



- 37 INTERNET
- 37 LA GASTRO DE ROMÉLIA
- 42 RADIO-TV
- 43 SUDOKU

Les vigneronns se mettent au blog.

Du pain, du beurre et... un portable

TÉLÉPHONIE • Migros et Coop se sont lancés, avec Swisscom et Orange, dans la vente d'appareils et de contrats. Les analyses de Didier Divorne, fondateur du site internet www.allo.ch.

CÉCILE AUBERT

Minirévolution en Suisse: Coop et Migros se sont mis à vendre des téléphones portables et des cartes SIM. Diversification de l'offre avant l'arrivée des géants de la distribution discount en Suisse? Sans doute. Mais cette nouveauté ne profite pas qu'aux deux supermarchés suisses.

C'est aussi une manière pour Swisscom, allié à la Migros et à Orange – partenaire de la Coop – de viser un public large et multigénérationnel. Et c'est surtout l'occasion de développer un nouveau canal de vente environ trois mois avant Noël.

Afin de décoder ce bouleversement des habitudes de consommation des Suisses, qui pourront désormais se fournir en portables à la Migros du coin de la rue ou à la Coop du village, nous avons fait appel à Didier Divorne, fondateur du site internet www.allo.ch consacré à la téléphonie mobile.

Pourquoi vendre des téléphones portables dans des supermarchés suisses?

A mon avis, ce sont Swisscom et Orange qui ont pris contact avec la Migros et la Coop, afin de profiter de leur canal de distribution et de l'effet marque. Swisscom a fait très fort en s'alliant avec «M Budget», un label bon marché qui rassure et qui marche bien. Je pense que c'est donc davantage une opération profitable aux opérateurs qu'à la grande distribution. Ils proposent ainsi des offres simples et bon marché qui visent le

«Le portable n'est plus perçu comme un besoin, mais comme un plaisir»

marché de masse. On n'a besoin ni d'internet, ni de carte de crédit, on va juste faire ses courses comme d'habitude. Et regardez, ça marche plutôt bien puisque Swisscom a annoncé avoir attiré 45 000 clients en moins de deux semaines! On verra si Sunrise se profile de la même manière, en lançant des portables tout jaunes vendus à La Poste avec une sonnerie de car postal, par exemple...



Didier Divorne: «Les opérateurs doivent rivaliser d'imagination pour attirer les 40% de sans-portable suisses.» KEYSTONE

Pourquoi utiliser ce canal de vente maintenant?

La courbe de pénétration du marché de la téléphonie mobile stagne depuis quelque temps. Même s'ils possèdent déjà 60% de parts de marché, les opérateurs doivent néanmoins rivaliser d'imagination pour attirer les 40% de sans-portable de la population suisse. Et trouver des niches à exploiter et des nouveaux canaux de distribution dans un marché déjà saturé.

Il ne faut pas oublier non plus la menace Tele 2, qui existe pour l'instant seulement à Zurich, mais dont l'offre peut se développer. Sunrise, Swisscom et Orange doivent penser à une stratégie de conservation de parts de marché et de rétention de clientèle. D'où ce partenariat avec la grande distribution.

Dernière raison, l'OFCOM renouvellera les licences en 2008. En montrant qu'ils créent un marché dynamique et stimulé, où la concurrence fonctionne bien, les opérateurs

donnent un signe au pouvoir politique, afin de ne pas se voir imposer des critères ou des contraintes en 2008.

Grâce à son entrée dans les grands magasins d'alimentation, le téléphone portable est vraiment devenu un objet usuel. Qu'en pensez-vous?

Le mobile fait maintenant effectivement partie du quotidien. Dire qu'il y a quelques années encore, celui qui avait un téléphone portable passait pour un snob! Ce qui me frappe, c'est que le mobile est devenu un véritable produit de consommation, perçu non plus comme un besoin, mais comme un plaisir.

Les stratégies marketing n'y sont évidemment pas étrangères, ce sont elles qui créent la dépendance à l'objet. Nous sommes hameçonnés et manipulés depuis longtemps, ça ne date pas de l'arrivée du téléphone portable.

Mais pour moi c'est une opération où les deux parties sont gagnantes: les opérateurs veulent gagner de l'argent,

mais la technologie apporte aussi un plus à l'individu. Avec les mobiles, on peut se contacter facilement, spontanément et n'importe quand. Et le sms, c'est quand même génial, non?

Quant à la vente de ce genre d'objets dans des supermarchés, cela ne me choque pas. Pour moi, le mobile est un produit aussi courant qu'une montre, et on en trouve déjà à la Migros!

A force de viser tout le monde grâce à de nombreuses opérations marketing, ne favorise-t-on pas un certain gaspillage?

Bien sûr, mais c'est le propre de la génération Kleenex: je prends, je jette. Ce qui n'est évidemment pas très écologiquement correct. Et on sait bien que ce n'est pas un hasard si les appareils n'ont souvent qu'une durée de vie assez limitée et qu'ils se détériorent rapidement. Ainsi les opérateurs peuvent montrer un visage rassurant au consommateur: si mon portable lâche, ce n'est pas grave, car je sais qu'on va m'en proposer un autre.

Comment voyez-vous l'avenir du portable?

Je pense qu'on peut encore étendre la part de marché en Suisse, à 80% en tout cas. Il restera toujours la part d'irréductibles et les enfants, bien que je pense que la stratégie des opérateurs va viser de plus en plus jeune.

