

## Note d'analyse N°4 : Analyse des taux de pénétration par région

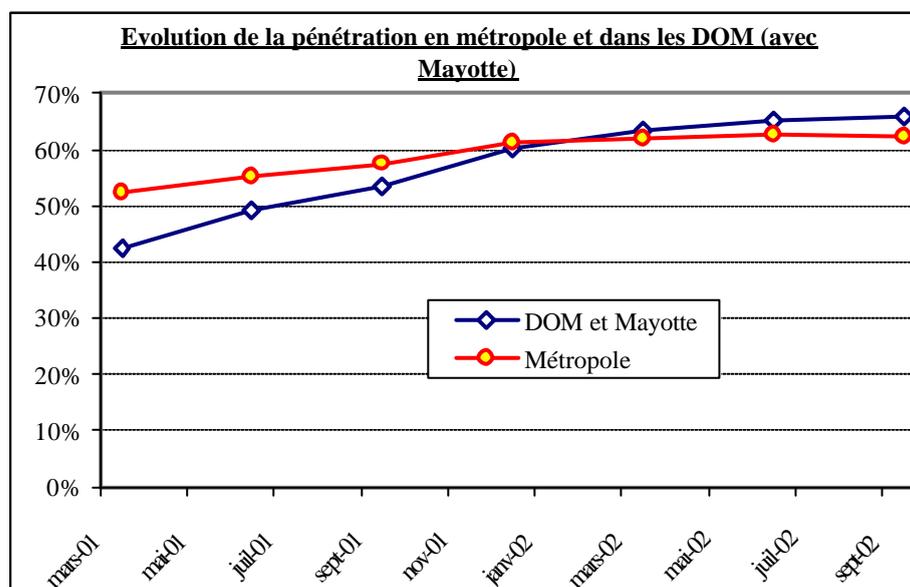
Cette note a pour objet d'analyser les disparités régionales en terme de pénétration<sup>(1)</sup> sur les différentes régions de la France métropolitaine et les Départements d'Outre-Mer<sup>(2)</sup>.

On analysera dans ce qui suit la situation globale du marché français puis on mettra en évidence qu'il n'existe pas de dynamique régionale propre mais qu'au contraire, la tendance nationale semble être répliquée sur chacune des régions. Cette analyse sera complétée par une étude comparative entre la dynamique française et celle observée dans les autres pays européens.

*NB : Sauf indication contraire, les informations contenues dans cette note sont soit directement tirées de données publiées dans l'Observatoire soit obtenues par des calculs faits à partir de ces mêmes données publiques.*

### I. Situation globale du marché français : des disparités interrégionales de pénétration

Le taux de pénétration en France (métropole, DOM) est de 62,6 % au 30 septembre 2002. Les taux de pénétration en métropole et dans les départements d'Outre Mer sont respectivement de 62,5 % et de 65,9 % au 30 septembre 2002. En outre, depuis mars 2002, le taux de pénétration global dans les DOM (et Mayotte) est supérieur au taux de pénétration de la métropole.



Il faut noter que deux départements d'Outre-Mer (Martinique et Guadeloupe) ont un taux de pénétration supérieur au taux de pénétration moyen enregistré au 30 septembre 2002 pour l'ensemble des DOM.

<sup>(1)</sup> La pénétration correspond à la part d'abonnés aux services mobiles dans la population et ne doit pas être confondue avec le taux de couverture du territoire par les services mobiles.

<sup>(2)</sup> Pour simplifier, les DOM comprennent les îles de la Martinique, la Guadeloupe, la Guyane, la Réunion ainsi que l'île de Mayotte.

Au delà de la différence en terme de taux de pénétration enregistrée entre les DOM et la métropole, on peut remarquer les importantes disparités entre les régions qui les composent et plus particulièrement en ce qui concerne la métropole.

Le tableau ci-après, qui représente le taux de pénétration pour chaque région métropolitaine au 30 septembre 2002 montre les éléments suivants :

- **trois régions (Ile-de-France, Corse et PACA) constituent un groupe particulièrement développé avec des taux de pénétration compris entre 79,8 % et 91,0%** ; ce sont les seules régions qui ont un taux de pénétration supérieur au taux moyen de 62,5 % atteint en métropole, et qui place ces régions à des taux de pénétration comparables aux meilleurs pays européens. Au niveau national, six régions et/ou DOM (Martinique, Guadeloupe et La Réunion) ont atteint un taux de pénétration supérieur au taux de pénétration national de 62,6 % ;

- **les importants écarts entre les taux de pénétration des différentes régions avec ceux des régions les plus développées.** Ainsi en métropole cet écart est de 19,9 points de pourcentage entre la région PACA (qui a le taux de pénétration le moins élevé du groupe composé de l'Ile-de-France de la Corse et de la région PACA) et la région du Languedoc-Roussillon (qui a le taux de pénétration le plus élevé parmi l'ensemble des 19 autres régions métropolitaines) ;

- **les autres régions ont des taux de pénétration qui peuvent paraître relativement faibles.** En effet, ces dernières sont regroupées entre les taux de pénétration de 59,9% et 44,3 % (Languedoc-Roussillon et Auvergne). Un groupe de régions connaît des taux de pénétration nettement inférieurs à 50 %.

