

The Phone House

Le choix de la liberté.

Développement de l'Internet mobile, 4ème licence 3 G, projet de loi sur la répression du téléchargement illégal : les positions du PDG de The Phone House, Jean-Pierre Champion.

Suresnes, le 6 octobre 2008 - Jean-Pierre Champion a commenté jeudi 2 octobre devant la presse les principaux résultats du 2ème Observatoire du multimédia et des nouvelles technologies The Phone House-BVA.

- **Le renforcement de la concurrence sur le marché français de la téléphonie mobile.** Alors qu'à peine plus d'1/3 des français estiment que les opérateurs mobiles jouent pleinement le jeu de la concurrence, le PDG de The Phone House a pris clairement position pour un renforcement de la concurrence par l'ouverture de l'accès des opérateurs virtuels (MVNO) aux infrastructures des réseaux existants. Il a estimé que l'investissement dans un 4ème réseau 3G serait inutile, compte tenu des capacités des réseaux existants, dommageable sur un plan environnemental et inefficace pour faire baisser les prix.
- **La généralisation de l'usage d'internet**, mise en valeur par l'étude BVA (près de 3 millions de personnes de plus en 1 an connectées à Internet depuis leur domicile) : c'est un constat partagé par The Phone House qui a connu en 1 an une forte progression de ses ventes de connexion ADSL et conquis sur ce segment la même part de marché en volume (4 %) que sur le marché de la téléphonie mobile, son métier de base. Cette part de marché est de 8% en valeur.
- **L'intérêt des français pour les PC ultraportables** - selon BVA, l'ordinateur mobile intéresse près d'un français sur 10 - et plus globalement pour l'Internet mobile : Jean-Pierre Champion a précisé que les smartphones, comme les iPhone ou les Blackberry, représentaient aujourd'hui environ 30 % de la marge brute de The Phone House contre 5 % il y a deux ans.
- Il a estimé à cet égard qu'il était impératif pour **le développement de l'internet mobile** que les opérateurs mobiles proposent de vraies offres d'internet illimité à des conditions comparables à celles des offres ADSL, soit 29,90 € par mois. Une offre qui répond à une attente forte des français : selon l'observatoire BVA- The Phone House, 70 % des français estiment que les opérateurs mobiles survendent ou enjolivent un peu les choses en présentant comme « illimité » des offres qui ne le sont pas vraiment.
- **Le développement des offres de contenus sur internet.** Le baromètre BVA-The Phone House témoigne d'une relative décrue du téléchargement illégal de musique en pourcentage d'utilisateurs d'internet et d'une proportion non négligeable d'adeptes du téléchargement légal. Pour le PDG de The Phone House, il est essentiel d'appuyer le développement de l'offre de musique légale par un dispositif légal adapté, qui interdise notamment l'usage des DRM en cas de téléchargement légal. Il a annoncé qu'à l'image du partenariat établi au plan international entre Nokia et le Groupe Carphone Warehouse, dont fait partie The Phone House; il négociait actuellement avec des constructeurs des accords pour distribuer des offres de contenus couplées à leurs terminaux. Il enfin annoncé le lancement d'un projet visant à l'ouverture en 2009 dans le réseau The Phone

House d'un nouveau concept de boutiques, le multimédia store, offrant à la fois de la téléphonie mobile, des PC et des contenus.

Les grandes tendances du deuxième observatoire du multimédia BVA-The Phone House

Pour la deuxième année consécutive, The Phone House présente les résultats de son observatoire des usages, attitudes et attentes des Français dans leur adoption des solutions multimédia :

- ✓ **Explosion de l'usage d'Internet et de l'équipement en ordinateurs portables.**
- ✓ **Décroissance significative des téléchargements illégaux.**
- ✓ **Désintérêt pour la TV sur Internet.**

L'objectif de cet observatoire annuel, réalisé à la fois auprès des Français lambda et des technophiles -catégories de population pionnières par leurs usages et leur attrait pour ces sujets- est de proposer un panorama des équipements, des usages, des attitudes et des comportements, mais aussi des perceptions et des opinions de ces deux catégories de population.

L'édition 2008 de l'Observatoire The Phone House-BVA permet de tirer de nombreux enseignements sur l'évolution des pratiques et des attentes des consommateurs en matière de nouvelles technologies.

