

Communiqué de presse

Zurich, le 29 décembre 2017

Les smartphones s'imposent dans notre vie – les consommateurs dépensent davantage et se disent inquiets

Le smartphone consolide encore sa position centrale dans notre quotidien: selon les prévisions du cabinet de conseil Deloitte, plus de 90% des adultes posséderont un smartphone d'ici à la fin 2023 dans les pays industrialisés. Les consommateurs sont de plus en plus disposés à payer pour des contenus numériques, tout en favorisant la vidéo ou la musique au détriment des news. Des milliers d'applications de réalité augmentée simplifient et élargissent notre vie privée et professionnelle. Pour autant, près de la moitié des gens pensent qu'ils se servent de leur smartphone trop souvent. La Suisse est bien placée pour profiter de ces nouvelles technologies.

Les experts Deloitte ont analysé des volumes importants de données, compilé des centaines d'études et interrogés environ 29'000 consommateurs dans 16 pays à travers le monde pour faire apparaître des perspectives intéressantes sur le secteur des technologies, des médias et de la télécommunication (TMT), les [Deloitte TMT Predictions 2018](#).

Le nombre de smartphones poursuit sa progression. On estime que, jusqu'à fin 2023, plus de 90% des adultes posséderont un smartphone dans les pays industrialisés. Jusqu'à la fin de l'année prochaine, plus de 800 millions de smartphones Premium, capables de prendre en charge les applications les plus sophistiquées, seront en circulation partout dans le monde. Parallèlement, le marché des smartphones de deuxième main grandit bien plus rapidement que celui des téléphones neufs, expliquant pourquoi de nombreux smartphones passeront entre les mains de trois ou quatre propriétaires durant leur cycle de vie. Deloitte prévoit également qu'en 2023, les détenteurs de téléphones mobiles interagiront près de 65 fois par jour avec leur appareil, soit une hausse de 20% par rapport à 2018.

Le smartphone comme produit addictif et la publicité non sollicitée

Quarante-cinq pour cent des utilisateurs de smartphones partout dans le monde estiment avoir recours à leur appareil trop souvent. D'ailleurs, 45% pour cent ont prévu de limiter leur usage du téléphone portable l'année prochaine. Près de deux tiers des consommateurs âgés de 18 à 24 ans considèrent qu'ils recourent trop fréquemment à leur téléphone portable, et plus de la moitié souhaite se restreindre. Les jeunes utilisateurs se servent de plus en plus souvent de leur natel pendant les repas avec des amis ou leur famille ou au lit, durant la nuit. Plus d'un tiers des utilisateurs a donc pris la résolution de laisser leur smartphone dans leur poche lorsqu'ils rencontrent des amis.

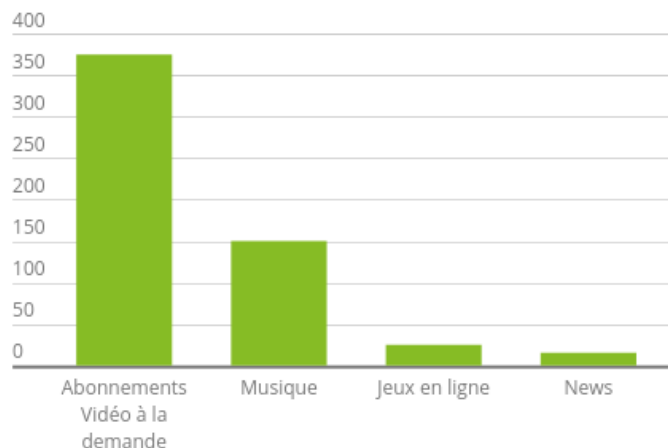
Le recours de plus en plus fréquent au blocage publicitaire pose des défis croissants aux sociétés publicitaires souhaitant atteindre leurs clients: près de trois quarts des consommateurs utilisent au moins une application de blocage publicitaire sur l'un de leurs appareils. Les jeunes ayant un haut niveau d'études et un revenu plus élevé, sont plus enclins à éviter la publicité.

Abonnements numériques en pleine progression – coopération entre maisons d'édition

Fin 2018, plus de la moitié des utilisateurs adultes de médias dans les pays industrialisés auront acheté au moins deux abonnements médias en ligne. Jusqu'à fin 2020, ce chiffre doublera pour atteindre quatre abonnements. Les coûts des abonnements sont généralement inférieurs à dix dollars par mois, seuls les prestataires d'actualités sont généralement plus onéreux. Différents facteurs expliquent cette tendance vers davantage d'abonnements: les droits sportifs sont de plus en plus souvent répartis entre différents fournisseurs, et les fans de séries doivent conclure plusieurs abonnements pour avoir accès aux contenus souhaités.

