

Pour tirer les usages de l'Internet mobile, les opérateurs multiplient les offres de lancement en France | 1

Les offres d'accès illimité à l'Internet mobile se multiplient, les abonnés sont progressivement convaincus. Reste aux opérateurs à développer le marché des contenus pour l'Internet mobile, qu'ils soient payants ou financés par la publicité, afin d'augmenter leur revenu moyen par abonné.

Contradictoires en ce qui concerne l'Internet sur mobile, les chiffres sont soit décevants, soit résolument optimistes, ce qui témoigne d'un marché qui n'est pas encore parvenu à maturité. Ainsi, en octobre 2007, l'Afom (Association française des opérateurs mobiles) et TNS-Sofres réalisaient un sondage révélant que 9 % des Français consultent Internet sur leur mobile, soit 2 % quotidiennement et 7 % souvent. Le chiffre grimpe à 22 % pour les 12-24 ans, mais les usages peinent à se développer, la principale fonction de l'Internet mobile restant l'envoi de courrier électronique depuis les Blackberry. A l'inverse, le 10 décembre 2007, Médiamétrie publiait les résultats de sa deuxième vague du panel des « mobinautes » - les Français utilisateurs de l'Internet mobile -, annonçant que le cap des 10,7 millions de Français mobinautes était franchi au troisième trimestre 2007, soit 26,9 % des utilisateurs de téléphones mobiles. Par ailleurs, en plus de la communication par *e-mail* (courriel) et de la messagerie instantanée, la télévision sur mobile était en progression, passant de 17,9 % d'utilisateurs en mai-juin 2007 à 20 % en septembre-octobre de la même année.

Cette progression traduit-elle un véritable engouement des Français pour l'Internet mobile ? Suffira-t-elle à rentabiliser les 3 milliards d'euros investis par les opérateurs dans le déploiement de leur réseau de troisième génération (3G) ? Si l'on considère qu'une technologie est adoptée quand son taux de pénétration atteint les 40 % de la population, la réponse risque d'être négative, à moins que les nouvelles offres d'Internet mobile et le lancement prévu de la télévision mobile personnelle (TMP) en 2008 n'inversent la tendance et favorisent l'apparition de nouveaux usages et un véritable engouement des Français pour le multimédia mobile.

En effet, depuis novembre 2007, le marché français connaît une véritable révolution avec le lancement de l'iPhone par Orange, des forfaits Illymithics de SFR et plus récemment l'accès gratuit à ses *e-mails* par Bouygues Telecom.

Apple a lancé en France l'iPhone le 29 novembre 2007 un téléphone multimédia équipé d'un écran tactile. Révolutionnaire dans son design et son ergonomie, l'iPhone reste cependant un téléphone mobile de deuxième génération, qui permet de se connecter à Internet en WiFi et qui, moyennant un prix d'achat élevé et un forfait mensuel conséquent (399 euros à l'achat pour un abonnement compris entre 49 et 119 euros par mois), offre un volume d'un gigaoctet de transmission et cent heures de connexion. En comparaison, l'offre de SFR se veut beaucoup plus attrayante sur le plan technique et financier, constituant une réponse au succès annoncé de la marque Apple sur le marché du mobile.

Avec son offre Illymithics, lancée le 14 novembre 2007, quelques jours avant la sortie de l'iPhone, SFR propose des forfaits mobiles avec Internet illimité en haut débit, c'est-à-dire pour des téléphones 3G+,

accompagnés de l'accès à un nombre important de services gratuits. Avec cette offre, initialement réservée aux premiers 100 000 abonnés, SFR compte tirer l'usage du multimédia mobile en France, convaincu que son offre répond sous plusieurs aspects aux carences actuelles du marché de l'Internet mobile. SFR revendique quatre atouts décisifs : l'accès à des capacités de réseaux suffisantes, une véritable offre de services, notamment une offre illimitée de contenus, des prix compétitifs et des terminaux adaptés. Le forfait le plus cher, à 69 euros par mois pour cinq heures de communication « voix et visio », donne ainsi accès à 90 chaînes de télévision et au catalogue d'Universal Music.

