Le téléphone mobile

Une santé exceptionnelle

L'état de la technologie

Pour la partie purement téléphone, on distingue les modèles bi-bandes, tri-bandes voire même quadri-bandes. Si un téléphone bi-bandes suffit amplement dans l'Hexagone, un tri-bandes est recommandé pour téléphoner à l'étranger. Pour les échanges de données, le GPRS reste présent mais ses débits très faibles en limitent grandement l'intérêt. Pratiquement tous les téléphones sont aujourd'hui compatibles avec les réseaux EDGE qui bénéficient notamment de la large couverture du GSM pour offrir un débit descendant de 250 Kbit/s. Cela suffit pour naviguer sur Internet mais aussi pour la télévision sur mobile. Plus rapide encore, la 3G (ou UMTS) offre les mêmes services et y ajoute la visiophonie. Le très haut débit mobile est enfin une réalité avec la 3G+ (ou HSDPA), une évolution logicielle de la 3G qui offre là encore des débits plus importants (jusqu'à 4 Mbits par seconde) et proche de l'ADSL. Une aubaine pour les utilisateurs nomades qui pourront d'ailleurs connecter leur téléphone à un ordinateur et disposer ainsi d'un modem haut débit tandis que le HSUPA pointe déjà le bout de ses antennes. Cette variante de la 3G+ met l'accent sur le débit ascendant qui peut théoriquement atteindre plus de 5 Mbits par seconde, surtout utile pour l'envoi de documents volumineux. Les connexions sans fil ne sont pas en reste avec le WiFi en version G qu'on retrouve principalement en haut de gamme et sur les smartphones. À l'inverse, le Bluetooth est réservé aux petits échanges de données sur de courtes distances. Le profil AD2P ou Bluetooth stéréo se démocratise et permet de remplacer les écouteurs par un casque sans fil. Si ce dernier est doté de boutons de contrôle, il pourra même piloter le baladeur intégré grâce au profil AVRCP tout en laissant le téléphone dans sa poche. Les écrans gagnent en taille et en définition mais ce sont surtout les fonctionnalités tactiles qui font une entrée remarquée sur le marché grand public après avoir conquis les smartphones. Ces derniers offrent un large choix de systèmes d'exploitation avec Windows Mobile 6, la version mobile de Windows, Symbian développé notamment par Nokia, BlackBerry de RIM plébiscité pour la gestion des e-mails, et depuis peu Mac OS d'Apple qui équipe exclusivement l'iPhone.

Sony Ericsson

Hall : Apollinaire - Stand : V15 - 17

David Mignot, Directeur marketing et communication

JDLI : Quelle est l'importance du contenu en ligne ?

David Mignot : Notre approche est d'offrir le téléphone mobile le plus adapté aux usages tels que la photo ou la musique. Notre offre est d'ailleurs segmentée dans ce sens. À l'instar d'autres constructeurs qui intègrent le contenu dans le cadre d'une proposition globale qui va du terminal jusqu'au contenu, notre service PlayNow permet de télécharger de la musique, des sonneries ou encore des jeux. Toutefois, ce qui prévaut c'est d'abord une stratégie de partenariats avec les opérateurs qui proposent également ce type de services. PlayNow n'a pas vocation à remplacer les portails et se destine avant tout aux pays dans lesquels l'offre n'est pas développée. Par ailleurs, nous avons des partenariats forts avec des artistes comme Bob Sinclar ou plus récemment M. Pokora.

Téléphone qui fait tout bien ou à usage dédié ?

C'est à la fois les deux sans pour autant tomber dans le piège du téléphone qui fait tout mais rien correctement. Par ailleurs, le mobile qui fait tout attire les passionnés de hi- tech mais peut aussi rebuter ceux qui cherchent un terminal pour un usage simple. Nous proposerons bientôt le X1 qui offre le meilleur du multimédia et de l'Internet mais il faut rester pragmatique. La majorité du grand public s'arrête sur les usages simples que sont la photo et la musique. Ainsi, la photo attire 60 % des consommateurs suivi par la musique avec 22 %, dont 60 % de jeunes de 12 à 20 ans. Notre approche est donc de segmenter par l'usage avec une orientation très forte sur la photo dans la gamme Cyber-shot et la musique avec les Walkman. Tous ces terminaux bénéficient également des autres fonctionnalités multimédia mais c'est cet usage spécifique qui les caractérise.

Quelle évolution pour le multimédia cette année ?

