

LES SERVICES DE COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES : LE MARCHÉ ENTREPRISE

RESULTATS DEFINITIFS - ANNEE 2017

OBSERVATOIRE DES MARCHES DES COMMUNICATIONS
ELECTRONIQUES

18 DECEMBRE 2018

Synthèse

Les entreprises continuent de s'équiper en services de télécommunications, tandis que leurs dépenses mensuelles moyennes diminuent.

A l'exception des services de téléphonie fixe RTC, l'ensemble de l'équipement des entreprises en services de télécommunications progresse en 2017, avec, pour certains de ces services, une croissance plus soutenue qu'en 2016. Le choix des entreprises en matière d'accès internet haut et très haut débit sur réseaux fixes dépend souvent de leur taille. Les plus petites entreprises choisissent principalement des offres professionnelles d'accès à internet (intégrant le cas échéant des services premium comme la garantie de temps de rétablissement en cas de coupure) similaires à celles du grand public, tandis que les moyennes et grandes entreprises optent généralement pour des services à haute qualité (dit « services de capacité »).

Hors services de capacité, le très haut débit représente 15% du nombre total d'accès internet (+5 points en un an)

Le nombre d'accès à ces services atteint 2,6 millions fin 2017, en légère croissance. Quel que soit le service (accès internet ou service de capacité), le constat est le même que sur le marché grand public : le nombre d'accès à très haut débit et notamment ceux en fibre optique de bout en bout (FttH ou FttO) progressent dans les entreprises au détriment des accès sur réseaux cuivre. Au total, les entreprises détiennent 2,1 millions d'accès à haut et très haut débit et un peu moins de 600 000 accès à haute qualité.

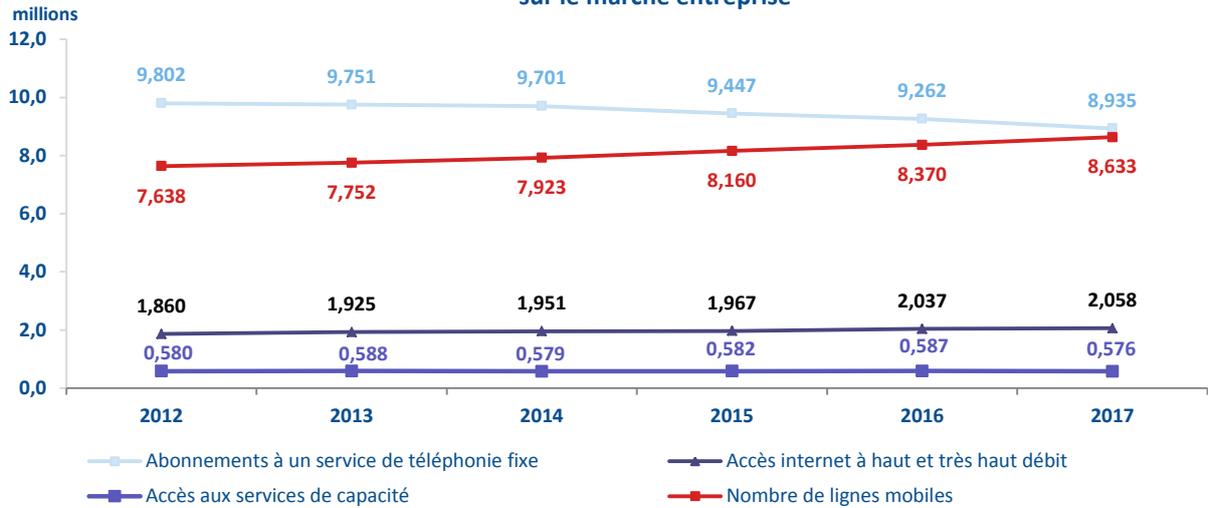
L'appétence des entreprises pour les services mobiles ne se dément pas : l'équipement ne cesse de progresser depuis 2008. Fin 2017, le nombre de lignes mobiles souscrites par les entreprises atteint 8,6 millions (+3% environ par an depuis trois ans). Dans le même temps, le nombre d'abonnements aux services de téléphonie fixe classique RTC diminue (-7,7% en un an), partiellement remplacés par ceux en voix sur large bande (+4,9%). Au total, le nombre d'abonnements téléphoniques fixes des entreprises recule de 3,5%.

Equipement téléphonique des entreprises : le mobile augmente, et la voix sur large bande se substitue au RTC

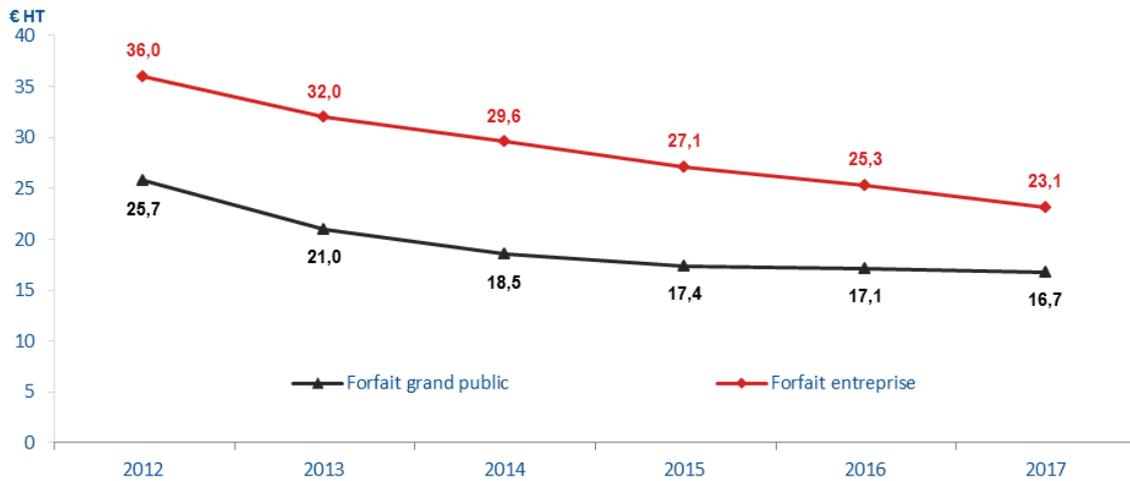
La facture mensuelle moyenne des entreprises est orientée à la baisse. S'agissant des services de connectivité fixe, les dépenses des entreprises sont élevées pour les services à haute qualité à environ 345 euros par accès et par mois en 2017. La facture mensuelle moyenne a diminué de près de 20 euros en cinq ans et ce recul se poursuit (-1,2% en un an). Pour les entreprises de taille plus modeste ou certains établissements, la dépense mensuelle moyenne par accès internet à haut et très haut débit s'élève à 89 euros, et se stabilise, après une diminution de plus de 2 euros en 2016.

En outre, la dépense mensuelle moyenne en services mobiles a fortement diminué au cours de la période 2008 à 2017 : en neuf ans, elle a perdu près de 14€, soit 45% de sa valeur. En 2016 et 2017, la contraction est d'environ 2 euros par an. Les entreprises dépensent en moyenne 23,1 euros par mois et par ligne mobile et, même si l'écart tend à se réduire chaque année, cette facture reste de 6 euros plus élevée que celle des particuliers ayant souscrit un forfait (16,7 euros par ligne par mois).

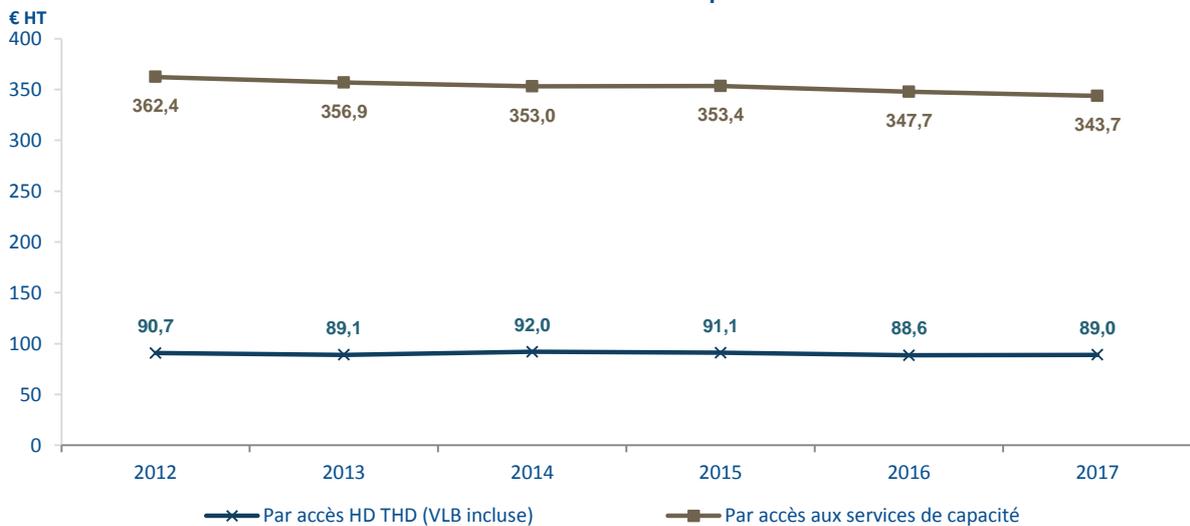
Nombre d'abonnements aux services de télécommunications sur le marché entreprise



Facture mensuelle moyenne des forfaits mobiles par type de clientèle



Facture mensuelle moyenne des raccordements fixes sur le marché entreprise



Les usages mobiles des entreprises se développent, au détriment des services de téléphonie fixe.

Le volume de téléphonie fixe des entreprises, longtemps privilégié par les entreprises pour leurs communications vocales, ne cesse de se réduire depuis 2003 et, depuis deux ans, il est d'ailleurs dépassé par le volume de communications vocales depuis les réseaux mobiles : 18,6 milliards de minutes ont été émises depuis les postes fixes en 2017 contre 19,5 milliards depuis les lignes mobiles. La consommation vocale moyenne par ligne mobile, 3h43 en 2017, est désormais supérieure de près d'une heure à celle d'une ligne fixe (2h49). En revanche, elle reste inférieure à la consommation moyenne à partir d'une « box » internet (4h14).

Depuis deux ans, le trafic vocal mobile des entreprises est supérieur à leur trafic vocal fixe

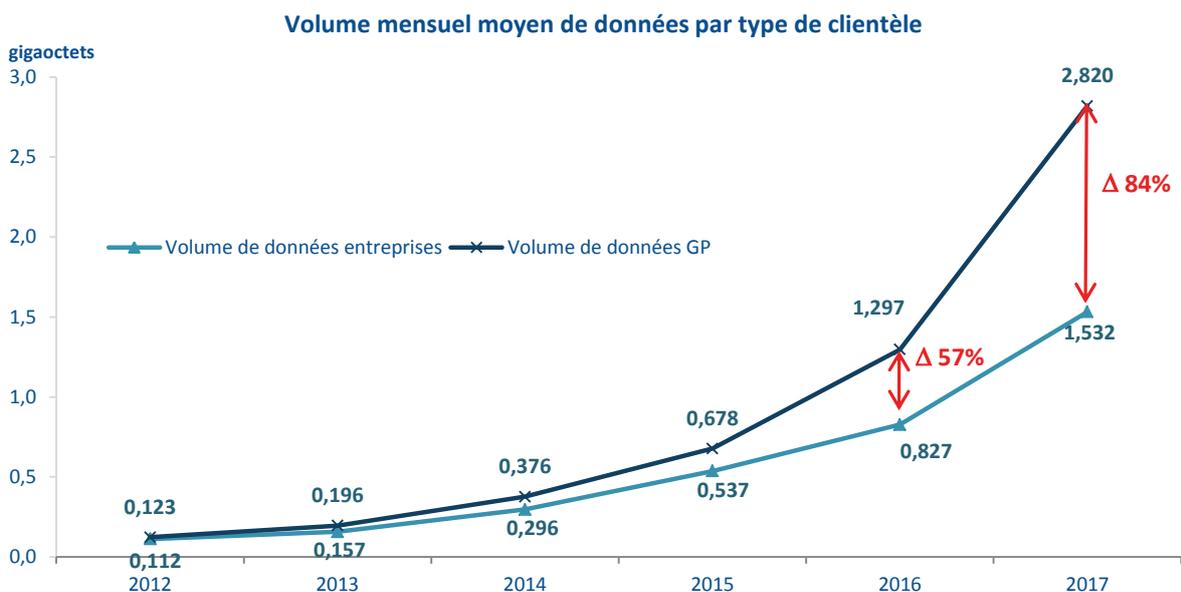
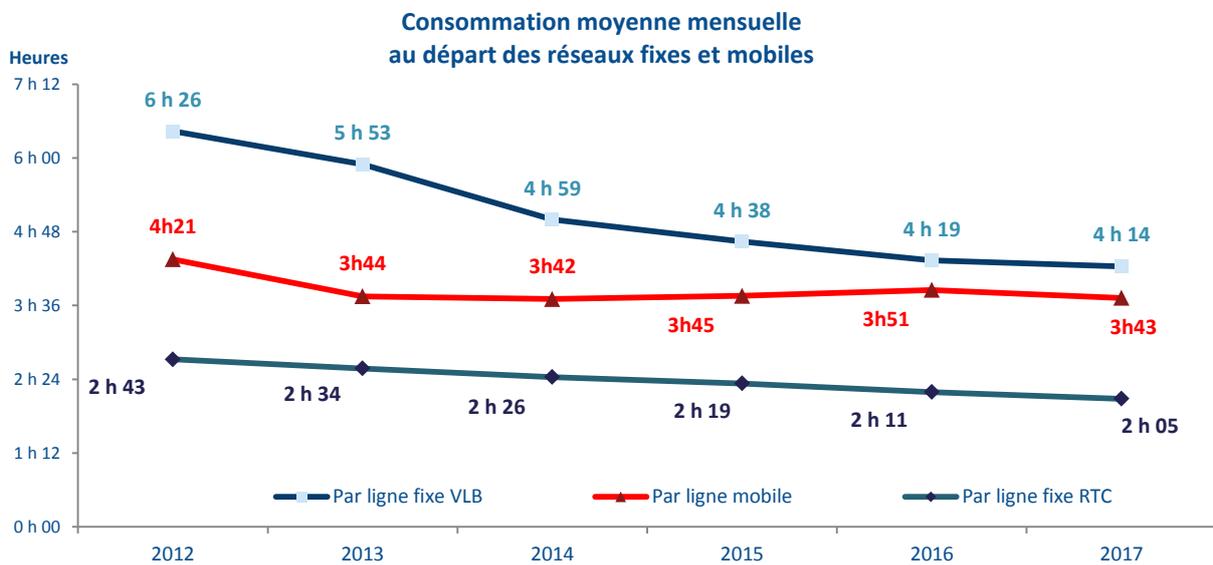
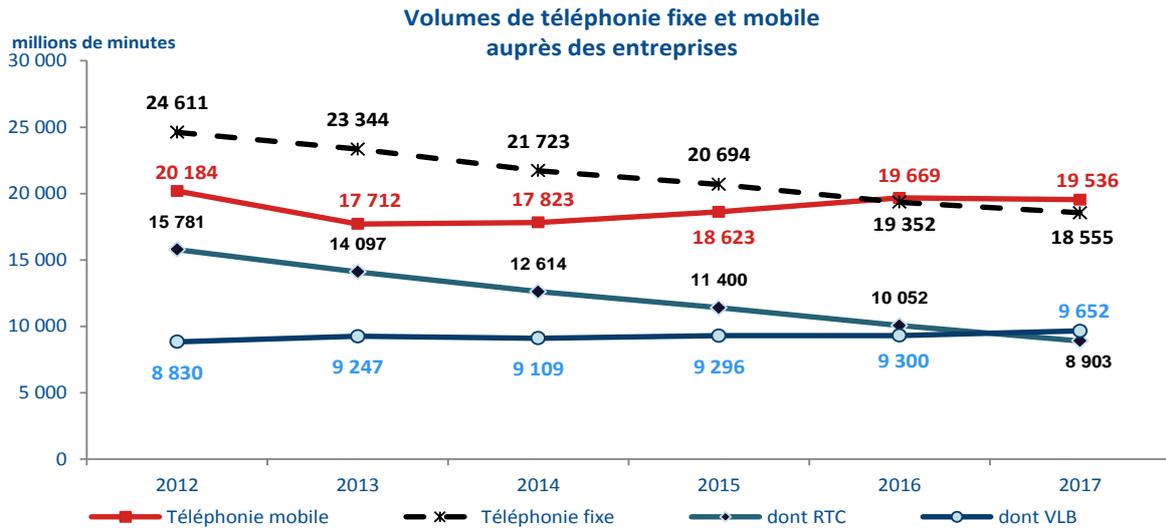
La structure de consommation en téléphonie fixe des entreprises diffère de celle des résidentiels. Sur le marché résidentiel, le mouvement de substitution entre le trafic RTC et le trafic VLB (grâce à la généralisation de la consommation de minutes *via* les « box ») a commencé dès 2004 et a été rapide (la part des communications RTC dans le total de minutes consommées passant de 88% en 2005 à 13% en 2017). Sur le marché des entreprises, ce mouvement de substitution entre RTC et VLB n'a commencé significativement qu'en 2009 et sur un rythme inférieur. Ainsi, en 2017, la consommation vocale RTC représente encore près de la moitié du volume de communications au départ des postes fixes. Le constat est le même sur les abonnements de téléphonie fixe : 16% seulement des abonnements résidentiels sont en RTC contre près des deux tiers (64%) pour les entreprises.

