

Le téléphone mobile en France

Rémi BASTIEN
Sébastien CHANE-TO
Gillian LEROUX
Sébastien MOURON
Vincent TINELLI

❖ Analyse de la demande

- **Qui achète ou est susceptible d'acheter ?**
 - **Segmentation du marketing**
- **Pourquoi le client achète ?**
 - **Facteur explicatif du facteur d'achat**
- **Comment le client achète ?**
 - **Processus d'achat**
- **Combien achètent ?**
 - **Quantification de la demande potentiel**

❖ **Analyse de l'offre**

- **Structuration du marché mobile**
- **Concurrence indirecte**
- **Concurrence directe**
- **Samsung première marque de téléphonie mobile en France**

❖ **Analyse de l'environnement**

- **Un risque bien réel**

Analyse de la demande

➤ Segmentation du marketing

La fréquence de changement selon l'âge				
	Tous les ans	Tous les deux ans	Tous les trois ans	Tous les quatre ans et plus
Moins de 18 ans	30,8%	51,9%	11,5%	5,8%
18-24 ans	24,5%	54,5%	12,1%	8,9%
25-34 ans	19,8%	57,6%	14,2%	8,3%
35-44 ans	13,6%	55,4%	18,8%	12,3%
45-54 ans	13,1%	47,0%	22,6%	17,3%
55-64 ans	11,4%	52,2%	14,7%	21,7%
65 ans et plus	10,4%	47,9%	14,6%	27,1%

➤ Facteur explicatif du facteur d'achat

Quelle est la durée d'engagement de votre abonnement ?			
Inférieur à 12 mois	27,8 %		
De 13 à 24 mois	50,7 %		
Sans engagement	21,5 %		
Le type d'engagement par opérateur			
.	Bouygues	Orange	SFR
Inférieur à 12 mois	30,2 %	25,6 %	28,2 %
De 13 à 24 mois	52,0 %	52,6 %	47,2 %
Sans engagement	17,8 %	21,8 %	24,6 %

Téléphone mobile est devenu un consommable

➤ Processus d'achat

L'achat réfléchi contient les critères suivants :

