

Flash report

Estimation de la propension à dépenser du segment des résidentiels grand public (retail) dans les services basés sur des médias électroniques

ERIC REVAZ, PHD.
MANAGING PARTNER

Romandie 1999
Pioneers Research&Consulting Group Sarl ©1999



Estimation de la propension à dépenser du segment des résidentiels grand public (retail) dans les services basés sur des médias électroniques

ERIC REVAZ, PHD.

Pour estimer la propension à dépenser du segment des résidentiels grand public (retail) dans les services basés sur des médias électroniques, notre approche a été d'approcher la demande en prenant en considération la tendance à l'adoption des nouvelles technologies et la tendance de l'évolution des prix de ces services.

Notre démarche a été la suivante :

1. Déterminer quelle serait la classe la plus intéressante à cibler pour un fournisseur de services.
2. Estimer les dépenses actuelles d'une unité de cette classe et déterminer quelle partie de ces dépenses pourraient déjà actuellement être réalisées via un média électronique.
3. Estimer l'évolution de l'adoption, dans le segment grand public, des nouvelles technologies sur lesquelles se fondent les nouveaux services
4. Estimer l'évolution des prix de ces services.
5. Estimer la propension à dépenser, compte tenu de la tendance à l'adoption des nouvelles technologies et de la tendance de l'évolution des prix des services.

Pour cette estimation, nous avons considéré les hypothèses et les limites suivantes :

- ∴ que le revenu des ménages n'augmente pas ;
- ∴ que la demande globale pour les services considérés reste stable, la substitution s'opérant entre services « physiques » actuels et services « on-line » futurs ;
- ∴ le modèle développé n'est pas un modèle réellement dynamique. Il ne prend que partiellement en compte - via l'estimation de l'adoption des technologies - les effets de retour sur l'activation de la demande.

Classe représentative

Dans le segment des résidentiels, il apparaît que les ménages susceptibles de constituer la classe des grands consommateurs de services dans le secteur des télécommunications (téléphone sans mobile) et des loisirs (plus particulièrement TV et radio par câble, Internet, location ou achat de vidéo, théâtre et cinéma, lecture de quotidiens, de magazines, consommation d'information ciblée, écoute de musique et disques CD, fréquentation de cours et enseignement) sont des familles de 2 enfants en âge de scolarité avec un revenu confortable.

Dépenses actuelles

Nous avons estimé les dépenses actuelles de la classe la plus représentative du segment des résidentiels en réalisant 20 entretiens téléphoniques en Romandie durant lesquelles nous avons demandé aux personnes quels montants elles dépensaient dans les différentes rubriques citées ci-dessus. Comme le montre le tableau ci-dessous, ces dépenses s'élèvent en moyenne à CHF 374.-- Nous avons ensuite estimé la propension actuelle à payer des services avec un même contenu mais via un média électronique en tenant compte de l'effet de la disponibilité de services "on-line" sur la consommation de services "physiques". Le montant correspondant est en moyenne de CHF 162.--, composé principalement des rubriques « Téléphone (sans mobile) », « TV et radio par câble » et « Internet ».

	Approximation des dépenses	Coefficient d'impact	Propension actuelle à payer
Téléphone (sans mobile)	70.00	90%	63.00
TV + radio par câble	35.00	100%	35.00
Internet	70.00	80%	56.00
location / achat Vidéo	24.00	0%	0.00
Théâtre et cinéma	15.00	0%	0.00
Quotidiens	25.00	5%	1.25
Magazines	15.00	10%	1.50
Information ciblée	20.00	0%	0.00
Musique, CD	20.00	5%	1.00
Cours, enseignement	80.00	5%	4.00
Total	374		162