En terme de trafic mobile, les volumes mensuels moyens des communications vocales d'un forfait souscrit par une entreprise et de celui d'un client résidentiel sont proches (respectivement 3h43 et 3h35 en 2017). En revanche, la consommation moyenne des entreprises s'est réduite de 8 minutes par rapport à celle de 2016 alors que celle d'un forfait résidentiel a très peu varié depuis 2013.

La consommation de services de messagerie (SMS et MMS) des entreprises reste, en comparaison avec celle des clients résidentiels, très modérée : 89 messages par ligne mobile et par mois contre 286 messages en moyenne pour un client résidentiel titulaire d'un forfait. Toutefois, sur le marché des professionnels, le nombre de messages moyen émis par mois est toujours légèrement croissant (+2 messages en 2017), alors que la consommation des particuliers s'est nettement ralentie en 2017 avec, en moyenne, une diminution de 40 messages par rapport à 2016.

La consommation des services de données et de messagerie des entreprises progresse

L'usage des services de données mobiles par les entreprises est en progression constante mais leur consommation mensuelle moyenne, 1,5 Go en 2017, est deux fois moins élevée que sur le secteur résidentiel (3,3 Go pour un forfait résidentiel). Le rythme d'accroissement annuel de la consommation de données des entreprises est également moins rapide (+85% en un an contre +113% pour un forfait résidentiel).



Le revenu des opérateurs diminue sur le marché des entreprises alors qu'il est stable sur le marché grand public.

Le revenu des services de communications électroniques vendus aux entreprises s'élève à 9,2 milliards d'euros en 2017. Depuis 2010, la diminution se situe autour de 3% par an, avec de fortes disparités selon les années : un recul faible en 2010 et 2011 (de l'ordre de -1,5% par an), qui s'est intensifié en 2012 et surtout en 2013 où il a atteint 6,4% du fait de la baisse importante du revenu sur le marché mobile (-8,2%). Depuis, le recul se situe autour de 3% chaque année. Alors que la tendance baissière du revenu se poursuit sur le marché entreprise, le revenu des opérateurs issu des offres grand public se stabilise depuis 2016 (-0,6% en un an en 2016 et -0,1% en 2017).

28% des revenus des opérateurs proviennent du marché des entreprises

Au total, 28% des recettes des opérateurs proviennent des services aux entreprises, en baisse d'environ un point en un an. La part que représente chacun des services considérés (services fixes, services de capacité, services mobiles, services à valeur ajoutée) dans le revenu total des services aux entreprises évolue peu depuis 2013. Les services fixes (téléphonie et accès internet classiques) représentent toujours le premier poste de dépenses pour les entreprises, autour de 43% du montant, et plus des deux tiers des dépenses en regroupant les services fixes classiques et les services à haute qualité (services de capacité), contre un peu plus d'un quart pour les services mobiles (27%).

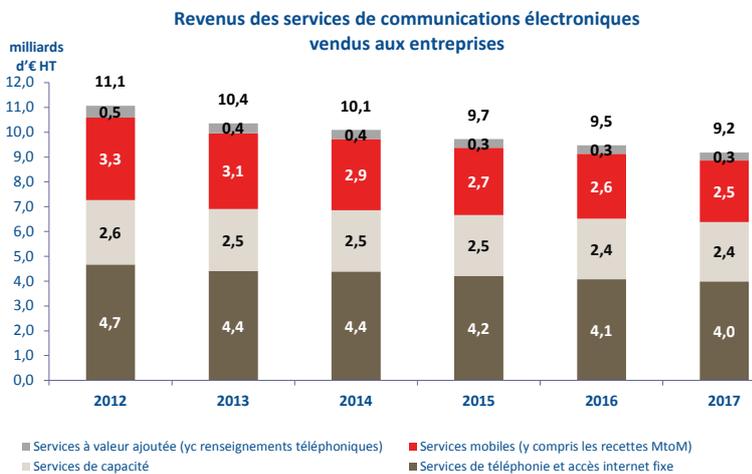
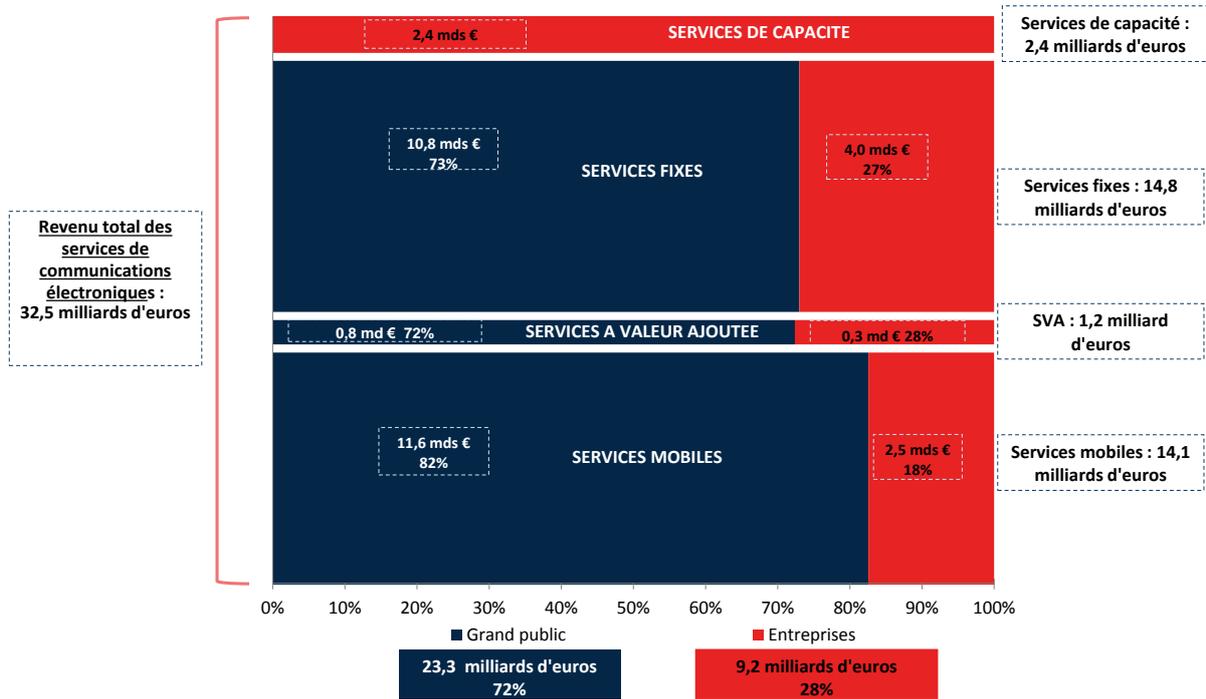
D'une manière générale, les entreprises dépensent de moins en moins pour les services de télécommunications : en 2017, le revenu des services de téléphonie fixe et d'accès internet s'élève à 4,0 milliards d'euros, en baisse de 2,2% en un an. Il diminue depuis 2010, conséquence du recul du nombre d'abonnements et des minutes de communications de téléphonie fixe, et ce, malgré les différentes hausses de tarif de l'abonnement téléphonique RTC intervenues durant cette période (la dernière datant de mars 2015). De la même manière, les dépenses des entreprises pour les services de capacité (2,4 milliards d'euros en 2017) diminuent de 1,6% en un an, au même titre que le nombre d'accès associé (-1,8%). Au total, pour les réseaux fixes, les revenus de la téléphonie, de l'accès internet et des liens spécifiques des entreprises totalisent 6,4 milliards d'euros en 2017 (-2,0% en un an).

Le revenu des services mobiles diminue pour la sixième année consécutive sur le marché entreprise (-5,4% en un an en 2017), alors que celui du grand public tend à se stabiliser depuis deux ans (-0,6% en 2016 et 2017). Ce recul, qui a débuté en 2012, n'est pas directement lié à l'arrivée d'un quatrième opérateur de réseau mobile, celui-ci s'étant positionné uniquement sur le marché grand public. Néanmoins, l'évolution des factures moyennes par ligne suit celle du marché grand public : alors même que le nombre de lignes mobiles détenues par les entreprises ne cesse de progresser depuis 2012, de l'ordre de 2,5% par an en moyenne, le revenu associé a baissé significativement, d'environ un quart depuis 2012.

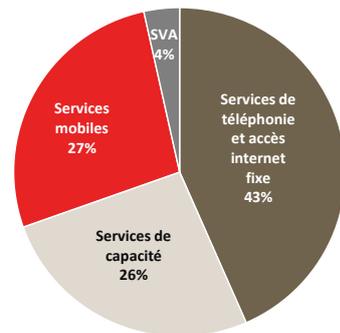
Sur le marché mobile, le revenu entreprise continue de décroître, tandis qu'il tend à se stabiliser sur le marché grand public depuis deux ans

Pour plus de précisions sur la présente publication, l'ensemble des remarques d'ordre méthodologique figurent en p. 29.

Répartition du revenu des services de communications électroniques en 2017



Répartition du revenu des services de communications électroniques vendus aux entreprises en 2017



Revenus perçus auprès du client final - marché entreprise								
Millions d'euros HT	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Services de téléphonie et accès internet fixe	4 846	4 671	4 405	4 387	4 199	4 075	3 985	-2,2%
Services de capacité	2 613	2 594	2 501	2 471	2 461	2 439	2 399	-1,6%
Services mobiles (y compris les recettes MtoM)	3 454	3 327	3 054	2 868	2 712	2 616	2 474	-5,4%
Services à valeur ajoutée (yc renseignements téléphoniques)	521	473	400	366	348	344	318	-7,5%
Total services de communications électroniques	11 434	11 065	10 359	10 092	9 721	9 474	9 177	-3,1%
Revenus annexes	1 275	1 367	1 243	1 228	1 159	1 158	1 152	-0,5%
Total des revenus des opérateurs sur le marché final	12 709	12 432	11 602	11 319	10 880	10 632	10 329	-2,9%

Sommaire

<i>Synthèse</i>	2
1 Les services fixes par type de clientèle	9
1.1 Les abonnements au service téléphonique	9
1.2 Les revenus et trafics liés au service téléphonique (hors publiphonie et cartes)....	12
1.2.1 Le revenu de l'accès et des abonnements par le RTC	12
1.2.2 Les communications depuis les lignes fixes et les revenus afférents.....	12
1.3 L'accès à internet haut et très haut débit par type de clientèle	16
1.4 Les services de capacité vendus aux entreprises	16
1.5 Les revenus des services fixes par type de clientèle	16
2 Les services mobiles par type de clientèle	18
2.1 Les abonnements et cartes prépayées mobiles résidentiels et entreprises	18
2.2 Le revenu des services mobiles par type de clientèle	20
2.3 La consommation de données mobiles par type de clientèle.....	20
2.4 Les communications vocales au départ des mobiles par type de clientèle	23
2.5 Le nombre de SMS et MMS envoyés par type de clientèle	25
2.6 Les consommations moyennes par type de clientèle	25
2.7 Le marché des objets connectés : les cartes MtoM.....	28
<i>Remarques méthodologiques</i>	29
<i>Annexe : précisions et définitions portant sur les services fixes et mobiles</i>	32

1 Les services fixes par type de clientèle

1.1 Les abonnements au service téléphonique

Un peu plus des trois-quarts des abonnements au service téléphonique sont souscrits par la clientèle résidentielle soit 29,8 millions d'abonnements. Cette proportion monte à neuf abonnements sur dix pour la voix sur large bande, tandis qu'à l'inverse, plus de la moitié des abonnements RTC (55% en 2017, soit +1 point en un an) sont souscrits par les entreprises.

Concernant les abonnements bas débit, la totalité des lignes numériques (2,3 millions en 2017) sont destinées au marché des entreprises. En revanche, près de six lignes analogiques sur dix (4,6 millions en 2017) sont souscrites par la clientèle résidentielle.

Les clients des opérateurs de services fixes peuvent avoir également recours à la sélection du transporteur (sélection appel par appel et présélection) ou souscrire à des abonnements issus de l'offre VGAST (abonnements pour lesquels l'opérateur alternatif fournit l'ensemble de la prestation au client, abonnements et communications par le RTC).

Les entreprises ont davantage recours que les particuliers aux abonnements issus de la VGAST, et détiennent plus de quatre abonnements sur cinq (86% en 2017, +3 points en un an).

Abonnements au service téléphonique par type de clientèle au 31/12/2017						
	G.P.	%	Entr.	%	Total	%
Abonnements sur lignes analogiques	4,642	57%	3,443	43%	8,084	100%
Abonnements sur lignes numériques	0,003	0%	2,253	100%	2,255	100%
Total abonnements par le RTC	4,645	45%	5,695	55%	10,340	100%
dont abonnements VGAST	0,195	14%	1,206	86%	1,400	100%
Total abonnements à la voix sur large bande	25,147	89%	3,239	11%	28,386	100%
Nombre d'abonnements au service téléphonique	29,791	77%	8,934	23%	38,725	100%

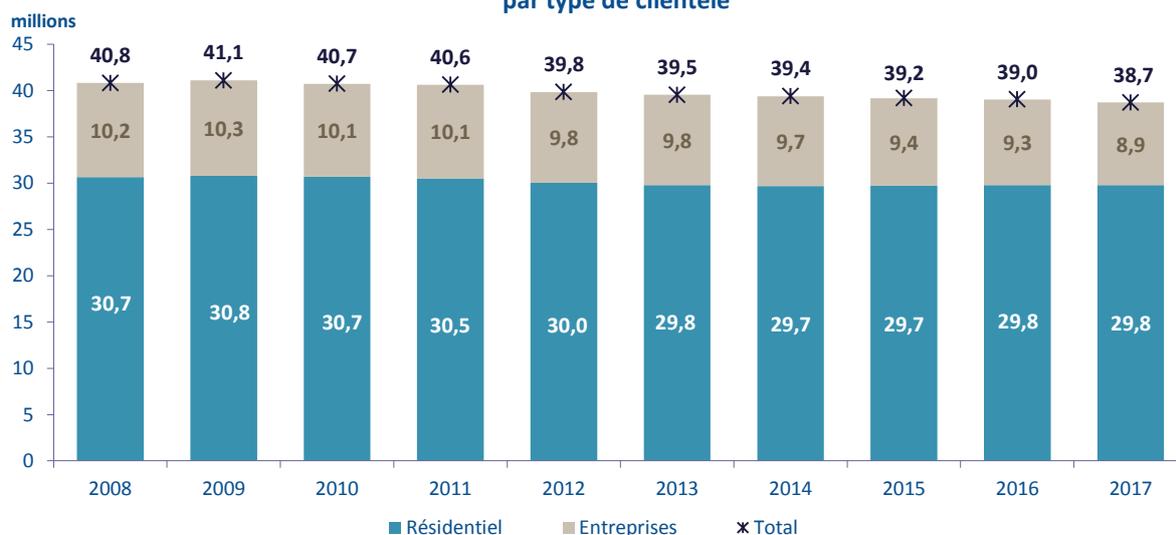
La sélection du transporteur concerne un nombre plus important d'entreprises que de particuliers (325 000 versus 270 000 en 2017).