1. Les grands sujets d'opinion

- ✓ Les Français sont assez partagés sur l'opportunité et l'intérêt d'Orange TV, avec à la fois des avantages et des inconvénients. Orange TV permet certes de favoriser la concurrence (52 %) mais n'est finalement pas très utile car il y a déjà beaucoup de chaînes qui retransmettent du foot et du cinéma (57 %).
- ✓ Problématique du pouvoir d'achat oblige, le potentiel d'intérêt pour « l'achat » de la TV sur le portable apparaît très faible (3 % des Français et 5 % des technophiles).
- ✓ Sans, cette fois, que l'impact budgétaire n'en soit la cause, la lecture sur le téléphone portable ne suscite pas plus d'enthousiasme a priori (3 % de potentiel auprès des Français et 5 % auprès des technophiles).
- ✓ Enfin, on note une inquiétude bien réelle sur le portable et la santé : les Français ne pensent pas être bien informés (seulement 35 % pensent l'être) sur le sujet et n'estiment pas que les opérateurs sont transparents (20 % seulement le pensent) avec les consommateurs.

2. Niveau et évolution des équipements et des usages : poursuite de l'explosion de l'Internet et de ses avatars, stabilisation sur le téléphone mobile

En l'espace d'un an, l'intérêt pour les nouvelles technologies a peu évolué pour les Français.

Pourtant leur adoption se poursuit :

- ✓ 82 % des Français disposent désormais d'un téléphone portable quel qu'en soit l'usage (personnel ou professionnel) ;
- ✓ 71 %, d'un ordinateur à domicile ou sur leur lieu de travail ;
- ✓ 64 %, d'une connexion Internet à domicile ou sur le lieu de travail ;

- ✓ 91 %, des personnes équipées d'Internet à domicile ont une connexion haut débit ou très haut débit ;
- ✓ 80 %, d'une ligne de téléphone dans le cadre de leur abonnement Internet.

Ainsi, les Français sont globalement mieux équipés et 44 % d'entre eux sont « technophiles » (+6 points par rapport à 2007).

Ce sont les équipements et usages tournant autour de l'ordinateur et de l'Internet bien plus que ceux relevant du téléphone portable qui ont explosé ces douze derniers mois :

- ✓ Les personnes équipées d'Internet à leur domicile ont progressé de 6 points en un an ;
- ✓ Plus des 9/10ème (91 %) de ces personnes bénéficient d'une connexion à haut ou très haut débit ;
- ✓ Huit sur dix (80 %), d'une ligne de téléphone passant par leur connexion Internet.

L'ordinateur portable avec 31 % de personnes équipées représente aujourd'hui près de la moitié du parc des ordinateurs (43 % pour être précis).

Plus novateur encore, des équipements autrefois confidentiels tendent à se généraliser, tels les clés 3G ou TNT (30 %)

Les jeunes (moins de 25 ans) sont particulièrement bien équipés : 100 % ont au moins un équipement multimédia, 87 % ont un équipement pointu du type WIFI, MP3, console de jeu ou GPS).

3. Pouvoir d'achat et pratiques nouvelles

Dans un contexte de pouvoir d'achat en baisse, le prix demeure l'attente n°1 en ce qui concerne les efforts souhaités de la part des distributeurs. 43 % souhaitent des produits au meilleur rapport qualité/prix.

S'ils ne concurrencent pas encore les vacances (46 %) ou les loisirs (32 %), comme poste de dépense prioritaire, les Français seraient prêts à augmenter à l'avenir, les produits multimédias (16 %) qui concurrencent clairement les produits vestimentaires (17 %) ou culturels (15 %).

Du côté de nouvelles pratiques des Français, le **potentiel de développement des courses par Internet apparaît dopé** par le besoin d'économiser de l'argent (prix de l'essence) en plus du gain de temps qu'il offre : 25 % des Français, et surtout 42 % des technophiles et 55 % des jeunes s'y déclarent prêts.

Autre sujet, à la croisée du gain d'argent et de temps via la mobilité, **l'accueil de nouveaux produits comme les ordinateurs mobiles ou ultraportables**. Avec 29 % d'intérêt et surtout 9 % de déclaration de potentiel d'achat (20 % seraient prêts à se renseigner), l'accueil du concept est assez encourageant. Il l'est logiquement encore plus auprès des technophiles (15 %), et évidemment surtout auprès des plus jeunes d'entre eux.

