

— VoIP —

RÉVOLUTION PME!

par
— Nadine Berezak-Lazarus —
directrice générale de BMP TC

La voix sur IP fait partie intégrante des offres haut débit et représente un des éléments clés des services à valeur ajoutée.

À ce jour cependant la voix sur IP a du mal à s'imposer comme une offre à part entière et reste confinée à un service additionnel (addon aux offres haut débit). Ceci est dû à divers facteurs restrictifs, empêchant un large déploiement d'une offre VoIP de qualité.

Si le potentiel de la VoIP s'avère inconstamment très important et représente une «révolution» au sein du secteur télécom, il reste que les marchés résidentiels et professionnels font montre aujourd'hui d'une dynamique différenciée.

Ceci se reflète dans les stratégies spécifiques des acteurs télécom.

— VoIP — des stratégies différenciées

La VoIP s'est tout d'abord développée avec des acteurs spécialisés (comme par exemple Skype), par le biais de services de téléphonie gratuite peer-to-peer, rapidement suivis par des offres compétitives de téléphonie permettant de joindre des postes fixes traditionnels ou des mobiles.

Depuis l'avènement de la concurrence sur le haut débit en France, les opérateurs de haut débit

incluent la téléphonie à bas prix comme complément de leur offre d'accès à Internet. De ce point de vue, la France est et reste un des marchés pionniers en Europe. En effet, la téléphonie sur IP y est un des éléments clés des offres packagées «triple play» ou «double play».

En conséquence, on est en droit de se demander si des acteurs purement VoIP tels Skype, Wengo et d'autres peuvent s'imposer sur le marché, en concurrence directe avec des opérateurs plus traditionnels certes, mais bien établis ?

Le pari de ses nouveaux acteurs repose sur le fait que la croissance de la pénétration du haut débit fournit une base suffisante pour offrir de tels services de manière «virtuelle» (VNO). Quant aux acteurs du haut débit, la VoIP leur permet actuellement de combattre la tendance à l'érosion des tarifs des offres haut débit ; l'enjeu consiste pour eux à identifier les sources de revenus potentiels autour de la VoIP.

— Les facteurs — d'une adoption massive

La barrière principale à l'adoption de la VoIP est, selon les instituts d'études tels Forrester, majoritairement le manque de notoriété et de reconnaissances de la techno-

BMP Telecommunication Consultants est un cabinet de conseil en stratégie télécom, avec une forte et longue expertise dans le haut débit. Depuis 1993 les consultants de BMP TC ont ainsi accompagné leurs clients opérateurs, FAI, équipementiers et collectivités territoriales dans des projets stratégiques concernant l'internet haut débit.

www.bmp-tc.com

Selon l'ARCEP le marché français de la VoIP au 1er trimestre 2005 comptait 1,5 million d'abonnements, représentant 6 % du trafic téléphonique et 1,5 milliard de minutes. Les revenus de la VoIP s'élevaient à 1 % de l'ensemble des communications sur les lignes fixes à la même date.

Le marché mondial début 2005 totalisait plus de 17 millions d'utilisateurs de la VoIP, dont 7,2 au Japon et 2,1 aux États-Unis.

logie. Ainsi, 70 % des européens n'en auraient jamais entendu parler; seuls 1 % d'en eux l'utiliseraient, essentiellement pour des appels téléphoniques passés à partir du domicile (source: Forrester 2005). Ce constat vaut également pour la France.

Pourtant plusieurs facteurs devraient favoriser progressivement une adoption massive de la VoIP.

Premier de ces facteurs, la séparation des lignes voix et données, phénomène dont on constate actuellement le développement. Cette séparation s'accompagne de l'apparition d'offres dites «naked DS», permettant aux consommateurs de payer la seule ligne ADSL, sans être astreint à un abonnement auprès de l'opérateur historique. Il faut toutefois noter qu'à ce jour, seuls quelques régulateurs européens de télécommunication ont approuvé ce concept de naked DSL.

Le second facteur qui devrait conduire à une large diffusion de la VoIP réside dans la fourniture de terminaux plus fonctionnels, tel le téléphone sans fil résidentiel à la norme DECT. Ces terminaux compatibles VoIP apportent un confort d'utilisation additionnel, qui devrait contribuer à accélérer l'adoption de ces services.

— Perspectives — du marché professionnel

Enfin, en sus du marché de masse proprement dit, le marché des entreprises est un marché prometteur pour les applicatifs VoIP.

Pour les entreprises, l'utilisation d'une connexion Internet au lieu d'une ligne téléphonique est d'abord un facteur de réduction des coûts. Les coûts téléphoniques sont moindres également en raison de l'élimination des coûts dus à la séparation des lignes voix et données, désormais regroupées par la VoIP.

Dans un second temps, la convergence des réseaux voix et donnée crée de la valeur via la mise en place d'applications spécifiques et novatrices, telles que la sauvegarde des appels, la possibilité d'appeler un interlocuteur

directement depuis une messagerie de type e-Mail, l'affichage d'informations concernant l'appelant parallèlement à l'affichage de son numéro de téléphone, etc.

L'intérêt du marché professionnel est d'ailleurs mis en évidence par la stratégie du luxembourgeois Skype. Après avoir construit sa marque sur la base d'offres grand public, l'opérateur virtuel s'est attaqué au marché de la VoIP pour entreprises. Le luxembourgeois se frotte ainsi aux opérateurs spécialisés sur le segment des entreprises, comme Colt, Completel, Nerim, 9Telecom voire même France Télécom. Autant d'acteurs qui ont inclus cette année dans leurs gammes commerciales une offre VoIP/ToIP pour les entreprises, et avant tout pour les petites et moyennes entreprises.

— L'avant-garde — des PME

Baisse des coûts, développement d'une gamme de services associés, facteurs d'accélération identifiés, existence d'offres grand public comme professionnelles: la VoIP dispose des arguments pour se présenter comme une nouvelle révolution technologique en marche, concernant certes les internautes (de plus en plus nombreux à adopter de tels services) mais également les entreprises. On peut d'ailleurs pronostiquer qu'elle concernera en priorité les PME qui devraient être les premières à réaliser de sérieuses économies, voire même à doper leur compétitivité grâce à une communication interne et externe optimisée. Les utilisateurs de la VoIP en entreprise en tireront des bénéfices immédiats (réduction de coûts) ainsi que de meilleures fonctionnalités et des applications élargies.

* *
*

Le guide VoIP et ToIP que vous tenez entre vos mains démontre le potentiel et la multiplicité des acteurs qui y ont pris place, travaillant à offrir services, solutions, équipements à leurs clients.