



## Internet mobile

Présentation à l'Association des ingénieurs télécoms -  
AIT  
Octobre 2002

**TERA** Consultants

32 rue de Jeûneurs

75002 PARIS

Tél. + 33 (0) 1 55 04 87 10

Fax. + 33 (0) 1 53 40 85 15

S.A.S. au capital de 200 000 €

RCS Paris B 394 948 731

# Un potentiel commercial indubitable...

L'Internet mobile va combiner les avantages spécifiques de l'Internet fixe et ceux du téléphone mobile pour constituer un média à part entière au potentiel commercial très important. L'enjeu se situera dès lors dans la qualité marketing des services proposés et l'ergonomie de leur accès.

## Atout de l'Internet mobile

- UBIQUITE
- PERSONALISATION
- INSTANTANEITE
- CONTINUE (ALWAYS ON)
- COMBINAISON VOIX-DATA
- INTERACTIVITE ACCRUE  
(par rapport à l'Internet fixe)
- LOCALISATION

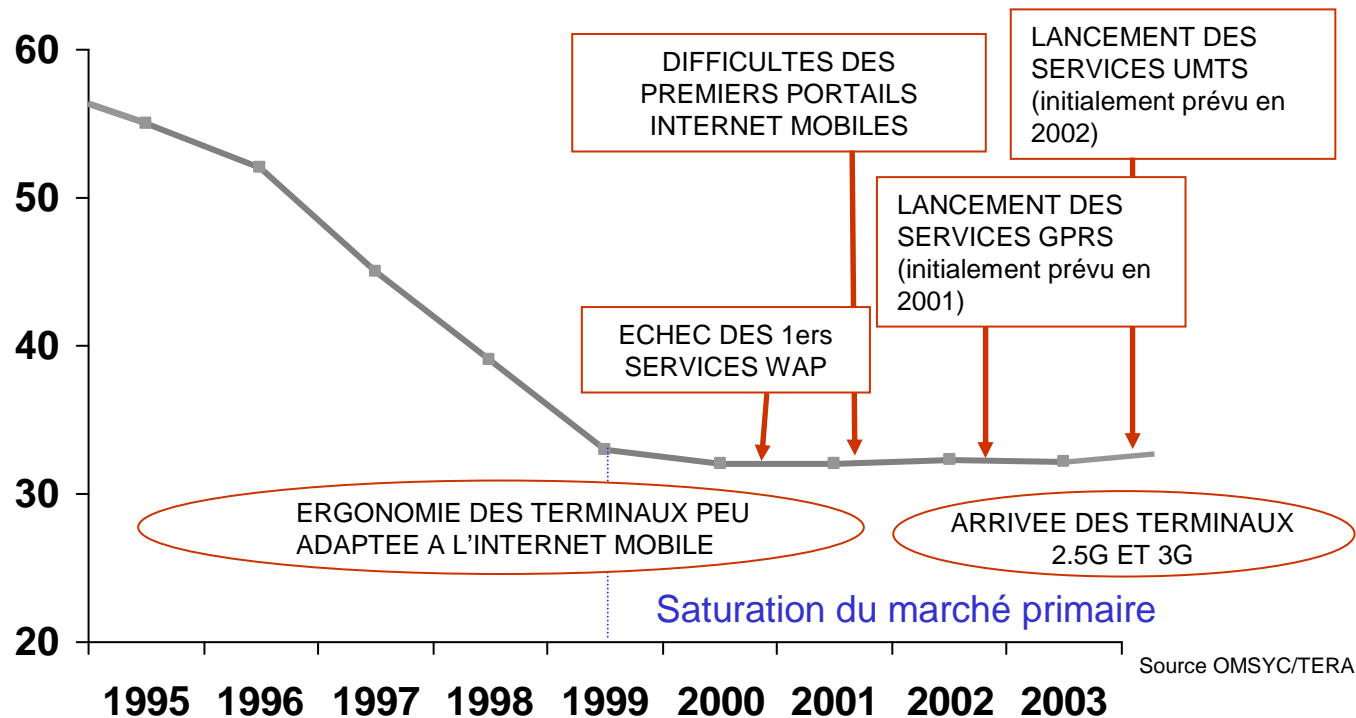
## Illustrations

- Accès aux services sur tout le territoire
- 1 terminal = 1 utilisateur avec possibilité de personnaliser les services (ex: MyYahoo!) et l'interface (reconnaissance vocale, reconnaissance d'écriture...)
- Alerte (sonnerie, vibreur,..) pour signaler un événement (réception d'un message, un but marqué par l'équipe de foot suivie...)
- Fonction de veille du terminal permettant de recevoir des informations en mode push
- Qualité optimale des appels, services combinant voix et data, serveurs vocaux...
- Porte-monnaie virtuel pour payer le bus, acheter une boisson, etc., échanges voix et data simultanés avec un interlocuteur éloigné, services spécifiques en fonction du lieu où se trouve l'utilisateur...
- Services spécifiques en fonction du lieu de l'utilisateur (location based services)

## ... Malgré les échecs actuels

Les échecs des premiers services internet mobiles (WAP bas débit) vont servir d'expérience pour l'arrivée du GPRS. La diminution de l'ARPU mobile ces dernières années montre que les opérateurs doivent trouver des relais de croissance pour maintenir la dynamique antérieure alors que les taux de pénétration du mobile atteindront bientôt leur maximum en Europe. Le GPRS puis l'UMTS doivent donc constituer ces nouvelles pistes génératrices de valeur ajoutée.