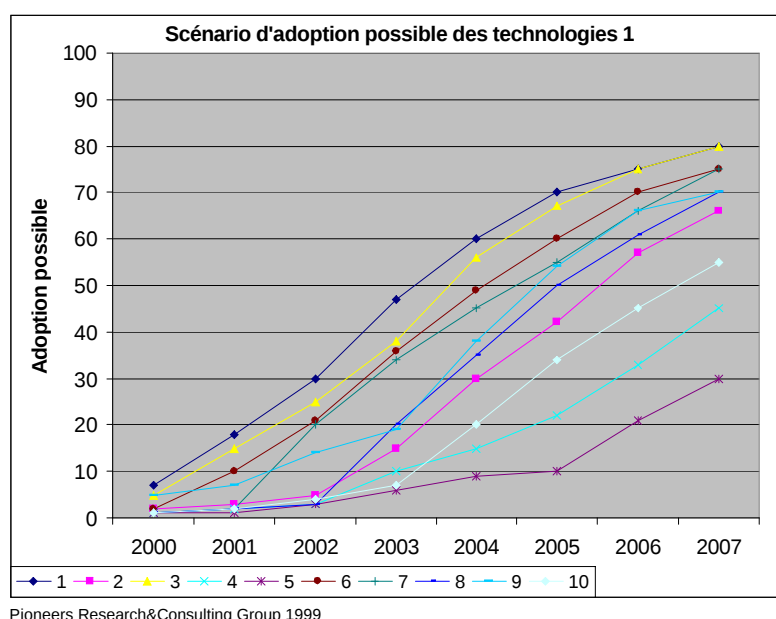
Adoption des nouvelles technologies

L'introduction et l'adoption des nouvelles technologies est un facteur important influant sur l'évolution de la demande des services considérés et un facteur de modification de la structure de cette demande. Par rapport au tableau précédent, l'adoption des nouvelles technologies va peu à peu modifier le coefficient d'impact des services "on-line" sur les services "physiques".

Le tableau ci-après présente les différentes rubriques que nous avons considéré et les évolutions technologiques envisagées.

No	Rubrique	Evolution envisagée
1	Téléphone	Vidéo téléphone, desktop vidéo conférence, e-mail, voice mail
2	TV + radio par câble	TV HD, TV interactive, Xcasting
3	Internet	Internet rapide, Internet 2, private networks
4	location / achat Vidéo	VOD, NVOD, Xcasting
5	Théâtre et cinéma	Role play systems, avatars, virtual scenes
6	Quotidiens	e-news
7	Magazines	Communautés, Encyclopedia systems
8	Information ciblée	Communautés, Xcasting, Personalised information access, KMS
9	Musique, CD	e-musik, MP3, MOD
10	Cours, enseignement	Télé-enseignement, télétravail

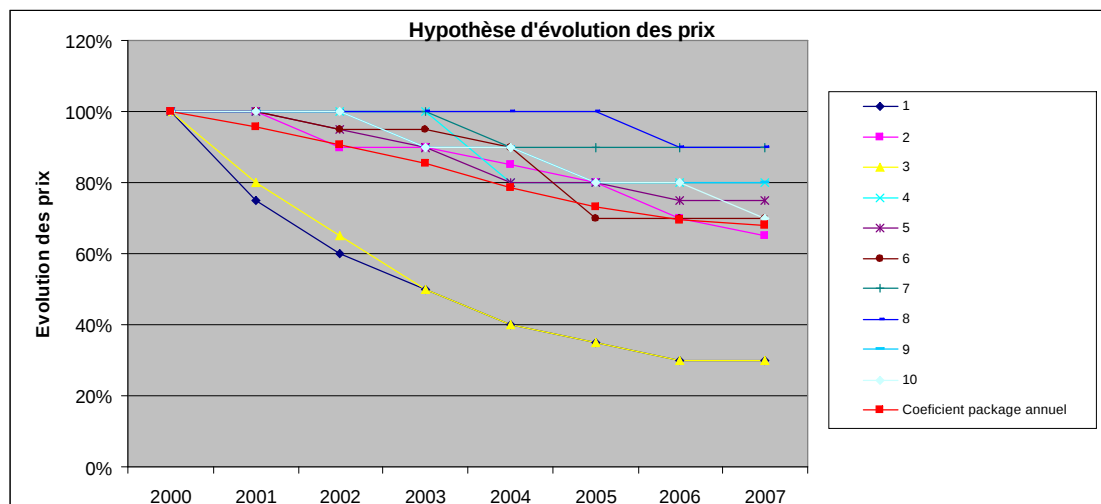
Pour chaque rubrique et son évolution envisagée, nous avons repéré les technologies sous-jacentes des services "on-line". Nous avons ensuite créé deux scénarii d'adoption en nous fondant sur des informations de base contenues dans l'étude « Technology Evolution and Adoption, The ten year outlook » de Gartner Group. Le scénario optimiste d'adoption possible des technologies présente les courbes contenues dans le graphique ci-dessous.



