

Genève: les mobiles multimédias ne sont pas (encore) rentables

Genève – Au salon mondial des télécoms, l'optimisme est de rigueur car un retour à la croissance semble être au rendez-vous. Au Japon par exemple, les ventes de combinés ont bondi en août de 24,5%. En Europe, la tendance est plus faible mais l'arrivée massive des combinés multimédias (capables d'envoyer des photos ou de télécharger des jeux...) est perçue comme un accélérateur.

Néanmoins, cette nouvelle génération de mobiles est loin d'être populaire: elle représente seulement 10% du marché européen à l'heure actuelle. Mais pour tous les acteurs du secteur, les services multimédias vont très vite exploser. **Taille critique** Une explosion certes, mais les fruits de ce succès mettront un peu de temps à mûrir. Il y a d'abord le problème du prix des combinés. Tous les opérateurs européens ont ou vont devoir fortement subventionner leurs mobiles de nouvelle génération. Un peu comme au tout début du GSM en 1997-1998. Ces subventions sont indispensables pour dynamiser le marché et inciter les consommateurs grand-public (et pas seulement les précurseurs et les jeunes) à renouveler leur mobile. Cette politique de subventions aura forcément des conséquences sur les résultats financiers des opérateurs. Par ailleurs, le nombre d'abonnés devra d'abord atteindre un seuil critique avant qu'il soit question de profits. T-Mobile, filiale de Deutsche Telekom, indique ainsi que sa clientèle multimédia devra atteindre 20% de son parc total pour que ses services deviennent rentables. **De Genève,**