

Le GPRS va-t-il 'booster' le marché?

L'enjeu pour les opérateurs et les équipementiers européens est très important. Après une année 2002 difficile, le marché des mobiles a marqué un repli, tous le secteur a misé sur le lancement du GPRS et de ses services pour relancer le marché. Il s'agit en effet de convaincre les utilisateurs de changer de combiné afin d'accéder à ces fameux services, la plupart surtaxés.

Le GPRS ou 2,5G (génération 2 et demie!) -norme intermédiaire entre le GSM et l'UMTS- permet d'envoyer des sons et des images à partir d'un combiné et d'accéder à haute vitesse à Internet.

Les fêtes de fin d'année ont eu valeur de test puisque combinés et services ont été lancés à grands renforts de publicité pendant cette période.

Scepticisme

Il est encore trop tôt pour tirer des conclusions. Cependant en Grande-Bretagne, le service « Live! » de Vodafone aurait attiré 380.000 abonnés. Outre l'envoi de photos et autres messages multimedia (MMS), « Vodafone Live! » propose un accès à des sites spécifiques d'information et de services. Le géant mondial de la téléphonie mobile paraît bien parti pour respecter son objectif d'un million d'abonnés d'ici la fin mars.

Malgré tout, certains observateurs sont sceptiques. Richard Clifford, analyste du groupe Datamonitor, rappelle que les abonnés européens ont été déçus par l'échec du WAP (Wireless Application Protocol), le système qui devait permettre d'accéder à internet à partir d'un téléphone mobile mais dont la lenteur a découragé les utilisateurs.

Selon lui, les opérateurs sont trop optimistes sur le nombre d'abonnés qui changeront leur combiné GSM pour un portable dernier cri équipé d'un appareil photo numérique.

Il note également que les MMS ne devraient pas générer autant de bénéfices que les messages écrits (SMS, short message services), peu onéreux à concevoir. « Je ne pense pas que le MMS va être le sauveur du secteur de la téléphonie mobile », a-t-il noté.

Pourtant, il y a des exemples qui ont de quoi rassurer. En Asie, le i-mode par exemple a séduit des millions et des millions d'utilisateurs. Signe de ce succès, J-Phone, filiale japonaise de Vodafone, a annoncé au début de janvier, avoir vendu plus de huit millions de téléphones avec appareil photo intégré depuis juin 2001, ce qui représente 60% de ses abonnés. Mais l'Asie n'est pas l'Europe.

Importé sur le Vieux Continent, notamment par Bouygues en France, ce service (qui fonctionne sous GPRS) semble néanmoins patiner. En Hollande, le i-mode, proposé par KPN, compte 100.000 abonnés neuf mois après son lancement.

Ces positions, sceptiques, rejoignent celles d'autres instituts d'études comme le Gartner qui, l'année dernière, ne prévoyait pas de rentabilité pour le GPRS avant sept ans...