→ Simplicité d'usage

→ Design / Look

→ Qualité d'écran

→ Fiabilité / Solidité

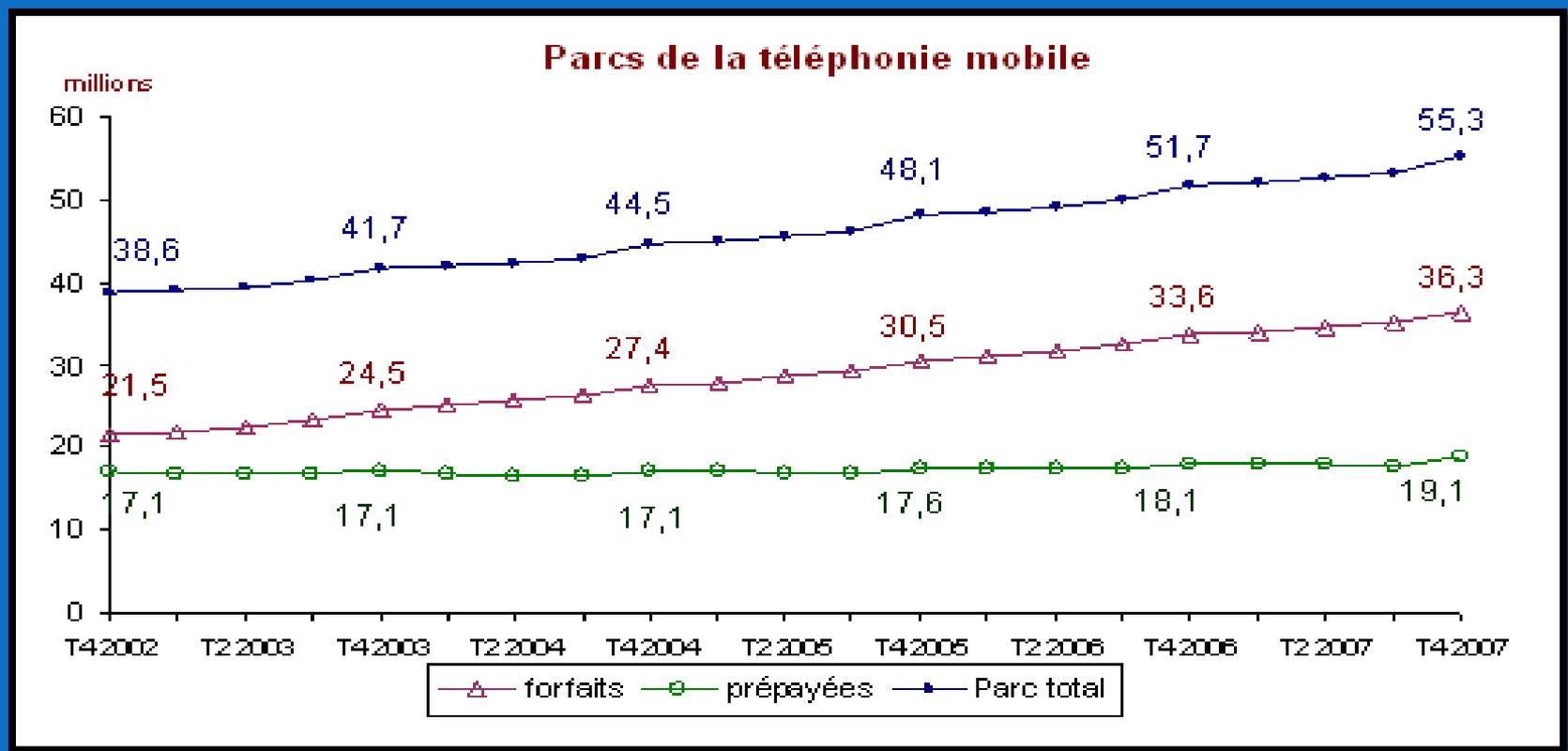
→ Poids / Encombrement

→ Autonomie

→ Qualité de la réception

➤ Quantification de la demande potentiel

Evolution du marché de la téléphonie mobile en France :



Taux de pénétration actif de 85,6%, retard par rapport aux pays Européens (entre 90% et 110%)

A quelle fréquence changez-vous de portable ?	
Tous les ans	18,1 %
Tous les deux ans	54,9 %
Tous les trois ans	15,3 %
Tous les quatre ans et plus	11,7 %

Conclusion :

→ Marché en constante augmentation

→ Croissance à venir du marché car celui-ci n'est pas saturé

Analyse de l'offre

- Structuration du marché
- Les concurrents directs
- Les concurrents indirects
- Le marché actuel

Structuration du marché

4 types de téléphone :