### ARPU MOBILE (VOIX ET DATA) EN EUROPE DE L'OUEST



Source OMSYC/TERA

Source : OMSYC<sup>3</sup>TERA

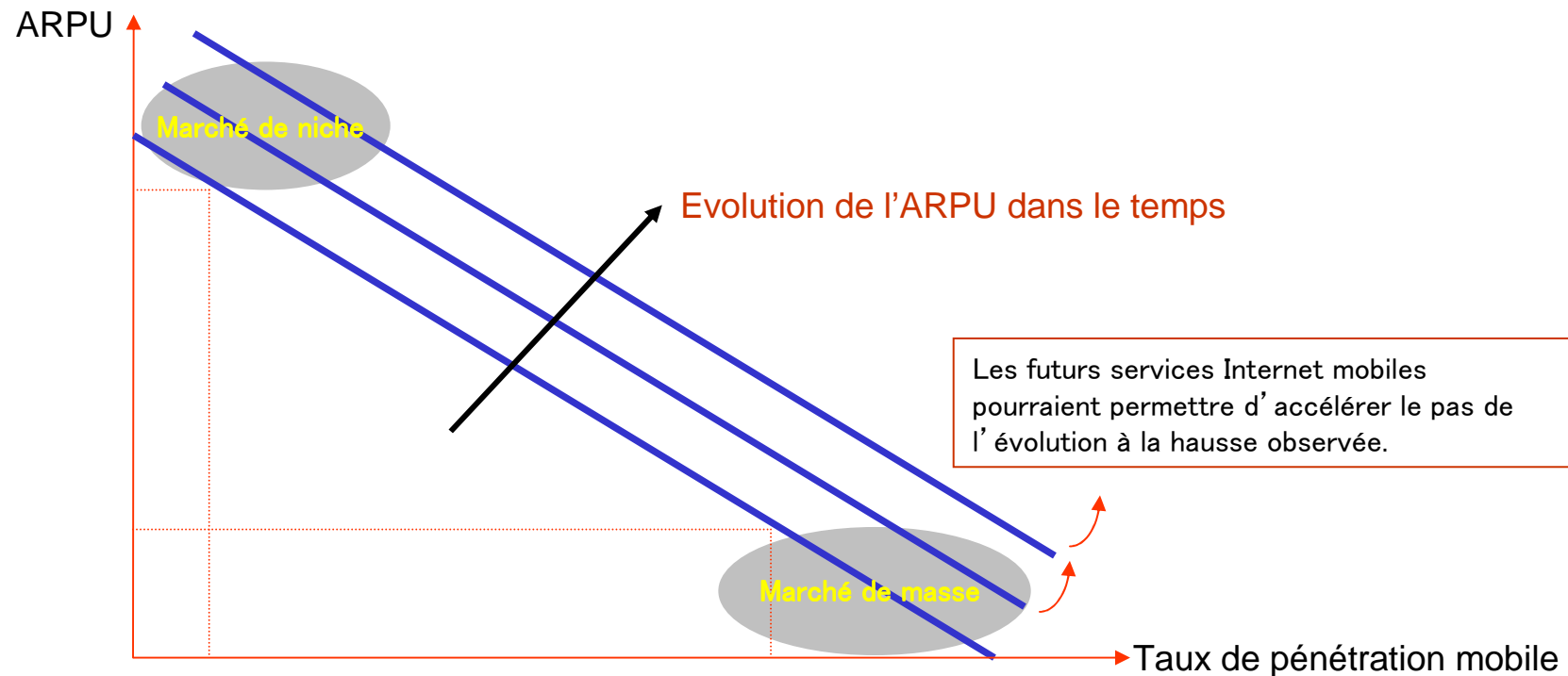
### OBSTACLES AU DEVELOPPEMENT DE L'INTERNET MOBILE

- Problèmes d'interopérabilité des plates-formes de terminaux et des versions de WAP (WAP 1.1, WAP 1.2...)
- Inadaptation des services à l'ergonomie et la capacité des terminaux
- Coût des services et des terminaux pour l'utilisateur
- Inadaptation du marketing promouvant les services WAP de la part des opérateurs et des fournisseurs de contenu et services.

Copyright TERA Consultants

# Focus sur l'ARPU mobile

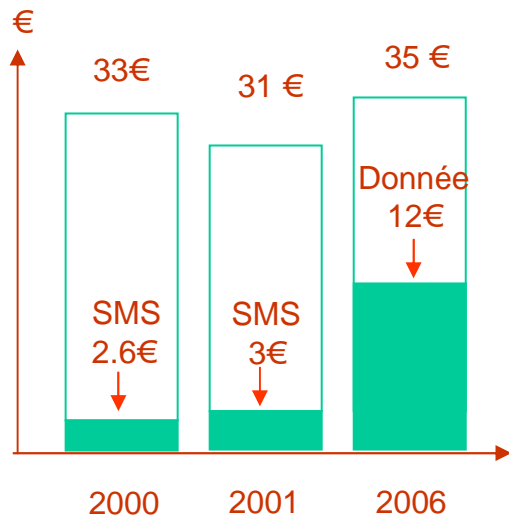
L'ARPU mobile diminue avec l'augmentation du taux de pénétration en Europe. En effet, les premiers utilisateurs mobiles continuent à générer des revenus importants, alors que les derniers (la « masse » des utilisateurs) ont une consommation modérée. Les futurs services Internet mobiles devront donc se focaliser d'abord sur les « high end users » qui seront rapides à adopter ces services pour des usages de plus en plus élaborés (multimédia). Le reste des utilisateurs (« followers ») finira également par adopter ces services, en les consommant plus modérément.



