

# Mobiles en France: design et fonctions multimédia, d'abord

Quelles tendances pour le marché du mobile en 2007 ? Car d'années en années, le marché se segmente, se spécialise. Chacun veut son téléphone, personnel et personnalisé. L'institut d'études GFK a tenté de répondre à cette question en listant les modèles et les tendances qui sont aujourd'hui plébiscités par le marché français.

## **-Design**

Après la folie des combinés à clapet puis des slide-up (coulissants), la tendance actuelle est avant-tout à la finesse. Cette année, GFK compte 50 références de moins de 15 mm d'épaisseur, représentant 15% des ventes contre 8% en 2006.

Pour se différencier, les utilisateurs se sont rués sur les combinés colorés. Selon GFK, le rose est et sera la grande star de l'année 2007. Le blanc est également très apprécié.

Autre élément de différenciation : les mobiles co-brandés, c'est à dire conçus avec une grande marque de mode (exemple, le LG Chocolate Prada). Les ventes de ces mobiles ont été multipliées par trois en un an.

## **-Musique et vidéo**

Ce n'est pas une surprise, les fonctions multimédias sont très recherchées par les consommateurs. L'appareil photo est désormais un standard quasi obligatoire. Les attentes actuelles vont vers la musique et la vidéo avec des combinés dotés de lecteurs et d'importante capacités de stockage. Là encore, il s'agit d'éléments de personnalisation afin de pouvoir écouter 'sa' musique ou regarder 'ses' vidéos.

Résultat : les ventes de mobiles combinant à la fois le lecteur mp3 et l'emplacement de carte mémoire **représentaient en 2006 près d'un produit de musique en balade sur deux**. Selon GFK, ils représenteront 2 produits sur 3 cette année.

Principaux utilisateurs de la musique sur mobile : les jeunes (15-20 ans) qui sont 59% à écouter de la musique à partir de leurs mobiles. Mais ce taux tombe à 14% pour les utilisateurs en général, observe l'institut d'études.

## **-Internet mobile**

Le haut débit mobile commence à s'imposer. selon GFK, les mobiles Edge et 3G devraient représenter deux tiers des ventes de mobiles en 2007. Pour autant, cela ne veut pas dire que l'usage suit. Il suffit pour s'en convaincre d'observer le revenu moyen mensuel par abonné qui a tendance à stagner, voire à baisser.

Si deux consommateurs sur trois déclarent se connecter à l'Internet mobile, ils ne sont que 7,8% à télécharger occasionnellement des contenus.

Pour 2007, GFK table sur un marché en croissance de 11% à 22,2 millions d'unités vendues.