Le nombre d'abonnements à la sélection du transporteur, soumise depuis plusieurs années à une forte concurrence des services de téléphonie sur large bande depuis les « box », décline de façon continue (de plus de 20% par an en 2017) pour les entreprises et pour les particuliers ; il représente une faible part dans l'ensemble des abonnements au service téléphonique en bas débit (6% pour la clientèle résidentielle et pour les entreprises).

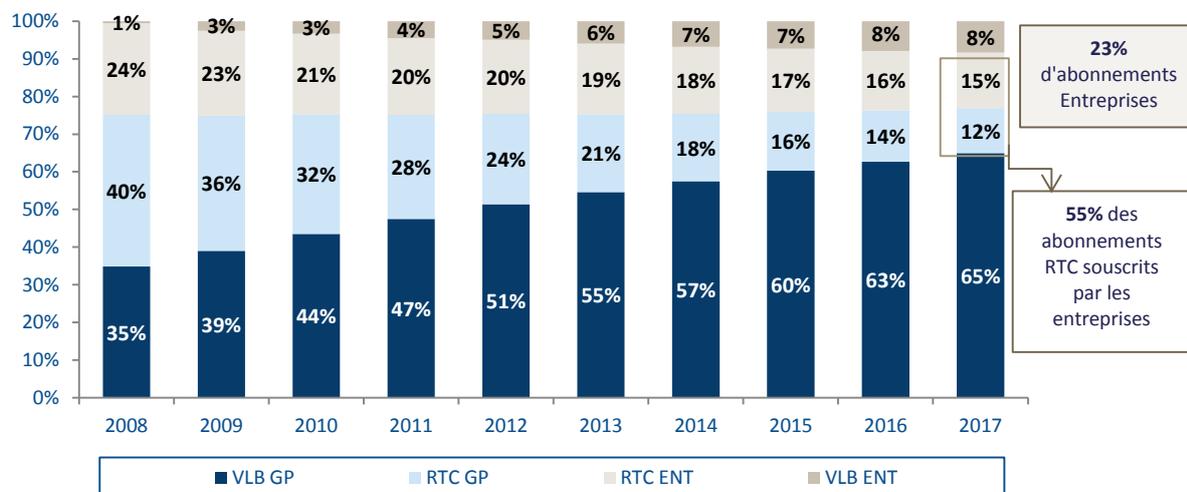
Abonnements à la sélection du transporteur						
Million	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements à la sélection du transporteur	1,268	1,101	0,931	0,773	0,591	-23,5%
Part du grand public, en %	50%	52%	51%	47%	45%	- 1,3 pt

Note : le parc de sélection appel par appel ne prend en compte que les abonnements actifs, le parc de présélection ne prend en compte que les abonnements en service, net des résiliations. Les parcs de sélection appel par appel et de présélection n'incluent pas les abonnements issus de la VGA.

Nombre d'abonnements au service téléphonique fixe par type de clientèle

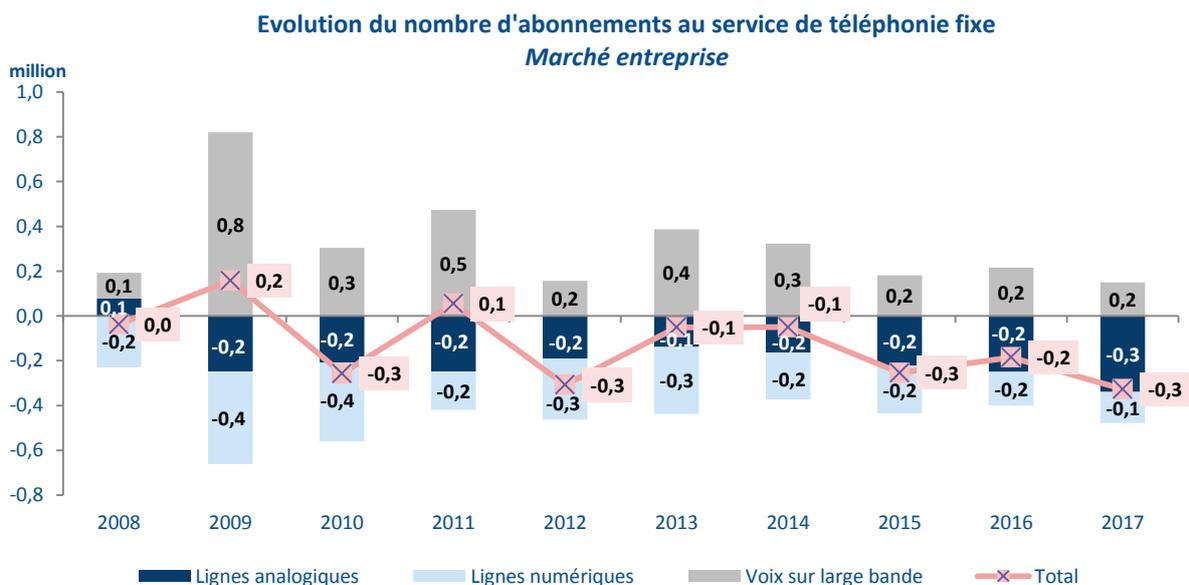
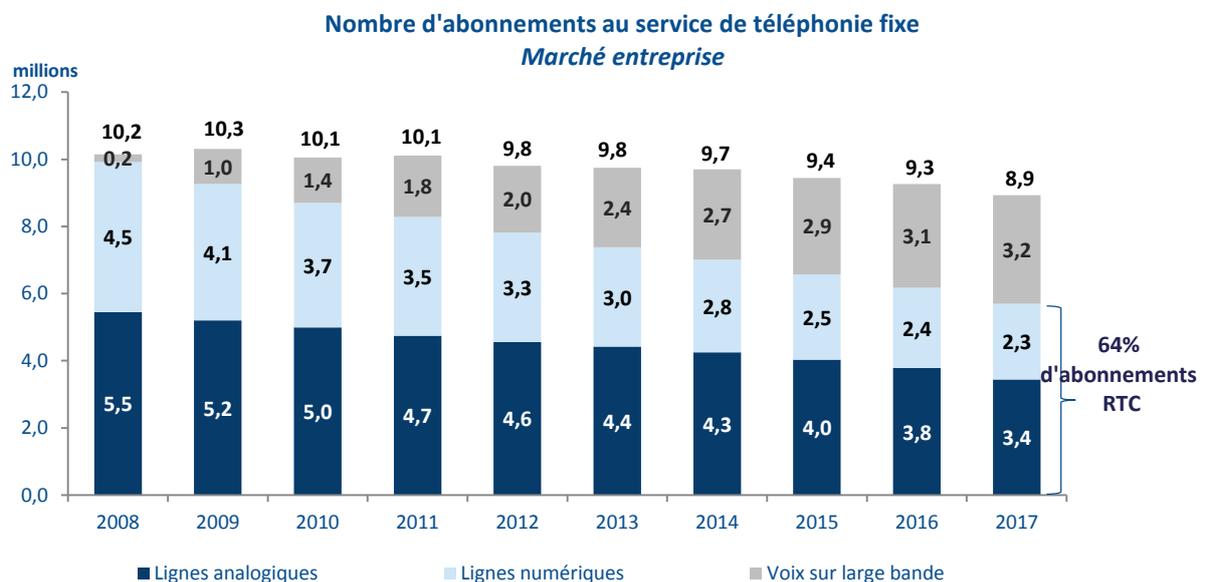


Répartition des abonnements au service téléphonique par type de clientèle et par technologie



En 2017, 8,9 millions de canaux téléphoniques ont été souscrits par les entreprises, dont un peu moins des deux tiers en RTC (5,7 millions) ; ces derniers baissent continûment depuis plusieurs années (-480 000 en 2017 : -340 000 de lignes analogiques et -140 000 de lignes numériques), tandis que ceux en VLB (3,2 millions) s'accroissent de 150 000 en un an. Au total, ce sont 330 000 abonnements à la téléphonie fixe en moins, l'équipement en ligne mobile augmentant en parallèle de 260 000. Le nombre d'abonnements en VGAST qui était stable depuis 2013, diminue de 3% en un an en 2017 ; en revanche, leur proportion augmente de 6 points en 4 ans (21% en 2017) dans le total des abonnements bas débit des entreprises.

Nombre d'abonnements au service téléphonique - Entreprises						
Millions	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements sur lignes analogiques	4,418	4,254	4,031	3,782	3,443	-9,0%
Abonnements sur lignes numériques	2,963	2,754	2,542	2,390	2,253	-5,8%
Total abonnements par le RTC	7,381	7,008	6,573	6,173	5,695	-7,7%
dont abonnements VGAST	1,131	1,231	1,242	1,246	1,206	-3,2%
Total abonnements à la voix sur large bande	2,371	2,693	2,874	3,089	3,239	4,9%
Nombre d'abonnements au service téléphonique	9,751	9,701	9,447	9,262	8,935	-3,5%



1.2 Les revenus et trafics liés au service téléphonique (hors publiphonie et cartes)

1.2.1 Le revenu de l'accès et des abonnements par le RTC

Le revenu de l'accès au service téléphonique baisse depuis plusieurs années pour les entreprises (-6,5% en un an en 2017) comme les particuliers (-11,8%), suivant ainsi le rythme de baisse des abonnements téléphoniques RTC. Ce revenu provient majoritairement (58% en 2017) des entreprises (pratiquement même proportion qu'en parc), et représente 75% de la dépense totale en services de téléphonie fixe RTC (accès et minutes) pour les entreprises (79% pour les particuliers).

Revenus des frais d'accès, abonnements et services supplémentaires par le RTC						
Millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Accès, abonnements et services supplémentaires	3 237	3 018	2 778	2 533	2 310	-8,8%
dont Grand Public	1 580	1 385	1 251	1 093	964	-11,8%
dont Entreprises	1 658	1 633	1 527	1 440	1 346	-6,5%

- Les revenus de l'accès comprennent outre les revenus de l'accès au service téléphonique RTC, les revenus des services supplémentaires (présentation du numéro,...).

- Les revenus des services supplémentaires intègrent les revenus de l'acheminement spécial, correspondant principalement à des services d'audioconférence.

1.2.2 Les communications depuis les lignes fixes et les revenus afférents

La consommation de minutes *via* les « box » s'est généralisée sur le marché grand public dès l'année 2004 augmentant de façon continue jusqu'en 2012, et se substituant aux minutes RTC. Ainsi, la part des communications RTC dans le total de minutes consommées baisse significativement depuis 2005 pour les particuliers passant de 88% en 2005 à 13% en 2017. En 2013, avec l'apparition des offres d'abondance sur le marché mobile, la consommation de minutes depuis les terminaux mobiles se substitue en partie à celle en VLB, qui baisse depuis continûment et de plus en plus intensément (-14,9% en un an 2017 après 8% en moyenne sur la période 2015-2016).

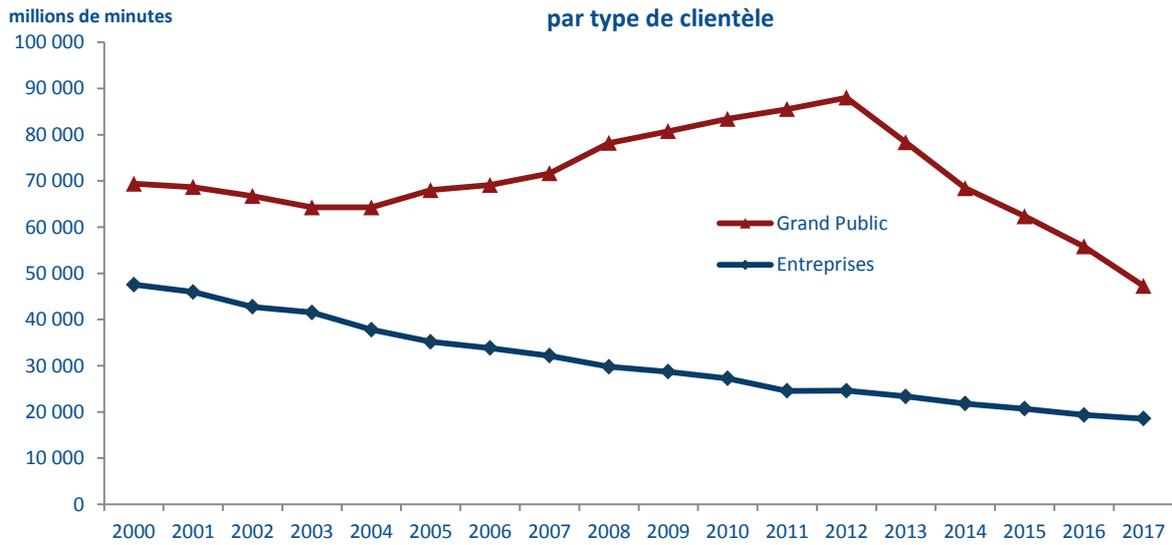
En revanche, la substitution RTC/VLB n'a commencé significativement qu'en 2009 pour les entreprises, soit cinq ans après les particuliers et sur un rythme bien moindre. C'est pourquoi en 2017, encore 48% du total de minutes (-3 points en un an) provient du RTC. Après une très forte augmentation des minutes VLB entre 2009 et 2012 (multipliée par trois en trois ans) et une stabilité en 2016, ce trafic repart à la hausse (+3,8% en 2017).

Au total, le recul des communications fixes est à nouveau plus marqué pour les particuliers que pour les entreprises (-15,3% en un an en 2017 contre -4,1%).