# Des services simples à réelle valeur ajoutée pour commencer

Sur le réseau GSM, la donnée représente déjà 10% des revenus mobiles (SMS). Le succès des SMS constitue ainsi une preuve du potentiel des services de données mobiles et permet une première éducation des utilisateurs à l'usage des futurs services Internet mobiles. Sans attendre le 3G, de nombreuses applications simples, mais présentant une réelle valeur ajoutée pour l'utilisateur pourront ainsi être lancées dès l'arrivée massive du GPRS.

Composition de l'ARPU mobile en France



Source OMSYC/TERA

## Typologie à partir d'exemples de services Internet mobiles

| Faible consommation de débit   | Consommation de débit moyenne  | Consommation de débit forte  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Email</li> <li>Messagerie unifiée</li> <li>Location-based services simples</li> <li>Porte-monnaie électronique</li> <li>Accès à des news courtes (gros titre, info financière succinte..)</li> <li>Application de PIM (Personal Information Management) de type agenda, to-do-lists, etc..</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Accès Internet/extranet</li> <li>Location based services évolués</li> <li>Jeux client/serveur simple</li> <li>Téléchargement d'images et de textes légers</li> <li>Navigation Web continue</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Streaming de musique / de « clip » vidéo (info, etc)</li> <li>Téléchargement de textes lourds / de musique / de vidéo</li> <li>Jeux interactifs multijoueurs</li> <li>Visiophonie, Vidéo conférence</li> <li>Utilisation d'applications professionnelles sophistiquées (CRM mobile, market place mobile, etc.)</li> </ul> |