Enfin, la pratique du téléchargement illégal serait en décline : 4 % de réguliers (comme en 2007) mais une baisse de 13 % à 9 % des téléchargeurs irréguliers et une stabilisation des occasionnels (5 % en 2008 contre 6 % en 2007). Au total en 2008 le téléchargement illégal a touché 18 % des Français contre 23 % en 2007. Ce phénomène de décline est logiquement encore plus marqué auprès des publics les plus connectés, à savoir les technophiles : 33 % en 2008 contre 45 % en 2007.

- a) Le téléchargement légal (que nous ne testions pas en 2007 et donc pour lequel nous ne pouvons avoir d'évolution), concernerait aujourd'hui autant de Français que l'illégal, soit 18 % de la population (attention cela ne nous renseigne pas sur les volumes).

- b) Le projet de loi Hadopi, visant à lutter contre le téléchargement illégal est perçu comme étant assez efficace par les Français (38 %) et surtout par les personnes plus connectées, et donc, les plus concernées par le téléchargement illégal : 40 % des technophiles et 55 % des jeunes pensent « qu'il fera évoluer les pratiques ».

4. Les acteurs de l'univers des nouvelles technologies et du multimédia satisfont très bien leurs clients mais peuvent encore améliorer leur image auprès du grand public

90 % des clients des opérateurs mobiles et 83 % des fournisseurs d'accès Internet se disent satisfaits. Pourtant la popularité globale des grands acteurs du secteur reste perfectible avec 68 % de bonnes opinions pour les opérateurs et 60 % pour les distributeurs et 70 % pour les constructeurs.

Les perceptions détaillées à l'égard des opérateurs ne sont pas très positives et ne se sont pas améliorées en un an. En effet les Français considèrent que les opérateurs survendent l'illimité 3G (70 %), ne jouent toujours pas le jeu de la concurrence (63 % soit +5 points), ne proposent pas des tarifs clairs et transparents sur leurs forfaits (63 %), ne proposent pas des hotlines ou services d'aides à leurs clients qui sont rapides et de bonne qualité (69 %).

Note technique

Sondage réalisé en face à face auprès d'un échantillon national représentatif de 978 personnes âgées de 15 ans et plus, du 16 au 22 septembre 2008 selon la méthode des quotas appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Un sur-échantillon de 575 personnes technophiles issues d'échantillons représentatifs a également été constitué. Ont été considérés comme technophiles (44 % de la population +6 points en 1 an) les personnes ayant...

...des attributs « subjectifs » d'intérêt pour les NTIC (à savoir les personnes ayant déclaré avoir « Beaucoup » d'intérêt pour les NTIC).

...ou des attributs « objectifs » d'intérêt pour les NTIC (à savoir les personnes ayant à la fois un téléphone portable, Internet à leur domicile ainsi qu'un produit high tech du type I-pod, blackberry, PDA, Wifi, baladeur vidéo)

3d Communication met à disposition sur demande la synthèse ou la totalité des données de l'Observatoire The Phone House-BVA du multimédia et de la convergence.

A propos de The Phone House

Avec plus de 310 magasins en propre et 1 600 collaborateurs dans toute la France, The Phone House est le n°1 de la distribution indépendante en télécommunications en France. Grâce à son approche multimarques, The Phone House a développé une expertise unique sur l'ensemble des segments du marché des télécoms : téléphonie mobile 2G et 3G, téléphonie fixe, accès Internet haut débit, offres double, triple et quadruple play, offres duales GSM-Wi-Fi et maintenant ordinateurs mobiles. The Phone House France est une filiale du groupe Carphone Warehouse (coté à Londres). Fondée sur sa totale indépendance envers les constructeurs, opérateurs et intermédiaires, la stratégie de The Phone House France est basée sur la priorité donnée au client et l'impartialité du conseil.

Pour plus d'informations sur The Phone House, visitez : www.phonehouse.fr

Et venez échanger sur le blog www.generation-phonehouse.fr

Contacts Presse – 3d Communication
Daniel Margato – Anaïs Choteau

dmargato@3dcommunication.fr - achoteau@3dcommunication.fr
49, rue Fernand Pelloutier – 92773 Boulogne Billancourt – Tel : 01 46 05 87 87