Le scénario conservateur montre des résultats globalement 30% inférieurs à ceux du scénario optimiste d'adoption possible des technologies. Par rapport à ces scénarii, il faut noter que la situation conjoncturelle a aussi un impact sur la rapidité de remplacement des équipements et peut ralentir ou accélérer les scénarii proposés. Il faut mentionner encore que les nouvelles technologies vont radicalement modifier les services actuels. Globalement, les nouvelles technologies vont marier image, voix, données, action, interaction et portabilité. Les courbes d'adoption et les catégories proposées ne sont donc établies que pour tenter une comparaison avec les services existants. Il est très important de relever encore que les technologies « sans câble (Wireless) » sont envisagées comme un développement technologique qui va avoir un impact important sur le marché. Entre 35 et 65 % d'adoption de cette technologie est envisagé pour 2003 et il est fort difficile de se prononcer sur la répartition entre les volumes de services « on line » qui seraient consommés via un « réseau physique » et ceux qui le seraient via un réseau « sans câble ».

Evolution des prix

Suivant la tendance générale, dans le segment grand public (retail), les consommateurs vont payer principalement pour les services et les contenus. La part des télécommunications tendant à devenir négligeable. Globalement, l'abondance des services face à des limites de consommation de la part des ménages va certainement créer une pression sur les prix.



Pioneers Research&Consulting Group 1999

Pour une offre complète de services qui couvrirait les rubriques considérées, les prix pourraient évoluer de la manière suivante sur la période considérée :

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Niveau relatif des prix	100%	96%	91%	86%	79%	73%	70%	68%

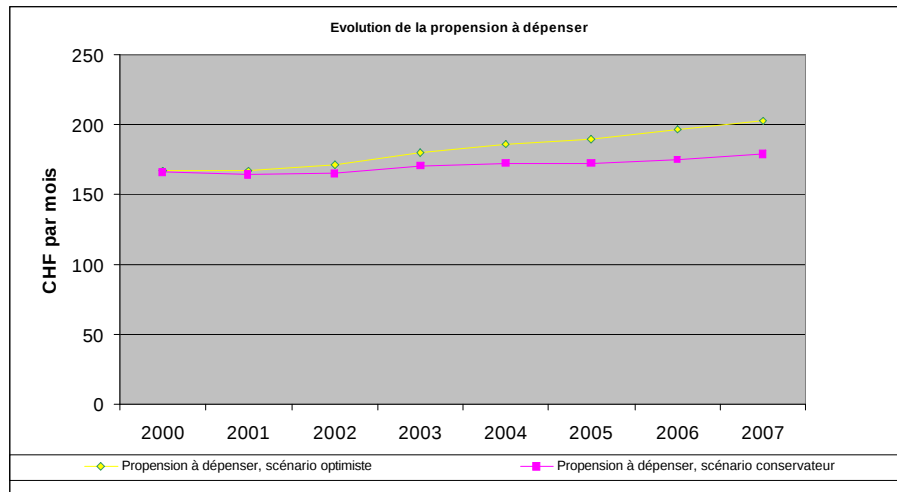
Le tableau présente une évolution moyenne des prix de -20%, pour l'offre complète de services considérée pour la période 2000 à 2004. Cette réduction est principalement influencée par les réductions des prix envisagées dans les services de téléphonie et Internet.

