEP* [online]. 2011 [cit. 2012-12-05]. Dostupné z: <http://www.arcep.fr/index.php?id=13>
44. Résultats du premier semestre 2012 du Groupe La Poste. In: *Le Groupe La Poste: Actualités et communiqués de presse* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.laposte.fr/legroupe/Nos-informations-financieres/Actualites-et-communiques-de-presse>
45. VANDYSTADT, Nathalie. Législation européenne sur les TIC : une panoplie déjà étoffée. *Europolitique* [online]. 2011 [cit. 2012-12-11]. Dostupné z: <http://www.europolitique.info/dossiers/agenda-num-rique/l-gislation-europ-enne-sur-les-tic-une-panoplie-d-j-toff-e-art280307-101.html>
46. VISSEYRIAS, Mathilde. La Poste a gagné 478 millions d'euros en 2011. In: *Le Figaro: Économie* [online]. 2012 [cit. 2012-12-09]. Dostupné z: <http://www.lefigaro.fr/societes/2012/03/06/20005-20120306ARTFIG00730-la-poste-a-gagne-478millions-d-euros-en-2011.php>

Autres sources

Les informations internes de l'Enseigne La Poste – une présentation du directeur commercial de La Poste présentée le jour du lancement de La Poste Mobile