

# L'internet gratuit : pari sur l'avenir ?

*Les freenets sont-elles viables à long terme ?*

Septembre 1999

Michel Bauwens & Salvino A. Salvaggio, Ph.D.  
Observatory of the Digital Economy

Après le succès foudroyant de Freeserve en Grande Bretagne, plusieurs pays européens se sont épris du modèle de gratuité, et les initiatives en ce sens se multiplient aux Pays-Bas, en France, et dans notre propre pays. Toutefois l'accès gratuit au Net est loin de constituer une panacée universelle car si les marchés s'en trouvent dopés, les providers doivent faire face à une nouvelle distribution des coûts. Il faut donc poser la question de la viabilité à plus ou moins long terme de cette stratégie et se demander sur quels types de revenu peut compter un projet de Freenet ?

La clef de voute de la réussite du modèle anglais réside dans les 'interconnect fees'. Depuis l'abolition des monopoles téléphoniques, les réseaux propriétaires s'ouvrent aux concurrents qui peuvent envoyer du trafic sur un autre réseau que le leur. Quand un operateur envoie des communications vers le reseau d'un autre operateur, ce dernier verse une cote part à l'opérateur qui a généré le trafic. C'est ce qui a fait le succès de Freeserve car l'opérateur de téléphonie lui verse une partie *importante* du revenu téléphonique. Mais attention, il s'agit d'une particularité britannique ! En France par exemple, un provider gratuit ne peut obtenir qu'un tiers de la somme, à nombre d'abonnés équivalent. En Belgique, les interconnect fees versés au provider ne représentent que quelques francs par minute, à savoir une somme totale largement inférieure à celle qu'obtient Freeserve. Les providers gratuits comptent donc vivre des 'minutes d'usage' de leurs abonnés dans un contexte nettement moins favorable que le modèle dont ils se sont inspirés. De plus, selon les analystes télécom, les interconnect fees évoluent à la baisse, et finiront par disparaître dans un futur relativement proche. Une des raisons en est par exemple l'explosion de la bande passante, qui atteindra 1000 fois le volume actuel, dans moins de trois ans, changeant ainsi la donne de l'offre et la demande dans ce secteur. La stratégie interconnect n'est donc pas viable à long terme.

\* \* \* \* \*

Deuxième option de revenu : la publicité. Il est vrai que plus de 80% des abonnés ne changent pas la home page, il y a donc audience captive. Mais dans ce cas aussi, ils faut se garder de rever. Il est vrai que les 1.2 millions (mai 99, ils ont dépassé le million et demi aujourd'hui) d'utilisateurs de Freeserve généraient plus de 60 millions de pageviews, mais ils sont loin de vendre tout cet inventaire. En Belgique, le gateau publicitaire, estimé à peut-être BEF 160 millions cette année, doit se partager entre de nombreux aspirants. La moyenne européenne est plutôt proche de 20% de l'inventaire vendu. Mais pour avoir ce pactole, il faut développer une politique de portail.

Or l'expérience US ainsi que des analyses ont démontré que les providers ne peuvent développer un contenu indépendant qui soit viable économiquement. Il faut donc s'associer à des portails existants ce qui signifie un partage des revenus.

La troisième source de revenu, liée au commerce électronique, consiste à développer un shopping channel, et de recevoir un pourcentage sur les ventes. Mais l'état du marché européen ne permettra pas un développement satisfaisant de cette partie avant 2002 ou 2003.

Pour le compte de l'Observatoire de l'Economie Digitale, nous avons pu développer des modèles économiques et business plan qui n'ont pas permis de prouver une viabilité pour le modèle existant. Il faudra également tenir compte d'une surenchère des offres des providers, car il faudra se différencier dans un marché avec une offre abondante.

Pourtant, le modèle de l'internet gratuit pourrait subsister et cela pour des raisons stratégiques. En effet les stratèges des entreprises multinationales européennes, ont tous pu constater le retard Européen en matière d'adoption d'internet. Là où la pénétration internet variait autour de 9% fin 98 (selon Jupiter.com), elle était déjà de 32% aux USA, et qui plus est, la moyenne d'utilisation de 10 heures par mois, doit être comparée aux 30 heures de surf américain. En 2003 nous aurons atteint la situation des US aujourd'hui. Résultat : un retard du développement du 'consumer internet', et une invasion d'opérateurs d'américains. Il y a donc décision de la part de grande entreprise de soutenir les projets internet. Cependant, il faut bien constater que l'internet gratuit ne résoud pas le problème fondamental des prix téléphoniques exorbitants, cinq fois supérieurs aux prix US ! Mais ce qui motive ces entreprises, c'est le Graal du datamining. En effet, la combinaison du profiling démographiques, psychographiques, combiné aux analyses comportementales obtenues par le biais des abonnés des freenets gratuits, avec les données déjà en la possession des grands distributeurs, ou des acteurs tel que la Fnac, la Postbank et Achmea aux Pays-Bas, est très prometteur à plus long terme, et justifie les investissements actuels. Nous nous permettons d'ores et déjà de prédire une variante sur le gratuit, c.a.d. l'internet où l'utilisateur sera payé pour le temps consacré au surf, par le biais de programme de loyauté par exemple.

Quoi qu'il en soit, l'effet de l'internet gratuit, qui ne disparaîtra pas malgré les problèmes de son modèle économique, pour les raisons stratégiques évoquées. En Grande Bretagne par exemple, seulement la moitié des abonnés de Freeserve sont de nouveaux utilisateurs. La croissance des autres providers, dont le nombre d'abonnés avait doublé en 1998, en stopper net, pour atteindre un ou deux pourcents par mois. En France, seulement 30% seraient 'nouveaux' et Freebel compterait seulement un nouvel abonné sur cinq. Donc, il n'est pas difficile de prévoir des difficultés pour les providers de taille modeste. L'internet gratuit pourra leur apporter le coup de grâce. L'internet gratuit qui est un cadeau tombé du ciel pour les utilisateurs, et stratégiquement une bonne chose pour le développement d'internet en Europe, risque d'être une voie dangereuse pour les providers.