Au 30-09-2002	Taux de pénétration	Classement	
Ile-de-France	91,0%	1	
Corse	87,2%	2	
PACA	79,8%	3	
Languedoc-Roussillon	59,9%	4	*
Aquitaine	59,3%	5	*
Lorraine	56,8%	6	*
Rhône-Alpes	56,7%	7	*
Picardie	56,2%	8	*
Alsace	56,2%	9	*
Nord - Pas-de-Calais	55,8%	10	*
Haute-Normandie	55,4%	11	*
Champagne-Ardenne	54,8%	12	*
Midi-Pyrénées	54,0%	13	*
Centre	51,7%	14	*
Bourgogne	48,9%	15	*
Pays de la Loire	48,8%	16	*
Poitou-Charentes	48,7%	17	*
Limousin	47,4%	18	*
Basse-Normandie	46,4%	19	*
Franche-Comté	45,6%	20	*
Bretagne	44,9%	21	*
Auvergne	44,3%	22	*

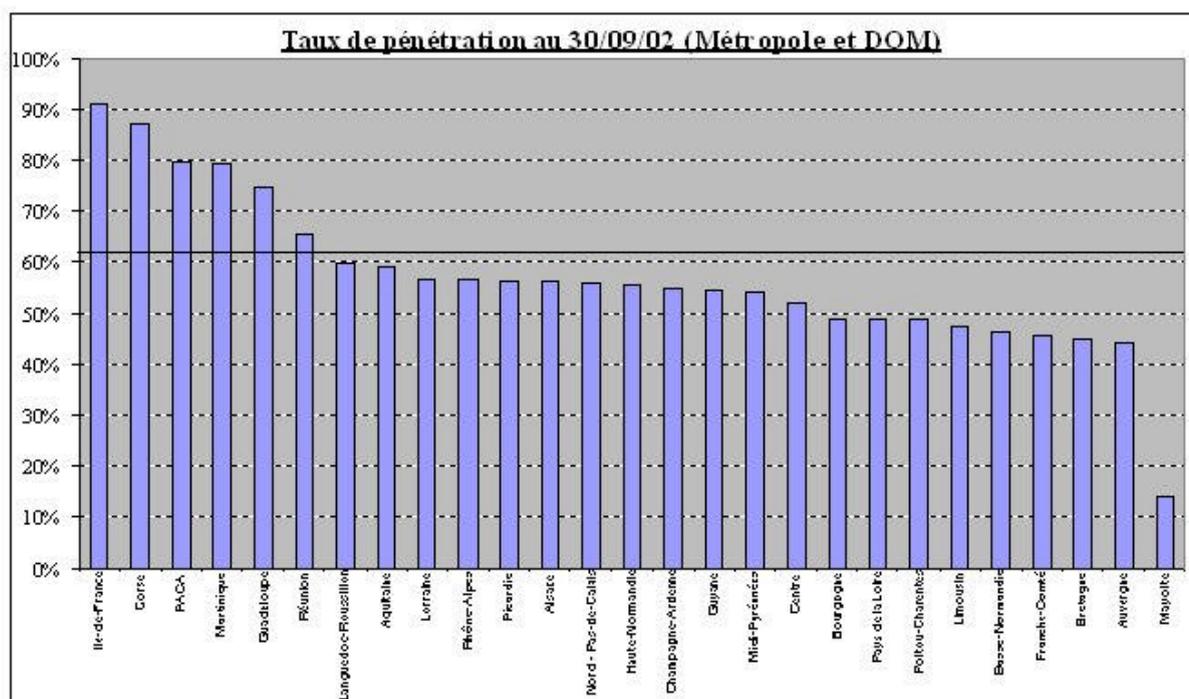
\* : région dont le taux de pénétration est inférieur au taux de pénétration national (62,6 % au 30/09/2002)

Pénétration Moyenne des régions du Groupe 1	86,0%
Pénétration Moyenne des régions du Groupe 2	56,1%
Pénétration Moyenne des régions du Groupe 3	46,9%
<b>Ecart Groupe 1 vs Groupe 2</b>	<b>29,9%</b>
<b>Ecart Groupe 1 vs Groupe 3</b>	<b>39,1%</b>