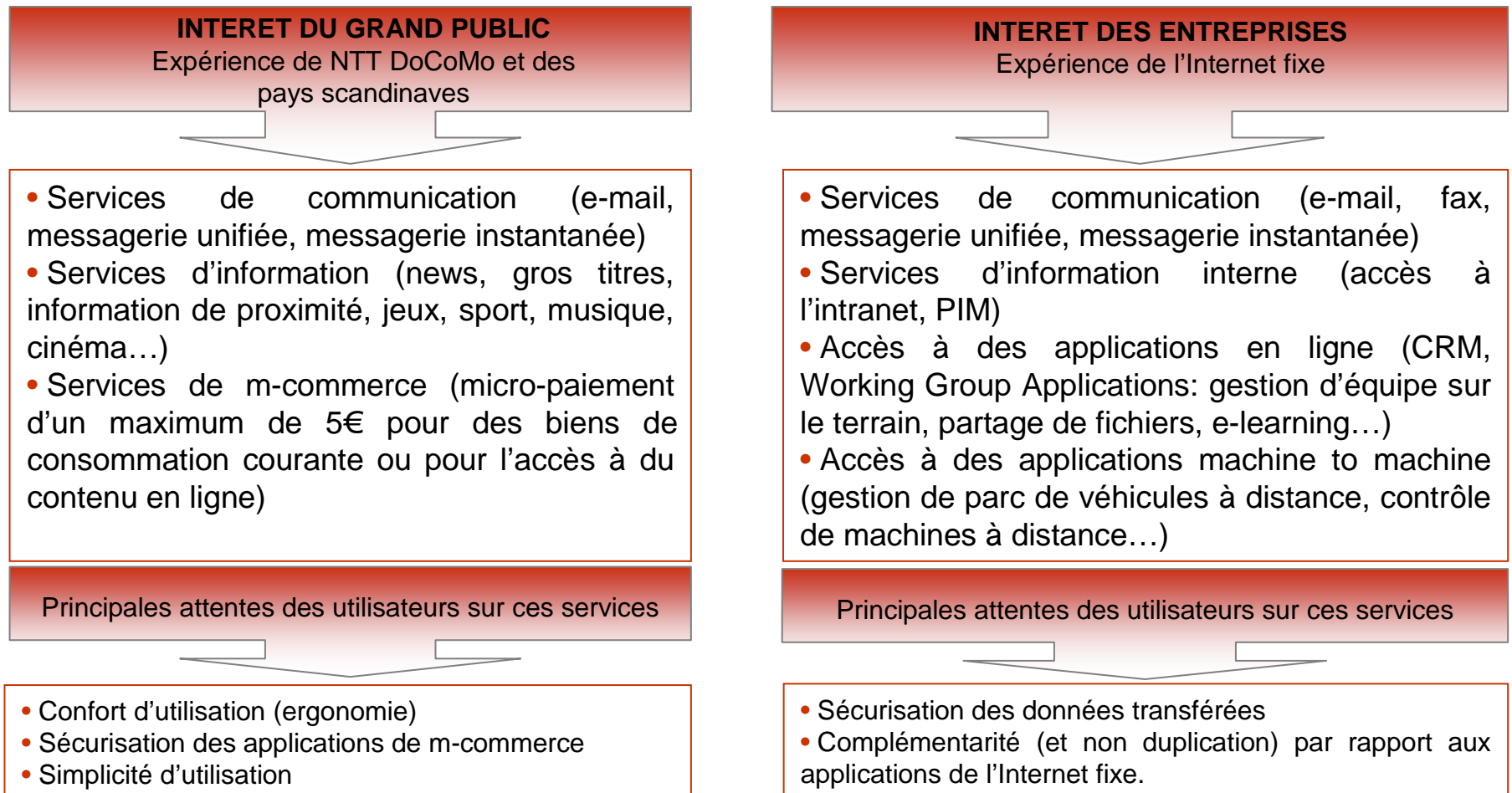
GPRS

GPRS / 3G

3G ?

# Besoin et attentes des utilisateurs

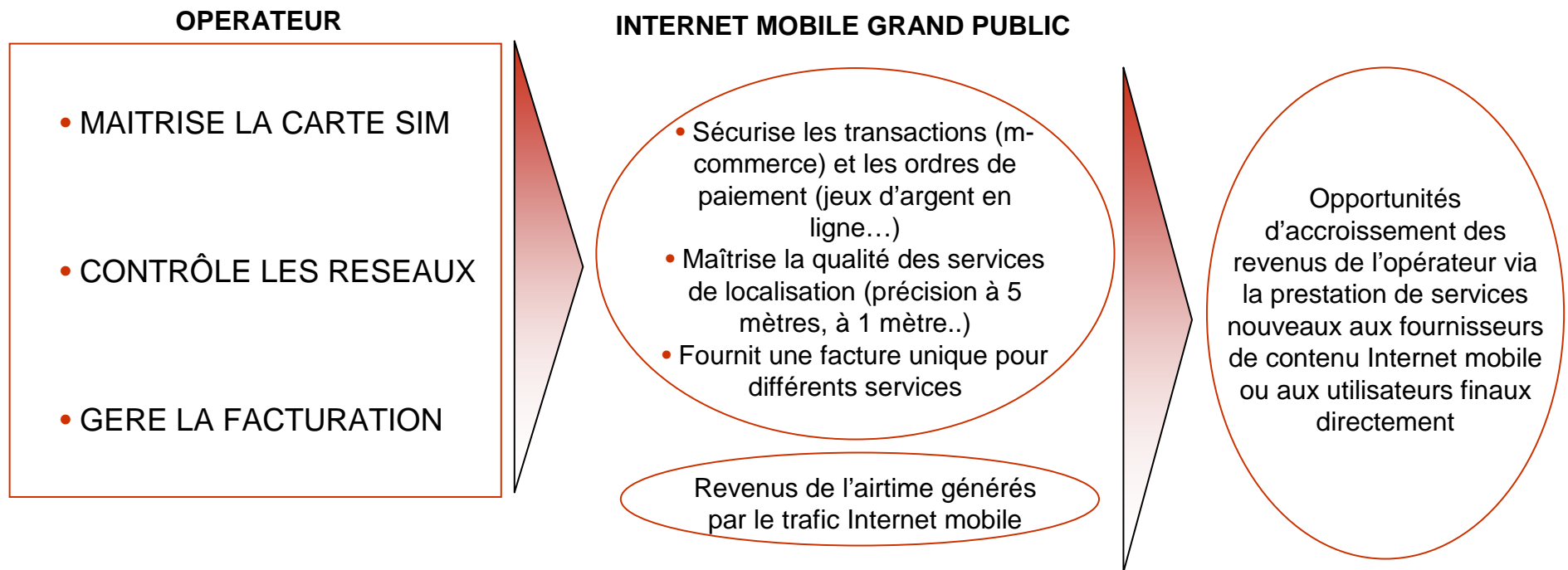
Les besoins et attentes des utilisateurs mobiles varieront suivant le contexte d'utilisation de leur terminal (privé ou professionnel). D'ores et déjà, l'intérêt des particuliers se focalise sur des services liés au loisir et aux divertissements, tandis que les entreprises mettront l'accent sur les gains de productivité apportés par les applications mobiles



# Opportunités liées à l'Internet mobile pour l'opérateur de réseau



Les futurs services Internet mobiles au grand public seront diversifiés et nécessiteront en back-office des prestations nouvelles de la part de l'opérateur. Ces prestations s'appuieront sur des savoir-faire qu'il possède déjà pour certains d'entre eux, et qu'il pourra valoriser en fonction de niveaux de qualité variables (service standard/service premium...).



# Opportunités liées à l'Internet mobile pour l'opérateur de réseau



Comme dans le grand public, les futurs services Internet mobiles aux entreprises doivent permettre à l'opérateur de trouver ainsi de nouvelles sources de revenus.

