



## Communiqué de presse

### Embargo vendredi 3 février – 9H00

Contacts	Julia Debienne	Stéphanie Muthélet
	Relations Presse Deloitte + 33 (0)1 55 61 41 69 jdebienne@deloitte.fr	Agence Rumeur Publique + 33 (0)1 55 74 52 28 stephanie@rumeurpublique.fr

## Deloitte annonce les principales tendances 2012 du secteur des Technologies, Médias et Télécommunications (TMT)

### 2012 : La demande en technologies ne connaît pas la crise

Neuilly-sur-Seine, vendredi 3 février 2012 – Deloitte publie aujourd’hui son étude 2012 des prédictions mondiales du secteur des Technologies, Médias et Télécommunications (TMT), et lance sa série de conférences à travers la France<sup>1</sup> afin de dévoiler les principales tendances auxquelles les entreprises et les consommateurs peuvent s’attendre cette année.

La 11<sup>ème</sup> édition des « *Technology, Media & Telecommunications Predictions* » présente les principales tendances émergentes du secteur au niveau mondial qui auront un impact à la fois sur les décisions des entreprises et sur le comportement des consommateurs.

Les Prédications TMT 2012 sont basées sur des entrevues et des recherches approfondies, des témoignages de clients et d’anciens membres de Deloitte, d’analystes sectoriels, de chefs d’entreprise et de plus de 6 000 professionnels de Deloitte dans le secteur des TMT.

Parmi les enseignements de l’étude, l’adoption des tablettes numériques se démarque. Elles auront en 2012 le taux de pénétration du marché des « produits achetés à de multiples reprises » le plus rapide de l’histoire à mesure que les Français continueront d’en acheter en 2012, y compris ceux qui en détiennent déjà une.

« L’augmentation du nombre de ménages possédant plusieurs tablettes a été phénoménale, explique **Duncan Stewart, Directeur de Deloitte Research, Centre de recherches mondial du cabinet Deloitte.** « Il a fallu plusieurs décennies avant que plus de 5% des ménages possèdent plus d’un téléphone, d’une voiture, d’une radio ou d’un téléviseur. Dans le cas des ordinateurs personnels et des téléphones cellulaires, il a fallu attendre plus de 10 ans. Pour les tablettes, on attendra moins de trois ans. »

**Ariane Bucaille, Associée et Responsable secteur TMT** chez Deloitte déclare : « L’essor des ventes de tablettes et de smartphones vont significativement accélérer les changements de mode de consommation des contenus en 2012. La vente généralisée du smartphone à bas prix témoigne d’ailleurs très bien de l’explosion de la demande sur ce segment de marché. »

<sup>1</sup> le 3 février à Neuilly sur Seine à la SACEM à 8H30, le 6 février à Mulhouse à La Fonderie (Université de Haute-Alsace) à 10h30, le 7 février à Nantes au Centre de Communication de l’Ouest (CCO) à 8h30, le 8 février à Sofia Antipolis à Télécom Paristech à 8h30, le 9 février à Grenoble à l’INRIA à 9h30, le 9 février à Lille à Euratechnologies à 18h30.

## Selon les prédictions de Deloitte, voici 12 des principales tendances du secteur TMT qui marqueront l'année 2012 :

### 1. La demande en technologies grand public résiste aux turbulences de l'économie

Les ventes en technologies grand public continueront de progresser en 2012 : un nombre record de smartphones, tablettes, télévisions et ordinateurs seront vendus. Outre l'augmentation des ventes de télévisions et d'ordinateurs dans les marchés émergents, la demande sera soutenue par les autres équipements électroniques, compte tenu de l'amélioration constante du rapport qualité/prix des technologies.

L'investissement dans l'électronique grand public devient un symbole alternatif de statut social par rapport à la voiture ou à la maison pour les consommateurs dont les budgets sont limités. Ils peuvent même aller jusqu'à sacrifier des vacances pour s'acheter une télévision ou un ordinateur plus performant.

### 2. Jamais deux sans trois tablettes

L'essor de la tablette n'a pas donné de signes de fléchissement depuis son lancement sur le marché en 2010. 1,45 millions de tablettes tactiles se sont vendues en 2011 en France<sup>2</sup>.

Environ 5 millions de tablettes seront vendues à des personnes qui en possèdent déjà une en 2012, générant ainsi jusqu'à 2 milliards de \$ de chiffre d'affaires dans le monde. Globalement, ce mouvement constituera un réel défi pour les opérateurs télécom qui devront faire face à l'augmentation du trafic et prendre en compte la diversité des comportements en matière de connectivité. Une tablette pour chaque type d'usage dans la famille !

Le marché de la tablette devrait se diversifier en termes de taille, de puissance, de prix et de systèmes d'exploitation en fonction de l'utilisation qui en est faite. Les entreprises devraient exiger des tablettes mieux sécurisées et plus robustes. Sur le marché grand public, le défi sera pour les fournisseurs d'adapter leur contenu et leurs applications.