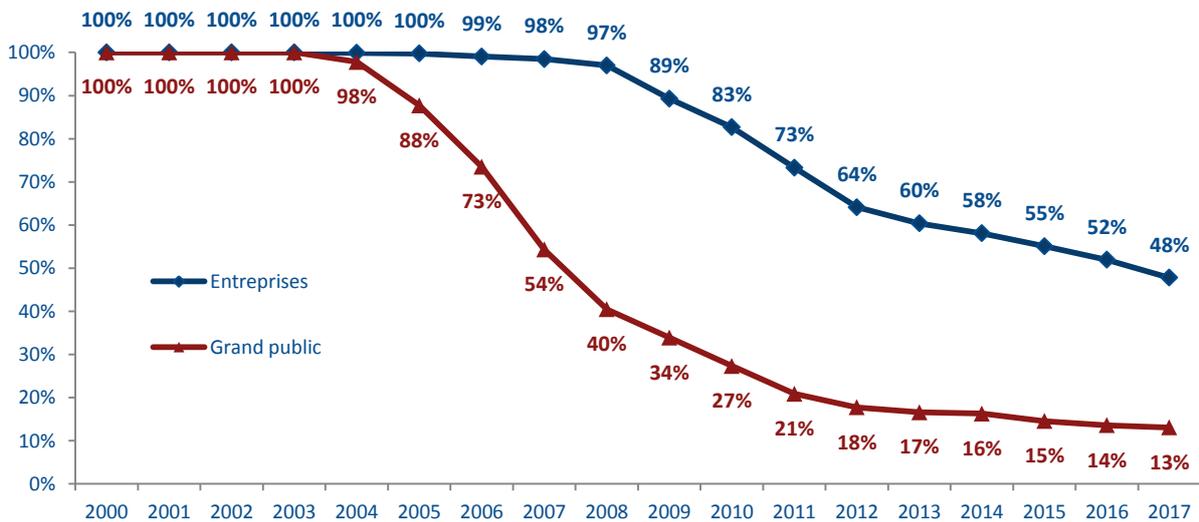
Communications depuis les lignes fixes - Grand Public						
Millions de minutes	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Communications vers fixe national	53 702	46 198	41 569	36 894	31 221	-15,4%
Communications vers l'international	10 174	9 141	8 514	7 590	5 852	-22,9%
Communications vers mobiles	14 480	13 093	12 272	11 323	10 210	-9,8%
Ensemble des communications depuis les lignes fixes	78 356	68 432	62 354	55 808	47 283	-15,3%
dont communications RTC	13 008	11 152	9 077	7 575	6 255	-17,4%
dont communications au départ des "box" en VLB	65 348	57 281	53 277	48 232	41 028	-14,9%

Communications depuis les lignes fixes - Entreprises						
Millions de minutes	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Communications vers fixe national	16 855	15 448	14 535	13 421	12 510	-6,8%
Communications vers l'international	1 039	975	867	725	662	-8,7%
Communications vers mobiles	5 450	5 364	5 292	5 207	5 383	3,4%
Ensemble des communications depuis les lignes fixes	23 344	21 786	20 694	19 352	18 555	-4,1%
dont communications RTC	14 097	12 614	11 400	10 052	8 903	-11,4%
dont communications au départ des "box" en VLB	9 247	9 173	9 294	9 300	9 652	3,8%

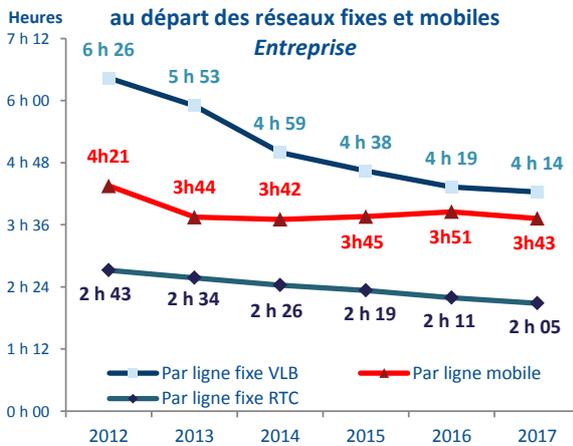
Evolution des communications vocales depuis les lignes fixes par type de clientèle



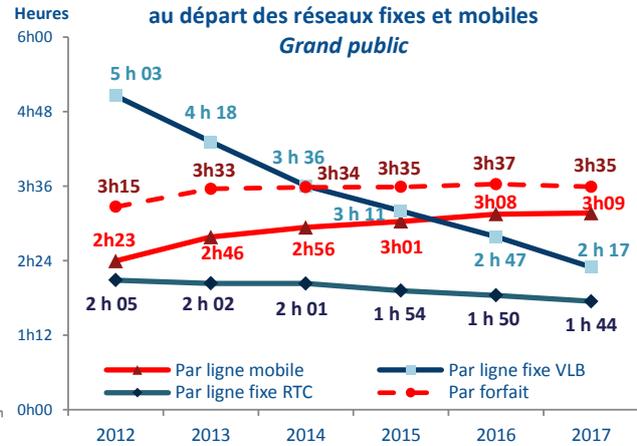
Evolution de la part du volume de minutes RTC selon le type de clientèle



Consommation moyenne mensuelle au départ des réseaux fixes et mobiles



Consommation moyenne mensuelle au départ des réseaux fixes et mobiles



En termes de consommation mensuelle, les entreprises téléphonent en moyenne plus que les résidentiels, et cela, quel que soit le réseau fixe ou mobile. La différence est plus marquée sur le réseau fixe en voix sur large bande puisqu'une entreprise téléphone en moyenne 4h14 par mois soit deux heures de plus qu'un résidentiel. En revanche, la consommation moyenne des entreprises depuis leur terminal mobile (3h43 par mois) est légèrement supérieure à celle d'un client résidentiel détenteur d'un forfait (3h35 par mois). Enfin, depuis l'année 2015, les clients du grand public utilisent davantage leur terminal mobile que leur ligne fixe, ce qui n'est pas encore le cas des entreprises, même si l'écart entre ces deux modes tend à se réduire pour les entreprises.

La structure de la consommation en minutes par destination d'appel de la clientèle résidentielle a également été profondément modifiée à partir de 2011 à la suite du lancement par les principaux opérateurs de forfaits d'abondance incluant les appels illimités vers les mobiles. Ainsi, le poids des communications vers les mobiles nationaux pour la clientèle résidentielle a plus que triplé (22% en 2017 contre 6% en 2010). A l'inverse, la part des communications vers les postes fixes nationaux a, dans le même temps, fortement reculé (plus de 80% jusqu'en 2010 contre 66% en 2017). Le poids de l'international (12%) dans la consommation des clients résidentiels qui se renforçait d'environ un point supplémentaire par an, en moyenne, perd deux points en 2017.

En revanche, la structure de consommation évolue beaucoup moins pour les entreprises que pour la clientèle résidentielle. En 2017, les appels vers les postes fixes nationaux représentent 67% du trafic des entreprises et ceux à destination de l'international 4%, et ces proportions ont peu évolué au cours des dernières années. Pour les communications fixes à destination des mobiles, la proportion de minutes émises par les entreprises demeure plus élevée que pour les particuliers (29% contre 22%).

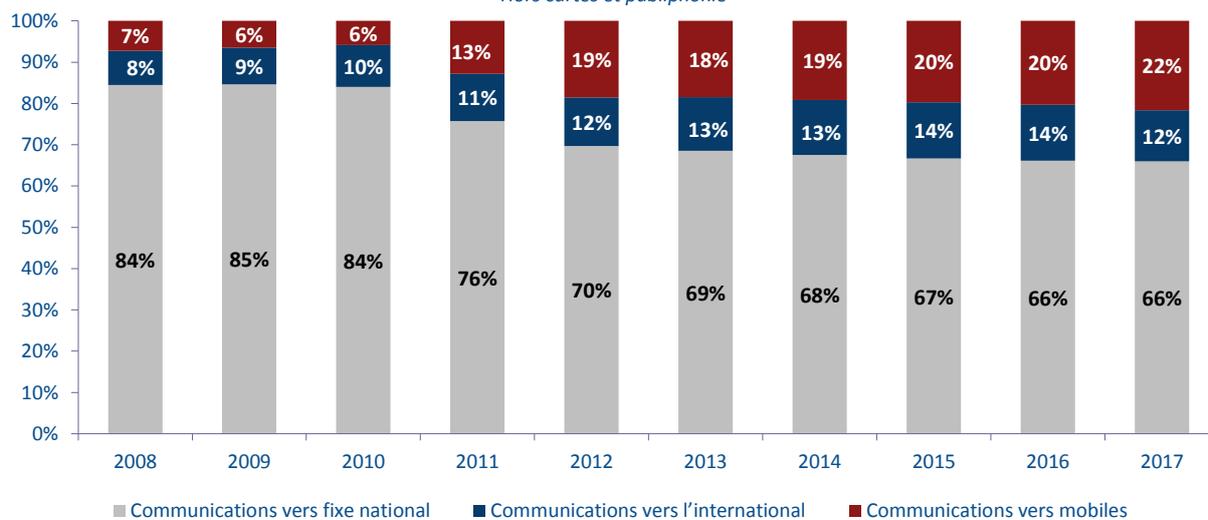
Au total, un peu moins de trois minutes sur quatre émises en 2017 à destination des postes fixes nationaux proviennent de la clientèle grand public. La prépondérance du trafic résidentiel est encore plus marquée pour les appels fixes vers l'international, car ils représentent environ 90% du volume. Jusqu'en 2010, le trafic des communications fixes vers les mobiles provenait majoritairement (55% précisément) de la clientèle des entreprises. Avec l'envolée de la consommation des particuliers, qui a suivi la mise en place par les opérateurs d'offres d'abondance au départ des « box » internet, la part des minutes d'appels vers les mobiles de la clientèle résidentielle s'est fortement accrue, passant de 45% en 2010 à 74% en 2012. Depuis, avec la baisse de la consommation et la mise en place des offres d'abondance au départ des téléphones mobiles, la part des minutes au départ des réseaux fixes vers les mobiles baisse en moyenne d'un point par an depuis 2012 (-4 points en 2017) pour atteindre 67% en 2017.

Au total, plus de 7 minutes sur dix sont émises par le grand public pour un peu moins de la moitié du revenu issu des communications depuis les lignes fixes (44% exactement).

Revenus des communications depuis les lignes fixes						
Millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Ensemble des revenus depuis les lignes fixes	1 834	1 591	1 378	1 274	1 114	-12,5%
dont Grand Public	876	785	663	596	485	-18,6%
dont Entreprises	957	807	715	678	629	-7,2%

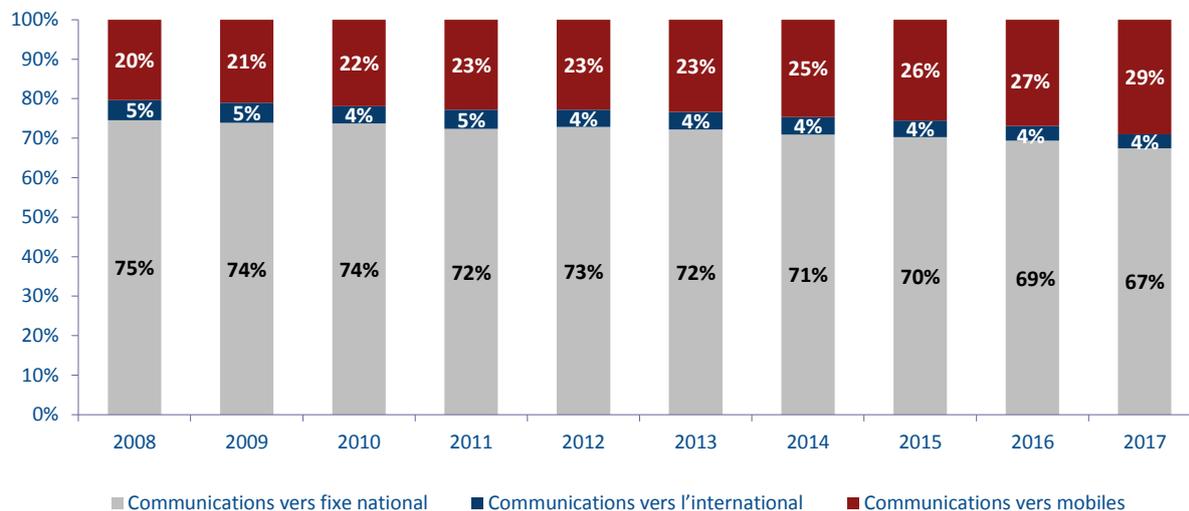
Structure des volumes de la clientèle grand public

Hors cartes et publiphonie



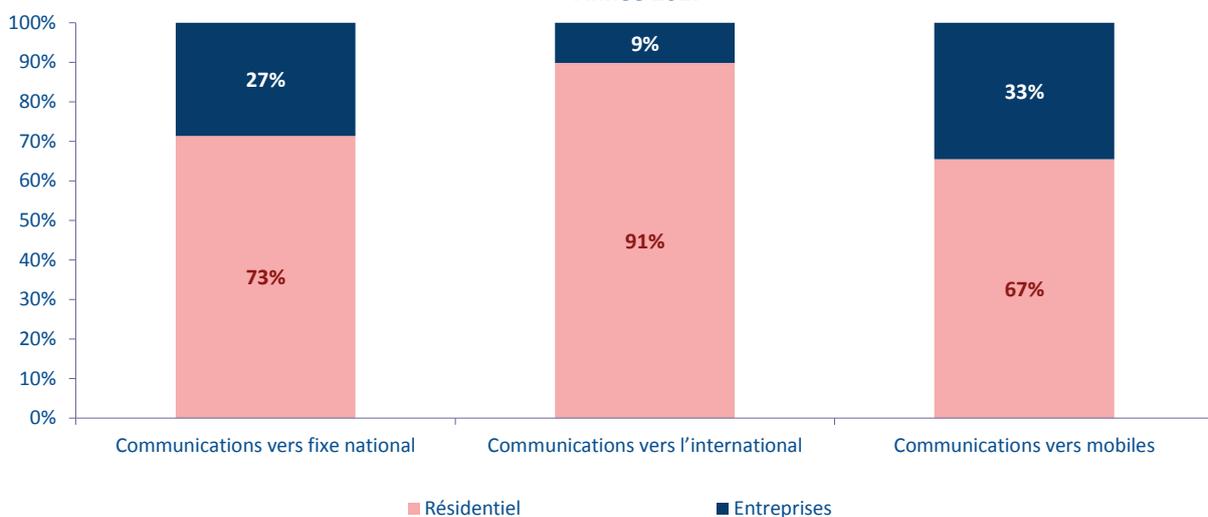
Structure des volumes de la clientèle entreprise

Hors cartes téléphoniques



Structure des volumes sur les réseaux fixes suivant le type de clientèle

Année 2017



1.3 L'accès à internet haut et très haut débit par type de clientèle

Le nombre d'accès internet haut et très haut débit, 28,4 millions en 2017, augmente quelle que soit la clientèle, mais de façon plus soutenue pour le grand public. Environ 20% des revenus du haut et très haut débit (11,8 milliards d'euros HT en 2017) sont issus de la vente auprès des entreprises (2,2 milliards d'euros HT) pour 7% des abonnements internet (2,1 millions). Après deux années de quasi stabilité (+0,1% en un an en 2015 et -0,6% en 2016), le revenu des entreprises repart à la hausse (+2,8% en un an en 2017). La croissance annuelle du revenu des particuliers (9,6 milliards d'euros HT) avait doublé en 2016 et s'est stabilisée autour de 3% depuis (3,1% en 2017 après 3,4% en 2016). Au total, la croissance de l'année 2017 a légèrement augmenté (+0,5 point en un an) et s'établit à 3,1%.

Nombre total d'abonnements à internet haut et très haut débit						
Millions	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Nombre total d'abonnements à internet	24,950	25,974	26,868	27,679	28,407	2,6%
dont Grand Public	23,027	24,024	24,901	25,646	26,349	2,7%
dont Entreprises	1,925	1,951	1,967	2,037	2,058	1,0%

Revenus du haut et très haut débit						
Millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Total	10 741	11 020	11 159	11 454	11 806	3,1%
dont Grand Public	8 718	8 881	9 018	9 327	9 619	3,1%
dont Entreprises	2 023	2 139	2 141	2 127	2 186	2,8%

Sur le marché destiné aux entreprises, l'accès aux réseaux télécoms passe par des abonnements internet semblables aux offres grand public (pouvant comprendre des garanties de temps de rétablissement), notamment pour les petites entreprises, mais aussi par des liens spécifiques (services de capacité).

