

Persbericht

Contact: Evelyne Lekime
Press & Communications
Tel: + 32 2 600 60 12
Email: elekime@deloitte.com

Deloitte maakt de belangrijkste tendensen voor 2013 bekend in zijn internationale studie over de sector van Technologie, Media en Telecommunicatie (TMT)

Kwetsbaarheid van wachtwoorden, blijvend overwicht van de traditionele pc, recordverkoop voor smartphones, de snelle groei van reclame op tablets en smartphones, connected televisie ... Stuk voor stuk uitdagingen voor de sector in 2013

Brussel, donderdag 7 maart 2013 – Een recordverkoop van één miljard smartphones, mobiele reclame die opgesplitst wordt in twee categorieën – tablets en smartphones – en meer dan 90% van de wachtwoorden zal in enkele seconden gekraakt kunnen worden. Dat is wat 2013 zal brengen volgens de Deloitte wereldwijde studie met trends voor het jaar 2013 voor de sector van Technologie, Media en Telecommunicatie (TMT).

De TMT-trends voor 2013 zijn gebaseerd op gesprekken, research en getuigenissen van klanten, van sectoranalisten, van bedrijfsleiders en van meer dan 6 000 professionals van Deloitte uit de TMT-sector. Volgens deze 12^{de} editie van de « *Technology, Media & Telecommunications Predictions* » zal in 2013 meer dan 90% van de wachtwoorden in luttele seconden kunnen worden gekraakt, zal er een miljard smartphones in de handel worden gebracht en zou de reclame op tablets en smartphones de uitdovende mobiele reclame achter zich laten.

« De trends voor dit jaar omvatten een brede waaier van thema's, gaande van het blijvende overwicht van de traditionele pc, ondanks verkoopcijfers die onder die van smart devices blijven, over de ontwikkeling van crowdfunding, tot de explosieve verkoop van smartphones en de kwetsbaarheid van wachtwoorden, » aldus Luc Van Copenolle, Partner en verantwoordelijk voor de TMT-sector voor Deloitte in België.

Vincent Fosty, Consulting Partner voor de TMT-sector in België, verduidelijkt: « *Dit jaar hebben onze trends veel aandacht voor nieuwe methodes die de kop opsteken om munt te slaan uit content: of het nu gaat om nieuwe vormen van reclame die specifiek bestemd zijn voor smartphones of tablets, om « all-you-can-app » toepassingen voor mobiele toepassingen of om multi-schermgebruik dat tal van perspectieven opent voor bezitters of verspreiders van content.* »

Volgens de TMT-trends voor 2013 van Deloitte zijn dit de belangrijkste tendensen die werden vastgesteld en die wellicht van invloed zullen zijn op de Belgische markt:

1. P@\$\$1234: het einde van een beveiliging die enkel wordt verzekerd door wachtwoorden

Meer dan 90% van de wachtwoorden, die worden aangemaakt door gebruikers zelf, kunnen in een oogwenk worden gekraakt; voor wachtwoorden die zorgvuldiger zijn gekozen, duurt het enkele uren. Eén van de oplossingen die steeds populairder wordt is de authenticatie met meerdere factoren. Hoewel een hacker uw gebruikersnaam en uw wachtwoord kan achterhalen, is het weinig waarschijnlijk dat hij ook het nummer van uw identiteitskaart kent of dat hij een kopie heeft van uw vingerafdruk. Tal van bedrijven in de technologie- en telecomsector zouden dit soort authenticatie in 2013 kunnen invoeren binnen hun diensten, software en apparaten. Ze zouden ook een beroep kunnen doen op OTP-mechanismen (One Time Password) die niet langer

een opslag of een expliciete transmissie van wachtwoorden vergen, aangezien de vernieuwingen op het vlak van authenticatietechnologieën en toegepaste codering nieuwe antwoorden hebben geformuleerd op de risico's van onderschepping of diefstal van wachtwoorden.

2. De traditionele pc is niet dood

Ondanks een vertraging in de verkoop ten voordele van andere apparaten, wordt meer dan 80% van het internetverkeer nog steeds gegenereerd door traditionele personal computers (desktops en portables). In 2013 zal meer dan 70% van de bestede tijd (pc, smartphone, tablet) worden doorgebracht op een personal computer. Van de 1,5 miljard personal computers die momenteel in gebruik zijn in de ontwikkelde landen, zijn er veel die toebehoren aan bedrijven en aan consumenten die de middelen hebben om zich eveneens uit te rusten met een smartphone, en zelfs een tablet. Aan de andere kant zal dat waarschijnlijk niet het geval zijn voor het miljard mensen dat in de toekomst toegang wenst te krijgen tot het internet. Om economische redenen zullen de meesten één of twee apparaten kiezen, maar geen drie.

3. Bring your own device (BYOD): twee interpretaties

Erg weinig bedrijven zullen een BYOD-beleid voeren dat de werknemer de kans biedt om de prijs van zijn computer, die voor professionele doeleinden wordt gebruikt, terugbetaald te krijgen. Anderzijds zal 50% van de bedrijven die voorkomen op de Fortune 500-lijst, de werknemers de kans bieden om hun eigen pc te gebruiken en deze aan te sluiten op het bedrijfsnetwerk. Hoe dan ook ligt de kostprijs voor het bedrijf hoog, want dit impliceert minimaal een versterking van de beveiligingsstrategie en in bepaalde gevallen de invoering van VPN of webtoegang voor bepaalde toepassingen. Daarbij hebben we het nog niet over de problematiek van de vertrouwelijkheid van persoonlijke gegevens voor de werknemers ...

