

Entre les banques et les opérateurs de téléphone, c'est désormais la guerre



Les excellents résultats financiers d'Orange ont mis le Crédit Agricole en colère, lui qui accuse l'opérateur historique de bâtir sa fortune sur son dos... Explications.

Avec Jean-Marc Sylvestre

Entre l'opérateur de téléphonie Orange et le Crédit Agricole, on se prépare à la guerre. Mais cette bataille préfigure **une confrontation beaucoup plus large qui risque d'opposer les opérateurs de téléphone et les banques**. D'un côté Orange, Bouygues, SFR, Free. De l'autre côté, les grands réseaux bancaires, le Crédit Agricole, le Crédit Lyonnais, les Caisses d'épargne ou la BNP.

L'enjeu, c'est le contrôle direct du client, ou de l'abonné. L'opérateur de téléphone comme le banquier est en relation directe avec le consommateur. L'un et l'autre connaissent tout de sa vie professionnelle et privée, de ses moyens et de ses habitudes.

Le digital a créé un cordon ombilical entre l'abonné au mobile ou l'Internet et l'utilisateur-client. La banque peut avoir la même intimité.

Bref, on a là deux bandes de crocodiles qui nagent dans le même bassin d'audience et toutes les circonstances sont réunies pour penser que ces deux bandes vont se faire la guerre pour le contrôle de ce marché.

Les résultats financiers d'Orange publiés hier ont mis le feu aux poudres. L'opérateur historique a dégagé d'excellents résultats au premier semestre. Orange a triplé (+188,3%) son bénéfice net, à 3,17 milliards d'euros, grâce principalement à la vente de l'opérateur britannique EE, mais a confirmé ses objectifs pour 2016.

La bourse a un peu accusé le coup, parce qu'elle avait déjà anticipé la progression. La France, le principal marché du groupe, voit certes ses ventes reculer de 1,2% sur l'ensemble du semestre du fait de "*la baisse accrue du contrat d'itinérance*" entre l'opérateur historique et son concurrent Free. Mais le nombre de clients croît cependant de 153 000 ventes nettes pour le mobile sur le deuxième trimestre, pour atteindre un total de 20,46 millions de clients forfaits sur le mobile, dont 9,4 millions bénéficiant d'une offre 4G.

Sur le fixe, le nombre total de clients augmente également de 4,1% avec 10,92 millions de clients, dont 1,18 million en très haut débit fixe, en hausse de 64% sur un an. Cette base client, c'est le nerf de la guerre, le bassin d'audience que tout le monde reluque.

Du coup, cette richesse ainsi étalée a mis les dirigeants du Crédit Agricole en colère parce qu'ils se sont aperçus qu'Orange est devenu un concurrent très sérieux avec son service de banque en ligne. Le Crédit Agricole réfléchit donc à une riposte et pourrait commencer par changer d'opérateur. Le Crédit Agricole est un très gros client d'Orange.

La concurrence c'est bien, mais quand Orange ne cache plus son ambition de déborder de la téléphonie mobile pour faire de la banque, et donc faire concurrence aux banques, rien ne va plus.

Les banquiers veulent bien être clients de Xavier Niel, Martin Bouygues, Stéphane Richard ou Mario Draghi, mais pas les dindons de la farce qu'on viendrait plumer avec la 4G. Si l'argent apporté par les banques clientes à Orange servent à financer des investissements qui lui permettent de développer son secteur bancaire, rien ne va plus. **Or, l'opérateur ne cache plus son ambition de faire de la banque, des dépôts et des crédits. Il s'équipe en banque digitale, il embauche des ténors du digital.**

Dès lors, plus question de faire des cadeaux à qui que ce soit. Le Crédit Agricole aurait demandé des devis à SFR pour changer de fournisseur.

Les hostilités qui se préparent entre Orange et le Crédit Agricole vont s'étendre à tous les acteurs.

Les deux activités sont finalement très proches. La banque et l'opérateur font grosso modo le même métier, ils transportent de l'information pour le compte du client. La banque et l'opérateur sont en fait d'énormes systèmes informatiques. La banque et l'opérateur ont les mêmes clients.

A la limite, rien n'empêcherait un opérateur d'enregistrer le détail des flux d'argents de son client et une banque de faire le checking des consommations mobiles. La meilleure preuve, c'est le développement des paiements sans contact, sans cartes de crédit, mais avec un seul smartphone. L'opérateur de téléphone comme le banquier peuvent très bien gérer le service et le système. Ça va être, là encore, la guerre.

Les banquiers ont une base clients tellement vaste mais détaillée qu'ils peuvent très bien s'ouvrir à toutes les formes de commerce. Les banquiers vendent de l'argent sous toutes ces formes, des crédits, des rentes, des assurances, ils peuvent aussi vendre des voyages, des voitures, etc. La banque moderne est un hypermarché. La banque moderne est aussi devenu très vite un hypermarché digital.

L'opérateur téléphonique est lui aussi capable de se transformer en hypermarché digital. Son client, il le connaît. Il sait ce qu'il consomme, avec quel argent. Il sait aussi quel magasin il fréquente, et quelle voiture il utilise.

La seule vraie différence entre l'opérateur et le banquier dans sa relation au client, c'est le rapport de confiance **Est-ce que je peux avoir confiance dans Free, Orange, Bouygues, ou SFR pour gérer mon argent ? C'est la seule et vraie question.**

Par les temps qui courent avec des banques qui ne réussissent pas à protéger leur image de crédibilité et de solidité, on peut presque dire que les opérateurs de mobile ont un boulevard devant eux pour développer leurs ambitions.