**Groupe 1** : Régions avec taux > à la moyenne nationale

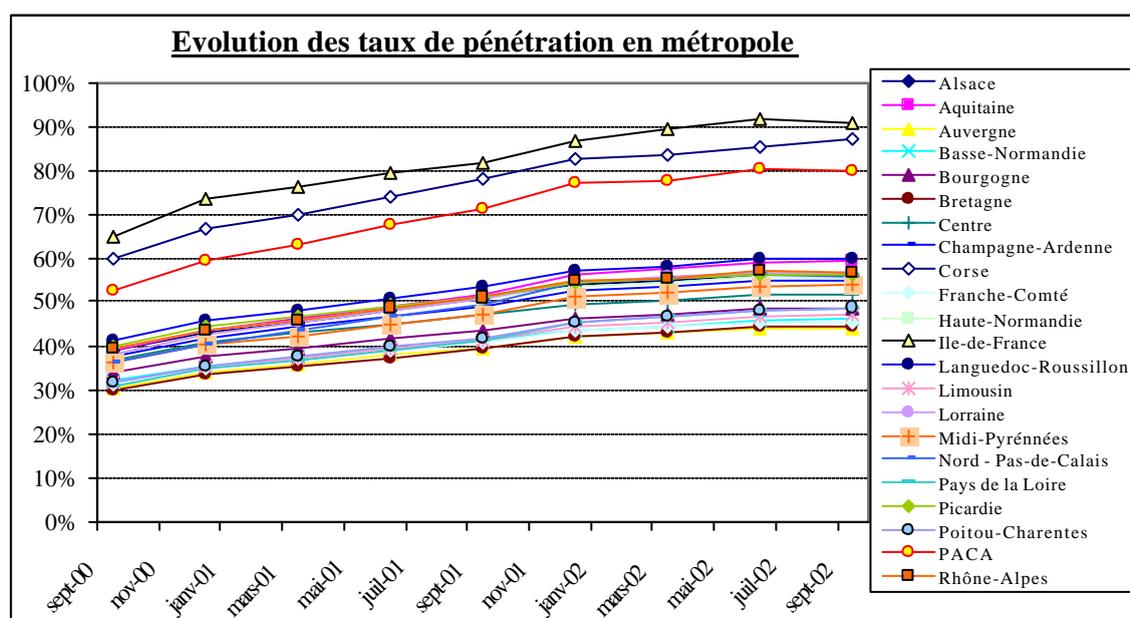
**Groupe 2** : Régions avec taux > à 50 % et < moyenne nationale

**Groupe 3** : Régions avec taux < à 50 %

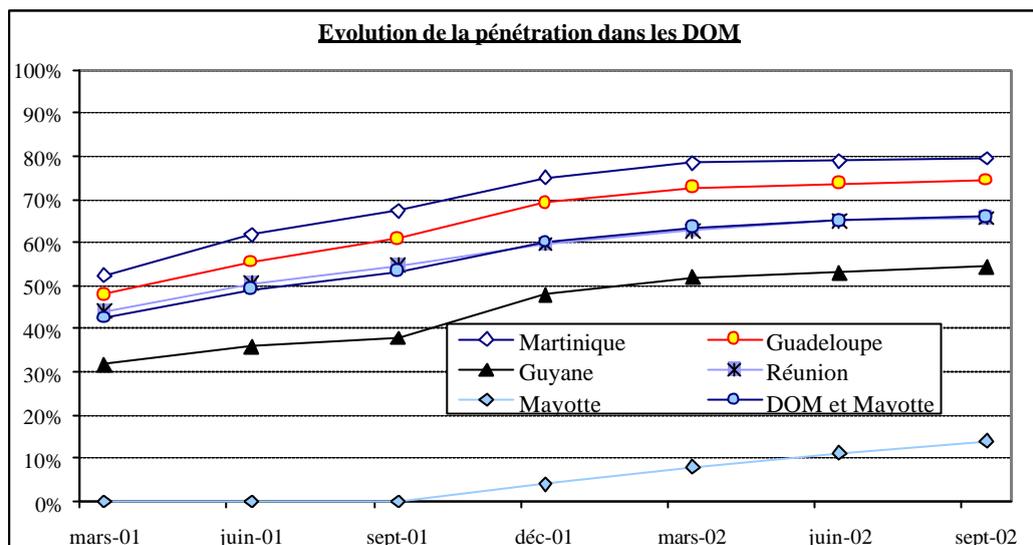


## II. Des dynamiques de croissance faibles dans la ligne d'une tendance « nationale » qui hypothèquent un « rattrapage » des zones les moins avancées

Ces disparités interrégionales, bien loin de se résorber, semblent s'accroître dans le temps, ainsi que le montre le graphique ci-dessous relatif à l'évolution des taux de pénétration pour les régions constituant d'une part la métropole et d'autre part les DOM. En métropole on peut remarquer que l'écart entre les trois premières régions (Ile-de-France, Corse et PACA) et les autres régions, augmente entre septembre 2000 et septembre 2002.



