

Tarifs Télécoms

Benchmark des tarifs de détail Internet et mobile en Europe et aux Etats-Unis

30 Mars 2010, Montpellier, France – L'analyse et la comparaison des tarifs télécoms est un sujet à la fois complexe et sensible, impliquant des paramètres nombreux et variés. Afin de mieux appréhender ces différents paramètres et leurs effets, l'IDATE publie une étude détaillée des grilles tarifaires et des modalités de facturation des principaux opérateurs d'accès fixe haut débit et de services mobiles dans les grands pays européens (Allemagne, Espagne, France, Italie et Espagne) et aux Etats-Unis, à partir d'une base de données exclusive.

Mobiles

Positionnements marketing et tarifaires

Pour les gammes de tarifs mobiles, on observe des différences importantes entre pays :

- au Royaume-Uni, en Allemagne et en France, les gammes sont plutôt larges et adressent des usages très variés,
- en Italie, les gammes sont plus retreintes tandis que l'Espagne occupe une position intermédiaire,
- aux Etats-Unis enfin, les offres d'abondance sont généralisées (avec d'ailleurs des conséquences très concrètes sur le prix des paniers de consommation faible et moyenne).

Par ailleurs, les modalités on net/off net et heure pleine/heure creuse, pour les offres mobiles, sont encore largement prégnantes même si l'évolution vers les forfaits les estompe pour partie. Pour les tarifs mobile data, les bases tarifaires restent très variées autant dans les volumes proposés que dans les modalités de plafonnement (en "jouant" ou non sur le débit).

Modalités de vente et de facturation

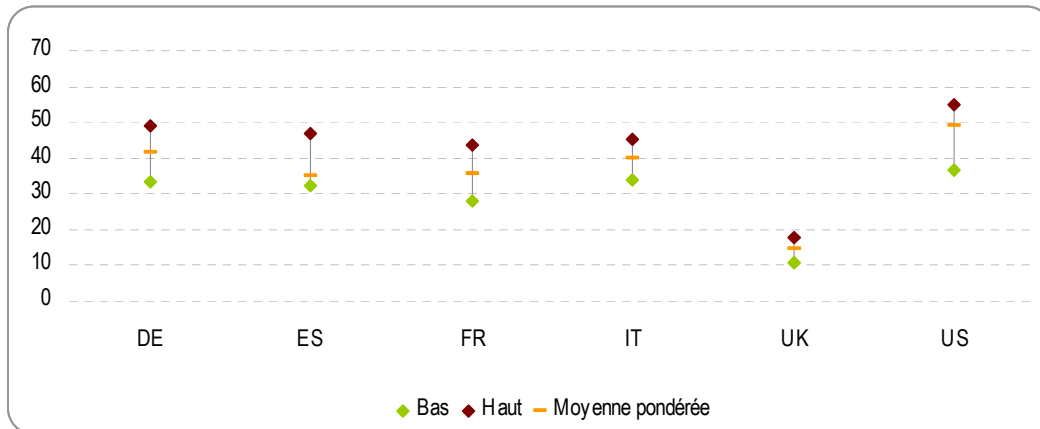
Les principales modalités qui constituent autant de variété dans les offres tarifaires des opérateurs sont :

- les options d'achat : achat en boutique vs. achat en ligne, packs vs. SIM only,
- les modalités d'engagement : durées d'engagement pour les offres postpayées, durées de validité pour les cartes prépayées,
- les coûts fixes ou a minima : abonnements et engagements mensuels, recharge des cartes prépayées
- les principes de facturation de la voix : modalités de décompte temps, discrimination selon les numéros appelés, dispositifs heures pleines/heures creuses
- les principes de facturation des messages courts : selon les numéros appelés, selon la nature et la taille des messages, dispositifs heures pleines/heures creuses,
- les principes de facturation de l'internet mobile : modalités de décompte (au volume, au temps, à la connexion).

Benchmark des tarifs Mobile (analyse par paniers de consommation)

Dans les mobiles, nous avons calculé des prix de paniers pour différents profils de consommation, sur la base d'offres postpayée. Les opérateurs britanniques apparaissent quasi systématiquement les mieux positionnés. Les opérateurs allemands et espagnols, plutôt dans la moyenne pour les petits consommateurs, sont régulièrement parmi les plus chers en revanche dès qu'on avance vers des niveaux de consommation moyens ou élevés. Les opérateurs français et italiens sont entre les deux, avec des écarts entre opérateurs beaucoup plus marqués en Italie. Enfin, les offres des opérateurs nord-américains apparaissent plutôt chères pour les petits consommateurs mais de mieux en mieux positionnés au fur et à mesure que l'on monte en consommation.

Panier mobile 2H30 + 100 SMS par mois (Eur TTC)- offres SIM Only ou avec téléphone à défaut



Source : IDATE, d'après catalogue tarifs opérateurs automne 2009

Internet haut débit

Positionnements marketing et tarifaires

Pour les accès haut débit fixe, les opérateurs américains semblent proposer davantage d'offres d'accès seul que ne le font les opérateurs européens, plutôt adeptes du multiplay, pour partie sans doute du fait de structures de marché et concurrentielles, sur les marchés de la téléphonie et de la télévision, différentes de part et d'autre de l'Atlantique.

Par ailleurs, l'évolution vers le très haut débit se fait le plus souvent, sur le plan tarifaire, en continuité des offres haut débit classiques et les prix sont même dans certains pays (en France en particulier pour la plupart des opérateurs) alignés sur ceux de ces dernières.