Estimation de la propension à dépenser

Si les technologies sont adoptées, il y a donc une certaine demande qui s'établit pour les services « on line » et cette demande induit un effet partiel sur la structure des dépenses des ménages. Une substitution peut s'opérer entre les services "physiques" et les services "on-line". Pour ce travail d'estimation, nous avons fait l'hypothèse que la courbe de la demande, dans le temps, adopte la même forme que celle de l'adoption des nouvelles technologies.

Le graphique ci-après représente l'évolution de l'estimation de la propension à dépenser dans le temps (en CHF par mois) basée sur les dépenses d'une famille de 2 enfants en âge de scolarité avec un revenu confortable.

A terme, un utilisateur pourra consommer ces services « on line » aussi bien à partir de « terminaux fixes » qu'à partir de « terminaux mobiles ». La demande se répartira donc entre "fixe" - via un réseau câblé - et "mobile" - via un réseau sans câble. Les courbes du graphique ne présentent pas cet effet partiel de "canibalisation" .

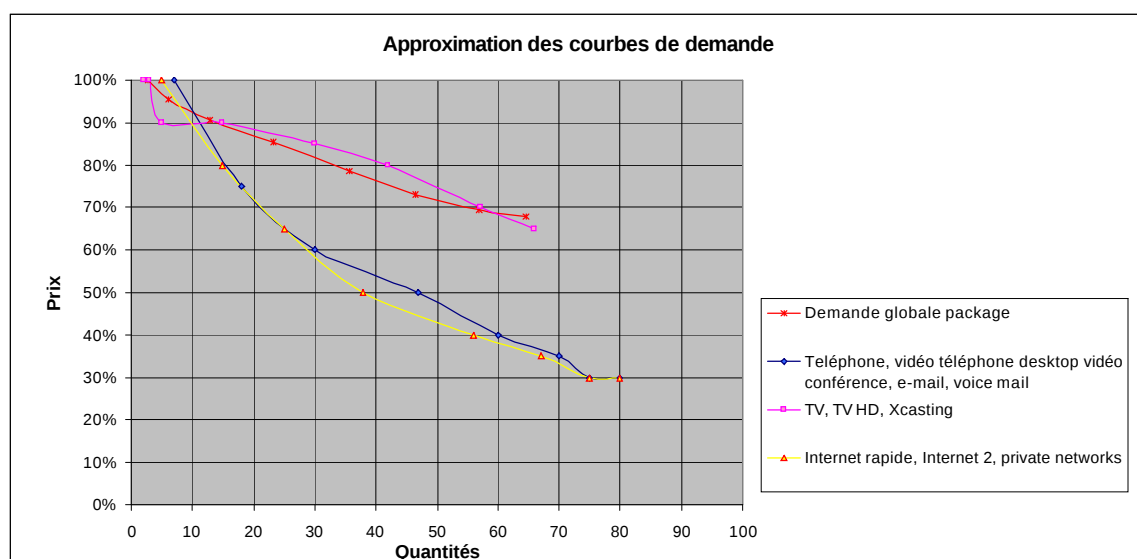


Pioneers Research&Consulting Group 1999

Pour l'année 2004, les montants des dépenses mensuelles pour ces services sont de CHF 186.-- et CHF 172.--, soit une différence de CHF 14.- par mois.

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Scénario optimiste	167	167	171	180	186	190	196	203
Scénario conservateur	166	164	165	170	172	172	175	179

Une approximation des courbes de demande permet de relever que la forme de la courbe de demande d'une « offre complète de services » (package) semble présenter une assez forte élasticité par rapport aux prix. Cette élasticité semble aussi être assez forte pour les services de vidéo à la demande. Elle serait très nettement moindre pour les services servant de substitut à la téléphonie et pour les services de type Internet.



Pioneers Research&Consulting Group 1999