Et à plus long terme?

On s'achemine vers la convergence des technologies, avec des portables iPod, ou des téléphones récepteurs d'émissions de télévision. Au niveau technologique, il n'y a pas de limites, et dans dix ans, la miniaturisation aura fait de tels progrès que l'on portera peut-être une oreillette en permanence. Alors que dans vingt ans, on fabriquera des lunettes avec écran TV incorporé et téléphone mobile dans les branches! Quant aux canaux de vente, pourquoi pas des cartes de recharge aux couleurs de Pro Juventute que les enfants vendraient comme ils le font maintenant avec les timbres? On peut tout imaginer... I



Produits «éthiques» au supermarché: les Suisses sont plutôt pour. KEYSTONE

COMMERCE ÉQUITABLE

Pour ou contre le supermarché?

Faut-il ou non acheter dans un supermarché quand on est un adepte des produits équitables? Eh bien, cela dépend des convictions stratégiques de chacun. En Suisse, par exemple, les consommateurs «éthiques» y sont plutôt favorables, contrairement aux Français, répond «La Revue Durable» (LRD) dans son dernier numéro.

Le bimestriel édité à Fribourg publie une enquête, menée avec son support d'un groupe de chercheurs franco-cossais, consacrée au comportement des consommateurs en matière de commerce équitable.

«Les Suisses semblent utiliser l'achat de produits équitables comme un vote pour demander plus de ces produits sur le marché... En France, en revanche, le désir des consommateurs éthiques d'améliorer les standards de bien-être des gens, des animaux et de l'environnement tendrait à passer par le non-soutien aux supermarchés. De même, les résultats obtenus au Royaume-Uni révèlent une méfiance à l'égard des supermarchés appartenant à des multinationales», constate LRD.

L'enquête révèle d'autres facteurs intéressants. D'abord la population helvétique a un niveau de conscience élevé, beaucoup plus que ses voisins de l'Hexagone, par rapport à la problématique du commerce équitable. En revanche, autant les Suisses que les Français ne considèrent pas la religion comme un facteur important dans l'achat de produits éthiques, bien que les Eglises aient joué un rôle moteur historique dans ce domaine. Ce qui ne les empêche pas de s'identifier à des valeurs spirituelles. LIB

GESTION DES DETTES

Factures en retard: des priorités et des arrangements

Payer ses factures dans les délais est bien sûr le bon moyen d'éviter des rappels et des frais inutiles. Mais il arrive qu'on ne puisse s'acquitter de son dû aux échéances fixées. Alors que faire quand à la fin du mois il y a davantage de factures à payer que d'argent disponible? Il faut choisir en priorité les factures qui engendrent des problèmes pour votre vie de tous les jours (loyer, caisse-maladie, électricité, amendes, assurance et impôts de la voiture, etc.). Ensuite, il faut demander des arrangements pour payer les montants importants par acomptes: vous éviterez ainsi les frais de rappel et les poursuites. En

prenant les devants, vous évitez aussi que votre facture soit transférée à un bureau d'encaissement; ces bureaux demandent des frais très élevés, parfois injustifiés et difficiles à contester. Quand vous demandez un arrangement, proposez ce que vous pouvez réellement payer: les créanciers accordent difficilement un nouvel arrangement quand on n'a pas respecté le premier.

N'oubliez pas les impôts dans la liste des paiements à effectuer. Des bulletins de versement pour le paiement de neuf acomptes provisoires sont envoyés chaque année. Si l'acompte provisoire

est trop élevé, vous pouvez demander au Service cantonal des contributions et à votre commune de payer en douze acomptes. Comme les impôts sont annuels, essayez d'être à jour pour éviter une mise en poursuite.

Les cartes de crédit et les cartes de clients sont très tentantes lorsqu'on a des difficultés financières. Elles permettent d'acheter aujourd'hui et de payer plus tard. Mais le taux d'intérêt, généralement de 15% (écrit en tout petit dans les conditions générales), alourdit fortement la facture finale. Pour éviter d'accumuler du retard dans les paiements, il

faudrait si possible mettre de côté chaque mois un peu d'argent pour toutes les factures non mensuelles, tout particulièrement si vos revenus sont bas ou si vous n'avez pas de 13^e salaire. Une facture annuelle d'assurance ménage à 360 francs est difficile à payer si l'on a peu d'argent, alors que mettre 30 francs de côté chaque mois est supportable. Ne laissez pas vos factures s'accumuler: réagissez pendant qu'il est encore temps! I

CARITAS FRIBOURG

> A disposition pour répondre à vos questions: Caritas canton de Fribourg, Gestion de dettes et désendettement, C.P. 292, 1701 Fribourg. dettes.secr@caritas-fr.ch

EN BREF

ON M'A PIQUÉ FRANCE 2...

TÉLÉVISION Certains téléspectateurs fribourgeois ont récemment eu la mauvaise surprise de voir la deuxième chaîne française disparaître de leur bouquet. «En effet», explique à Zurich le service de presse de la société Cablecom, «France 2, qui était disponible sur deux fréquences différentes, ne l'est désormais plus que sur une seule.» A savoir 553,10 UHF, bande 4, canal 31. Une fréquence que peuvent capter tous les postes de télévision, assure Cablecom. SGO