Contrairement aux abonnements vidéo ou musique, les abonnements aux actualités jouent un rôle très subalterne. Au total, l'année prochaine, 350 millions d'utilisateurs de médias partout dans le monde auront souscrit 680 millions d'abonnements en ligne, contre seulement 20 millions d'abonnés à des services d'actualité. « Cette tendance place les entreprises de médias face à d'immenses défis: la concentration du paysage médiatique suisse continuera sa progression rapide, et la bataille pour les lecteurs prêts à payer pour un accès aux actualités s'intensifiera. A l'avenir, les entreprises de médias suisses devront davantage collaborer dans le secteur en ligne, » estime Bjørnar Jensen, Managing Partner Consulting et responsable du secteur TMT chez Deloitte Suisse

III. 1 - Abonnements digitaux à travers le monde (en millions)



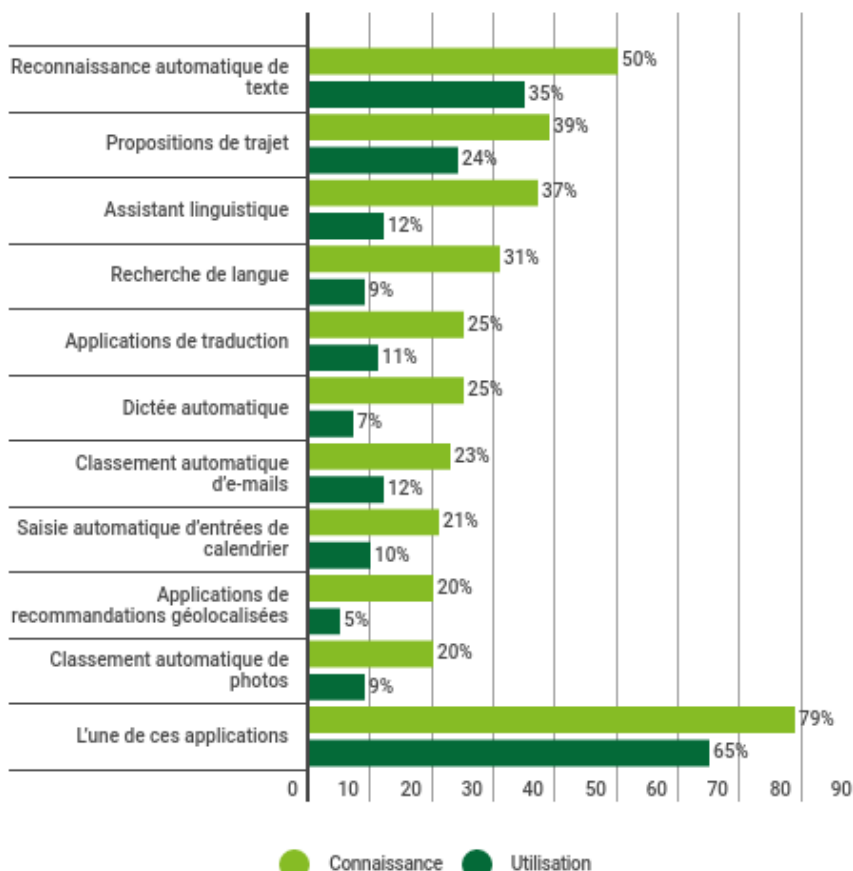
Source: Deloitte Global Analyse 2017

La réalité augmentée promise à une percée décisive

La réalité augmentée (RA) permet de superposer des images numériques et des informations sur l'environnement réel affiché sur l'écran du smartphone. 2018 sera une année clé pour le développement de la technique: le nombre de smartphones optimisés pour la RA s'accroît nettement, alors que le photoréalisme des contenus s'améliore. Les prestataires de contenus proposent de nouvelles applications de RA qui devraient générer un chiffre d'affaires global d'environ 100 millions de dollars américains en 2018. La plus-value pour l'écosystème du smartphone s'avèrera

nettement plus élevée: la RA deviendra un vecteur important pour l'utilisation d'appareils, la vente de smartphones et le téléchargement d'applications.

III. 2 - Connaissance et utilisation de l'apprentissage machine



Base de données pondérée: Propriétaires de smartphones sur 16 marchés développés (25'563 réponses). Les chiffres sont des valeurs moyennes pour 16 pays (Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Finlande, Irlande, Italie, Japon, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Royaume-Uni et Suède). Les interviews pour le Deloitte Global Mobile Consumer Survey ont été effectués entre mai et juillet 2017.

« La réalité augmentée est l'une des principales tendances du secteur, notamment grâce à une amélioration constante de la qualité visuelle. C'est ce qu'indique aussi le programme du plus grand salon d'électronique de divertissement CES, qui se tient en janvier à Las Vegas, » explique Bjørnar Jensen. La RA permet de présenter visuellement des produits dans l'espace – une fonctionnalité très utile, surtout pour les objets plus grands, tels que les meubles. La réalité augmentée permet aux clients de projeter des produits dans leurs propres chambres ou sur leur corps. « Les magasins suisses utilisent déjà cette technique avec succès. Mais la RA est aussi importante pour les entreprises de production suisses, afin de se démarquer de la concurrence dans les domaines

de la distribution et de la commercialisation. La technologie peut aussi s'appliquer pendant la fabrication elle-même, générant des gains d'efficacité», remarque Bjørnar Jensen. Pour l'instant, des jeux tels que Pokémon Go ou Ingress restent le fer de lance des applications de RA.