1.4 Les services de capacité vendus aux entreprises

Le nombre de liaisons louées ou de transport de données vendus à des entreprises, toutes technologies confondues, s'élève à 576 000 à la fin de l'année 2017 pour un revenu total de 2,4 milliards d'euros, en baisse depuis 2010 (-1,6% en un an en 2017). Un peu plus d'un accès vendu sur dix est en fibre optique (14% précisément, soit +1 point en un an).

La proportion des services de capacité dans le total des accès internet des entreprises (y compris les accès à internet haut et très haut débit) reste stable autour de 23% depuis 2013. Au total, le nombre d'accès achetés par des entreprises est de 2,6 millions en 2017 pour 4,6 milliards d'euros de dépenses.

Liaisons louées ou transport de données sur réseau fixe vendus à des entreprises						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Revenus (millions d'euros)	2 501	2 471	2 461	2 439	2 399	-1,6%
Nombre total d'accès vendus aux entreprises (millions d'unités)	0,588	0,579	0,582	0,587	0,576	-1,8%

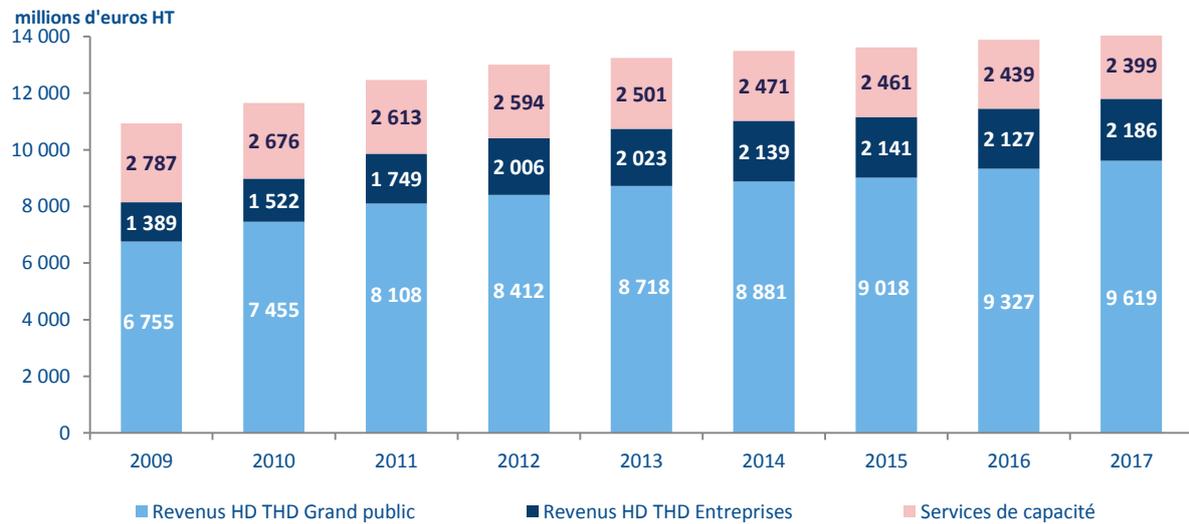
1.5 Les revenus des services fixes par type de clientèle

Revenus des services de communications électroniques						
Millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Ensemble des revenus des services fixes GRAND PUBLIC	10 907	10 751	10 663	10 762	10 845	0,8%
Bas débit (accès, communications RTC)	2 189	1 870	1 645	1 435	1 226	-14,6%
Haut et très haut débit (internet, téléphonie, etc.)	8 718	8 881	9 018	9 327	9 619	3,1%
Ensemble des revenus des services fixes ENTREPRISE	6 906	6 858	6 661	6 514	6 384	-2,0%
Bas débit (accès, communications RTC)	2 383	2 248	2 058	1 948	1 799	-7,6%
Haut et très haut débit (internet, téléphonie, etc.)	2 023	2 139	2 141	2 127	2 186	2,8%
Services de capacité	2 501	2 471	2 461	2 439	2 399	-1,6%
Total services fixes	17 813	17 609	17 323	17 276	17 229	-0,3%

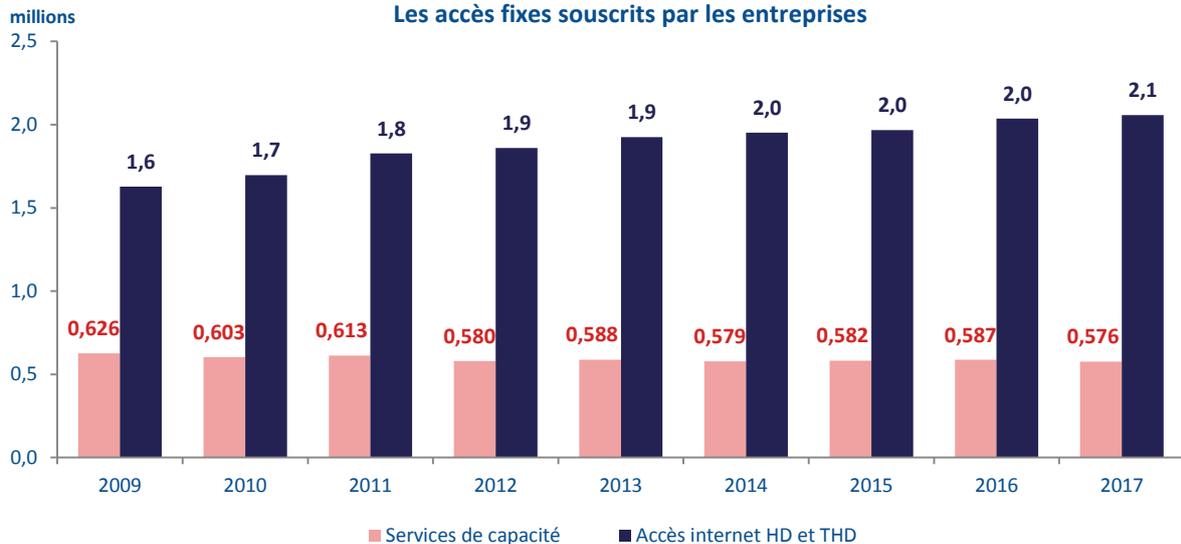
Les accès à internet haut et très haut débit par type de clientèle



Revenus des accès fixes des entreprises et du grand public



Les accès fixes souscrits par les entreprises



2 Les services mobiles par type de clientèle

La part du marché des entreprises en nombre de cartes SIM est stable en 2017 : 11,6% du parc total de cartes SIM (hors cartes MtoM), +0,1 point par rapport à 2016. Par contre, en termes de revenu, la contribution du secteur des entreprises s'est amoindrie : 16,9% de l'ensemble des revenus mobiles (-1,0 point en un an).

La structure de consommation en services mobiles des entreprises présente des disparités avec celle de la clientèle résidentielle. La place de la téléphonie mobile des entreprises (qui représente près de 12% du trafic mobile total) est comparable à celle qu'elle occupe sur le marché résidentiel (les consommations mensuelles moyennes d'une ligne mobile entreprise et d'un forfait résidentiel étant très proches l'une de l'autre autour de 3h40). Par contre, les entreprises ont un usage nettement plus réduit des services de messagerie que le grand public même si leur contribution est légèrement croissante (4,1% de l'ensemble des messages, +0,5 point en un an). La part des entreprises dans le trafic de données mobiles est également relativement modeste : elles sont en effet à l'origine de seulement 6,6% du volume total de données échangées en 2017, une proportion en baisse de 1,0 point par rapport à celle de 2016.

2.1 Les abonnements et cartes prépayées mobiles résidentiels et entreprises

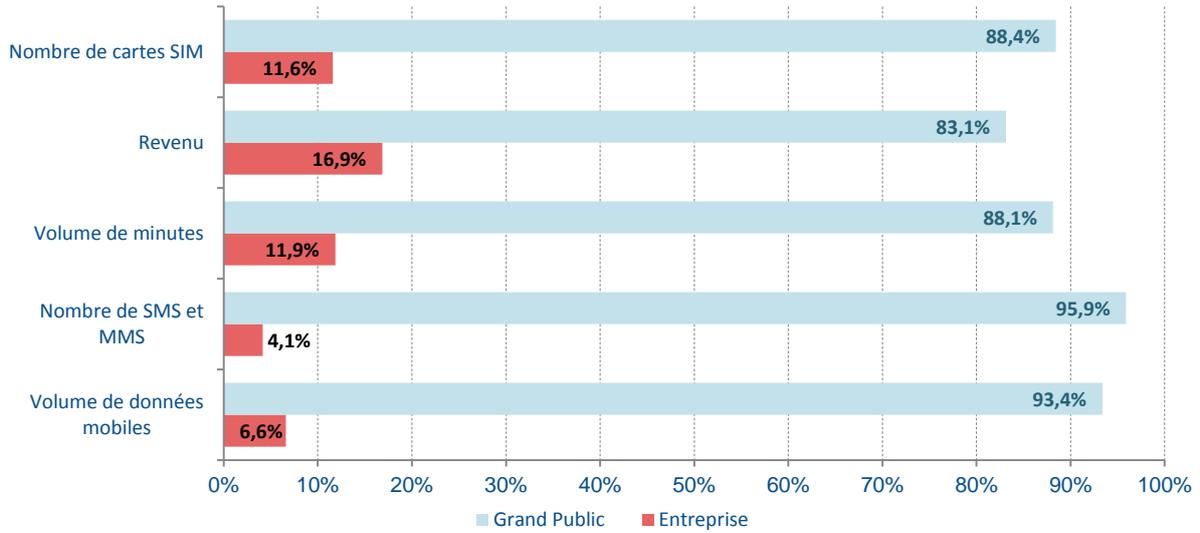
Le nombre de carte mobiles augmente de façon continue quel que soit le type de clientèle. Il s'est accru en un an de +1,4 million sur le marché résidentiel qui atteint 66,0 millions de cartes à la fin de l'année 2017. Sur le segment de marché des entreprises le nombre de cartes, 8,6 millions fin décembre 2017, progresse de 265 000 en 2017.

Deux cartes internet exclusives sur trois sont utilisées par la clientèle grand public soit 2,2 millions de cartes (un peu plus de 3% de l'ensemble des cartes) mais ce nombre s'est réduit depuis trois ans et de près de 10% en 2017. La proportion de cartes internet détenues par les entreprises (environ 15% de l'ensemble de leurs cartes) est beaucoup plus élevée que sur le marché résidentiel et leur nombre est croissant : 1,2 million de cartes fin 2017, +4,2% en un an.

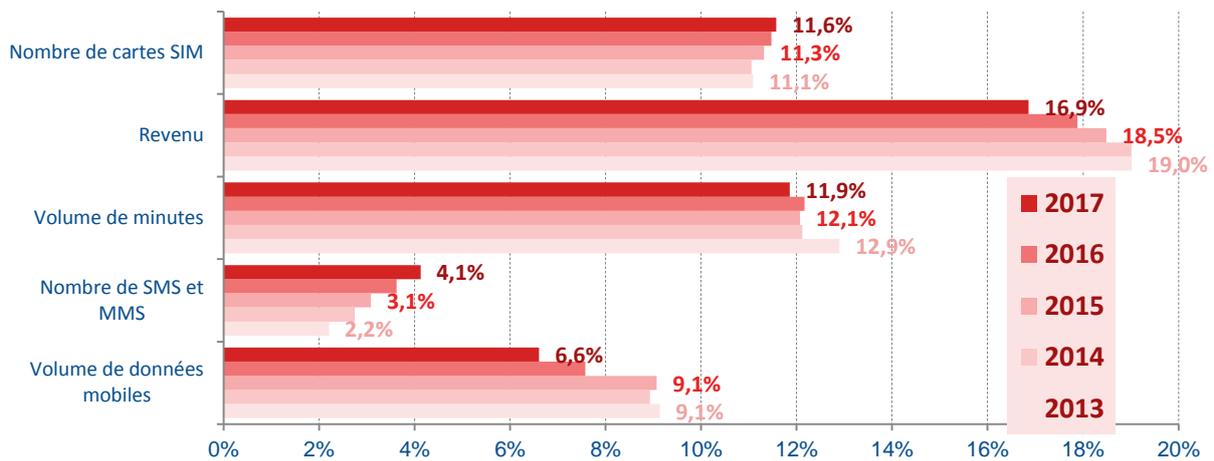
Nombre de cartes SIM de la clientèle grand public						
Millions d'unités	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements et forfaits	46,493	49,234	51,378	53,217	55,696	4,7%
Cartes prépayées	15,665	14,518	12,566	11,378	10,261	-9,8%
Nombre de cartes SIM grand public	62,158	63,752	63,944	64,595	65,956	2,1%
dont nombre de cartes internet exclusives	2,490	2,583	2,468	2,441	2,202	-9,8%

Nombre de cartes SIM de la clientèle entreprises						
Millions d'unités	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements "classiques" (voix et voix/data)	6,597	6,765	7,002	7,183	7,396	3,0%
Cartes internet exclusives	1,154	1,159	1,158	1,187	1,237	4,2%
Nombre de cartes SIM entreprises (hors cartes MtoM)	7,752	7,923	8,160	8,370	8,633	3,1%

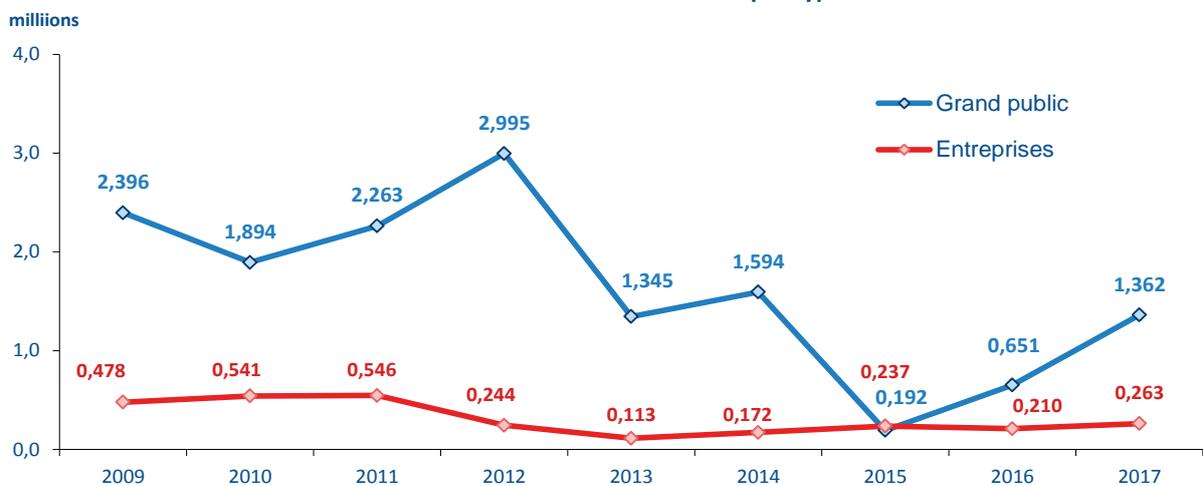
Répartition entre les clientèles grand public et entreprise des services mobiles en 2017



Evolution de la part de la clientèle entreprise par services mobiles (Années 2013 à 2017)



Accroissement annuel du nombre de cartes SIM par type de clientèle



2.2 Le revenu des services mobiles par type de clientèle

Le revenu attribuable au marché résidentiel, après une décroissance continue entre 2011 et 2015 puis une stabilité en 2016, progresse à nouveau légèrement en 2017 (11,6 milliards d'euros HT, +0,9% en un an). Cette amélioration provient exclusivement du revenu issu des abonnements et forfaits (10,9 milliards d'euros HT en 2017, +1,7% en un an), en croissance depuis deux ans. Le revenu attribuable aux cartes prépayées reste, comme les années précédentes, en net repli (-10,1% sur un an en 2017) même si celui-ci est moindre qu'en 2016 (où il dépassait 20%).

