

Idate : Internet Mobile, 163 millions d'internautes mobiles en Europe en 2010

Info

Post   par : JerryG

Publiée le : 27/1/2009 15:00:00

Les services de l'Internet mobile, accédés depuis un téléphone mobile, sont au cœur des préoccupations des acteurs du Web, des opérateurs mobiles et des équipementiers, qui cherchent tous à prendre position avant le décollage de ce marché. Ce rapport analyse les dynamiques du marché à l'horizon 2012 et les stratégies des acteurs, en tenant compte des challenges technologiques et des développements attendus de nouveaux services adaptés.

   **Bien que très attractif**,    commente **Vincent Bonneau**, Responsable de la Practice Services Internet, à **en dehors des marchés d'j   bien développés en Asie (Corée du Sud et surtout Japon), le marché du Web mobile ne deviendra significatif qu'à l'horizon 2012**   .

Utilisateurs actifs d'Internet mobile (en millions)



Source : IDATE

  

Le marché de la publicit   mobile le plus avancé, le Japon, ne pèse donc que 500 millions EUR.

   Certains services devraient toutefois être proposés de manière payante sur le mobile. C  t  tait d  ailleurs le modèle dominant du Web mobile il y a encore deux ans. Ce modèle n  a pas réussi à se développer au delà des sonneries et logos, entraînant la plupart des acteurs vers le modèle publicitaire.

Seuls quelques services semblent réellement pouvoir conserver un modèle payant, autour des contenus et services habituellement payants (contenus premiums), des services hors forfait (ex : VoIP) et des services enrichis non disponibles sans mobile (ex : GPS). A terme, le Web mobile pourrait donc reproduire la situation du Web PC, avec des revenus de la publicit   4 à 5 fois supérieurs à ceux des services payants.

â Le m-commerce, version mobile du e-commerce, nâen est quâ ses balbutiements.

La transposition du Web PC au Web mobile semble plutÃt dÃ©licate, au delÃ de services dâalertes et de suivi de comptes, car le mobile est en concurrence avec les ordinateurs et les magasins physiques. Seuls quelques secteurs semblent rÃ©ellement capables Ã moyen terme de se dÃ©velopper en commerce mobile, autour du contenu mobile et du mobile ticketing.

Le mobile garde un potentiel intÃ©ressant sur les services de paiement en situation.

â Dans un premier temps, les revenus des services mobiles seront en fait plutÃt liÃ©s Ã des retombÃ©es indirectes. La prÃ©sence sur le Web mobile peut en effet encourager lâusage du service fixe Ã©quivalent, qui dÃ©gage plus facilement des revenus (publicitÃ©) ou permet de rÃ©aliser des coÃ»ts de gestion (site gratuit dâune banque en ligne).

Elle permet aussi de se forger une image innovante.