## OPERATEUR

- MAITRISE LA CARTE SIM
- CONTRÔLE LES RESEAUX
- GERE LA FACTURATION
- HEBERGE ET GERE DES PLATES-FORMES D'APPLICATIONS EN BACK-OFFICE

## INTERNET MOBILE AUX ENTREPRISES

- Optimisation de l'occupation des réseaux (applications machine to machine pouvant être utilisées de nuit par exemple..)
- Sécurisation de la transmission de données
- Services de data roaming
- Services d'alertes mobiles gérées pour le compte de l'entreprise
- Hébergement d'applications professionnelles mobiles
- Services d'ASP pour des applications simples (messagerie, accès de base à l'intranet ...)

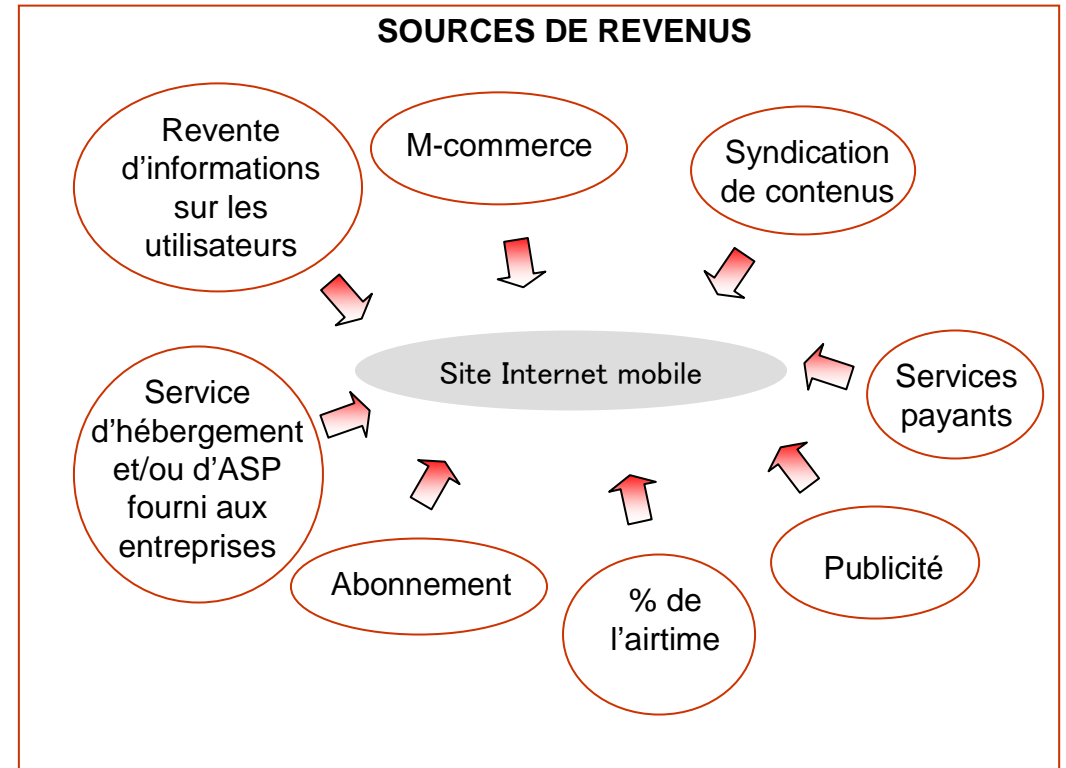
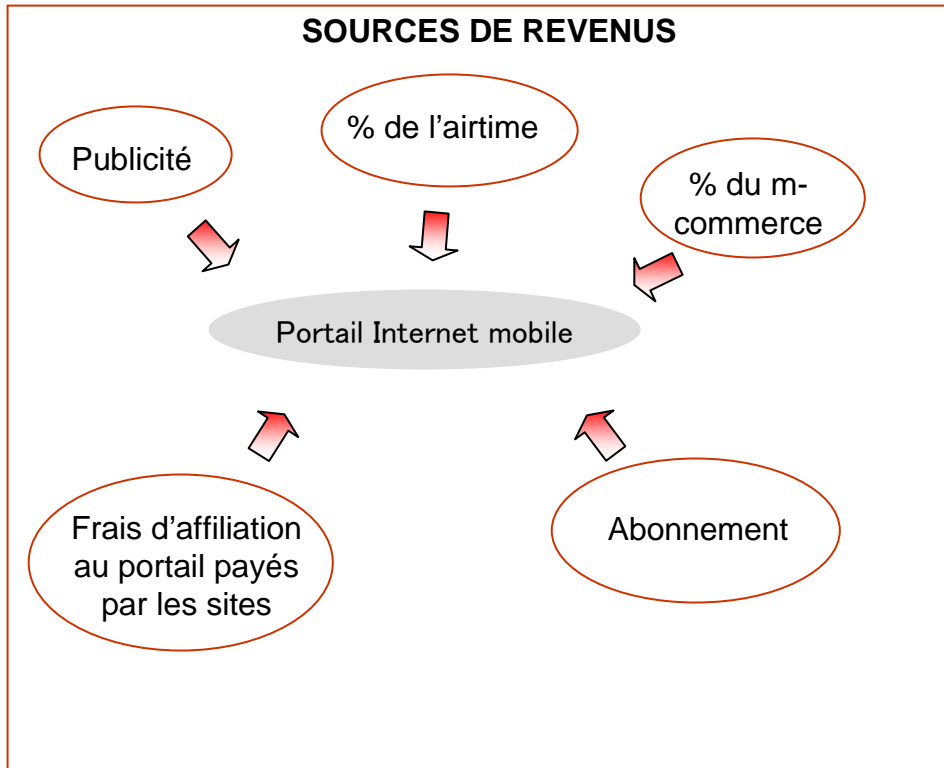
Opportunités d'accroissement des revenus via la prestation de services nouveaux aux entreprises