Le revenu des services mobiles vendus aux entreprises, 2,4 milliards d'euros HT en 2017, recule pour la sixième année consécutive (-6,0% sur un an) en dépit de l'augmentation du nombre de cartes SIM sur ce marché (+3,1% sur un an en 2017).

Revenu des services mobiles de la clientèle grand public						
Millions d'euros	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements et forfaits	11 204	10 624	10 492	10 745	10 931	1,7%
Cartes prépayées	1 364	1 217	1 038	791	712	-10,1%
Revenu des services mobiles grand public	12 568	11 841	11 530	11 537	11 643	0,9%

Revenu des services mobiles de la clientèle entreprises						
Millions d'euros	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Revenu des services mobiles entreprises (hors cartes MtoM)	2 952	2 780	2 615	2 512	2 361	-6,0%

2.3 La consommation de données mobiles par type de clientèle

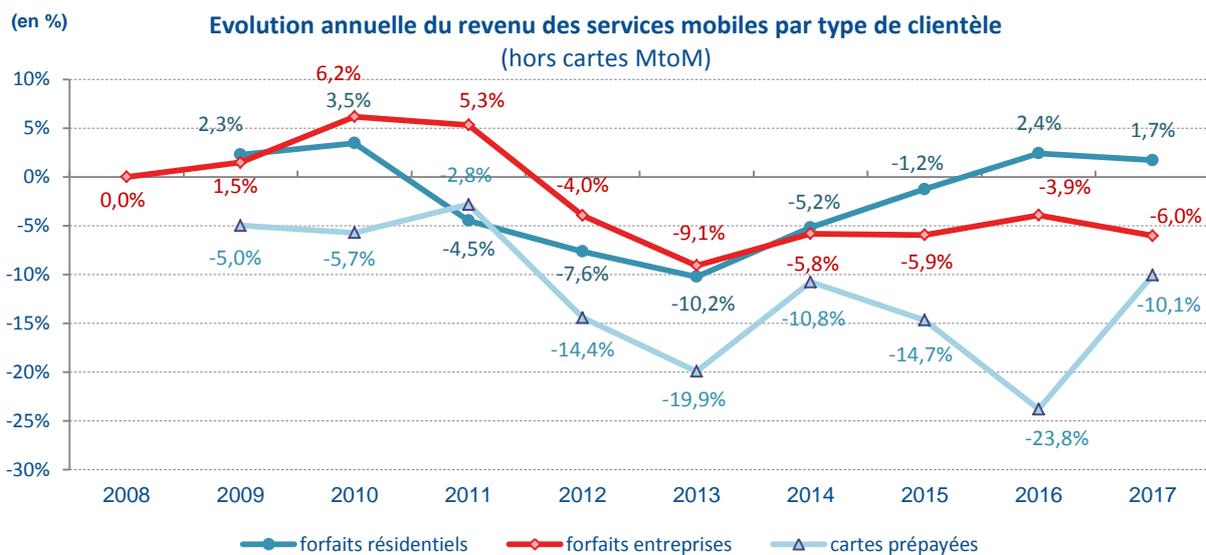
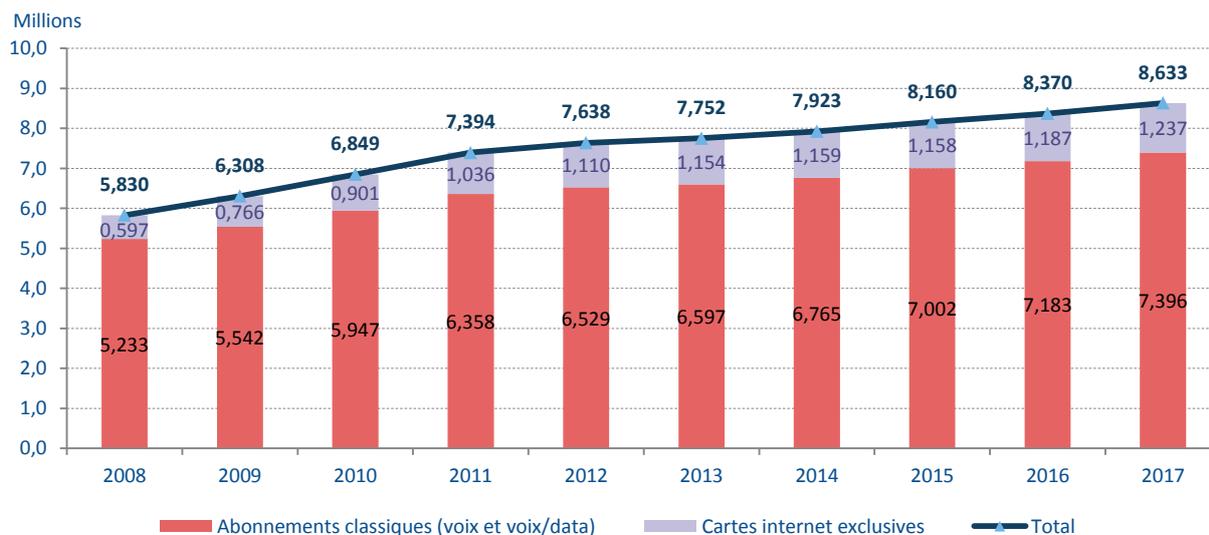
La consommation de services de données mobiles a été multipliée par deux par rapport à celle de 2016 et ce, pour les deux types de clientèle même si le rythme annuel d'accroissement du volume de données est supérieur pour les utilisateurs résidentiels (+121%) par rapport aux professionnels (+91%).

Le volume du trafic réalisé par les cartes actives en 4G a plus que doublé en un an pour les deux types de clientèles pour qui la part de ce trafic 4G est prépondérante : plus de 90% de l'ensemble du volume de données (+6 points en un an) sur le marché résidentiel ; 84% du volume de données consommé par les entreprises (+10 points en un an).

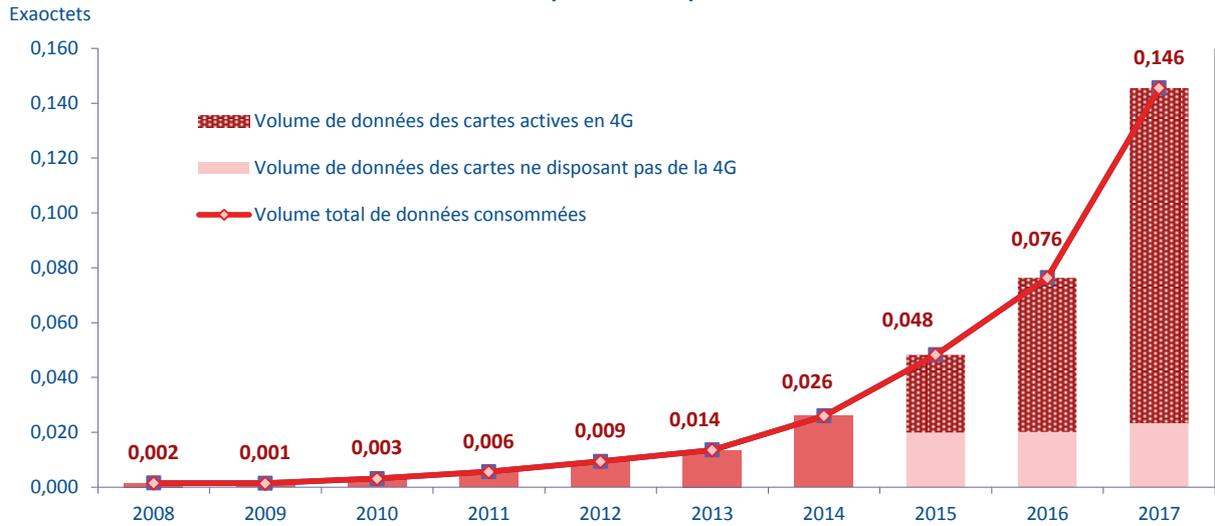
Consommation de données mobiles de la clientèle grand public						
Exaoctets	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements et forfaits		0,260	0,475	0,916	2,031	121,6%
Cartes prépayées		0,005	0,009	0,015	0,026	69,4%
Consommation de données de la clientèle grand public	0,135	0,264	0,484	0,932	2,057	120,8%
dont volume de données des cartes actives en 4G			0,305	0,784	1,863	137,6%

Consommation de données mobiles de la clientèle entreprises						
Exaoctets	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Consommation de données de la clientèle entreprises	0,014	0,026	0,048	0,076	0,146	90,6%
dont volume de données des cartes actives en 4G			0,028	0,056	0,122	117,2%

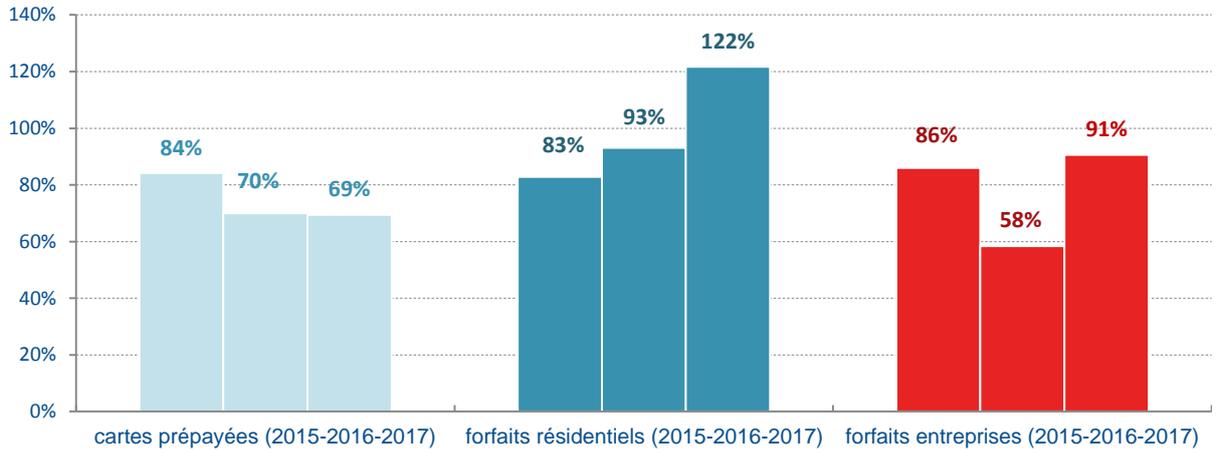
Répartition des cartes SIM entreprise selon le type de carte



Trafic de données consommées par les entreprises sur les réseaux mobiles



Evolution annuelle du volume de données mobiles par type de clientèle (hors cartes MtoM)



2.4 Les communications vocales au départ des mobiles par type de clientèle

Le volume de communications mobiles de la clientèle résidentielle atteint 145,2 milliards de minutes en 2017 et continu d'augmenter. Après une forte expansion en 2012 et 2013, jusqu'à une croissance annuelle atteignant +20% (grâce à la généralisation des offres d'abondance de communications vers tous les opérateurs), le rythme de croissance de ce volume s'est ralenti au cours des dernières années (+2,3% en un an en 2017, contre +4,7% en 2016).

Le trafic des abonnements et forfaits, 136,7 milliards de minutes en 2017, représente un part prépondérante du trafic résidentiel (94%) et progresse de 3,2% en un an. Le volume des communications à partir des cartes prépayées, 8,5 milliards de minutes (-10,9% sur un an) se rétracte depuis trois ans.

Sur le marché résidentiel, le trafic vers les postes fixes nationaux est stable (-0,4% sur un an). Le trafic vers les réseaux mobiles tiers s'est accru de +7,1% sur un an (près de 5 milliards de minutes supplémentaires) alors que celui émis à destination des mobiles d'un même réseau (trafic on-net) est en repli de 2,7% en un an. Le trafic mobile vers l'international (-18,2% en un an) est en net recul en 2017 en raison de l'arrêt de la commercialisation de certaines offres vers l'étranger. L'évolution la plus notable sur le marché résidentiel en 2017 concerne le volume des communications échangées émises et reçues à l'étranger (roaming-out) qui s'est fortement accru : +40,4% par rapport à 2016, cette expansion du trafic de roaming-out faisant suite à l'évolution des tarifs des services mobiles en itinérance en Europe (*cf. note de la rubrique 3.3*). Le trafic vocal mobile émis par les entreprises est, après trois années de croissance, en recul en 2017: 19,5 milliards de minutes, -0,7% sur un an.

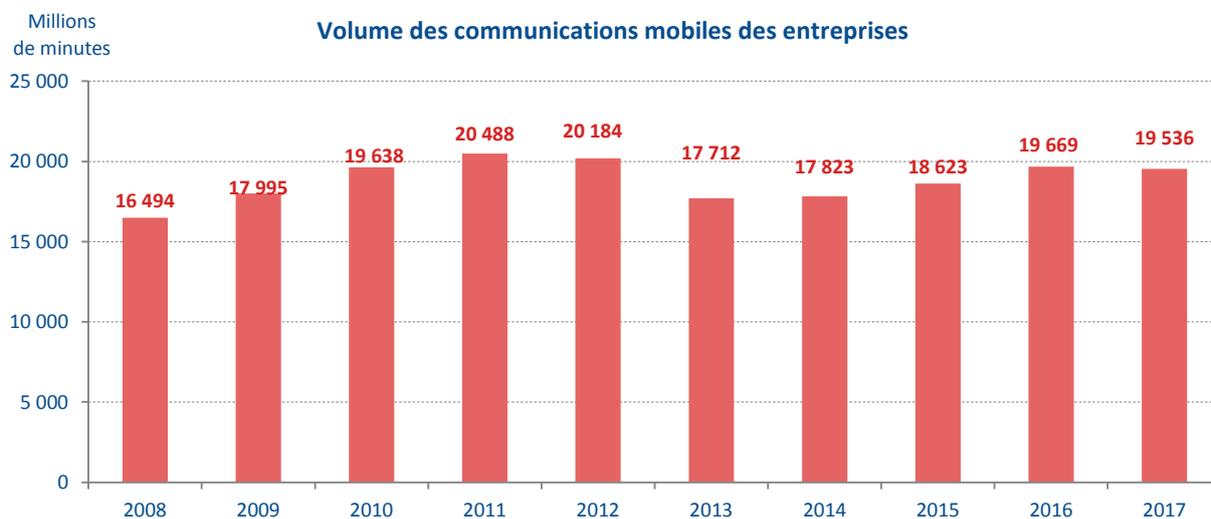
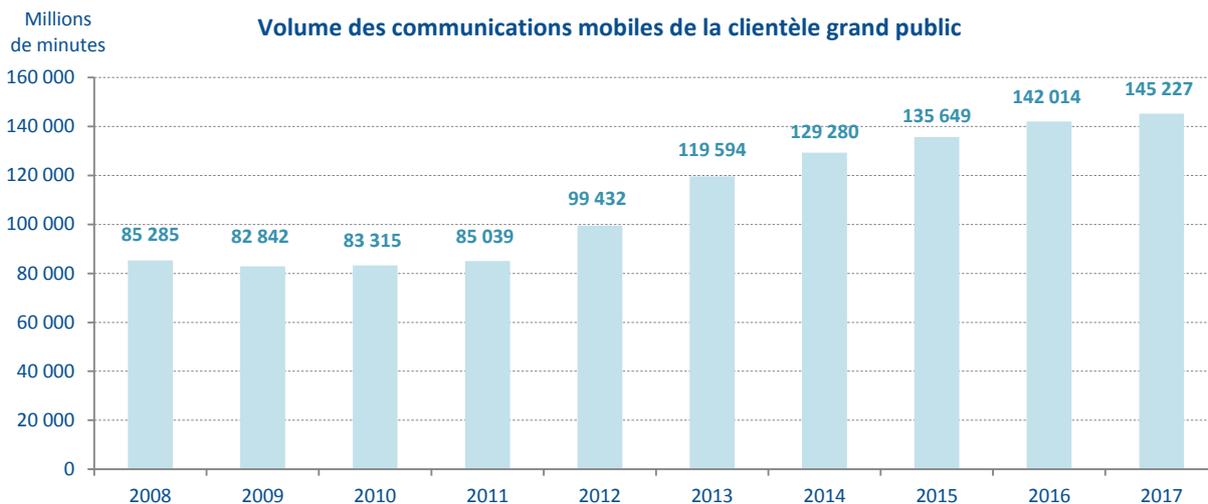
Sur le marché des entreprises, seuls les volumes du trafic en roaming-out et du trafic mobiles vers les réseaux tiers augmentent (respectivement +5,9% et +2,9% en un an) tandis que les trafics vers les autres destinations sont tous en recul (de -2% à -5% par rapport à 2016).

