



Jean-Pierre Hun  
Directeur général d'Extenso Telecom

**E**xtenso Telecom, grossiste filiale de Bouygues Telecom, continue sur sa lancée des dernières années, profitant même début 2011 d'une croissance fulgurante due grâce à « l'effet TVA » [Bouygues Telecom étant le premier opérateur à dire qu'il ne répercuterait pas la hausse de cette taxe auprès de ses clients]. Ajouté au développement de son activité avec Virgin Mobile (et de sa campagne AVT, pour arrêter

## Grossiste

### EXTENSO PERFORME SUR TOUS LES FRONTS

de vous faire tondre), cela a permis à Jean-Pierre Hun, le patron du grossiste, de se positionner « comme le grossiste qui amène les opérateurs qui disent non. Cela a eu un très fort impact, explique-t-il, la croissance s'est développée chez Bouygues Telecom et chez les MVNO, car les consommateurs ont compris qu'il y a des opérateurs qui verrouillent leurs clients ».

Les MVNO, Extenso n'a pas fini d'en parler, puisque le grossiste est à la pointe de l'intégration des nouveautés qui arrivent sur le marché. Après le gros succès remporté par Lebarra Mobile, Extenso va distribuer un autre nouvel entrant, Lycamobile, un MVNO ethnique qui se lance sur le réseau Bouygues Telecom, ainsi que SIM+ (MVNO low cost sur le réseau SFR), et Symacom (MVNO ethnique-communautaire) sur le réseau Orange.

« Il y a un vrai business ethnique en France, opine Jean-Pierre Hun, nous nous attendons de un gros succès ». Symacom en particulier, propose une offre de démarrage extrêmement simple et abordable : il s'agit d'un colis avec 4 packs prépayés et 10 cartes SIM, qui repré-

sente quelques dizaines d'euros à peine.

Par ailleurs, la diversification se poursuit, avec une offre d'assurance améliorée début janvier et un nouveau partenariat sur le rechargement universel d'offres dématérialisées avec Ingenico, qui s'ajoute à celui déjà conclu avec SRD.

Côté terminaux, Extenso a intégré quelques nouvelles références, dont MTT, une marque de mobiles durcis, ainsi que des terminaux d'entrée de gamme sous la marque Polaroid (un développement en licence de marque associé à un sourcing chinois). Extenso a aussi rencontré Huawei, mais les discussions ne sont allées bien loin.

Dans les chantiers toujours en cours, Extenso est en train de rénover son site web, ainsi que celui de l'enseigne Phoneo. Cette dernière continue son développement (215 magasins à date), en s'appuyant sur les offres mobiles comme sur les offres d'accès à Internet. La BBox Fibre y est particulièrement poussé, et le grossiste se pose même la question de vendre des téléviseurs. Affaire à suivre... ■