Dans les DOM, le taux de pénétration de l'île de Mayotte est très faible du fait notamment d'un lancement commercial effectué en juin 2001.

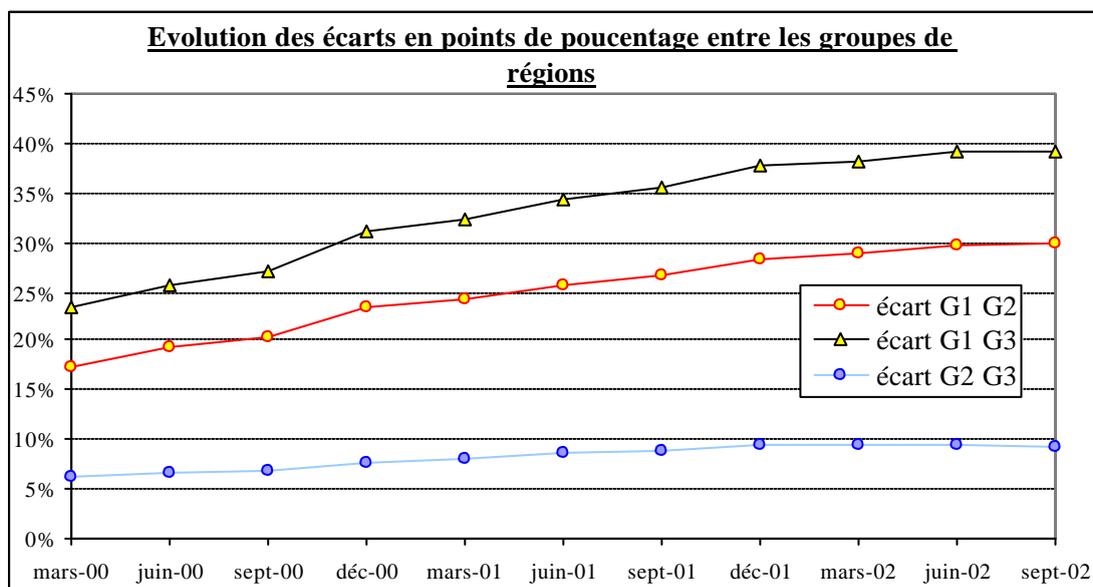


Cette analyse peut être éclairée par un regroupement des régions qui composent la France métropolitaine en trois groupes. Les régions qui composent chacun des groupes sont énumérées dans le tableau en page 2 du présent document. Les trois groupes ont les caractéristiques suivantes :

- le groupe 1 correspond aux régions dont le taux de pénétration au 30 septembre 2002 est supérieur au taux de pénétration moyen observé ;
- le groupe 2 incorpore les régions dont le taux de pénétration est supérieur à 50 % et inférieur au taux de pénétration moyen observé ;
- le groupe 3 prend en compte les régions dont le taux de pénétration est inférieur à 50 %.

### II.1 Analyse des dynamiques des régions métropolitaines

Le graphique ci-dessous montre qu'entre mars 2000 et septembre 2002, l'écart du taux de pénétration en points de pourcentage entre les trois groupes de régions ne cesse de croître.



Ce graphique tend à suggérer qu'il existe pour chaque groupe de région des dynamiques spécifiques qui ne permettent pas un rattrapage en terme de pénétration des régions les moins avancées sur les autres.