- LE TELEPHONE POUR TELEPHONER
- LE TELEPHONE POUR FRIMER
- LE TELEPHONE POUR RESTER CONNECTE
- LE SMARTPHONE

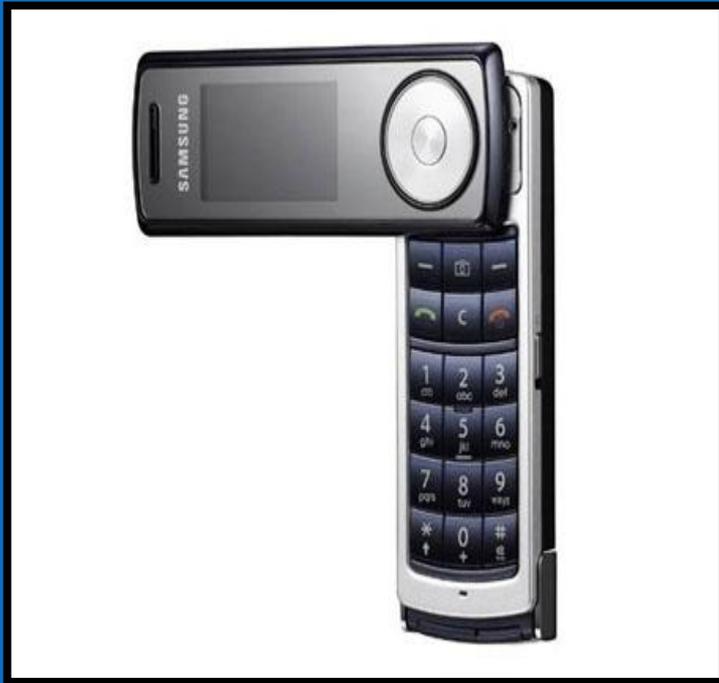
Le téléphone pour téléphoner



Téléphones basics donnant a son possesseur des fonctionnalités de base.

Généralement d'entrée de gamme.

Le téléphone pour frimer



Relativement cher.

Esthétiquement beau.

Fonctionnalités superficiels.

LE TELEPHONE POUR RESTER CONNECTE



Bijoux technologiques

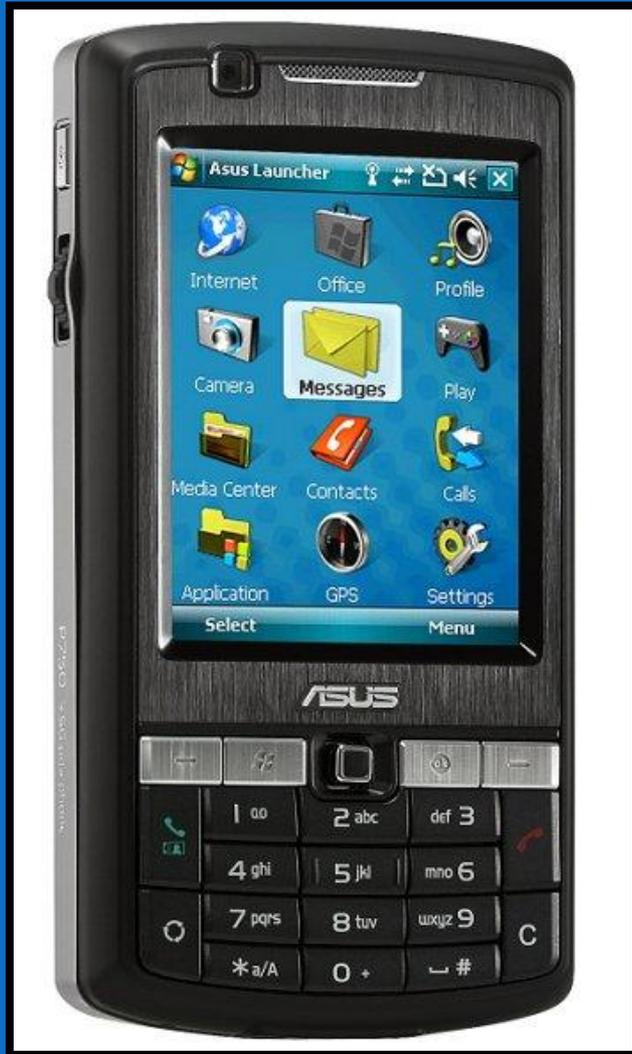
Design raffiné

Onéreux

LE SMARTPHONE

Clientèle spécifique (Business mais en évolution)