Revenus de l'airtime générés par le trafic Internet mobile



# Opportunités liées à l'Internet mobile pour les portails et fournisseurs de contenu

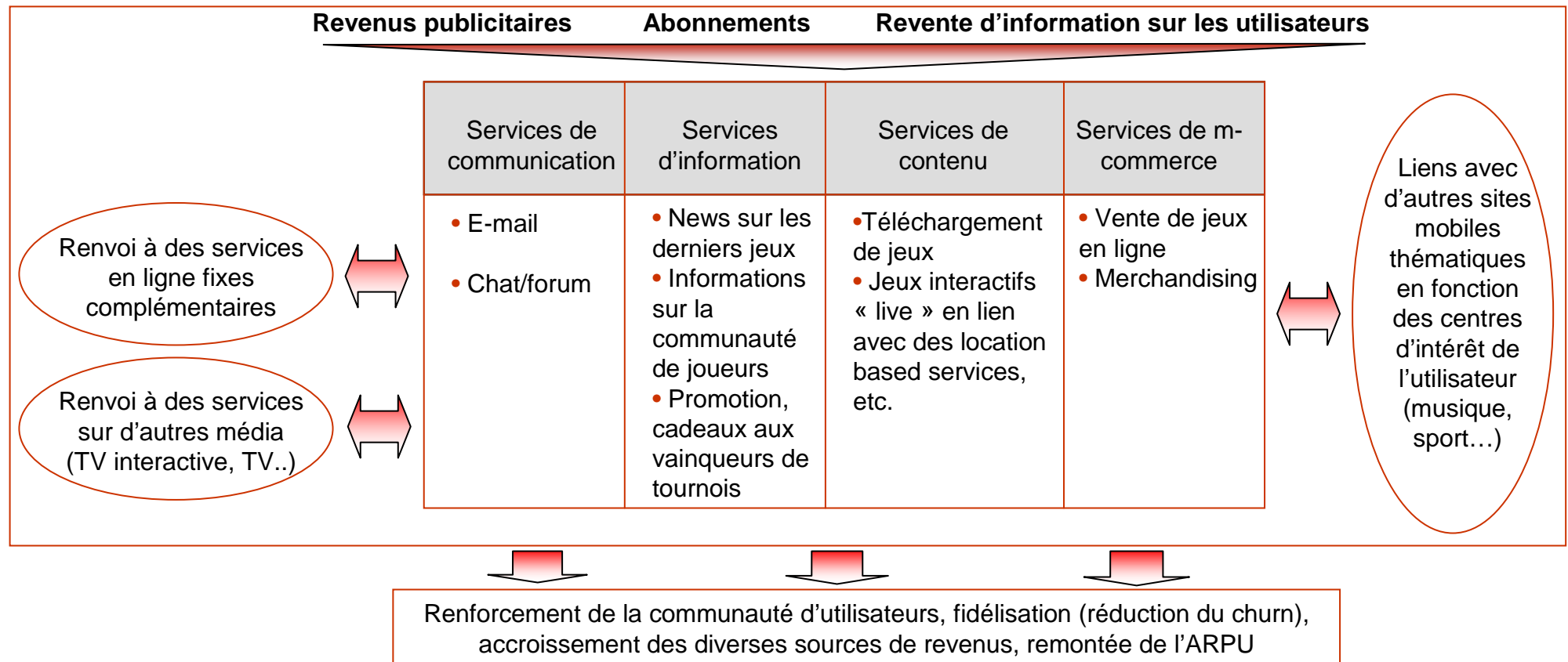
Les sites mobiles ainsi que les portails bénéficieront, si leurs services sont attractifs, de sources de revenus multiples. L'expérience de l'Internet fixe montre que ni le modèle gratuit, ni le modèle s'appuyant uniquement sur la publicité n'étaient tenables. De nouveaux business models panachant l'ensemble des sources seront trouvés pour rendre les services viables.



# « Mécanique » marketing du service mobile en ligne (grand public)

L'Internet mobile devrait permettre de constituer, comme sur l'Internet fixe, des communautés d'utilisateurs qui se retrouveront et échangeront autour de centres d'intérêt communs. Sites, portails et opérateurs devront profiter des qualités propres aux mobiles (services personnalisables, utilisables n'importe où, n'importe quand...) pour maximiser les opportunités de revenus et fidéliser les utilisateurs.