On parle beaucoup d'Internet mobile avec des écrans plus grands et parfois tactiles ou épaulés par des claviers. Le GPS est également une réalité et nous proposons une vraie plus-value par rapport au GPS autonome. Sur nos téléphones Cyber-shot par exemple, le GPS permet de géo-localiser une photo pour retrouver précisément l'endroit où elle a été prise sur une carte. Pour les sportifs, nous proposons de suivre le parcours et de mesurer la performance sur un ordinateur. Bien entendu, la photo va encore gagner des pixels et la mémoire embarquée va augmenter. En revanche, la télévision reste un service proposé par les opérateurs. Il faudra surement attendre l'année prochaine pour le DVB-H qui est une réalité technique mais pas commerciale.

LG

Hall : Diaghilev - Stand : M01 - 02

Denis Morel, Directeur de la division téléphonie mobile

JDLI : Quelle est l'importance du contenu en ligne ?

Denis Morel : Le contenu en ligne est très important et nous en simplifions l'accès en intégrant les applications les plus plébiscitées par le grand public, comme le Google Pack par exemple. Ainsi les utilisateurs peuvent télécharger et échanger de la musique, des photos, des vidéos ou encore leurs jeux favoris. Nous intégrons également les applications et les offres des opérateurs, ce qui nous permet de rester concentrés sur notre cœur de métier de fabricant de téléphones mobiles.

Téléphone qui fait tout bien ou à usage dédié ?

LG poursuit sa croissance et conquiert actuellement des parts de marché sur de nouveaux segments. Nous développons aujourd'hui des terminaux dédiés à la photo, la musique, Internet ou encore la télévision. Ces mobiles intègrent à la fois le meilleur de la technologie et un accès simplifié aux offres de contenu en adéquation avec ces usages. Cependant, même si ces produits rencontrent un succès prometteur, nous constatons également que de nombreux utilisateurs privilégient les mobiles polyvalents. Dans tous les cas, nous attachons une attention particulière au design de nos téléphones.

Quelle évolution pour le multimédia cette année ?

L'arrivée des écrans tactiles sur les téléphones mobiles a considérablement contribué à enrichir l'expérience multimédia. Plus larges et combinés à de nouvelles interfaces conviviales, ils offrent de nombreux bénéfices aux

utilisateurs. Le Viewty en est l'illustration parfaite. Visionner sur un grand écran des photos ou des vidéos qui sont enregistrées avec son capteur 5 Mpixels procure une expérience unique. Cette année, nous nous attendons à voir émerger des produits 8 Mpixels, d'autres dédiés à la télévision mais aussi des interfaces encore plus innovantes et beaucoup d'autres surprises.

Samsung Hall : Diaghilev - Stand : R27 - T01 - 02 - 08

Sonia Guillou, Chef de produit Télécom

JDLI : Quelle est l'importance du contenu en ligne ?

Sonia Guillou : C'est très important et tous nos téléphones multimédia sont accompagnés d'offres de contenu. Il est également possible d'accéder à notre site samsungmobile.fr sur lequel se trouvent de la musique, des sonneries, des vidéos ou encore des photos à télécharger. Par ailleurs, nous développons des partenariats avec des artistes de renom comme Cerrone, Shym ou plus récemment Madonna. Son dernier album « Hard Candy » et son clip seront d'ailleurs disponibles sur une carte microSD de 1 Go embarquée dans le F400, notre téléphone dédié à la musique qui sera disponible au mois de juin.

Téléphone qui fait tout bien ou un usage dédié ?

Nous sommes à l'écoute des consommateurs et nous avons réalisé une étude au niveau mondial auprès de 8 000 personnes dans 25 pays. Suite à cela, nous avons repéré six grandes catégories de comportements. La catégorie « Style » s'adresse à ceux qui désirent un produit haut de gamme avec un design soigné sans faire de compromis sur les fonctionnalités. C'est le cas notamment du U900, un téléphone 3G+ chromé très fin et doté d'un appareil 5 Mpixels. Pour les prescripteurs, la gamme « Infotainment » propose le meilleur de la technologie avec des téléphones moins fins mais qui savent tout faire. C'est le cas notamment du G810 qui est un modèle moins fin mais qui bénéficie du WiFi, d'un appareil photo 5 Mpixels et du GPS. La catégorie « Multimedia » est destinée à un usage spécifique comme la musique ou la photo. Pour ceux qui veulent être joints en permanence et disposer de fonctions de messagerie et de connexions haut débit, nous proposons les mobiles « Connected ». À l'inverse, les mobiles « Basic » peu onéreux sont destinés aux utilisateurs qui se contentent de téléphoner sans s'attarder sur le look. Enfin, la catégorie « Business » se compose de smartphones, des doubles SIM ou encore de la gamme « Solid » avec les téléphones résistants.