4. Portals voor participatieve financiering gaan in 2013 wereldwijd 3 miljard dollar ophalen, ofwel het dubbele van 2011

Portals voor participatieve financiering zijn sites die tal van mensen de mogelijkheid bieden om een project of een bedrijf financieel te steunen door individueel een gering deel van het totale bedrag bij te dragen. Deze manier van financiering staat gekend als een alternatief voor financiering via durfkapitaal, ook al blijven er wettelijke hinderpalen en zekere risico's voor de investeerders. De opportuniteiten zijn echter veel aanzienlijker, met name voor de TMT-sector, bijvoorbeeld via de financiering van de ontwikkeling van games of de productie van films, waarbij de investeerders kunnen profiteren van het ontwikkelde product bij wijze van tegemoetkoming voor hun financiering. Deze sites zouden een belangrijke bron van financiering moeten worden, bijvoorbeeld voor de sector van de games.

5. Connected televisie, een boom in de verkoop maar disconnected gebruik

Er zullen wereldwijd tientallen miljoenen connected televisies worden verkocht in 2013, en de geïnstalleerde televisies met een geïntegreerde connectiviteit zouden de grens van 100 miljoen stuks moeten overschrijden. Toch wordt slechts 15% van de aankopen gemotiveerd door geïntegreerde connectiviteit. Het is erg waarschijnlijk dat de situatie niet veel zal evolueren, tenzij er op connected TV exclusieve content zou beschikbaar zijn. Het gebruik van connected televisie is gericht op online games, navigatie op het internet of het downloaden van toepassingen, terwijl broadcast of catch-up de eerste keuze blijven voor het bekijken van programma's en films.

6. Een miljard smartphones verkocht voor basisgebruik

In 2013 voorziet Deloitte dat het aantal smartphones dat in de handel gebracht wordt, in heel de wereld voor de eerste keer boven het miljard zal gaan en dat het totale park tegen het einde van het jaar de 2 miljard zal benaderen.

Anderzijds vormt het aantal mensen dat enkel gebruikmaakt van de basisfunctionaliteiten van zijn smartphone (spraak, tekst, foto's) de meerderheid van de gebruikers. 16% van de bezitters van een smartphone heeft nog nooit een toepassing gedownload en 1 op 5 zal nooit of zelden op het internet gaan. De operatoren die het gebruik van dataservices wensen te stimuleren, zullen aangepaste marketingstrategieën moeten bedenken.

7. All-you-can-app (AYCA) – Grenzeloze toepassingen

In 2013 zullen 50 tot 100 mobiele operatoren « all-you-can-eat » services aanbieden met een onbegrensde toegang tot een beperkt aantal mobiele toepassingen. Dit type van services zal zich vooral richten op klanten met een beperkt dataverbruik. De meest populaire AYCA-services zullen vooral betrekking hebben op sociale netwerken, streaming van muziek, e-mails, video's en instant messaging. Sommige operatoren zouden gratis AYCA-services kunnen lanceren gedurende een beperkte tijd om het gebruik ervan te stimuleren.

8. Reclame op gsm's is dood, leve de reclame op tablets en smartphones

De mobiele reclame zal zich richten op twee categorieën van terminals, de tablets en de smartphones, die nog veel innovatie en investeringen vergen om geschikte formats te ontwikkelen voor elke schermgrootte, bijvoorbeeld rich media zoals interactieve video. De tablets zouden ongeveer 4,9 miljard dollar aan reclame-inkomsten genereren in 2013 en de smartphones bijna 3,4 miljard dollar. De reclame op tablets zou een grotere groei kennen met een stijging van 50-55% in 2014 tegenover 30-35% voor de smartphones.

9. Dubbel scherm in prime time

De behoefte van televisiekijkers – met name gezinnen – om meerdere programma's tegelijkertijd en in dezelfde ruimte te kunnen bekijken, bestaat al tientallen jaren. PIP (picture-in-picture) heeft vandaag een vervanger: PAP (picture-and-picture), een televisiescherm en een connected apparaat (pc of tablet) om ofwel verschillende programma's te bekijken, ofwel hetzelfde programma vanuit twee verschillende kijkhoeken (bijvoorbeeld twee wedstrijden in eenzelfde tornooi). Deloitte voorspelt dat in 2013 10% van de gezinnen tv-programma's zal bekijken met een dubbel scherm – wat een impact zal hebben op de producenten van content én op de verdelers en adverteerders.

10. Over the top: een opportuniteit voor zenders en distributeurs

Twee derde van de « over the top » televisie- en filmprogramma's en -services zal worden aangeboden door de bestaande zenders en distributeurs, door gebruik te maken van hun merken en hun content, en door de facto de kansen voor de pure players te beperken. Deze laatste zouden hun betalende klantenbestand niet boven 10% van het aantal gezinnen zien uitkomen in de meeste landen. Het programmaschema blijft de meerderheid van het kijkpubliek aantrekken en Deloitte voorspelt dat 75% van de content zal worden bekeken in de week die volgt op de initiële uitzending.

De studie van Deloitte met de TMT Predictions 2013 is integraal terug te vinden in het Engels op onze site www.deloitte.com.

###

Over Deloitte

Deloitte is met meer dan 2.600 medewerkers en 11 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, belastingadvies, consulting en financial advisory services. Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2012 werd een omzet gerealiseerd van 334 miljoen euro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited is een organisatie van zelfstandige memberfirms, die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van ongeveer 200.000 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2012 bedroeg de omzet meer dan 31.3 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere bedrijven binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar memberfirms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek www.deloitte.com/about voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar memberfirms.