

Convergence fixe-mobile : l'adoption grand public est lente en Europe

A en croire des analystes, les opérateurs de téléphonie mobile estiment qu'il est « *réellement difficile* » d'attirer les clients vers les nouveaux services de convergence fixe-mobile (FMC pour fixed/mobile convergence en anglais) en Europe de l'ouest. Un constat alarmant au moment où ce type d'offres se multiplie, notamment en France (Twin de Neuf Cegetel, Unik d'Orange).

Dans une récente étude consacrée à la convergence fixe-mobile, [IDC](#) s'est intéressé à la manière dont les opérateurs d'Europe occidentale vivaient le lancement de ces services. Ils ont observé que bon nombre d'entre eux avaient de grandes difficultés à faire décoller leurs offres.

« Orange a connu les débuts les plus prometteurs avec le lancement en France de son service Unik, mais d'autres opérateurs ont dû lutter », a indiqué Jill Finger Gibson, directeur de recherche pour la zone EMEA chez IDC. « Cela prouve que la technologie FMC évolue dans la bonne direction et qu'elle ne représente pas un obstacle majeur à l'adoption de la convergence fixe-mobile, du moins dans le segment grand public ».

Toujours selon IDC, *« ces réticences servent à mieux servir le client au bout du compte: il faut d'abord réunir les conditions préalables requises et positionner la convergence fixe-mobile comme un passage obligé qu'une fonctionnalité plaisante à avoir. »*

L'étude d'IDC recommande aux opérateurs de présenter les services de convergence fixe-mobile à destination du grand public de manière comme un nouveau produit autonome. Au contraire, l'offre devrait être positionnée comme un complément aux services haut débit et mobiles existants.

IDC a souligné que les opérateurs qui envisageaient de lancer un service de type FMC devaient au préalable s'assurer qu'un « nombre significatif » de leurs abonnés haut débit existants sont déjà familiarisés avec l'utilisation des équipements de réseau.

En particulier, selon les analystes, il est essentiel de combiner la pénétration du haut débit dans les foyers avec le taux d'équipement réseau à domicile avant de lancer un service de convergence fixe-mobile.

Le marché des services FMC en Europe de l'ouest enregistrera un taux de croissance annuel composé de 173% pour atteindre 2,65 milliards de dollars en 2011.

Durant cette période, les services de convergence fixe-mobile se développeront essentiellement dans les segments grand public et des petites et moyennes entreprises plutôt que sur le marché des grandes entreprises.

Les services FMC ont été initialement déployés pour le grand public et ont démontré que les consommateurs étaient disposés à acheter le service à condition d'obtenir des offres de messagerie, de facturation et d'équipement adaptées.

IDC pense que la convergence fixe-mobile parviendra à pénétrer le secteur de l'entreprise de façon significative seulement après 2011, étant donné que les technologies nécessaires pour attirer les

décideurs sont encore au stade de développement et que l'adoption de nouvelles technologies dans les entreprises s'effectue toujours de manière progressive.

Le point de vue de l'Idate Pour l'institut d'études, la convergence fixe-mobile semble **inéluçtable**, car elle s'inscrit dans la tendance de fond de migration vers du **tout IP** et apparaît comme une des réponses possibles aux problèmes de croissance des opérateurs. Le **potentiel de destruction de valeur** est élevé car ce marché réunit pour la première fois sur le **même champ de bataille** les câblo-opérateurs, les opérateurs fixes DSL, les opérateurs mobiles et les opérateurs intégrés. **Le développement de la convergence fixe-mobile sera toutefois plus lent** qu'espéré par certains acteurs. Les contraintes réglementaires sont encore fortes et la technologie nécessaire n'est pas encore prête pour proposer de véritables offres intégrées. Le développement sera aussi très lié à la **structure des marchés nationaux**. Peu habitués à traiter simultanément un foyer et un individu, les opérateurs n'ont logiquement **pas encore trouvé la bonne formule** pour proposer les offres intégrées de convergence fixe-mobile, en dehors du succès avéré des offres de substitution. Toutefois, la convergence fixe-mobile sera dans les années à venir un axe de développement majeur des différents acteurs. L'Idate prévoit également que **les prochains développements des marchés FMC seront très contrastés selon les pays**. Le développement sera particulièrement lent dans les pays où les marchés fixes et mobiles pris séparément sont **peu compétitifs**, comme en Italie. Dans les marchés compétitifs sur le mobile le scénario le plus probable met en avant de **manière transitoire des offres de substitution autour du mobile**, avant de migrer progressivement vers des bundles. Dans les marchés à la fois compétitifs sur le fixe et sur le mobile, comme au Royaume-Uni, les **marges de man?uvre sont assez restreintes** pour les discounts et surtout pour prendre en compte de nouveaux investissements nécessaires pour les offres intégrées (investissements réseau et terminal importants). Les opérateurs se tourneront donc surtout sur des **bundles basiques**, faciles à déployer rapidement, en complément des initiatives Free Broadband (pas forcément dans le cadre FMC). Dans les marchés peu compétitifs sur le mobile mais **ultra-compétitifs sur le fixe**, comme en France, le marché FMC devrait s'orienter surtout vers des offres intégrées comme les **terminaux convergents** pour permettre aux opérateurs fixes de trouver un nouveau relais de croissance en capitalisant sur les *boxes*. Dans tous les cas, le développement sera probablement assez lent. Les offres les plus attractives en termes de revenus ou d'économies de coûts ne sont **pas encore technologiquement prêtes**. Chaque acteur cherche par ailleurs à **défendre son marché** actuel en empêchant le plus possible l'entrée d'autres concurrents via le **contrôle des infrastructures et/ou du spectre**. Le développement de la FMC sera donc moins rapide que celui de la VoIP ou de l'IPTV, qui ne nécessitent le contrôle que d'une infrastructure.