### ***Pas de corrélations entre taux de croissance et taux de pénétration régionaux***

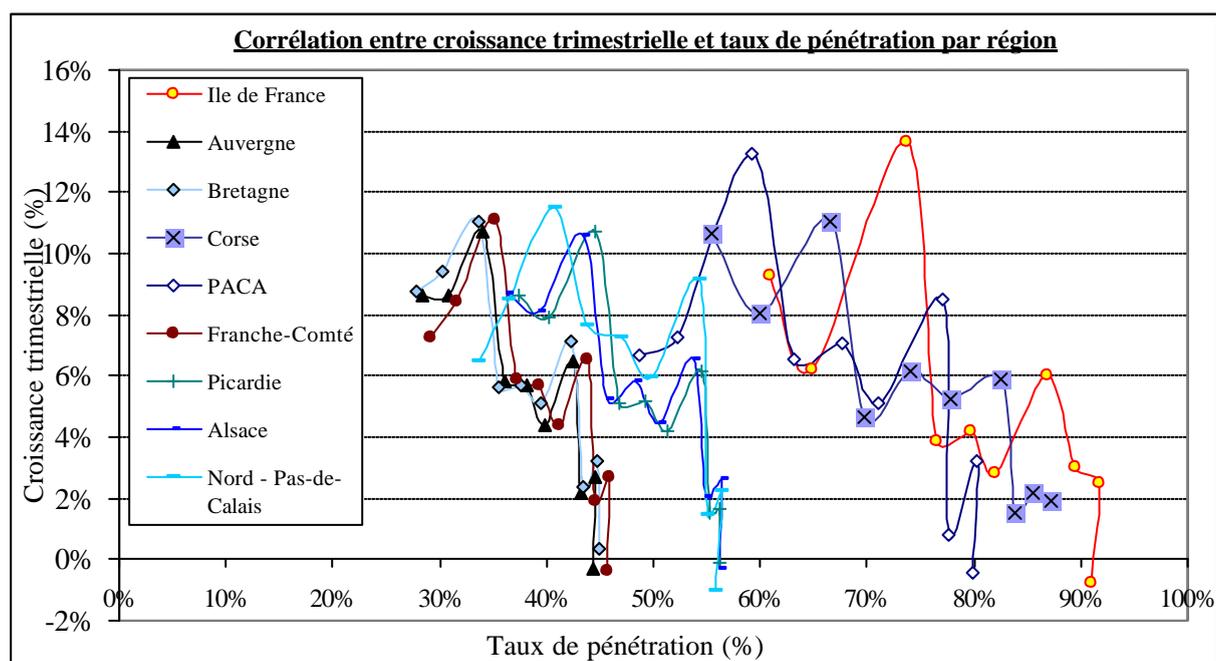
Le graphique ci-dessous représente l'évolution du taux de croissance trimestrielle du parc et du taux de pénétration de neuf régions métropolitaines entre juin 2000 et septembre 2002. On peut y voir que les régions étudiées semblent suivre une tendance parallèle de baisse de la croissance du parc et d'augmentation du taux de pénétration et ce, quel que soit le niveau du taux de pénétration sur le premier point de la série.

Néanmoins on peut constater qu'à taux de pénétration identique, le taux de croissance enregistré est différent selon les régions. Ceci implique que la croissance régionale du parc de client n'est pas déterminée par le taux de pénétration régional.

### ***Des taux de croissances régionaux qui semblent actuellement plutôt déterminés par le taux de croissance national***

A contrario, toutes les régions ont des taux de croissance qui semblent analogues aux même dates. Cette constatation paraît traduire le fait que chaque région suive une conjoncture nationale, indépendamment de sa situation propre. **Ainsi, la croissance du parc dans les différentes régions serait liée à une « conjoncture nationale » plus qu'à une dynamique propre.**

Ces éléments pouvant expliquer le fait que les écarts en terme de pénétration se creusent entre les régions. Si cette hypothèse se confirme, les régions détenant un taux de pénétration faible ne seraient pas sur un chemin de croissance leur permettant de rattraper le taux de pénétration des régions les plus avancées.



### *Les taux de pénétration régionaux resteront vraisemblablement très disparates à terme*

L'analyse qui suit s'attache à évaluer les taux de pénétration à terme en fonction des tendances actuelles.

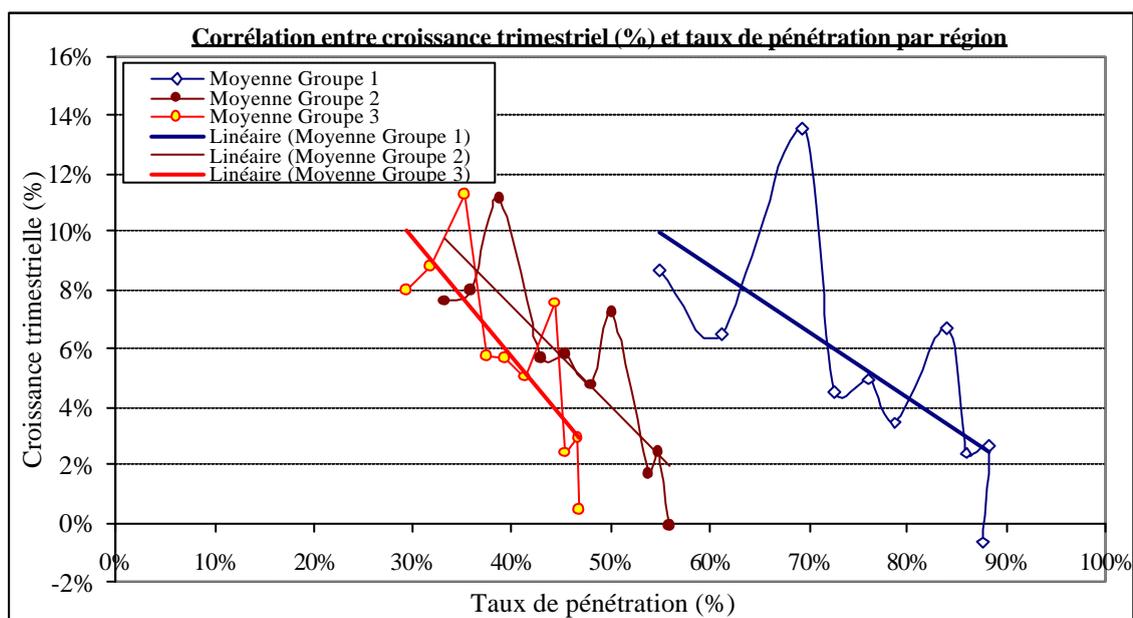
Le graphique ci-après reprend les caractéristiques du graphique précédent en mettant en avant les moyennes calculées pour les trois groupes de région.