Le design est devenu un point essentiel pour ce type de téléphone



La concurrence indirect

VOIP/TOIP/Téléphone Fixe



Ordinateur portable



Appareil photo/lecteur MP3



La concurrence direct

Téléphone satellite



Talkie-Walkie



Téléphone GSM embarqué



La CB



Le marché actuel



Samsung : 23,4 %



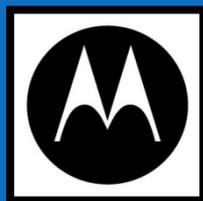
Nokia : 21,2 %



Sagem : 10,6 %



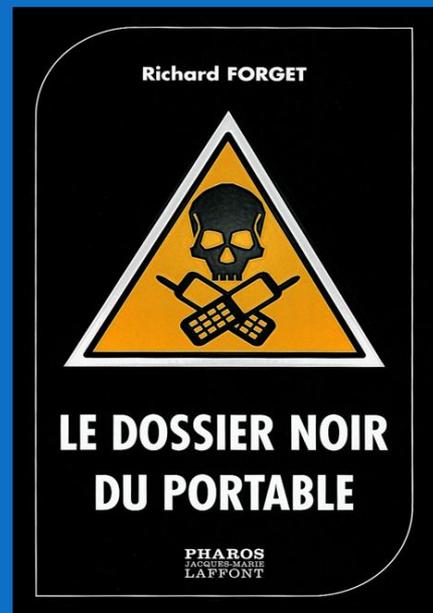
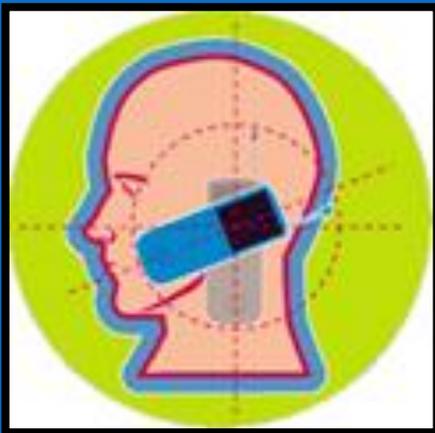
Sony Ericsson : 8,8 %



Motorola : 7,4 %

Les dangers du «sans-fil»

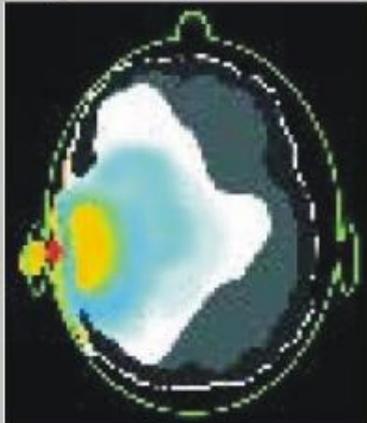
De plus en plus d'études le confirment



Les jeunes, cible privilégiée, sont les plus exposés

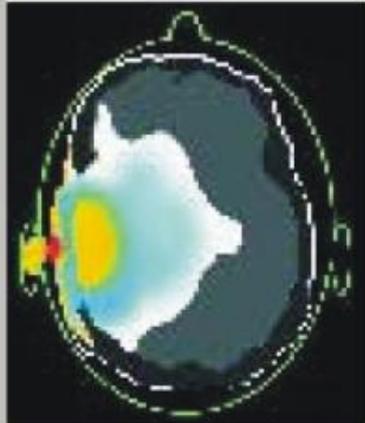
Gandhi O.P., Lazzi G., Furse C.M. (1996 vol.44, p1884-1897) :
Absorption des rayonnements électromagnétiques dans la tête et le cou humain pour les téléphones mobiles de 835MHz /1900MHz