La structure de consommation des deux types de clientèle diffère. Si le trafic national, représente 95% du volume total pour le grand-public et pour les entreprises, sa segmentation par destination d'appel diverge selon la clientèle : les entreprises ayant une proportion plus élevée de trafic vers les postes fixes que le secteur résidentiel (22% contre 16%) ainsi que de trafic mobile « on-net » (38% contre 30%) mais à l'inverse une proportion de trafic vers les réseaux mobiles tiers nettement inférieure (35% contre 49%).

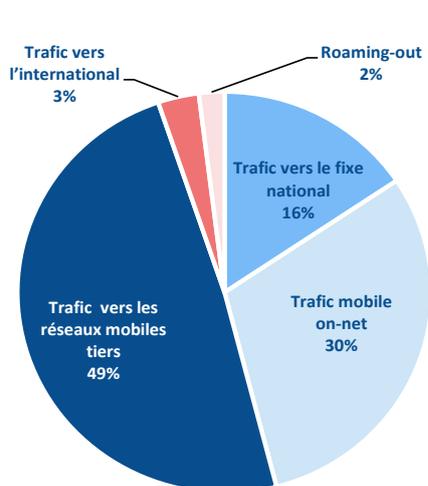
Trafic de téléphonie mobile de la clientèle grand public selon le mode de souscription						
Millions de minutes	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Abonnements et forfaits	109 624	118 839	125 484	132 472	136 728	3,2%
Cartes prépayées	9 970	10 440	10 165	9 542	8 498	-10,9%
Trafic de communications vocales au départ des mobiles grand public	119 594	129 280	135 649	142 014	145 227	2,3%

Trafic de téléphonie mobile de la clientèle grand public par destination d'appel						
Millions de minutes	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Communications mobiles vers fixe national	19 514	21 240	22 331	22 757	22 661	-0,4%
Communications mobiles on-net	41 693	44 582	46 230	45 292	44 091	-2,7%
Communications mobiles vers réseaux mobiles tiers	52 215	56 345	60 000	66 214	70 926	7,1%
Communications mobiles vers l'international	5 257	6 012	5 539	5 688	4 652	-18,2%
Communications en roaming out	914	1 101	1 546	2 063	2 896	40,4%
Trafic de communications vocales au départ des mobiles grand public	119 594	129 280	135 649	142 014	145 227	2,3%

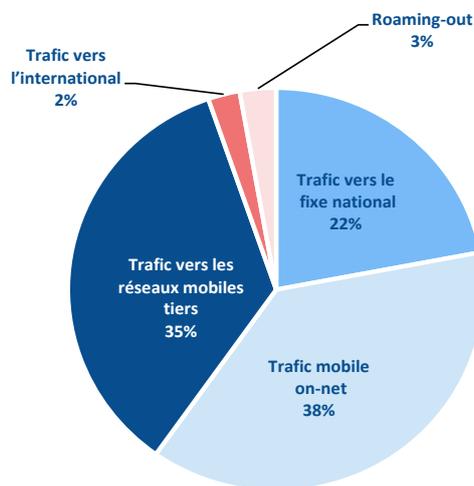
Trafic de téléphonie mobile de la clientèle entreprises par destination d'appel						
Millions de minutes	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Communications mobiles vers fixe national	4 131	4 158	4 204	4 374	4 305	-1,6%
Communications mobiles on-net	7 136	6 992	7 140	7 646	7 380	-3,5%
Communications mobiles vers réseaux mobiles tiers	5 409	5 667	6 242	6 623	6 817	2,9%
Communications mobiles vers l'international	515	499	509	506	483	-4,5%
Communications en roaming out	522	508	531	520	551	5,9%
Trafic de communications vocales au départ des mobiles entreprises	17 712	17 823	18 623	19 669	19 536	-0,7%



Répartition du trafic de téléphonie mobile GRAND PUBLIC en 2017



Répartition du trafic de téléphonie mobile ENTREPRISES en 2017



2.5 Le nombre de SMS et MMS envoyés par type de clientèle

Le nombre de SMS envoyés, diminue pour la deuxième année consécutive car la consommation des clients résidentiels, qui sont à l'origine de plus de 95% de ces messages, se réduit depuis deux ans (-8,7% sur un an en 2017). La consommation de SMS sur le marché des entreprises continue de progresser mais sur un rythme modéré (+3,4% sur un an en 2017 contre environ 16% les deux années précédentes).

Le nombre de MMS s'accroît en 2017, tant sur le marché résidentiel (d'environ 10% depuis deux ans) que sur le marché des entreprises (+21,6% en un an).

Trafic de messagerie interpersonnelle de la clientèle grand public						
Millions	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Nombre de SMS	188 938	191 226	196 386	193 715	176 955	-8,7%
dont Abonnements et forfaits	177 742	181 693	187 785	186 136	170 738	-8,3%
dont Cartes prépayées	11 198	9 533	8 600	7 579	6 229	-17,8%
Nombre de MMS	2 375	3 125	3 881	4 256	4 633	8,9%
Nombre de messages de la clientèle grand public	191 313	194 351	200 267	198 036	181 588	-8,3%

Trafic de messagerie interpersonnelle de la clientèle entreprises						
Millions	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Nombre de SMS	4 226	5 338	6 168	7 236	7 481	3,4%
Nombre de MMS	88	156	206	271	330	21,6%
Nombre de messages de la clientèle entreprises	4 314	5 492	6 374	7 444	7 811	4,9%

2.6 Les consommations moyennes par type de clientèle

La dépense moyenne d'une entreprise par ligne mobile souscrite reste plus élevée que celle d'un client disposant d'une offre grand public (23,1 euros HT contre 16,7 euros HT pour un forfait résidentiel). Toutefois, l'écart entre les factures moyennes sur ces deux marchés s'est réduit depuis trois ans (cet écart étant d'environ 6 euros en 2017 contre 11 euros en 2014). La facture moyenne mobile baisse légèrement sur le marché résidentiel (-40 centimes pour un forfait, -10 centimes pour une carte prépayée en 2017) alors que sur le marché entreprises le repli, comme pour les années précédentes, est nettement plus marqué : -2,2 euros HT en 2017 et de près de 13 euros en moins en cinq ans.

La consommation moyenne en services de données des entreprises (1,5 gigaoctet par mois et par carte en 2017) est pratiquement deux fois moindre que celle de la clientèle résidentielle (2,8 gigaoctet pour l'ensemble des clients résidentiels et jusqu'à 3,3 gigaoctet pour ceux disposant de forfaits). Cette consommation de données a plus que doublé en un an pour un forfait résidentiel (+117,4%), elle s'est accrue un peu moins rapidement sur le segment des entreprises (+85,3% sur un an).

Les volumes mensuels moyens des communications vocales d'un forfait souscrit par une entreprise et celui d'un client résidentiel sont proches (respectivement 3h43 minutes et 3h35 minutes en 2017). La consommation moyenne des entreprises s'est réduite, par rapport à celle de 2016, de 8 minutes alors que celle d'un forfait résidentiel a très peu varié depuis 2013.

La consommation de messages (SMS et MMS) de la clientèle résidentielle s'est nettement ralentie en 2017 avec jusqu'à 40 messages de moins qu'en 2016 pour les utilisateurs de forfaits. L'usage des

services de messagerie par les entreprises, reste beaucoup plus modéré (89 messages par mois en moyenne en 2017 contre 248 pour les résidentiels) mais leur consommation n'a pas faibli et a même légèrement progressé (+2 messages en un an).

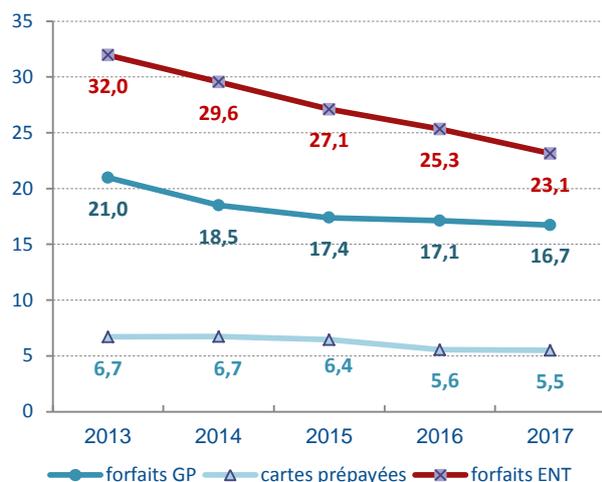
Consommations mensuelles moyennes par carte mobile (forfait ou prépayé) - GRAND PUBLIC						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Facture mensuelle moyenne par carte (en euros HT)	17,0	15,7	15,0	15,0	14,9	-0,6%
Trafic mensuel moyen voix sortant par carte (en heures)	2h46	2h56	3h01	3h08	3h09	0,5%
Nombre de SMS et MMS mensuel moyen par carte (en unités)	273	272	277	273	248	-9,4%
Consommation mensuelle moyenne de données par carte (en Go)	0,196	0,376	0,678	1,297	2,820	117,4%

Consommations mensuelles moyennes par FORFAIT mobile - GRAND PUBLIC						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Facture mensuelle moyenne par carte (en euros HT)	21,0	18,5	17,4	17,1	16,7	-2,3%
Trafic mensuel moyen voix sortant par carte (en heures)	3h33	3h34	3h35	3h37	3h35	-1,1%
Nombre de SMS et MMS mensuel moyen par carte (en unités)	372	351	343	326	286	-12,2%
Consommation mensuelle moyenne de données par carte (en Go)		0,485	0,844	1,568	3,338	112,9%

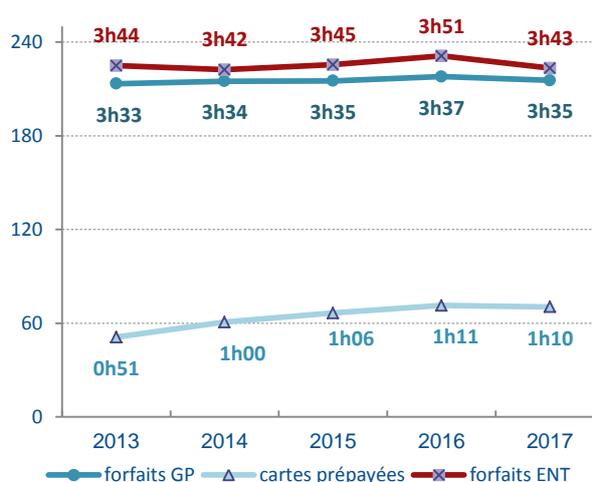
Consommations mensuelles moyennes par carte prépayée - GRAND PUBLIC						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Facture mensuelle moyenne par carte (en euros HT)	6,7	6,7	6,4	5,6	5,5	-1,0%
Trafic mensuel moyen voix sortant par carte (en heures)	0h51	1h00	1h06	1h11	1h10	-1,3%
Nombre de SMS et MMS mensuel moyen par carte (en unités)	57	55	56	57	52	-8,9%
Consommation mensuelle moyenne de données par carte (en Go)		0,029	0,059	0,113	0,212	87,5%

Consommations mensuelles moyennes par FORFAIT mobile - ENTREPRISES						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Facture mensuelle moyenne par carte (en euros HT)	32,0	29,6	27,1	25,3	23,1	-8,6%
Trafic mensuel moyen voix sortant par carte (en heures)	3h44	3h42	3h45	3h51	3h43	-3,4%
Nombre de SMS et MMS mensuel moyen par carte (en unités)	55	69	77	87	89	2,1%
Consommation mensuelle moyenne de données par carte (en Go)	0,157	0,296	0,537	0,827	1,532	85,3%

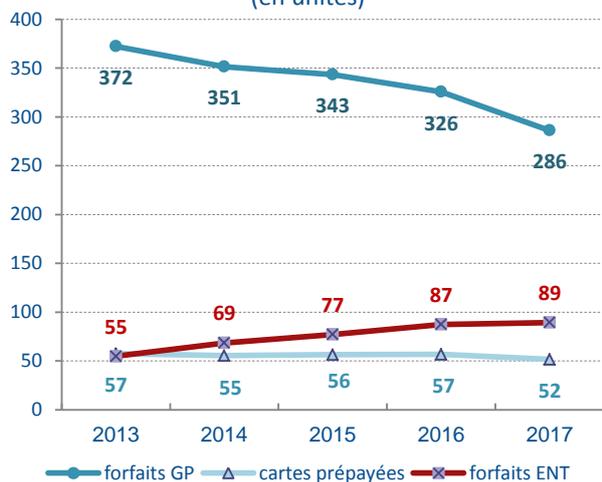
Facture moyenne (en euros HT)



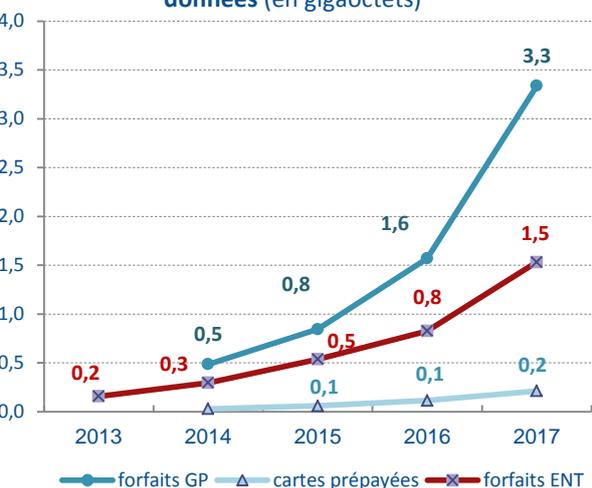
Trafic mensuel moyen (en minutes)



Nombre mensuel moyen de SMS (en unités)



Consommation mensuelle moyenne de données (en gigaoctets)



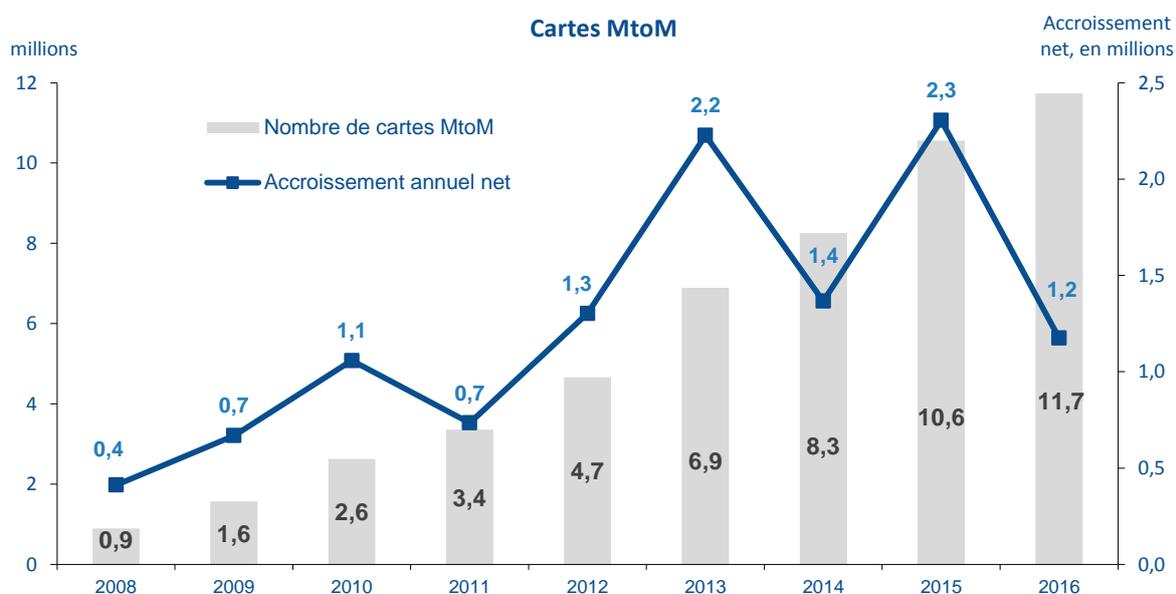
2.7 Le marché des objets connectés : les cartes MtoM

Le nombre de cartes « machine to machine » (MtoM) utilisée par les objets communicants, s'élève à 14,9 millions au 31 décembre 2017. Après un ralentissement en 2016 (dû à la résiliation d'importants contrats), l'accroissement annuel du nombre de cartes est en 2017 le plus fort enregistré jusqu'ici avec 3,2 millions de cartes supplémentaires.