On peut remarquer les éléments suivants :

- chaque groupe suit la même tendance ;
- les écarts en terme de pénétration entre les différents groupes augmentent avec le temps ;
- le premier groupe a connu des variations de croissance amplifiées par rapport à celles observées dans les deux autres groupes ;
- les tendances pour chaque groupe suivent une tendance identique avec toutefois des pentes différentes.

Le prolongement des tendances observées fait apparaître des taux de pénétration finals qui seraient d'environ :

- 100 % pour le groupe 1 ;
- 65 % pour le groupe 2 ;
- 55 % pour le groupe 3.



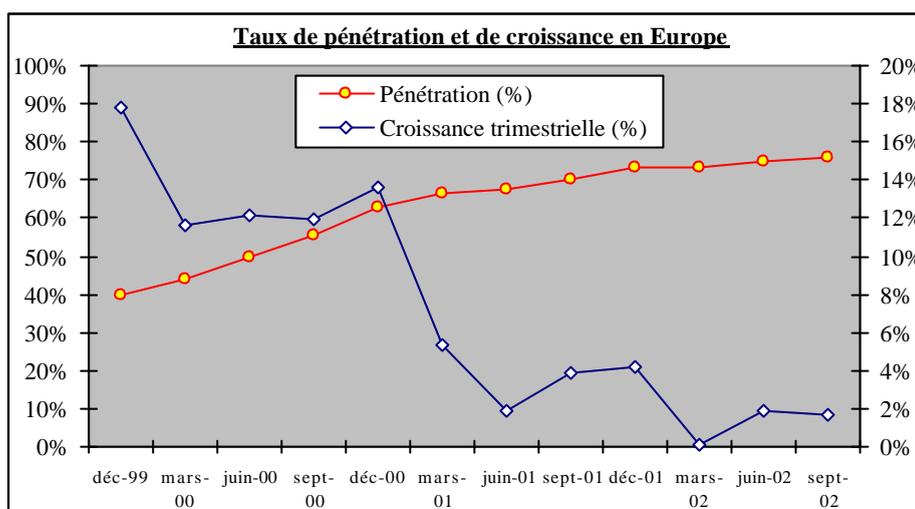
### **Conclusion**

Les tendances observées précédemment ne permettent pas de donner un avis a priori favorable pour un «rattrapage » en terme de pénétration des régions les moins avancées sur les trois premières régions métropolitaines. En effet, les dynamiques régionales semblent copier une dynamique de croissance nationale, ce qui ne permet pas une augmentation du parc client des régions les moins «développées » en terme de pénétration (exemple : Auvergne, Bretagne) supérieure à la croissance des régions les plus avancées (Ile-de-France, Corse).

## II.2 Analyse des dynamiques européennes

**AVERTISSEMENT:** La présente partie s'attache à analyser les dynamiques européennes. Elle s'appuie sur des données en terme de pénétration provenant de sources externes à l'ART. Si le périmètre du taux de pénétration sur le marché français est bien maîtrisé, et reflète des taux d'activité très élevés, il n'en est pas de même pour les statistiques disponibles pour certains autres pays européens. Cette situation a été analysée dans la note d'analyse «Point sur la situation du mobile sur le marché métropolitain et comparaisons européennes» publiée par l'Autorité en octobre 2002. L'analyse qui suit doit donc être prise avec précaution.

Le graphique ci-dessous (Source : Global Mobile ; ART) rend compte de l'évolution du taux de pénétration et du taux de croissance trimestriel du parc de clients en Europe entre décembre 1999 et septembre 2002. Le taux de pénétration moyen en Europe au 30 septembre 2002 est de 75,9 % et le taux de croissance annuel moyen du parc de clients est de 8 %.



