

Etude Idate : croissance modérée des TIC pour le grand public

Par *admin*

Créé le 25/05/2005 - 23:00

Etude Idate : croissance modérée des TIC pour le grand public

Mercredi, 25/05/2005 - 22:00 [0 commentaire](#)

- [Diminuer la police](#)
- [Augmenter la police](#)
- [Imprimer](#)
- [Version PDF](#)

•

- [Tweeter](#)

•

•

0 avis :



[zoom](#)

Selon la dernière étude de l'Idate "Use-IT", le marché des services TIC grand public offre des perspectives de croissance modérées de 1,6 % en moyenne jusqu'en 2010 : les ménages français dépensent actuellement 110 euros par mois pour les services TIC (téléphonie fixe et mobile, accès Internet, services sur Internet, TV payante, vidéo, musique, jeux), et y consacreront 121 EUR par mois en 2010. Le budget télécom (transport et voix) reste majoritaire par rapport au budget relatif au contenu, qui représente seulement 30 % du budget en 2004. Cependant la part des contenus devrait s'accroître, notamment sous l'impulsion des services de données sur mobile (MMS, vidéo, musique, jeux, TV).

Les services mobiles comme principal moteur de la croissance

Les mobiles sont le principal moteur de la croissance, et représenteront presque la moitié du budget des services TIC en 2010. Les français sont encore relativement peu équipés en mobile par rapport aux autres pays européens (66 % de taux de pénétration en France), et les marges de progression sont significatives sur ce marché. D'autre part, le lancement de services de données mobiles, tels que l'accès à Internet, la musique, la vidéo ou la TV, vont contribuer à augmenter la dépense moyenne.

La voix fixe : un marché en déclin

Parallèlement, la voix fixe va continuer à décliner, tout d'abord en raison de la substitution fixe-mobile : actuellement, 15 % des foyers n'ont plus de ligne fixe, et communiquent uniquement grâce au mobile ; L'Idate estime que ce taux passera à 29 % en 2010. D'autre part, la hausse du prix de l'abonnement ne suffira pas à compenser les baisses de tarifs sur les communications. Enfin, les offres de voix sur IP, couplées ou non avec un accès Internet, vont se généraliser sous forme de forfaits ; elles viendront directement concurrencer les offres de voix sur réseau commuté, et diminueront les revenus sur la voix fixe.

En route vers le foyer numérique

Du côté audiovisuel, les lecteurs DVD de salon, le Home Cinéma, les TV 16/9ème ont connu une progression exceptionnelle en un an dans les foyers français. Avec la baisse des prix, les lecteurs DVD sont devenus des biens de consommation courante, et équiperont maintenant plus d'un foyer sur deux. A terme, les lecteurs DVD enregistreurs intégrant un disque dur faciliteront le stockage et permettront un accès direct aux contenus. Enfin, la diffusion des appareils photo et caméscopes numériques s'accélère, générant ainsi de nouveaux usages de gestion et de personnalisation des contenus.

La TV payante : un marché stimulé par de nouvelles voies d'accès, mais une croissance ralentie par la saturation du marché et le développement des chaînes gratuites.

Le lancement de nouvelles voies d'accès pour la télévision, à savoir l'ADSL et la TNT, s'inscrit dans un contexte de ralentissement de la croissance du marché de la TV payante qui commence à approcher de la saturation. Cependant, il est probable que ces nouveaux modes d'accès vont stimuler la demande, en particulier pour les foyers mal desservis par le satellite et le câble (en habitat collectif notamment). Parallèlement, et c'est une petite révolution dans le paysage audiovisuel français, la TNT et l'ADSL vont étendre l'offre de télévision en clair : 7 nouvelles chaînes en clair pour la TNT lors de son lancement, plus 8 nouvelles chaînes à terme, une centaine de chaînes gratuites chez Free par exemple.

Cet élargissement de l'offre en clair risque de pénaliser le marché de la TV payante. En effet, le téléspectateur, face à un large choix de chaînes en clair, aura du mal à discerner la véritable valeur ajoutée des chaînes payantes : dans l'enquête menée à l'occasion de l'étude, 30% des abonnés à une offre de TV payante déclarent vouloir résilier leur abonnement s'ils disposent d'une vingtaine de chaînes thématiques gratuites. C'est également ce dont témoigne le marché allemand, où l'offre de télévision en clair quasi-gratuite est très riche, et où le marché de la TV payante n'a jamais vraiment réussi à décoller.

Internet : une entrée dans le marché de masse, avec des disparités d'usages

Le marché de l'Internet est en passe de devenir un marché de masse : plus d'un quart des foyers français disposent d'un accès Internet (soit 7 millions de foyers), et près d'un français sur deux utilise Internet, que ce soit à domicile, chez des amis, au travail, ou dans des lieux d'études (soit 27 millions d'individus).

La montée en puissance du haut débit, comme voie d'accès à de nouveaux services sur Internet

L'année 2004 aura été marquée par la montée en puissance du haut débit, et il y a aujourd'hui davantage de foyers connectés en haut débit qu'en bas débit. Le débit lui-même a fortement augmenté : les offres basiques sont maintenant à 8 Mbps, et Free propose même du 20 Mbps. A l'horizon 2010, nous estimons que tous les foyers connectés le seront en haut débit. Cette montée en puissance des débits offre de nouvelles perspectives pour les services sur Internet, notamment pour les contenus audiovisuels

qui nécessitent des débits importants.

Des nouveaux services couplés à l'accès : vers le " quadruple play " ?

Au-delà du débit, en constante augmentation, les services associés à l'accès constituent un levier décisif pour maintenir l'ARPU et fidéliser les abonnés. La voix sur IP est actuellement le service le plus attractif du point de vue de la demande, puisque 12 % des internautes l'utilisent déjà, et près de la moitié se déclarent intéressés par cette offre. La télévision représente également un autre vecteur de croissance pour les fournisseurs d'accès.

[ITRM](#)

Noter cet article :

Recommander cet article :

-
- [Tweeter](#)
-

- **Nombre de consultations :** 134
- **Publié dans :** [Economie](#)
- **Partager :**
 - [Facebook](#)
 - [Viadeo](#)
 - [Twitter](#)
 - [Wikio](#)

[Economie](#)

URL source: <https://www.rtflash.fr/etude-idade-croissance-moderée-tic-pour-grand-public/article>