

## **Deloitte distingue les 10 principales tendances du secteur des télécommunications en 2009**

**Neuilly-sur-Seine, le 17 mars 2008** – Pour la huitième année consécutive, Deloitte livre, dans « Technology, Media & Telecommunications Predictions - Trends 2009 », sa vision des tendances de l'année dans le secteur. A partir de recherches et de l'expérience de ses 6 000 experts, de ses clients, d'analystes et d'acteurs mondiaux du secteur, Deloitte dégage les 10 tendances suivantes : téléphones intelligents : comment rester malin en période de crise ; les données clients montent du sous-sol à la salle du conseil ; la communication numérique brouille son message de productivité ; la réponse des opérateurs à la désintermédiation : l'ouverture « d'application stores » ; l'intégration technologique libère enfin la convergence sur le téléphone mobile ; au revoir, téléphone mobile, bonjour terminal sans fil ! ; les téléphones intelligents dévorent la bande passante ; la télévision mobile ne fait pas recette ; mutualisation des réseaux : la fibre optique change les règles de la concurrence ; l'Europe fait pression sur les coûts de terminaison mobile : trop loin ou trop rapide ?

Détails sur ces 10 tendances :

### **1. Téléphones intelligents : comment rester malin en période de crise**

La crise économique risque de ralentir l'essor des téléphones intelligents dont les ventes ont progressé de 35% en 2008. Pour réduire leurs coûts, les opérateurs mobile vont reconsidérer les subventions offertes aux clients en contrepartie d'abonnements de longue durée. Mais attention : si le coût d'acquisition d'un abonné smartphone est en moyenne double de celui d'un abonné classique, le trafic données du premier est également double de celui du second ! Il est probable qu'en temps de crise le consommateur soit réticent à s'engager pour une durée et revienne à des téléphones plus basiques. Fabricants et opérateurs devront donc s'attacher à proposer des téléphones intelligents offrant des prestations tangibles que le consommateur perçoit et est prêt à payer.

### **2. Les données montent du sous-sol à la salle du Conseil**

Les informations clients sont depuis longtemps un actif critique des opérateurs de télécommunication mais, jusqu'à présent, leur collecte et leur conservation occultaient complètement leur exploitation. En ces temps difficiles, ces données peuvent aider les opérateurs à conserver et gagner des clients. Ce peut être pour faire évoluer son image d'excellence technologique vers l'excellence en service. Ces informations devraient également être essentielles pour élargir l'offre, par exemple la télévision via internet, ou apporter une réponse plus rapide à des phénomènes émergents comme la VOD partagée. Pour leur donner toute leur importance, les opérateurs pourront nommer un « directeur exécutif – informations », en veillant au respect d'un cadre réglementaire de plus en plus attentif aux conditions de conservation et d'exploitation de données personnelles.

### **3. La communication numérique brouille son message de productivité**

Sur-utilisée, la messagerie électronique tend à perdre son statut d'outil de productivité. Les analystes estiment qu'en 2009 un salarié contrôlera sa boîte de réception plus de 50 fois par jour et enverra quotidiennement plus 160 mails. Cela lui prendra en moyenne 2 heures par jour et créera 20 Mo de données que le département informatique devra stocker. Devant cette avalanche, certaines entreprises ont mis en place des « journées sans mails » et des opérations de nettoyage forcé de la messagerie. Dans le même souci d'économie et de productivité, certaines ont interdit l'accès aux réseaux sociaux. En réponse, les réseaux sociaux pourront offrir des solutions d'entreprise en marque blanche permettant à l'entreprise de bénéficier de leurs fonctionnalités de collaboration et de partage d'information.

### **4. La réponse des opérateurs à la désintermédiation : l'ouverture « d'application stores »**

Les opérateurs mobile sont depuis longtemps soucieux de la désintermédiation, c'est-à-dire l'apparition de tiers dans leur relation, au départ exclusive, entre eux et leurs clients. Mais en 2009, les utilisateurs de téléphones mobiles devraient télécharger plus de 10 milliards d'applications diverses, le plus souvent de sites opérés par des fabricants de mobiles, ou de biens de consommation électroniques ou de sociétés de logiciel. S'il est peu probable que les opérateurs perçoivent un revenu direct de téléchargement d'application de tiers, ils ont plusieurs options pour tirer partie de ces téléchargements : soutien logistique, gestion du transfert des applications d'un mobile à un autre, services spécialisés aux sites/magasins des tiers, comme la gestion des achats d'application ou la

facturation des clients. Ils peuvent aussi ouvrir leurs propres sites à partir desquels des applications pourront être téléchargées.