Le tableau ci-dessous rend compte de la situation de la pénétration du mobile dans les différents pays européens au 30 septembre 2002 et indique également la croissance annuelle du parc de clients.

	septembre-01		septembre-02		Croissance annuelle des clients (%)
	Clients	Pénétration	Clients	Pénétration	
Allemagne	53 311 000	64,4%	55 218 200	66,7%	3,6%
Italie	48 702 000	84,5%	51 784 000	89,8%	6,3%
Royaume-Uni	43 847 190	73,7%	48 124 010	80,9%	9,8%
<b>France</b>	<b>34 600 100</b>	<b>57,4%</b>	<b>37 751 500</b>	<b>62,6%</b>	<b>9,1%</b>
Espagne	27 160 524	67,9%	31 858 400	79,7%	17,3%
Pays-Bas	11 788 850	74,2%	11 847 000	74,5%	0,5%
Portugal	7 451 000	74,2%	8 854 551	88,1%	18,8%
Grèce	7 426 452	70,1%	8 166 482	77,0%	10,0%
Suède	6 870 183	77,4%	7 704 550	86,8%	12,1%
Belgique	6 878 760	67,2%	7 360 000	71,9%	7,0%
Autriche	6 765 000	83,1%	6 525 000	80,2%	-3,5%
Suisse	5 401 000	74,4%	5 736 000	79,0%	6,2%
Finlande	4 052 809	78,4%	4 377 687	84,7%	8,0%
Danemark	3 729 050	69,9%	3 765 366	70,6%	1,0%
Norvège	3 194 000	71,3%	3 515 000	78,4%	10,1%
Irlande	2 727 870	71,8%	2 986 650	78,6%	9,5%
Autres pays (*)	1 247 778	55,1%	1 627 436	71,9%	30,4%
<b>TOTAL</b>	<b>275 153 566</b>	<b>70,3%</b>	<b>297 201 832</b>	<b>75,9%</b>	<b>8,0%</b>

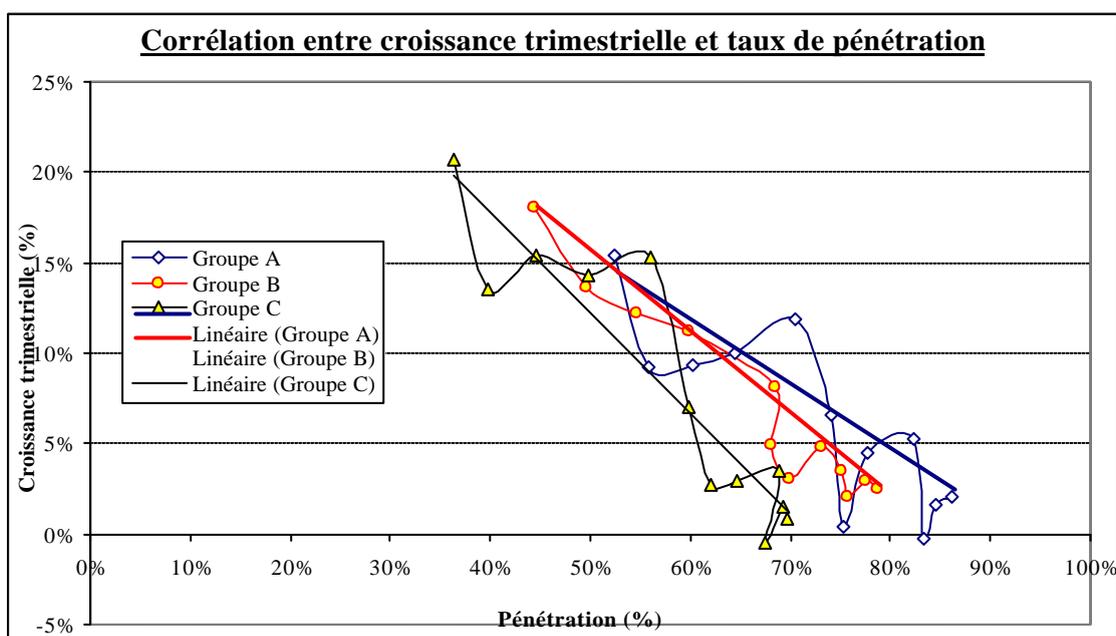
Source : Global Mobile ; ART

(\*) Autres pays : Luxembourg, Malte, Chypre, Liechtenstein, Jersey, Ile de Man, Guernesey, Islande, Gibraltar.

Le tableau suivant reprend les taux de pénétration des différents pays au 30 septembre 2002 et incorpore une classification de ces derniers selon trois groupes. Chaque groupe est composé de pays en fonction de leur situation par rapport au taux de pénétration moyen calculé en Europe (75,9 % au 30 septembre 2002).