Modalités de vente et de facturation

Pour les offres d'accès haut débit fixe, on relève des options différentes principalement sur :

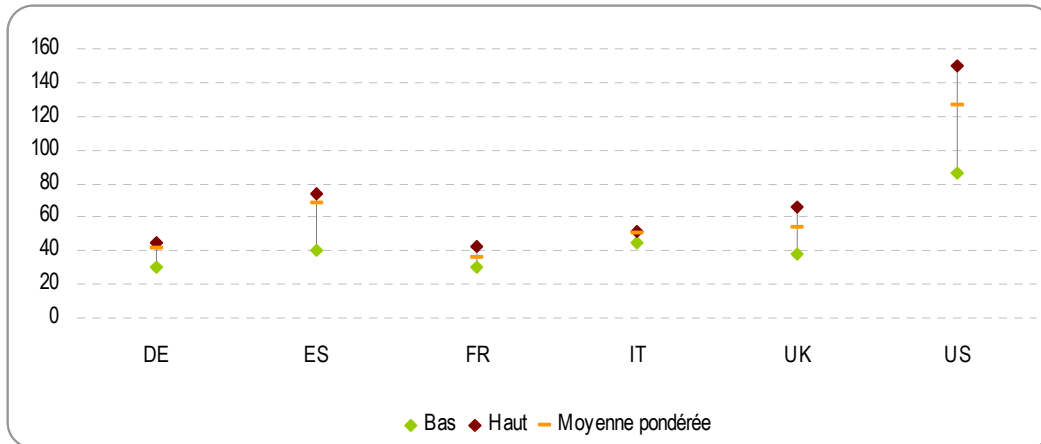
- les principes d'achat : achat en boutique vs. achat en ligne,
- les principes de location/achat de terminaux et modalités d'amortissement, changement, restitution...
- les durées d'engagement,
- les principes d'achat : achat en boutique vs. achat en ligne,
- les principes de facturation de l'accès : en fonction des débits, en fonction des services associés,
- les principes de facturation de la voix : modalités de décompte, dispositifs heures pleines/heures creuses, discrimination selon les numéros appelés,
- les principes de facturation de la TV.

Sur toutes ces modalités, l'étude compare les différentes options proposées, en s'appuyant sur des exemples tirés de la base.

Benchmark des tarifs Internet haut débit (analyse par paniers de consommation)

Pour les tarifs haut débit, les opérateurs allemands, français et britanniques présentent régulièrement les tarifs les plus bas. Les tarifs en Espagne et en Italie sont en général plus élevés. Quant aux opérateurs nord-américains, ils présentent, en dehors des accès seuls jusqu'à 8 Mbps, les tarifs systématiquement les plus élevés de notre panel.

Panier haut débit triple play (Eur TTC par mois) - avec débit descendant supérieur à 8 Mbps



Source : IDATE, d'après catalogue tarifs opérateurs automne 2009

« Tarifs Télécoms – Benchmark des offres Fixe haut débit & Mobile » (Market & Data, Mars 2010)

- **L'objectif de cette étude** est, d'une part de présenter et comparer les principales caractéristiques des offres tarifaires dans ces services en termes de positionnement marketing. Nous avons travaillé à partir des grilles des principaux opérateurs (en règle générale, les 4 premiers dans l'une et l'autre catégorie) dans 6 pays (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni et Etats-Unis) : correspondant à plus de 500 offres pour 42 opérateurs analysés.
- Nous avons d'autre part analysé en détail **les composantes "techniques" de ces offres tarifaires**, c'est-à-dire l'ensemble des paramètres qui structurent les tarifs, en prenant en compte toutes les modalités de décompte-temps ou décompte-traffic, le cas échéant.
- **5 paniers de consommation de services mobiles et 3 d'accès haut débit ont été définis.** Pour chaque panier, nous avons mesuré le tarif le plus bas proposé par chaque opérateur, puis présenté les résultats par pays en retenant trois points de repère : le point bas, qui indique le prix de l'opérateur avec l'offre la moins chère, tous opérateurs confondus, le point haut, qui indique le prix de l'opérateur avec l'offre la plus chère (mais la moins chère pour l'opérateur en question pour le profil considéré) et, enfin, un point intermédiaire qui correspond à la moyenne pondérée (sur la base des parts de marché) des tarifs des trois ou quatre opérateurs retenus pour le pays.
- Enfin, nous avons établi des **tableaux de prix en fonction de différents paniers.** A la différence des exercices généralement réalisés sur ce thème, nous avons cherché à tenir compte au mieux possible, notamment pour les services facturés au temps (services mobiles essentiellement), des répartitions d'appels en intégrant des coefficients de redressement selon les crédits-temps et paliers de facturation et de proposer des points de repère plus larges qu'une simple moyenne ou prix le plus bas pour un pays donné.
- **Une base de données tarifaires**, en format Excel, sert de support à l'analyse et fait partie intégrante du rapport.

Contacts

IDATE

Jean-Dominique Séval

jd.seval@idate.org

Tel: +33 (0)4 67 14 44 44 07

PR

Emmanuelle Renaud, Presse & Technologies

erenaud@pressetech.fr

Tel +33 (0)1 56 56 64 64

For more information on IDATE's activities: www.idate-research.com

A propos de l'IDATE

Depuis 1977, l'IDATE s'est imposé comme l'un des premiers centres d'études et de conseil en Europe dont la mission est d'accompagner les décisions stratégiques de ses clients sur les secteurs Télécoms, Internet, Médias, à travers deux domaines d'activités : **Consulting & Research** (un conseil indépendant et la publication d'un catalogue d'études de marché), **DigiWorld Programme** (un programme annuel supportées par ses membres : DigiWorld Club, DigiWorld Summit, DigiWorld Yearbook, Communications & Strategies, ...).

> Pour plus d'information rendez-vous sur www.idate-research.com.