### **5. L'intégration technologique libère enfin la convergence sur le téléphone mobile**

La promesse de l'intégration de fonctions multiples sur le téléphone mobile s'est longtemps fait attendre, les consommateurs recherchant des performances haut de gamme devant se résigner à s'équiper de plusieurs appareils. 2009 pourrait voir la convergence arriver à bon port : la baisse des prix de revient et la miniaturisation des composants mais surtout la meilleure intégration technologique pourraient conduire à ce que le téléphone mobile offre au consommateur un meilleur prix de revient que la somme des appareils séparés, sans compromis sur la performance technique. « *Il reste que l'accumulation de capacités techniques ne garantit pas le succès,* » remarque Etienne Jacquemin, associé Deloitte en charge des TMT « *et les fabricants, de concert avec les opérateurs mobiles, doivent s'assurer que ces fonctionnalités supplémentaires sont « monétisables »* ».

### **6. Au revoir, téléphone mobile, bonjour terminal sans fil !**

2009 doit voir le téléphone mobile muer d'un outil dédié à la communication via des réseaux cellulaires vers un véritable terminal sans fil. Pour la première fois en effet, des puces monocouche, intégrant 5 ou plus technologies sans fil, offriront des capacités de communication à courte, moyenne ou longue distance, naviguant sur de multiples réseaux différents. Qui plus est, le coût de ces puces pourrait tomber sous les 2\$ l'unité [OK ?]. Tous les acteurs de l'industrie des mobiles doivent déterminer l'impact de ces puces bon marché et multistandards. Pour les fabricants et les opérateurs, la justification économique de l'intégration de technologies sans fil dans toute une série de terminaux, et pas seulement des mobiles dédiés à la voix, est maintenant sans doute plus forte. L'industrie doit se demander quels terminaux, les ordinateurs portables par exemple, doivent être dotés de capacités de communication sans fil multistandards. Les opérateurs mobile doivent déterminer s'ils veulent rester focalisés sur la communication cellulaire longue distance ou s'ils doivent devenir intégrateur de multiple standards sans fil, en déterminant comment monétiser cette prolifération de technologies, en particulier s'ils en subventionnent l'inclusion dans les mobiles proposés aux clients.

### **7. Les téléphones intelligents dévorent la bande passante**

La très forte croissance du haut débit sur mobile met les réseaux à l'épreuve, et les besoins d'investissements vont rapidement devenir considérables. Dans un premier temps, les opérateurs s'attacheront à re-router le trafic du cellulaire vers les autres réseaux, comme le WiFi ou le haut débit fixe. Ils vont également amplifier les accords de partage de réseaux entre eux. Ils devront aussi reconsidérer leur offre, en particulier les offres illimitées, quand on sait qu'un utilisateur haut débit consomme autant de bande passante que 1000 utilisateurs voix, alors qu'un mégabit de haut débit rapporte en moyenne... 60 fois moins qu'un mégabit de voix ! Ils devront enfin veiller au gap entre la promesse d'une capacité maximale théorique et la réalité de la capacité réellement offerte, générateur de frustration des clients, voire de contentieux.

### **8. La télévision mobile ne fait pas recette**

Regarder la télévision sur l'écran de son téléphone est techniquement tout à fait possible mais ce « troisième écran » séduit en fait peu de consommateurs, pour des raisons de coût et de confort. Après une année 2008 décevante, le désamour pour la télévision mobile pourrait s'accroître en 2009, du fait du contexte économique, et un certain nombre de fournisseurs de services de télévision mobile disparaîtront en 2009, faute de trouver leur marché. Mais, à défaut d'être un bon récepteur de programmes longs, les mobiles peuvent être un outil privilégié pour en améliorer l'usage, comme un terminal de paiement de VOD. Les chaînes peuvent également les utiliser pour fidéliser le téléspectateur et tisser avec lui une relation plus étroite, par exemple en lui envoyant des informations personnalisées sur les programmes, sous forme de SMS ou de « teaser » vidéo.