Degré de pénétration des Radiations du Portable dans le Cerveau



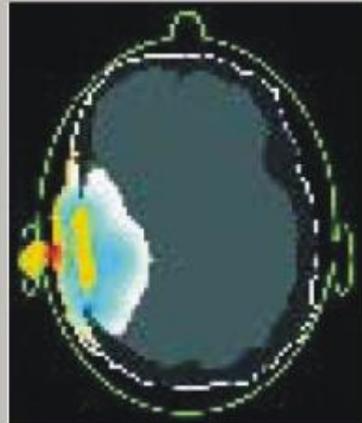
Enfant de 5 ans

Taux d'absorption: 4,49W/kg



Enfant de 10 ans

Taux d'absorption: 3,21W/kg

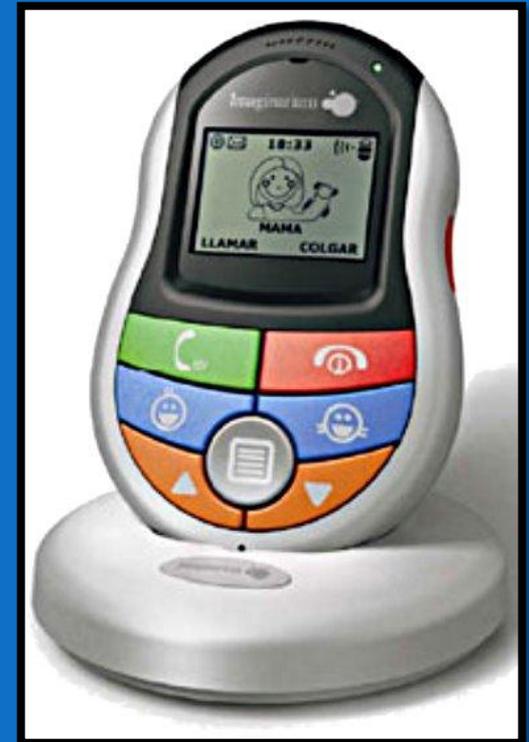


Adulte

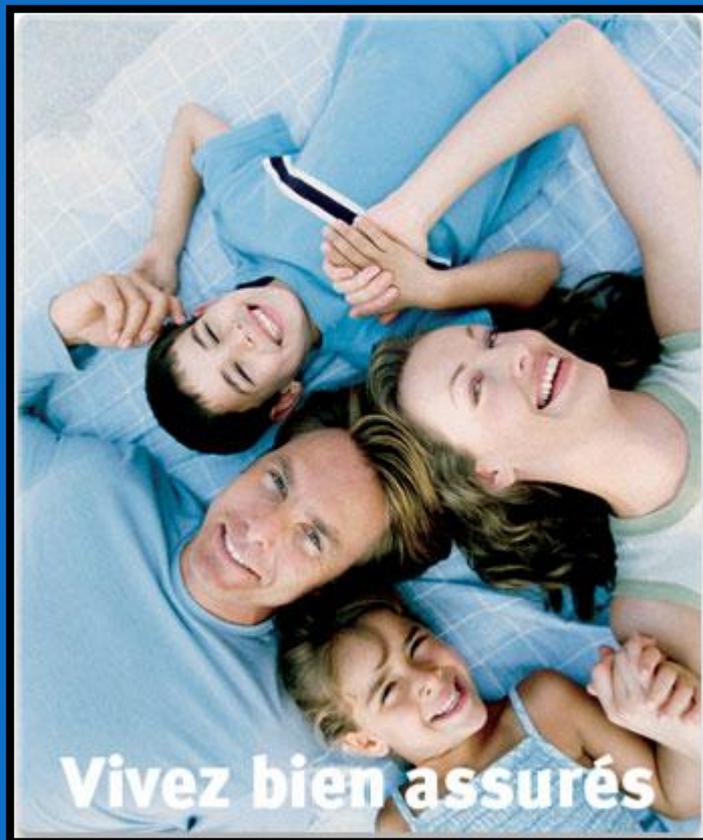
Taux d'absorption: 2,93W/kg

www.next-up.org

Pour un taux d'absorption de 2,93 W/kg de puissance absorbée par un adulte, cette même puissance produira un Taux d'absorption de 3,21 W/kg pour un enfant de 10 ans et un Taux d'absorption de 4,49 W/Kg pour un enfant de 5ans.



Les opérateurs ne sont plus assurés sur les risques liés à la santé.



Des enjeux beaucoup trop important, et des besoins qui ont évolué.



Conclusion