Quelle évolution pour le multimédia cette année ?

Le tactile et le GPS sont très demandés et nos nouvelles gammes répondent à ces attentes. En particulier, tous les segments sont concernés avec une sélection de téléphones mobiles tactiles, y compris pour les professionnels.

LA SEGMENTATION DANS LE RAYON

Avec la multiplication des références, proposer une offre cohérente au consommateur est important au risque d'être très vite perdu. Mettre en avant l'usage plutôt que les fonctionnalités s'avère là encore un choix très judicieux. Pour le consommateur qui n'a besoin que d'un téléphone pour rester en contact, une sélection de modèles basiques et bon marché fera l'affaire. Pour monter en gamme, on pourra néanmoins faire valoir l'écran de plus grande taille qui équipe les modèles plus performants et le confort d'utilisation que cela implique. Pour ceux qui utilisent tous les moyens à leur disposition pour communiquer, l'accent sera mis sur les connexions sans fil et la prise en main. Le clavier doit impérativement être confortable pour saisir très rapidement un SMS ou un e-mail. Pour le multimédia, on pourra proposer des terminaux polyvalents mais il sera plus intéressant de se concentrer sur des modèles dédiés à un usage spécifique. Pour la musique, l'accent doit être mis sur la simplicité d'utilisation et sur l'intérêt de remplacer son baladeur dédié par un téléphone musical. Pour la photo, la résolution permet de segmenter et de monter en gamme. Enfin, le GPS est pour le moment réservé aux téléphones haut de gamme. Le nombre de terminaux actuellement disponibles étant limité, il est envisageable de tous les proposer. Enfin, une sélection de smartphones au design attrayant sera à même d'intéresser les consommateurs qui envisagent une utilisation plus poussée de leur téléphone mobile.

GfK

Téléphones mobiles & Smartphones
Valeur en milliards d'euros

2006	2007	2008
2,3	2,6	3,1
	+15%	+19%

Téléphones mobiles & Smartphones
Volume en millions d'unités

2006	2007	2008
20,1	22,8	25,6
	+13%	+12%

Téléphones mobiles & Smartphones
Prix moyen en euros sans subvention

2006	2007	2008
115	116	123

L'état du marché

La croissance du marché de la téléphonie mobile ne faiblit pas malgré un taux d'équipement particulièrement élevé. C'est désormais un marché de renouvellement avec un tiers des utilisateurs qui changent de téléphone tous les ans. Et pour ne rien gâcher, le prix moyen sans subvention augmente légèrement année après année, ce qui se traduit par une croissance en valeur à deux chiffres. Cela signifie que les consommateurs sont très sensibles aux fonctions évoluées et prêts à payer pour l'innovation. Pour 2008, la tendance devrait être la même avec une croissance à la fois en volume et en valeur. De leur coté, les smartphones ont conquis le grand public qui pèse désormais pour plus de ventes que la partie professionnelle. Cet engoument s'explique par sa capacité à communiquer avec Internet. Les fonctions de messagerie et de navigation sont de plus en plus appréciées par une partie des consommateurs. Le smartphone grand public devrait poursuivre cette année sa croissance, aussi bien en volume qu'en valeur.

L'appareil type

Objet de statut social par excellence, le téléphone est devenu un objet personnel et il n'y a donc pas vraiment de modèle universel. Tout juste peut-on distinguer des catégories. La seule chose qui devra toujours être au centre des préoccupations, c'est le design. Quelles que soient ses fonctionnalités, qu'il soit entrée de gamme ou à l'avant-garde de la technologie, le téléphone doit être valorisant pour son propriétaire et lui permettre de se distinguer. Sinon,

il y a déjà le modèle basique dont la fonction essentielle est de téléphoner à la fois petit et séduisant sans pour autant négliger les aspects pratiques et notamment la prise en main. Il y a d'ailleurs une tendance au bel objet sur ce segment. Les téléphones entrée de gamme laids et grossiers appartiennent au passé. À l'autre extrême, il y a le téléphone qui fait tout au mieux de ce que permet la technologie. Photophone 5 Mpixels, lecteur vidéo avec grand écran, baladeur évolué et de plus en plus GPS autonome, il s'adresse au technophile qui ne rechigne pas à accepter un certain embonpoint. Ensuite vient le téléphone plus particulièrement doué dans un domaine qui sera la photo, la musique ou la communication. Le photophone spécialisé se rapproche par la forme et la manipulation d'un appareil photo, le mobile baladeur peut être tout aussi fin et léger qu'un modèle basique. Enfin, le smartphone est le téléphone communicant par essence avec un grand écran, souvent tactile et la présence du WiFi.