### 3. « Big Data » : les grands projets explosent !

En 2012, 90% des sociétés du Fortune 500 lanceront un grand chantier de gestion des données, générant un chiffre d'affaires de 1 à 1,5 milliard de \$ - contre 100 millions en 2009.

Ces projets n'en sont encore qu'à leur tout début, souvent gérés par les départements IT, mais suscitent un intérêt grandissant, car le besoin d'analyses stratégiques en temps réel pèse lourdement sur les outils traditionnels de gestion des données. Les sociétés Internet ont ouvert la voie de l'exploration des « Big Data ». Elles seront suivies de près par le secteur bancaire et financier, public, la grande distribution, les loisirs et les médias.

### 4. Les temps sont durs pour les disques durs

Plus rapides, disposant de plus de capacité de stockage, moins bruyantes et moins gourmandes en énergie, les mémoires flash ont accompagné l'essor de l'électronique grand public des dernières années (tablettes, smartphones, ultrabooks). Les disques SSD « Solid State Drives » surpassent les autres technologies et visent tant les data centers que le grand-public.

D'ici la fin de 2012, le stockage sur SSD devrait représenter 90% du marché du petit équipement électronique, contre seulement 20% en 2006. Le marché des data centers lui-même devrait adopter le SSD au détriment des disques durs traditionnels.

Cette technologie, qui permet le stockage sur des puces de silicium, devrait trouver un écho chez les consommateurs qui auront à être avisés et formés sur les bénéfices technologiques comparés des solutions, notamment au regard du Cloud computing.

### 5. La publicité télévisée manque son objectif

Les technologies de ciblage de la publicité TV – marketing visant un poste de télévision ou un ordinateur spécifique sur la base de données contextuelles telles que le revenu ou l'âge - progressent constamment. Toutefois, ce type de publicité représentera moins de 0,10% des 227 milliards de \$ du marché de la publicité télévisée dans le monde en 2012, car le coût de développement de campagnes spécifiques reste prohibitif. Le développement de ces publicités ciblées pour les programmes de vidéo à la demande - terrain le plus fertile pour ce type de campagnes - est lui-même problématique en raison de leur audience relativement restreinte.

Pour être efficace, la publicité télévisée doit être étroitement liée à la publicité en ligne et la cartographie des programmes regardés par un individu doit être liée à ses recherches.

---

<sup>2</sup> Source : GFK 2011

## **6. Le marketing est tombé sur la tête : IRM et médias**

Les publicitaires n'auront d'yeux que pour le cerveau en 2012, motivés par une recherche d'efficacité et de ROI. L'IRM fonctionnelle, semblable à l'IRM médicale, permet de relier l'activité de certaines régions du cerveau à des émotions et types de pensées spécifiques. Cette technique bien que controversée, et connue sous l'appellation de neuromarketing, est déjà utilisée dans le secteur agroalimentaire, où elle permet de modifier ainsi les emballages et même le goût des produits. Cependant, son efficacité n'est optimale que conjuguée à des techniques de marketing traditionnelles. Les IRM fonctionnelles semblent appelées à devenir l'outil privilégié des publicitaires en 2012. Si les tests IRM à vocation marketing se sont fortement développés aux Etats-Unis et dans certains pays proches comme la Belgique, ils ne sont pas autorisés en France.

## **7. Place au rattrapage de programmes dans les transports grâce au « Digital Video Recorder » – DVR**

Avec 14 millions<sup>3</sup> de smartphones (1/4 du parc de téléphones) et 3 millions<sup>4</sup> de tablettes prévues en France cette année, les usages internet mobile vont se développer !

Dans le monde, les propriétaires de ces terminaux regarderont cinq milliards d'heures de contenus de télévision en rattrapage dans les transports publics en 2012. L'essentiel des contenus seront téléchargés à l'avance pour être visionnés pendant les trajets compte tenu des limites techniques imposées par les réseaux dans les transports. Voilà une nouvelle opportunité pour les fournisseurs de contenu vidéo. Est-ce une menace pour les éditeurs de journaux gratuits et de jeux vidéo ?

## **8. Une ère nouvelle pour la publicité en ligne**

Le marché de la publicité en ligne devrait croître de façon significative en 2012, et connaître de profonds changements. La promotion des marques en ligne va supplanter la publicité traditionnelle. Tandis que l'ensemble du secteur de la publicité progressera de 5%, la gestion de marque en ligne progressera de 50% pour atteindre les 20 milliards de \$, les entreprises étant de plus en plus nombreuses à se tourner vers le numérique pour construire la valeur à long terme de leurs marques. En outre les publicitaires portent de plus en plus leurs efforts sur l'adaptation des publicités aux spécificités de l'univers en ligne via des vidéos et des campagnes dans les médias sociaux. Les entreprises vont devoir développer des compétences nouvelles, la gestion numérique de marque connaissant une forte montée en puissance.