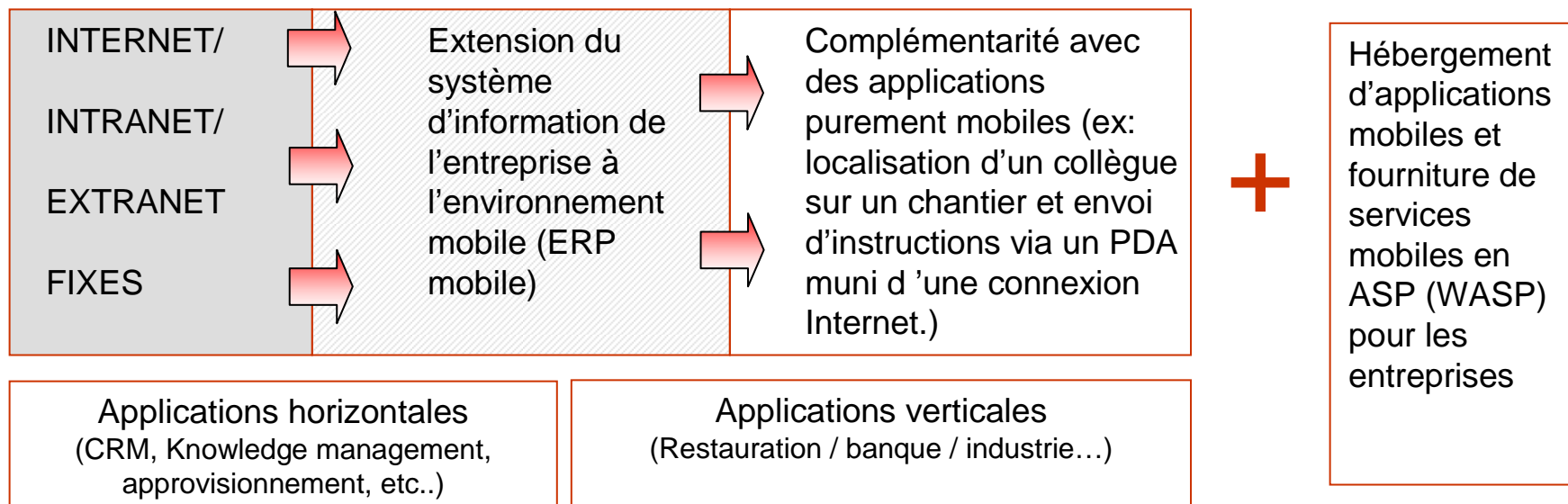
## EXEMPLE D'UN SITE DE JEUX EN LIGNES



# «Mécanique» marketing du service mobile en ligne (entreprises)



Les éditeurs d'applications professionnelles (SAP, Business Objects, etc.), les développeurs de solutions mobiles ainsi que les interlocuteurs traditionnels de l'entreprise (SSII, équipementiers, opérateurs) vont devoir proposer de nouveaux services adaptés aux personnels mobiles (commerciaux, consultants, travailleurs de chantiers,...). Ces futures applications devront permettre aux entreprises d'accéder à l'essentiel de leur système d'information, ainsi qu'à de nouvelles fonctionnalités complémentaires de celles du fixe.