LA MISE EN SCÈNE

Le téléphone n'est pas un appareil comme les autres. Il est destiné à être utilisé quotidiennement et la prise en main revêt une importance capitale. Pour ce faire, il est donc fondamental de pouvoir les essayer dans le rayon plutôt que de les exposer dans une vitrine. L'usage étant au centre des préoccupations, pourquoi ne pas organiser le rayon autour de grandes thématiques comme la musique, la photo et les communications. Pour la musique par exemple, il faut pouvoir évidemment écouter ce dont est capable le baladeur, tout en s'essayant à la navigation offerte par l'interface qui n'a plus rien à envier aux baladeurs dédiés. Cela sera également l'occasion de mettre l'accent sur des accessoires tels que les casques audio et les casques Blutooth afin de valoriser le panier d'achat. Il en va de même pour la photo d'autant que là aussi, il est possible d'animer le rayon avec des ateliers qui illustrent la facilité des prises de vue et les possibilités offertes par le Bluetooth pour obtenir des tirages directement à partir d'une imprimante compatible, ou encore transférer très simplement un cliché sur un cadre photo numérique.

LES ACCESSOIRES

Les accessoires destinés aux téléphones mobiles étant particulièrement nombreux, il est intéressant de les proposer à proximité du rayon pour aller encore plus loin. Outre l'indispensable housse, le consommateur sera probablement intéressé par une carte mémoire lui permettant de stocker sa musique et ses photos. Le vendeur l'ayant informé de la piètre qualité des écouteurs fournis, le mélomane sera sans aucun doute sensible à une sélection de casques et d'écouteurs tandis que le technophile sera à même de craquer sur un modèle sans fil. La photo n'est pas en reste et une sélection de cadres photo ou d'imprimantes peut être envisagée. Enfin pour le GPS, il sera indispensable d'associer un support adapté au téléphone.

Les fonctionnalités

De simple appareil destiné à communiquer, le téléphone mobile s'est étoffé au fil des ans. Ce fut d'abord la photo qui connaît une évolution comparable au compact. La course à la résolution atteint 5 Mpixels sur les modèles haut de gamme et le standard passe à 2 Mpixels. L'autofocus se démocratise et le zoom est généralement numérique. Des réglages avancés sont parfois proposés et les modes automatiques font leur apparition, épaulés par le flash qui gagne en efficacité grâce au xénon. La vidéo s'ouvre au DivX mais globalement, ce n'est pas le point fort des photophones. La musique est sans conteste la fonction multimédia qui convient le mieux au téléphone. Tous les formats de fichiers traditionnels sont reconnus avec le MP3, l'AAC d'Apple et même parfois le WMA de Microsoft. Les interfaces ont aussi beaucoup évolué afin de faciliter la recherche des chansons et il est parfois possible de créer des listes de lecture directement sur le téléphone. Le Bluetooth stéréo permet d'écouter de la musique sans s'embarrasser avec les fils. Le cas échéant, une prise jack sera la bienvenue pour substituer les écouteurs en faveur d'un casque audio de bonne qualité. Le port USB est à privilégier pour synchroniser les fichiers multimédia mais il ne permet pas toujours de recharger la batterie dans le même temps. Côté stockage la mémoire embarquée est toujours épaulée par la carte mémoire, d'autant que les lecteurs sont maintenant intégrés dès l'entrée de gamme. Mais la fonctionnalité de l'année sera sans aucun doute le GPS qui réalise une entrée remarquée dans le téléphone mobile. En revanche, la manière de l'utiliser recèle une certaine complexité qui va nécessiter des explications en magasin. En effet, l'intégration standard s'arrête à la fonction physique de GPS qui ne permet que de se localiser. La navigation peut être incluse avec les cartes comme sur un GPS autonome, la solution la plus simple, mais elle peut aussi se faire uniquement par communication avec un serveur et le téléchargement du parcours correspondant ce qui est généralement lent. Enfin, certains téléphones GPS nécessitent un abonnement pour disposer de la fonction navigation, cela se traduit par un surcoût non négligeable de l'ordre de 60 euros par an pour un pays. Enfin, les smartphones ont introduit la navigation sur Internet qui se généralise et nécessite une connexion rapide, de préférence le WiFi et surtout un grand écran tactile. Ce sont aussi les spécialistes de la messagerie avec pour certain la fonction push mail qui prévient et charge le message entrant. Pour la messagerie, un clavier complet est un avantage certain.