Le revenu provenant de ces services s'élève à 113 millions d'euros en 2017, en hausse de 9,4% sur un an. Le revenu mensuel moyen par carte « MtoM » est inférieur à un euro (0,7 euro HT en 2017).

Cartes SIM pour objets communicants (MtoM)						
	2013	2014	2015	2016	2017	Evol.
Revenu des cartes MtoM (en millions d'euros HT)	102	88	97	104	113	9,4%
Nombre de cartes MtoM (en millions)	6,890	8,257	10,562	11,737	14,899	26,9%
Facture moyenne mensuelle par carte MtoM en euros HT	1,5	1,0	0,9	0,8	0,7	-8,4%

Note : les cartes SIM Machine to Machine (MtoM) sont utilisées dans des équipements (serveurs centraux, caméras, matériels communicants, terminaux, etc...) ce qui leur permet de communiquer des données à distance. Elles sont commercialisées actuellement essentiellement auprès de la clientèle professionnelle.



Remarques méthodologiques

1. Modification des publications à la suite de la consultation menée en 2014

L'ARCEP a réalisé, au cours de l'année 2014, une consultation des principaux opérateurs de communications électroniques, portant sur l'évolution des indicateurs contenus dans ses publications statistiques. Les réponses à cette consultation ainsi que les récentes évolutions du marché des communications électroniques ont conduit l'Autorité à modifier sensiblement les publications relatives au suivi du marché.

Evolution du périmètre des services de capacité :

Jusqu'en 2014, l'indicateur « recettes des services de capacité » sur le marché de détail incluait une partie des prestations vendues à des opérateurs de communications électroniques déclarés auprès de l'ARCEP. Il s'agissait principalement du revenu de liaisons louées et de transport de données dont il était difficile jusqu'à présent pour l'opérateur répondant, de dissocier les montants attribuables à des entreprises et ceux attribuables à d'autres opérateurs. Les recettes provenant des liaisons d'aboutement et des liaisons partielles terminales étaient, quant à elles, incluses dans l'indicateur « prestations de gros de l'accès haut débit et très haut débit » figurant dans la section relative à l'interconnexion et aux prestations de gros. Des ajustements ont été réalisés afin de dissocier dorénavant parfaitement les marchés de gros et de détail : ainsi, l'ensemble des recettes des services de capacité vendus aux opérateurs figure désormais dans la section marché de gros, indicateur « services de capacité ». Cela a pour conséquence directe une baisse d'environ 500 millions d'euros par an du revenu total sur le marché de détail et d'une hausse du même montant des recettes relatives au marché de gros des opérateurs fixes.

Services mobiles : dissociation du marché des services des objets connectés :

L'ensemble des publications statistiques de l'ARCEP dissocie depuis 2015, au sein des services mobiles, le segment des cartes Machine to Machine (MtoM) des autres services mobiles dits « classiques ». Les indicateurs du nombre de cartes SIM et de revenu des marchés afférents sont ainsi présentés séparément. S'agissant des trafics (appels vocaux, messagerie interpersonnelle, données consommées), les indicateurs présentés sont susceptibles d'inclure le trafic issu des cartes MtoM. Néanmoins, ces consommations sont faibles et négligeables au regard des consommations réalisées à partir des cartes SIM mobiles classiques.

2. Changement de champ réglementaire en 2004

L'ARCEP interroge, pour ses observatoires, tous les opérateurs entrant dans le champ de la régulation. L'évolution du cadre réglementaire en 2004 a élargi le périmètre d'enquête, en couvrant également tous les fournisseurs d'accès à internet et les transporteurs de données. Cette modification du cadre réglementaire s'est traduite par un élargissement du nombre d'opérateurs interrogés. Dans la mesure du possible, les évolutions sont présentées sur le même champ de 1998 à 2004, puis sur le nouveau champ pour les années à partir de 2004. Les données concernées sont l'emploi, l'investissement et les charges.

3. Ruptures de séries

- En 2015, l'allocation du revenu des forfaits mobiles dits « bundlés » (voix+data) entre les différents services a été supprimée. Auparavant, il s'agissait principalement de segmenter le revenu total entre les services vocaux classiques et les services de données, mais selon la composition des forfaits, une certaine partie du revenu des forfaits pouvait également être allouée au revenu des services à valeur ajoutée vocaux et data. Pour l'année 2014, les indicateurs sont présentés sur le périmètre 2015, c'est-à-dire qu'il s'agit des revenus des prestations payées en supplément du forfait. Pour 2013, une rétopolation des données a également été effectuée.
- L'année 2013 a été marquée par une modification dans la structure du marché des services de capacité aux opérateurs (marché de gros) : la fusion entre France Telecom et Orange a entraîné une suppression des flux financiers entre ces deux sociétés. Avant cette date, France Télécom vendait des services de capacité à Orange. Afin d'évaluer l'évolution de ces prestations entre 2012 et 2013 sur des données comparables, les données de revenu publiées sur l'année 2012 correspondent au champ 2013, c'est-à-dire hors ventes entre France Télécom et Orange. Les données postérieures à 2012 ne sont pas comparables à celles des années précédentes.
- L'année 2006 a été marquée par une modification dans la structure du marché des services de capacité spécifiquement dédiés aux entreprises : l'intégration de Transpac dans France Télécom au 1^{er} janvier 2006 a entraîné une suppression des flux financiers entre ces deux sociétés. Avant cette date, France Télécom et Transpac se vendaient des services de capacité. Ces revenus étaient comptabilisés dans les rubriques « Liaisons louées » et « Transport de données ». Le revenu des services de capacité est présenté à partir de l'année 2006.
- En 2005, l'intégration d'un nouvel opérateur important sur le segment du marché des annuaires (rubrique « Revenus annexes ») crée une rupture entre 2004 et 2005.

4. Revenus des services de téléphonie fixe et d'internet

La segmentation pratiquée dans les publications de l'observatoire rattache, par convention, l'ensemble des revenus des offres multi services à l'internet et ne rattache aux revenus de la téléphonie fixe que les revenus qui lui sont directement attribuables.

L'indicateur de revenu directement attribuable aux services de téléphonie fixe couvre le revenu des frais d'accès et abonnements au service téléphonique (Réseau Téléphonique Commuté - RTC et Voix sur large bande - VLB lorsqu'elle est facturée indépendamment du service internet), le revenu des communications depuis les lignes fixes explicitement facturées (RTC et VLB facturés en supplément des forfaits multiplay), le revenu de la publiphonie et des cartes.

L'accès à un service de voix sur large bande et les communications en VLB, lorsqu'ils sont inclus dans la facturation du forfait internet haut débit, ne sont pas valorisés dans l'indicateur de revenu directement attribuable à la téléphonie fixe : ils sont inclus dans l'indicateur « revenu de l'accès à internet haut débit » et, à un niveau plus agrégé, dans l'indicateur « revenu internet ».

5. Segmentation par type de clientèle

La segmentation par type de clientèle peut différer d'un opérateur mobile à l'autre selon que les professionnels (artisans, professions libérales,...) sont considérés comme du grand public ou comme des entreprises.

La définition adoptée à partir de 2008 pour la segmentation entre clientèle grand public et entreprise sur le marché de détail est la suivante :

- La clientèle « entreprise » regroupe deux types de clients :
 - Les clients d'une offre ou d'une option réservée à la clientèle des professionnels, des entreprises et des entités publiques, par exemple parce que l'offre ou l'option ne peut être souscrite que par une personne morale ou parce qu'il est demandé au client de produire à la souscription une preuve de commercialité – numéro d'inscription SIREN, SIRET, etc.
 - Les clients des autres types d'offres qui se sont explicitement déclarés à la souscription comme des professionnels.
- La clientèle « grand public » : tous les clients ne faisant pas partie de la clientèle « entreprises ». Ces clients peuvent être regroupés, selon les opérateurs, dans les catégories dites « Grand public » ou « Résidentiel ».

6. Divers

Sauf mention contraire, les unités utilisées dans cette publication sont les unités pour les données d'emploi, les millions d'unités pour les indicateurs de parc, les millions d'euros pour les indicateurs d'investissement et de revenus (hors taxes), les millions pour les trafics de téléphonie ou de messages (SMS), les téraoctets pour les indicateurs relatifs au volume de données échangées.

Les écarts susceptibles d'exister entre les croissances annuelles en % et les niveaux sont liés aux arrondis.

Les données révisées sont indiquées en italique dans les tableaux.

Toutes les données de revenu publiées sont établies selon les normes comptables IAS 18, l'application des nouvelles normes comptables IFRS 15 par les opérateurs intervenant à partir du 1^{er} janvier 2018.

Les données sont disponibles sous format électronique sur le site data.gouv.fr : [ici](#)

Annexe : précisions et définitions portant sur les services fixes et mobiles

1. Précisions sur la terminologie relative aux indicateurs du service téléphonique sur large bande

Les indicateurs du service téléphonique sur large bande de la présente publication couvrent la voix sur large bande (VLB) quel que soit le support (DSL, fibre optique, etc.).

L'ARCEP a désigné par «voix sur large bande» les services de téléphonie fixe utilisant la technologie de la voix sur IP sur un réseau d'accès à l'internet dont le débit dépasse 128 kbit/s et dont la qualité est maîtrisée par l'opérateur qui les fournit ; et par «voix sur internet» les services de communications vocales utilisant le réseau public d'accès à l'internet et dont la qualité de service n'est pas maîtrisée par l'opérateur qui les fournit.

Les communications au départ des services de voix sur large bande comptabilisées dans l'observatoire correspondent à des services offerts au niveau de l'accès. Ces indicateurs ne correspondent pas à du trafic qui utiliserait le protocole IP uniquement sur le cœur de réseau.

2. Précisions sur les notions de lignes et abonnements

De nombreux foyers disposent de deux abonnements au service téléphonique, l'un en RTC, l'autre en VLB couplé avec l'accès à l'internet haut ou très haut débit. Dès lors le trafic moyen et la facture moyenne par abonnement baissent mécaniquement. Pour permettre un suivi plus pertinent des indicateurs reflétant la consommation et la dépense moyenne des clients, la notion de « ligne » est introduite.

Les termes « ligne » et « abonnement » étaient employés indifféremment jusqu'en 2004 pour désigner le nombre de souscriptions au service téléphonique.

Pour la téléphonie sur ligne analogique, un abonnement correspondait à une ligne fixe. Par convention, dans le cas des lignes numériques, on comptabilisait autant de lignes fixes que d'abonnements au service téléphonique, soit 2 pour les accès de base et jusqu'à 30 pour les accès primaires. En pratique, l'entreprise cliente s'acquitte du montant de l'abonnement téléphonique mensuel autant de fois qu'elle a souscrit d'abonnements, 2 pour un accès de base et jusqu'à 30 pour un accès primaire. Cette convention est conservée.

Avec la mise en œuvre de la voix sur large bande, les opérateurs peuvent commercialiser le service téléphonique (en VLB) sur un accès analogique qui fournit déjà le service téléphonique par le RTC. Pour faciliter les comparaisons, l'indicateur du nombre de « lignes » est défini comme :

- pour les accès numériques : le nombre d'abonnements au service téléphonique, soit 2 pour les accès de base et jusqu'à 30 pour les accès primaires ;
- pour les accès analogiques : les abonnements RTC, d'une part, et les abonnements sur ligne xDSL sans abonnement RTC, d'autre part ;
- pour les abonnements au service téléphonique par le câble, l'abonnement.

En ce qui concerne les revenus, le nombre de forfaits multi services ne cesse de progresser. Ils incluent la possibilité de téléphoner, en illimité, vers certaines destinations sans facturation supplémentaire. Dès lors, la facture est de plus en plus globalisée, indépendante du volume de communications (à l'instar de ce qui se fait sur le mobile). L'accès à l'internet et la téléphonie sont de plus en plus indissociables.

3. Revenu des services mobiles

Avec la généralisation des offres incluant plusieurs services (voix, SMS et data) et des offres d'abondance sur l'ensemble de ces services, l'allocation du revenu entre les différents services mobiles est devenue de plus en plus difficile et artificielle (car nécessitant l'utilisation de clés d'allocation). En conséquence, la segmentation du revenu entre communications vocales mobiles, SMS et services de données mobiles n'est plus publiée ni demandée aux opérateurs depuis le premier trimestre 2015.

L'arrêt de l'utilisation de clés d'allocation conduit à ne plus allouer une partie du revenu des forfaits incluant l'usage de services de contenu aux services à valeur ajoutée. Cette modification a conduit à réaffecter certains revenus auparavant comptabilisés dans la publication sur la ligne « services à valeur ajoutée » vers la ligne « revenu des services mobiles ».

Par ailleurs, le périmètre du revenu des services mobiles ne comprend plus le revenu des cartes MtoM, celui-ci étant comptabilisé dans la présente publication à la section 2.7 « Le marché des objets connectés ».

4. Réseaux mobiles : facture moyenne par client et ARPU, quelles sont les différences ?

L'observatoire publie des indicateurs de facture moyenne mensuelle par abonnement pour la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et internet. Ils correspondent aux sommes facturées, en moyenne, par l'opérateur au client pour l'abonnement et les communications (voix et données). Les revenus correspondant à l'interconnexion (appels entrants) ne sont pas pris en compte.

Ces indicateurs sont différents des revenus moyens par client ou ARPU (Average Revenue Per User) qui correspondent généralement aux revenus des opérateurs pour l'ensemble des recettes liées à l'utilisation des réseaux.

Des indicateurs d'ARPU sont publiés par ailleurs par les opérateurs eux-mêmes, selon des périmètres qui peuvent être différents d'un opérateur à l'autre (selon les opérateurs, il comprend ou non les revenus du roaming).

5. Facture moyenne par carte mobile et par abonnement aux services fixes

Pour ce qui est de la clientèle « grand public », la notion de facture moyenne n'est pas équivalente entre, d'une part, le fixe ou l'internet et, d'autre part, le mobile. L'usage d'un abonnement à un accès au réseau fixe ou à internet est partagé entre les personnes composant le foyer. Pour le mobile, un abonnement fait référence dans la très grande majorité des cas à un seul individu. La facture moyenne mensuelle reflète donc la consommation du détenteur du mobile et non celle de l'ensemble d'un foyer.