

# O. Laury, dir. des contenus de BouyguesTel : 'l'Internet mobile décollera grâce aux sites pratiques'

Malgré l'essor des réseaux haut débit mobile (Edge, 3G, 3G+) et la disponibilité de combinés compatibles, l'usage des contenus et du multimédia mobile n'est pas à la hauteur des ambitions des opérateurs. Selon les derniers chiffres de l'Arcep, le régulateur des télécoms, le parc actif multimédia mobile est passé de 15 millions de personnes (ayant utilisé un service multimédia mobile au moins une fois dans le mois) en décembre 2006 à 14,6 millions en mars malgré le marketing offensif des opérateurs.

Et selon Médiamétrie, seuls 20% des utilisateurs de mobiles, soit 7,8 personnes, ont consulté au moins une fois service mobile, qu'il s'agisse d'un site Internet, d'une chaîne de TV ou d'une vidéo.

Les freins sont connus : tarification opaque, paiement à l'acte, manque de références fortes... SFR a ainsi lancé une offensive en la matière en s'associant à des marques fortes (YouTube, eBay...) et en introduisant une dose de consommation illimitée. Mais Chez Bouygues Telecom, troisième opérateur français, on estime avoir un coup d'avance. Explications avec Olivier Laury, directeur des contenus de l'opérateur.

## **Quels sont les derniers résultats de votre offre iMode ?**

Nous comptons 1,9 million de clients équipés de combinés iMode et 800.000 abonnés actifs consommant au moins 15 ko par mois. La moyenne d'âge des utilisateurs est de 35 ans. Cette population a des attentes spécifiques qui ne correspondent pas forcément à l'offre actuelle de l'Internet mobile en général.

## **Ce décalage explique-t-il en partie le retard du multimédia mobile en France ?**

Oui. La majorité des contenus mobiles adressent les moins de 25 ans. C'est pourquoi nous mettons fortement l'accent sur les services pratiques, consultables au quotidien comme la météo, les informations, le sport, la banque... Nous pensons que ce type de contenus pratiques est un levier de croissance pour le marché. Il faut créer des habitudes de consommation au quotidien, donner une raison de faire du multimédia mobile tous les jours. La vidéo ou la musique sont des contenus intéressants mais ils sont consommés de manière ponctuelle.

## **Mais il y a aussi d'autres raisons qui expliquent ce retard ?**

Nous estimons que trois facteurs freinent en général le marché. Tous les combinés ne sont pas 100% compatibles avec les services proposés. Par ailleurs, les utilisateurs exigent une continuité de service entre le Web et le mobile, retrouver la même qualité et les mêmes marques. Ce qui n'est pas toujours le cas. Enfin, il y a le problème tarifaire qui implique une consommation limitée alors que les utilisateurs ont en tête le modèle du Web avec un forfait illimité, les mails gratuits etc...

**SFR s'est associé aux grands noms du Web et a lancé un forfait permettant du 'quasi-illimité'.**

## **Votre réaction ?**

C'est bien mais nous le faisons depuis déjà deux ans. Le modèle économique de l'iMode est justement basé sur un forfait illimité à 9,90 euros par mois qui permet de naviguer librement. Ce modèle est complété par des services payants à l'acte permettant le téléchargement de contenus comme des jeux, de la musique, des logos. Ces contenus ont généré un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros en 2006.

## **Pensez-vous proposer à terme une offre 100% illimitée au sein du forfait ?**

Evidemment, nous incitons les éditeurs de contenus à se diriger vers le gratuit grâce au financement par la publicité. Mais il reste de nombreux problèmes à lever. Néanmoins, les choses évoluent et une dizaine de sites qui étaient payants sur l'iMode vont devenir gratuits à travers un financement publicitaire.

## **Malgré votre licence 3G, vous continuez à proposer iMode sous Edge (2,5G), ce n'est pas un peu juste en terme de confort ?**

Ce n'est pas un problème de technologie mais d'usage. Les consommateurs choisissent un opérateur en fonction de leurs besoins. Et Edge suffit pour les besoins actuels. Quant à l'HSDPA, il sera pertinent s'il améliore la vitesse, pas pour compliquer ce qui existe déjà.

## **Quelle est votre position concernant la TV Mobile diffusée ?**

Pour le DVB-H, nous sommes au même niveau que nos concurrents. Mais il faudra se mettre d'accord sur le modèle économique. Le 100% gratuit [soutenu par les groupes audiovisuels, NDLR] n'est pas envisageable, la publicité ne pourra pas tout financer.