

Fibre optique : Japon et Etats-Unis en pointe dans le très haut débit Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 15-11-2007 21:34:52

Dans l'internet, le haut débit ne suffira peut-être bientôt plus: avec les nouveaux usages comme la télévision en relief, la fibre optique sera nécessaire, mais reste à savoir comment la financer, en regardant les exemples du Japon, de la Corée du Sud et des Etats-Unis.

"Quand on parle de fibre optique, le premier pays que l'on regarde est le Japon", a expliqué Roland Montagne, responsable du pôle haut débit à l'Institut de l'audiovisuel et des télécoms en Europe (Idate), qui tient son sommet annuel à Montpellier jusqu'à ce jeudi.

Selon Kiminori Sato, directeur de l'innovation chez le japonais NTT, sur 27,2 millions d'internautes haut débit au Japon, 9,7 millions ont la fibre optique, lancée en 2001. "Depuis 2005, la fibre optique progresse plus vite, en nombre d'abonnés, que l'ADSL", a indiqué M. Sato, un marché sur lequel NTT se taille la part du lion, avec 70% des clients fibre.

Grâce à cette technologie d'accès à internet deux à quatre fois plus rapide que l'ADSL, l'abonné profite de nouveaux services comme la télévision en haut débit ou en relief, des jeux en ligne, des services interactifs... Il peut multiplier les usages simultanés: regarder la télévision sur plusieurs postes ou partager sa connexion entre plusieurs ordinateurs.

Selon l'Idate, 27% des internautes haut débit d'Europe de l'Ouest seront connectés en fibre optique en 2015. Mais créer un réseau fibre a un coût: pour la France, entre 10,4 et 11,3 milliards d'euros sur dix ans, selon l'Idate. France Télécom, Free et Neuf Cegetel se sont lancés chacun dans l'aventure ces derniers mois, mais uniquement sur quelques villes.

Hormis le Japon, la Corée du Sud et les Etats-Unis ont bien réussi leur déploiement (Suède, Italie, Danemark et Pays-Bas se sont aussi lancés). L'américain Verizon compte déjà plus de 20% de ses clients haut débit en fibre optique, déployée depuis 2004, soit 1,3 million de clients sur 8 millions. Le coréen KT prévoit d'avoir converti la totalité de ses clients ADSL en fibre optique d'ici 2010, disant en avoir déjà séduit une grande partie.

Pour implanter le réseau, les opérateurs doivent partager les infrastructures afin de réduire les frais, préconise l'Idate. La réflexion est en cours en France sur ce sujet. Au Japon les pouvoirs publics ont apporté leur soutien financier, aux Etats-Unis Verizon a opté pour un déploiement progressif, pour étaler ses dépenses.

Ensuite, le réseau peut être rentabilisé avec des services "premium", facturés en plus de l'abonnement mensuel. Verizon propose comme services payants la télévision haute définition, des packages de chaînes, de la vidéo à la demande, du karaoké.... Il varie aussi le prix de l'abonnement (d'une trentaine à plus de cent dollars par mois) suivant la localisation du client dans un Etat à forte concurrence ou non.

NTT a fait le choix d'un abonnement moins cher (environ 40 dollars). "Nous augmentons notre revenu mensuel par abonné en ajoutant des nouveaux services, comme de la téléphonie par internet", explique M. Sato. Même stratégie chez KT, qui a déployé la fibre optique "pour améliorer la qualité de service et lancer des services premium", notamment en télévision, selon Lim Cheol-Woong, directeur du développement du haut-débit.

Une recette que France Télécom semble avoir compris, et ses concurrents devraient sans doute l'imiter: dans son offre commerciale en pré-déploiement, il propose la fonction "télévision sur plusieurs postes" pour 7 euros par mois et "haute définition et enregistreur numérique" pour 5 euros.

AFP