Les machines apprennent de leurs expériences

L'intelligence artificielle (IA) devrait aussi fortement progresser en 2018. Priorité est notamment donnée à la nouvelle technologie des puces, qui consomment moins d'énergie, pour plus de performance et de flexibilité. Les applications deviendront visiblement plus rapides, et de nombreuses entreprises renforcent leur présence. Les prévisions de Deloitte indiquent que, comparé à 2017, le nombre de projets d'IA devrait doubler dans le monde.

En 2018, l'apprentissage machine devrait s'avérer l'un des principaux moteurs d'évolution dans le secteur de l'intelligence artificielle. Ce principe permet aux systèmes et aux algorithmes d'apprendre de leurs expériences de manière autonome, pour un perfectionnement sans programmation supplémentaire. Deux tiers des détenteurs de smartphone dans les pays industrialisés se servent activement d'une application basée sur l'apprentissage machine; la reconnaissance automatique de texte en est l'exemple le plus apprécié.

La Suisse bien positionnée

L'apprentissage machine permet une personnalisation accrue des produits et prestations: les préférences constatées et le comportement des utilisateurs permettent de simplifier la prise de décisions et l'éventail des choix, améliorant nettement l'expérience client. «Comme le nombre de smartphones compatibles poursuit sa progression, le développement de l'intelligence artificielle restera un vecteur de croissance ces prochaines années,» indique Bjørnar Jensen.

Il poursuit: «La Suisse est très bien positionnée face à la concurrence internationale dans le secteur de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage machine. Les dirigeants au sein des administrations et des entreprises ont assez bien su prévoir les bouleversements technologiques qu'engendrerait la quatrième révolution industrielle. La décision de Google d'agrandir un centre de recherches dans ce domaine à Zurich n'est donc pas un hasard. L'économie helvétique recourt à ces technologies avec profit, par exemple dans l'industrie financière, actuellement en transition, ainsi que dans le secteur des sciences de la vie, pour gagner en efficacité.»

– FIN –

- ➔ Si vous souhaitez des informations complémentaires sur la branche TMT, veuillez lire [«Deloitte Technology, Media and Telecommunications Predictions 2018»](#) ou adressez-vous à l'un de nos spécialistes du secteur.

Contact: Bjørnar Jensen
Fonction: Managing Partner Consulting et responsable
TMT (Technology, Media and Entertainment)
Tél.: +41 58 279 7391
E-mail: bjensen@deloitte.ch

Contact: Michael Wiget
Fonction: Media Relations Manager
Tél.: +41 58 279 70 50
E-mail: mwiget@deloitte.ch

A propos de l'étude «Deloitte TMT Predictions»

Pour la dix-septième fois, l'étude «TMT Predictions» donne un aperçu des principales tendances mondiales des cinq prochaines années dans les secteurs des technologies, des médias et des télécommunications. Les spécialistes de Deloitte ont analysé et évalué un volume de données important, compilé de très nombreuses études et effectué des sondages auprès de consommateurs sur certains sujets. La méthodologie est différente selon les chapitres, parfois, elle se base sur des résultats déjà publiés par Deloitte, et plus particulièrement, sur le «Global Mobile Consumer Survey» pour lequel 29'000 sondages ont été effectués dans 16 branches, ainsi que sur des sondages propres similaires menés sur les marchés régionaux. Tous les chapitres sont aussi basés sur des études et des données existantes, généralement disponibles en ligne, ainsi que sur l'expérience de Deloitte avec des projets clients.

Deloitte compte parmi les principales sociétés suisses fournissant des services professionnels dans les domaines Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Avec plus de 1'800 collaborateurs répartis dans les villes de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et des institutions de toutes formes juridiques et de toutes tailles, et opérant dans tous les secteurs d'activité.

Deloitte Suisse est une filiale de Deloitte North West Europe, société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'). Les sociétés affiliées de DTTL sont représentées dans plus de 150 pays avec environ 263'900 collaborateurs.

Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à une ou plusieurs sociétés membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'), une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées forment chacune une entité juridique indépendante et séparée.

Deloitte SA est une filiale de Deloitte NWE LLP, une société affiliée de DTTL. Deloitte NWE LLP et DTTL, en tant que telles, ne fournissent pas de services aux clients. Deloitte SA est une société d'audit agréée et surveillée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA).

Pour une description détaillée de la structure juridique, veuillez consulter le site www.deloitte.com/ch/about.

© 2017 Deloitte SA. Tous droits réservés.