

Data via les mobiles: un marché colossal à +22%, selon Gartner

La multiplication des 'smartphones' est une réalité. Mais avait-on mesuré que les seuls services de données via les mobiles dépasseraient les 300 milliards de dollars en 2011?

Selon le cabinet d'études Gartner, le marché des services « **mobile data** » va croître de +22,5% cette année pour atteindre le total impressionnant de **314,7 milliards de dollars** (contre 257 milliards en 2010).

Par ailleurs, le cabinet estime que le nombre de connexions via les mobiles dans le monde va augmenter de +11% en 2011 pour atteindre **5,6 milliards de communications**. Pour 2015, Gartner prévoit jusqu'à 7,4 milliards de communications et le marché, mondial toujours, des « mobile data » pourrait alors atteindre les 552 milliards de dollars.

*« Le trafic des data via les mobiles va augmenter de façon très significative du fait que plus d'utilisateurs vont avoir accès aux réseaux de 'mobile data'. On assiste à une migration **vers les smartphones** et à une augmentation des ventes des 'tablettes' pour les médias », estime Jessica Ekholm, analyste du cabinet d'études. « Les volumes de données via les mobiles vont continuer de croître du fait que les réseaux de mobiles deviennent plus rapides et plus accessibles partout, tandis que, dans le même temps, on peut s'attendre à ce que le nombre d'utilisateurs de data et les usages qu'ils en font devraient s'élargir » .*

Les revenus provenant des data continueront de croître mais à un rythme moins soutenu. *« Ceci tend à provoquer un découplage entre les revenus et le trafic 'data', et ceci tend également à alourdir le coût des réseaux pour les opérateurs, car ils doivent s'efforcer de soutenir cette hausse du trafic 'data'. »*

Selon le cabinet d'études, **4 vecteurs expliquent ce boom:**

- l'augmentation du nombre de connexions via les mobiles;
- la disponibilité croissante de réseaux de communications mobiles orientés « data » à un débit toujours supérieur;
- la prolifération des smartphones;
- la multiplication des applications et des contenus consommateurs de 'data'.

La pression auprès des opérateurs – dits CSP (*Communication service providers*) va s'accroître (...). Gartner prévoit qu'il y aura des écarts de perception chez les utilisateurs, dans le monde, entre ceux qui considèrent que c'est un luxe, ceux qui y voient un service sympathique (« nice to have ») et ceux qui l'estiment essentiel.

Ces mêmes opérateurs vont devoir offrir des « **plans** » de services data plus souples et plus personnalisés, ce qui devrait permettre de capturer une base plus étendue d'utilisateurs. *« Les capacités des réseaux doivent également être renforcées, notamment pour permettre du téléchargement ou des transferts plus rapides – ce qui contribue à améliorer la perception générale de la qualité des services « data » et donc leur adoption. »*

« Ce dont ont besoin les opérateurs, explique Sylvain Fabre, directeur de recherche, ce sont des approches innovatrices pour augmenter les revenus liés aux « data ». Au bout du compte, c'est le consommateur qui choisit le contenu qu'il souhaite et c'est aux opérateurs de s'assurer que la qualité du

service est bonne. Un ressenti médiocre par l'utilisateur peut le conduire à changer d'opérateur ('churn') ».

Les opérateurs vont devoir soupeser les avantages et inconvénients de services **mieux adaptés en termes de tarification** – comme des prix par sous-ensembles, ou à la carte ou en fonction des usages (...). *« Ils vont devoir apporter plus de flexibilité dans les tarifs et introduire des modèles de prix avec extensions, où l'utilisateur pourra choisir d'avoir accès ponctuellement à tel ou tel service de 'data' – ce qui pourrait se traduire par un coût par usage additionnel ou par paliers de débit ou vitesse, ou encore un coût pour la téléphonie sur Internet (VoIP) ou pour les jeux» , constate la même étude.*

Du reste, il serait intéressant de recueillir ici l'avis des associations d'utilisateurs...