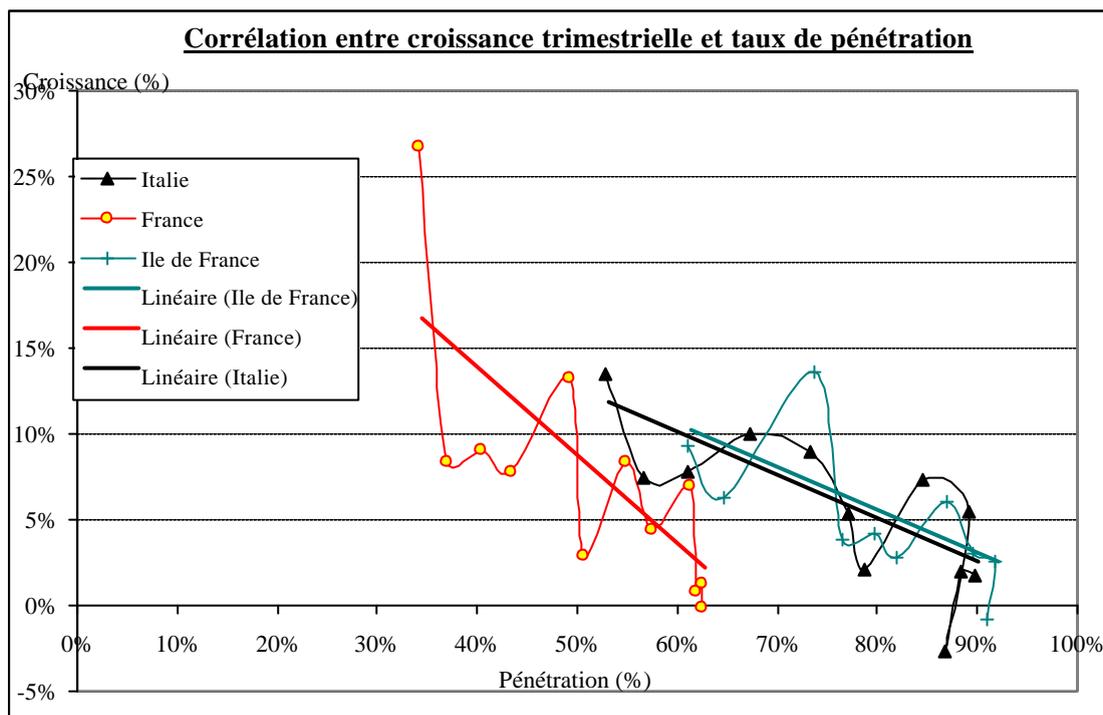
Au 30 septembre 2002	Pénétration (%)	Classement
Italie	89,8%	1
Portugal	88,1%	2
Suède	86,8%	3
Finlande	84,7%	4
Royaume-Uni	80,9%	5
Espagne	79,7%	6
Autriche	79,4%	7
Suisse	79,0%	8
Irlande	78,6%	9
Norvège	78,4%	10
Grèce	77,0%	11
Pays-Bas	74,5%	12
Autres pays *	71,9%	13
Belgique	71,9%	14
Danemark	70,6%	14
Allemagne	66,7%	15
<b>France</b>	<b>62,6%</b>	<b>16</b>
<b>TOTAL</b>	<b>75,9%</b>	
Pénétration moyenne des pays du Groupe 1		<b>86,1%</b>
Pénétration moyenne des pays du Groupe 2		<b>78,7%</b>
Pénétration moyenne des pays du Groupe 3		<b>69,7%</b>
<b>Groupe A : Pays avec taux &gt; 80 % de pénétration</b>		
<b>Groupe B : Pays avec taux &gt; taux de pénétration moyen &lt; 80%</b>		
<b>Groupe C : Pays avec taux &lt; taux de pénétration moyen</b>		

Le graphique ci-après permet de voir qu'il existe entre pays européens, comme pour les différents groupes de régions métropolitaines une différence en ce qui concerne la pente de chaque groupe, même si la tendance est identique et ce, quel que soit le point de départ en terme de pénétration.



Le prolongement des tendances observées dans le graphique précédent tend à montrer que le groupe « C » ne devrait pas pouvoir rattraper le taux de pénétration du groupe « A », et que les écarts entre les différents groupes devraient continuer à augmenter. Toutefois, il semble difficile d'identifier une réelle « conjoncture européenne » qui s'appliquerait à l'ensemble des pays étudiés.

Le dernier graphique ci-dessous (*Source : Global Mobile ; ART*) montre que les tendances tracées pour l'Italie et l'Ile de France sont quasiment identiques. Ce constat renforce l'idée selon laquelle la France connaît de réelles disparités régionales qui ne présument pas du succès du mobile en terme de pénétration pour certaines zones.



Au vu de l'analyse précédente, il ne semble pas possible quant à l'existence d'une réelle « conjoncture européenne » qui se réplique sur l'ensemble des pays considérés.