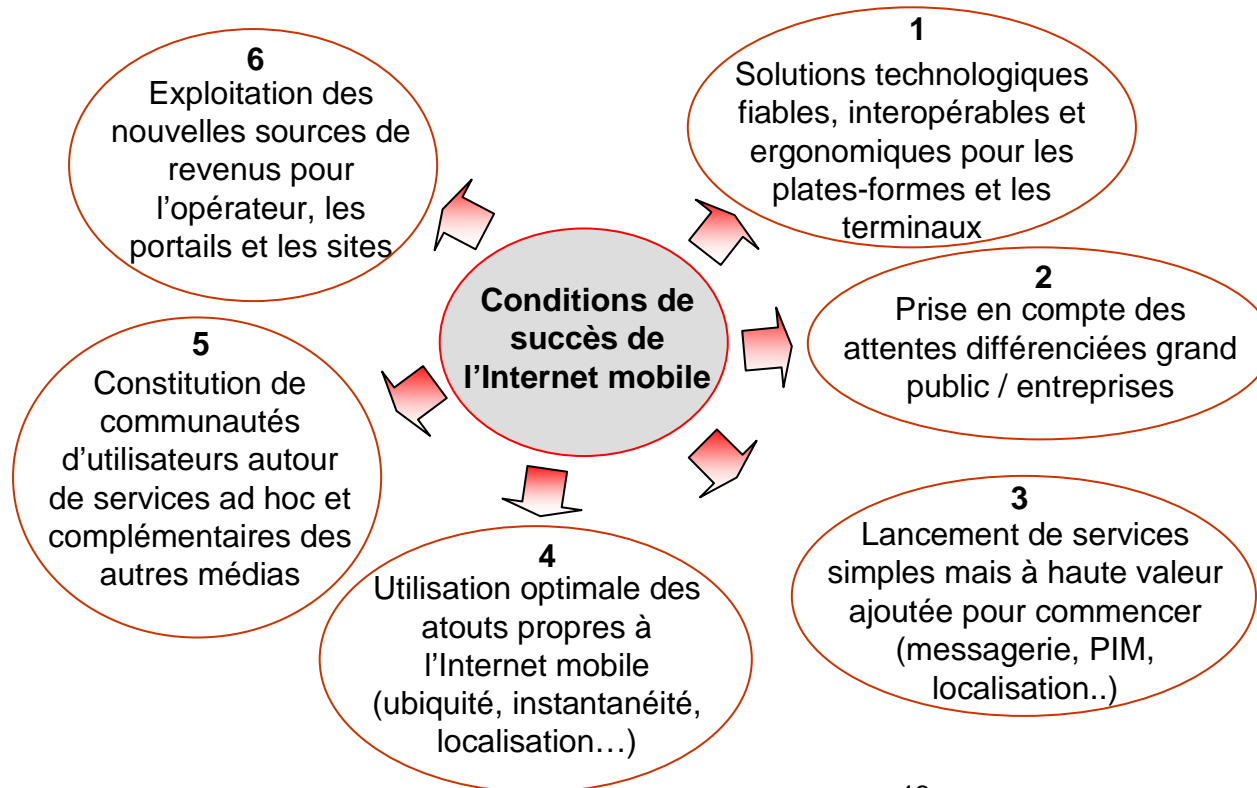


# Synthèse des facteurs clefs de décollage de l'Internet mobile



Les acteurs de l'Internet mobile (opérateurs, fournisseurs de contenus et services, constructeurs...) vont se focaliser d'abord sur les utilisateurs entreprises, susceptibles d'être les premiers adeptes de ces services. Comme pour l'informatique il y a 25 ans, l'utilisation professionnelle éduquera le consommateur pour l'usage privé. Dès lors, le grand public prendra le relais des entreprises et adoptera massivement l'Internet mobile à partir de 2004-2005.

## FACTEURS CLEFS DE L'INTERNET MOBILE



## CARACTERISTIQUES DES FUTURS UTILISATEURS

### ENTREPRISES

- Maturité technologique relativement élevée (surtout dans les grands comptes et certaines PME)
- Sensibilité au prix moindre que dans le grand public
- ARPU plus élevé que dans le grand public

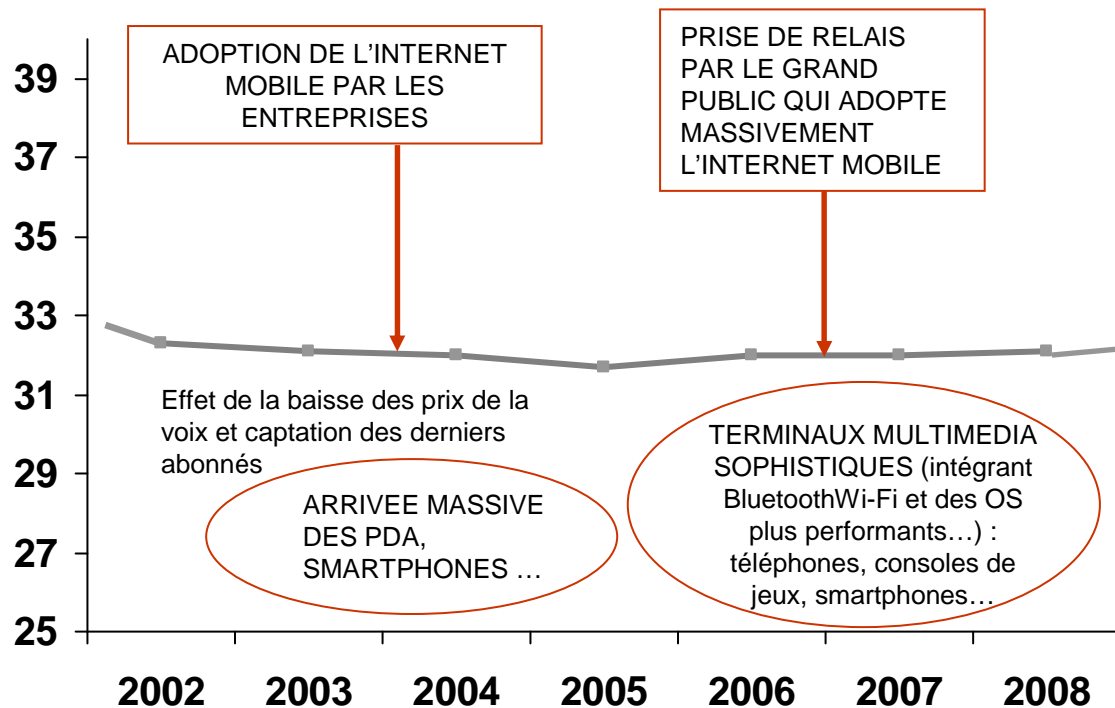
### GRAND PUBLIC

- Début d'éducation à la donnée mobile via les SMS
- ARPU plus faible que chez les entreprises mais qui devrait progresser avec l'UMTS

# Projections de marché

Le lancement de services internet mobiles adaptés permettra d'inverser la tendance historique à la baisse de l'ARPU mobile en Europe et de stabiliser ce dernier. Les données prendront en effet le relais de la voix dans les revenus qui recommenceront très progressivement à augmenter dès 2002. En 2008, l'ARPU mobile aura ainsi retrouvé son niveau de 2000 mais à cette époque, les données représenteront 50% de ces revenus.

## EVOLUTION DE L'ARPU MOBILE EN EUROPE



## COMPOSITION DE L'ARPU MOBILE EN EUROPE

