



## Bonnet d'âne pour la France, dernière en Europe pour l'utilisation du mobile

Clients frileux ou concurrence inefficace? Même si près de 96% des Français sont désormais équipés d'un téléphone mobile, ce taux reste ridiculement bas face à leurs voisins européens, dont la plupart ont franchi le cap des 100%. Un rapport de la Commission européenne montre que fin 2008, quand la France affichait 88,4%, elle était dernière de la classe dans l'Union derrière l'Espagne (114%), le Royaume-Uni (121%) et le champion mondial l'Italie (153%), pour une moyenne européenne de 119%. Quand le taux de pénétration (rapport entre nombre de cartes sim et population) passe à trois chiffres, cela signifie que certains clients ont plusieurs mobiles ou cartes. Une phénomène qui ne concerne que 3% des Français, selon l'institut Forrester.

Première raison, la prédominance des formules d'abonnement (forfaits), qui captaient fin 2008 66% du marché contre 41,8% en Europe. "En France on a sacrifié le prépayé", regrette Edouard Barreiro, chargé des nouvelles technologies à l'UFC-Que Choisir, selon qui les opérateurs ont tout fait pour "rendre les offres à la carte inattractives". Leur intérêt? Avec un forfait, le client est trois fois plus dépensier qu'avec une carte prépayée, selon l'Autorité de régulation des télécoms (Arcep). Or qui dit prépayé, dit liberté: "les Italiens ont plusieurs cartes sim, pour appeler les parents, les copains...", profitant des meilleurs tarifs selon les opérateurs ou les horaires, raconte M. Barreiro.

A l'inverse, les "prix élevés" (la France a le revenu par client le plus haut d'Europe, selon Bruxelles, ce que contestent les opérateurs) et "le modèle français d'engagement sur 24 mois dissuadent totalement le client de tenter de nouvelles formes de consommation", dit-il. Selon l'Arcep, en 2008, un utilisateur de mobile sur deux (46%) était chez le même opérateur depuis plus de cinq ans. "Tous les opérateurs français poussent à l'abonnement", reconnaît Jean-Marie Culpin, directeur commercial mobiles d'Orange (France Télécom) France, estimant qu'il y a un "potentiel" pour stimuler le prépayé mais aussi augmenter le taux de pénétration en entreprises. En outre, souligne Jean-Marie Danjou, délégué général de l'Association française des opérateurs mobiles (Afom), "les enfants français sont beaucoup moins équipés que la moyenne: 7,1% des 6-10 ans, contre 25,6% en Europe".

Mais on oublie que les cartes sim servent aussi aux clés 3G, pour accéder à internet sur ordinateur portable, et à certains appareils (Machine-to-Machine), par exemple pour surveiller à distance un distributeur de boissons, ce qui augmente le taux de pénétration. "Le Royaume-Uni ou l'Allemagne sont beaucoup plus équipés en clés 3G" et la France "n'est pas en pointe" en Machine-to-Machine, souligne Jean-Vital de Rufz, PDG du site comparatif [meilleurmobile.com](http://meilleurmobile.com), même si cela représentait déjà 3,5 millions de cartes sim dans l'Hexagone en 2009 selon Forrester. De quoi permettre à la France d'être "très probablement autour de 120% d'ici quatre ans", prédit M. de Rufz.

Ces usages "rendront le marché plus difficile à interpréter" à l'avenir, relève Frédéric Pujol, de l'Institut de l'audiovisuel et des télécoms en Europe (Idate), en ne reflétant plus le nombre réel de clients. "La France n'est pas forcément aussi en retard qu'on veut bien le dire", renchérit Thomas Husson, analyste à Forrester: "au niveau des individus utilisant régulièrement le mobile, le taux de pénétration n'est que quelques points en-dessous de la moyenne européenne". Et même quand un Italien jongle entre plusieurs cartes, il appelle au final à peu près autant qu'un Français: 2h15 en moyenne par mois dans les deux pays, en 2008, selon l'Idate. .

<http://news.fr.msn.com/m6-actualite/france/article.aspx?cp-documentid=152140643>