## **9. La technologie « Near Field Communication » - NFC et les téléphones portables : les paiements et plus encore !**

Le nombre de téléphones portables équipés d'une technologie NFC embarquée devrait atteindre les 300 millions d'ici fin 2013. La NFC - qui permet le transfert de données sur une très courte distance - a été dominée par le concept de paiement sans contact qui consiste à intégrer une carte de crédit au téléphone portable.

Les réticences sont encore fortes quant à l'utilisation du portable comme moyen de paiement notamment concernant la sécurité et l'autonomie des batteries. Cette technologie aura bien d'autres applications et même si 2012 ne devait être qu'une année de transition, des milliers d'applications (des jeux d'argent aux jeux de hasard et à la santé) pourraient gagner du terrain en cours d'année, même si le porte-monnaie électronique reste la principale application.

## **10. Des données de plus en plus limitées : la fin de l'Internet illimité**

La croissance du trafic de données est telle que de nombreux opérateurs mobile vont essayer de siffler la fin du « tout illimité », et même le haut débit fixe pourrait commencer à en faire l'expérience en 2012. La demande augmente à un rythme de plus de 30% par an avec des pics de trafic qui obligent d'ores et déjà de nombreux fournisseurs de réseaux à ralentir le débit. 100 millions d'utilisateurs Internet devront commencer à surveiller leur indicateur de capacité cette année et les limites imposées aux réseaux de téléphonie mobile les ont contraints à déplacer le trafic de données sur des réseaux internet haut-débit ou wifi. Qu'il s'agisse de plafonner la facturation ou la vitesse, l'ère des données illimitées pourrait temporairement prendre fin en attendant le déploiement de réseaux en fibre optique. Le « Web Bypass » peut constituer pour les consommateurs un moyen facile de réduire leur consommation et d'éviter ainsi de dépasser les limites de leur forfait.

## **11. « Web Bypass » : la connectivité sans Internet**

Internet est désormais omniprésent pour échanger des données entre utilisateurs. Toutefois, la surcharge des réseaux, fixes et mobiles, va contraindre à se tourner vers des connections sans fil à courte portée pour le transfert de données. Pour faire face aux impératifs toujours plus pressants de rapidité, les technologies de transferts de données entre terminaux sont sur le point d'émerger à nouveau sous la

<sup>3</sup> Etude Google de juin 2011

<sup>4</sup> Source : étude GFK du 31 janvier 2012

forme du « Web Bypass » (supprimant totalement la nécessité d'une connexion Internet), après les connexions infrarouges qui ont vu le jour dans les années 90 suivies du bluetooth. Environ 1% de toutes les données sans fil échangées en 2012 seront transférées directement d'un smartphone à un autre sans passer par Internet, soit deux fois plus qu'en 2011. Le « Web Bypass » devrait se révéler être la troisième option de transfert d'informations en réseau, parallèlement au haut débit fixe et mobile.

## **12. Le smartphone à 100 \$ vendu à plus de 500 millions d'exemplaires**

Plus d'un demi-milliard de smartphones à bas prix (moins de 100 \$) seront vendus d'ici fin 2012 en réponse à la demande croissante de terminaux mobiles de base équipés de fonctions similaires à celles d'un ordinateur. Ce succès est à rapprocher de celui du Netbook (prix bas, puissance et fonctionnalités limitées), les consommateurs cherchant à remplacer leurs appareils mobiles de base sans toutefois avoir besoin des fonctionnalités des appareils haut de gamme. Les ventes de ces smartphones devraient exploser sur les marchés émergents : l'accès Internet y est restreint et l'intérêt y est croissant pour les services de communication et d'information. Dans les marchés matures, le smartphone à 100 \$ trouvera preneur notamment auprès des adolescents. Ce phénomène devrait contribuer à réduire le prix des composants, et nécessitera le développement d'applications adaptées à ce type de terminaux.

## **A propos de Deloitte**

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about). En France, Deloitte SA est le cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, et les services professionnels sont rendus par ses filiales et ses affiliés.

Deloitte fournit des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du consulting et du financial advisory à ses clients des secteurs public et privé, quel que soit leur domaine d'activité. Fort d'un réseau de firmes membres dans plus de 150 pays, Deloitte allie des compétences de niveau international à un service de grande qualité afin d'aider ses clients à répondre à leurs enjeux les plus complexes. Nos 182 000 professionnels sont animés par un même objectif, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

En France, Deloitte mobilise un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs – des grandes entreprises multinationales aux microentreprises locales, en passant par les entreprises moyennes. Fort de l'expertise de ses 6 500 collaborateurs et associés, Deloitte en France est un acteur de référence en audit et risk services, consulting, financial advisory, juridique & fiscal et expertise comptable, dans le cadre d'une offre pluridisciplinaire et de principes d'action en phase avec les exigences de notre environnement.