

Quelles perspectives de revenus ?

Téléphones mobiles : 1/3 des écrans de réception de TV numérique en 2011¹

A terme, l'écran de nos portables pourrait tirer profit de la généralisation de la diffusion numérique et de l'individualisation des usages pour devenir un écran de référence dans le monde de l'audiovisuel. Au niveau mondial sont attendus 514 millions d'abonnés à la TV sur mobile en 2011². La montée en puissance du broadcasting par rapport au streaming pourrait permettre au broadcasting de générer 3/4 des revenus globaux issus de la TV sur mobile en 2011³. Ces revenus pour les services de télévision diffusés sur mobile sont évalués à 11.7 milliards de \$:

- 2.9 milliards de \$ pour le Japon dont le réseau « One Seg » passerait de gratuit à payant l'an prochain,
- 1,8 pour les Etats-Unis,
- 989 million de \$ pour la Grande-Bretagne³.

Et en dehors de ces 3 marchés clés, la Corée du Sud, l'Allemagne, l'Italie, l'Inde et la Chine compteraient parmi les marchés les plus prometteurs.

Une Europe hétérogène...

«La télévision sur les mobiles semble être la technologie grand public qui a le plus fort potentiel de croissance», selon Viviane Redding, Commissaire européenne en charge de la Société de l'information et des médias (mars 2006), qui en a fait le thème prioritaire de son agenda 2007. Or selon l'équipementier Nokia, le DVB-H aura le même succès que le GSM : 5 à 10 millions de combinés compatibles seront vendus en 2008 en Europe, 20 millions en 2009. Avec des taux de satisfaction variables de la part des utilisateurs de TV sur mobile, proportionnels à leur propension à payer pour ce service. 76% des Britanniques vs. 68% des Français, 55% des Espagnols et seule-

ment 41% des Finlandais sont prêts à payer des abonnements mensuels de 10 € en Grande-Bretagne, 7 € en France et 5 € en Espagne. La durée de consommation par pays est également variable. Elle passe de 23 minutes une



«La Coupe du monde de Rugby devrait faire de 2007 une année charnière pour la TV sur mobile »

Evelyne Cherbit
Consultante C2M Consulting

à deux fois par jour en Grande-Bretagne à une vingtaine de minutes en France, 16 minutes en Espagne.

Un marché français en attente du coup d'envoi

Le cap des 50 millions de téléphones portables a été franchi en France depuis septembre 2006. Neuf MVNO ont grignoté cette année 2 % du marché total, soit un peu plus d'un million d'abonnés (0,6 million pour Orange, 0,350 million chez Tele2, 0,350 million chez NRJ Mobile, et 0,160 million pour Debitel)⁴. La Coupe du monde de Rugby devrait faire de 2007 une année charnière pour la TV sur mobile, une fois les fréquences délivrées par le CSA et financées par une majoration de 0,1% de la taxe assise sur les recettes publicitaires. En 2013, la France pourrait compter 6 millions d'abonnés et représenter 500 millions d'€ de revenus (hors publicité)⁵.

Des zones d'ombre

Si, boostée par la Coupe du monde de foot, la TV sur mobile a fait décoller le streaming, son modèle économique pour les années à venir dépend en large partie de nombreux facteurs : contenu proposé, accessibilité des droits, protection, accès aux fréquences, régulation et qualité de la réception indoor. Les contenus diffusés semblent destinés à prendre le pas sur les contenus à la demande, mais le type de commercialisation reste incertain :

comment s'articuleront les usages, entre le modèle actuel dominant de diffusion gratuite et le schéma multi-play prôné par les telcos ? De façon transversale, la personnalisation, comme le montre au plus bas niveau le succès incroyable du téléchargement de sonneries, et la simplicité d'utilisation restent quelques-uns des facteurs clés du développement des usages à plus haute valeur ajoutée sur mobile.

S'agissant des fonctionnalités multimédia, le pourcentage d'utilisateurs d'internet sur mobile stagne autour de 10%, alors que cette fonctionnalité est un standard sur tous les modèles de ces dernières années. Cette sous-consommation s'explique sans doute par le déficit d'offres basées sur l'illimité.

Le retour d'expérience de la 3G s'applique aujourd'hui à des formats courts, pour lesquels le contenu inédit est proposé par thèmes préférentiels. Les nouveaux services du type géolocalisation, accès à YouTube, semblent prometteurs⁶.

Le business modèle des jeux sur mobile

Les revenus générés par les jeux vidéo en ligne sur mobile pourraient atteindre 17,6 milliards de \$ dans le monde en 2011⁷. Les avancées en termes de graphisme 2D et 3D pourraient en effet faciliter à la fois le transfert sur mobile des jeux traditionnellement développés sur consoles et la création d'applications en ligne dédiées au mobile.

1. Source : Strategy Analytics

2. Source : ABI Research, mars 2006

3. Source : Juniper Research, juillet 2006

4. Source : Insight Research, "The 2007 Industry Review"

5. Source : OC&C Strategy Consultants

6. Etude M-Metrics réalisée aux Etats-Unis, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Espagne et Italie

7. Source : Juniper Research