### **9. Mutualisation des réseaux : la fibre optique change les règles de la concurrence**

Dans un contexte de pression croissante sur les opérateurs de réseaux fixes pour déployer la fibre optique, se pose la question de la pérennité d'un modèle de concurrence par les infrastructures. Si ce modèle peut sembler avoir bénéficié aux clients, quand le financement était accessible et bon marché, et le marché en forte croissance, la duplication des réseaux qui en résulte n'apparaît plus supportable. Le modèle d'un réseau unique avec propriété partagée et accès possible pour des tiers peut s'imposer. Les opérateurs doivent en tirer les conséquences, en termes d'opportunités et de défis : les coûts des infrastructures et les risques associés seront réduits, mais les opérateurs devront se

différencier sur d'autres éléments, comme les services. Ils devront travailler avec les gouvernements et les régulateurs pour gérer cette transition et clarifier les règles du jeu.

#### **10. L'Europe fait pression sur les coûts de terminaison mobile : trop loin ou trop rapide ?**

Les coûts des terminaisons d'appels mobile ont traditionnellement en Europe été plus élevés que pour le fixe (de 2 à 18 centimes d'euros contre 1 centime d'euro), les opérateurs arguant des investissements à faire et du coût des licences. En juin 2008, la Commission européenne a demandé aux opérateurs de réduire ces coûts refacturés de 70% en 3 ans. Les opérateurs perdants doivent trouver d'autres sources de revenus, comme les données, pour compenser les pertes sur la voix. Ceux qui pensent être gagnants devront prendre en compte les attentes des clients, qui veulent voir leurs factures baisser.

**Étude disponible sur demande à [nuafonso@deloitte.fr](mailto:nuafonso@deloitte.fr) et Eric Chauvelot [eric@rumeurpublique.fr](mailto:eric@rumeurpublique.fr)**

#### **A propos de Deloitte en France**

Deloitte mobilise des compétences diversifiées pour répondre à l'éventail des services attendus par ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs – des grandes entreprises multinationales aux micro-entreprises locales, en passant par les entreprises moyennes.

En France, les 6 300 collaborateurs et associés incarnent le dynamisme et la réussite de la firme par leur engagement auprès de leurs clients et leur souci permanent de garantir l'excellence des prestations qu'ils assurent. Celles-ci couvrent une palette d'offres très large : audit, conseil et risk services, juridique et fiscal, expertise comptable et corporate finance, conformément à la stratégie pluridisciplinaire de Deloitte et suivant une démarche éthique.

Pour en savoir plus, [www.deloitte.fr](http://www.deloitte.fr)

#### **A propos de Deloitte dans le monde**

Deloitte fournit des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du consulting et du corporate finance, à ses clients du secteur public ou privé, de toutes tailles et de toutes activités. Fort d'un réseau de firmes membres dans 140 pays, Deloitte allie des compétences de niveau international à des expertises locales pointues afin d'accompagner ses clients dans leur développement partout où ils opèrent. Nos 165 000 professionnels sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

Les collaborateurs et associés de Deloitte sont unis par les mêmes engagements, fondés sur l'éthique professionnelle, les services à forte valeur ajoutée, le respect de l'individu et la richesse issue de leur diversité culturelle. Ils évoluent dans un environnement de travail favorable qui leur fait bénéficier d'une formation continue, de projets professionnels ambitieux et d'opportunités de carrière enrichissantes. Chaque professionnel de Deloitte contribue à renforcer l'engagement citoyen de la firme, à construire la confiance des marchés et à laisser une empreinte positive à toutes les actions entreprises.

Deloitte fait référence à Deloitte Touche Tohmatsu, un Verein suisse (association), et à son réseau de cabinets membres qui sont chacun constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu et de ses cabinets membres, consulter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about)

**Eric CHAUVELOT** | Manager | RUMEUR PUBLIQUE

Dir.+ 33 (0)1 55 74 52 14 | ! Mob.+ 33 (0)6 80 58 38 48

2, rue René Bazin - 75016 Paris

<http://www.rumeurpublique.fr/>