

## Ello Mobile lanceert bellen met sociaal engagement

**Ello Mobile zette vandaag een nieuw mobilofoniemerken in de Belgische markt. De winsten die het bedrijf genereert, gaan integraal naar sociale projecten.**

(tijd) - Ello Mobile is een mobiele virtuele netwerkoperator die via de tussenpartij United Telecom gebruik maakt van het Base-netwerk. 'Bij Proximus en Mobistar pasten we niet in hun strategisch plaatje. En Base heeft al jaar en dag ervaring met mobiele virtuele netwerkoperatoren (MVNO). De andere operatoren niet', zei Ello-medestichter Serge Van de Zande op de persconferentie.



Bellen kost EUR 0,29 per minuut en voor een sms betaal je EUR 0,12. Het zijn all-in tarieven onafhankelijk van het tijdstip waarop en naar welk netwerk je belt. Er zijn geen extra kosten voor activering, connectie en het gebruik van de voice-mail. 'Wie belt of sms't, steunt een sociaal project die hij zelf kan kiezen op [www.ello-mobile.be](http://www.ello-mobile.be)', duidde Van de Zande de slogan 'let your heart speak'.

Het business model van Ello is 100 procent web-based: alle administratie en communicatie van en met de klanten verloopt via de website. 'Op die manier worden de kosten gedrukt en is er meer winst voor de sociale projecten', zei medestichter Serge Van de Zande op de persconferentie. Ello mag dan een commercieel bedrijf (bvba) zijn, alle winst gaat integraal naar sociale projecten die het bedrijf samen met onafhankelijke experts van de Koning Boudewijnstichting selecteert. Waarom koos het dan niet voor het statuut van een vzw? 'Als vzw week je nooit EUR 100.000 tot 200.000 los bij de bank. En dat bedrag hadden we toch nodig om het bedrijf op te starten', aldus Van de Zande.

### 'Mooie dingen'

Ello richt zich in eerste instantie naar de particulieren. Vanaf september kunnen ook bedrijven registreren. Ello rekent tegen 2009 op 100.000 actieve bellers, goed voor 1,15 procent van de Belgische gsm-populatie. Dat aantal zorgt jaarlijks voor minstens EUR 8,1 miljoen die naar sociale en non-profitprojecten vloeit. 'Je verandert er de wereld niet mee, maar er kunnen niettemin mooie dingen mee worden gerealiseerd', zei Van de Zande. Geïnteresseerden kunnen vanaf vandaag op de website klant worden van Ello. Zij behouden hun huidige gsm-nummer.

De projecten focussen op de verbetering van de levensomstandigheden van (kans)arme of getroffen bevolkingsgroepen, het overbruggen van de digitale kenniskloof, de vorming van jongeren, het beschermen van ecologische systemen en het respect voor de mensenrechten. Ello heeft momenteel al zes specifieke projecten geselecteerd. De klanten/bellers kunnen op de website kiezen welk project ze wensen te steunen. Het gaat onder meer om de bescherming van de regenwouden van Sumatra. Elke EUR 2,17 van de klant is goed voor de vrijwaring van 100 vierkante meter tropisch regenwoud. Een ander project gebruikt per week EUR 19 om het isolement van langdurige zieke kinderen te doorbreken.

### 'Sociale marketing'

Eind dit jaar verwacht Ello 12.500 klanten en een investeringsbedrag van om en bij de EUR 59.000 voor de projecten. Eind 2007 bedragen die cijfers respectievelijk 46.000 en EUR 1,5 miljoen, tegen 82.000 en EUR 4 miljoen eind 2008. Midden 2009 wil het bedrijf over een kritische massa van 100.000 bellers beschikken die samen goed zijn voor een investeringsbedrag van EUR 8,1 miljoen of geconsolideerd EUR 13,8 miljoen.

Achter Ello Mobile zitten drie partners van het marketingbedrijf Luon dat drie jaar geleden met 'sociale marketing' van start ging. Joeri Uyttendaele gaat Ello Mobile leiden. Uyttendaele werkte vroeger onder meer voor Codenet, BT, Yucom en DNS België. Drie jaar geleden begeleidde hij de nummeroverdraagbaarheid van de vaste en mobiele telefoonnummers.

17:17 - 13/06/2006  
Copyright © Tijd.be