Mais c'est finalement sur le créneau des terminaux que l'offre de SFR concurrence directement celle d'Apple. En effet, SFR a annoncé, à l'occasion du lancement de ses forfaits Illymithics, une alliance avec cinq grands constructeurs mondiaux, Nokia, Samsung, HTC, LG et Sony-Ericsson, qui proposent tous des terminaux haut de gamme adaptés à la 3G. Une manière pour les constructeurs historiques de répondre à Apple en termes de prix, en termes de gamme, mais également sur le modèle économique adopté. En effet, SFR ne reversera pas une partie de ses recettes aux fournisseurs de terminaux, lesquels pourront être subventionnés, quand Orange reverse quelque 30 % de ses recettes à Apple sans pouvoir subventionner l'iPhone. Les uns jouent donc la carte de la démocratisation du haut débit mobile quand les autres jouent celle de l'image de marque et d'une forme d'élitisme.

Ainsi, les chiffres peuvent paraître décevants pour Orange, qui commercialise l'iPhone en exclusivité. Début avril 2008, Orange confirmait avoir écoulé 100 000 iPhone, un chiffre avancé dès les prévisions initiales, mais espéré fin 2007, alors que SFR avait déjà vendu, fin janvier 2008, 250 000 forfaits Illymithics, bien au-delà des 100 000 forfaits annoncés pour le lancement de l'offre. Cette guerre des chiffres entre le numéro un et le numéro deux de la téléphonie mobile en France traduit au moins l'actuel engouement pour la 3G, qui décolle enfin en France, alors que les prévisions les plus optimistes l'annonçaient dès 2002, une fois les licences UMTS acquises aux enchères ! Ainsi, SFR comptait fin janvier 2008 quelque 4 millions de clients 3G+, avec des usagers utilisant désormais les services mobiles proposés, le trafic de données sur les réseaux du groupe ayant triplé depuis le lancement des forfaits Illymithics. A cet égard, l'Internet mobile semble, sous bien des aspects, reproduire avec cinq ans d'écart le modèle économique qui a fait le succès des offres illimitées sur Internet.

Mais l'éducation du marché sera encore longue, les usagers devant s'approprier des nouveaux services sur un terminal jusqu'ici essentiellement réservé aux communications téléphoniques et SMS. Conscient de ces potentiels obstacles à l'adoption de l'Internet mobile, Bouygues Telecom, pionnier dans ce secteur avec l'iMode, lancé fin 2002, a franchi récemment une étape en anticipant la disparition du SMS au profit de l'*e-mail* sur mobile. Le troisième opérateur mobile français propose, depuis le 2 avril 2008, la réception gratuite et illimitée des *e-mails*, si leur taille est inférieure à 300 Ko, auprès de tous ses clients équipés de téléphones mobiles compatibles. Les usagers peuvent ainsi conserver leur adresse électronique habituelle, celle utilisée sur l'Internet « fixe », sans devoir passer, comme auparavant, par une adresse iMode spécifique.

Au-delà des services d'accès et de communication standard, à l'instar de l'*e-mail*, l'enjeu se focalise sur les offres de contenus pour l'Internet mobile. En effet, si ce dernier suit la voie des offres fixes *triple play*, la marge des opérateurs dépendra essentiellement, à terme, moins du transport des données que de la facturation de services supplémentaires. Et chacun l'a compris qui se positionne sur ce marché du futur.

Sources :

- « L'Internet sur mobile ne décolle toujours pas », Florence Puybareau, *La Tribune*, 18 octobre 2007.
- « Grande offensive de SFR dans l'Internet mobile », Florence Puybareau, *La Tribune*, 7 novembre 2007.
- « iPhone : la contre-attaque de SFR face à Orange », Marie-Cécile Renault, *Le Figaro*, 7 novembre 2007.
- « L'Internet sur téléphone mobile devient moins cher et plus facile », Joël Morio, *Le Monde*, 14 novembre 2007.
- « SFR : près de 40 000 forfaits Illimythics vendus en quatorze jours », AFP in tv5.org, 28 novembre 2007.
- Panel de mobinautes - L'audience de l'Internet mobile. Communiqué de presse, Médiamétrie, Levallois, 10 décembre 2007.
- « Orange annonce avoir vendu 70 000 iPhone en un mois », *Les Echos*, 4 janvier 2008.
- « L'iPhone d'Apple n'a pas écrasé la concurrence en France », Guillaume de Calignon et Frédéric Schaeffer, *Les Echos*, 10 janvier 2008.
- « Orange a vendu 90 000 iPhone à fin janvier », AFP in tv5.org, 6 février 2008.
- « L'Internet mobile va décoller grâce à l'e-mail », Delphine Cluny et Florence Puybareau, *La Tribune*, 22 février 2008.
- « SFR convertit en masse à l'Internet mobile », Delphine Cluny, *La Tribune*, 23 février 2008.