

Observatoire de l'IP Convergence

MESURE DE L'IP TRANSFORMATION DANS LES ENTREPRISES FRANÇAISES

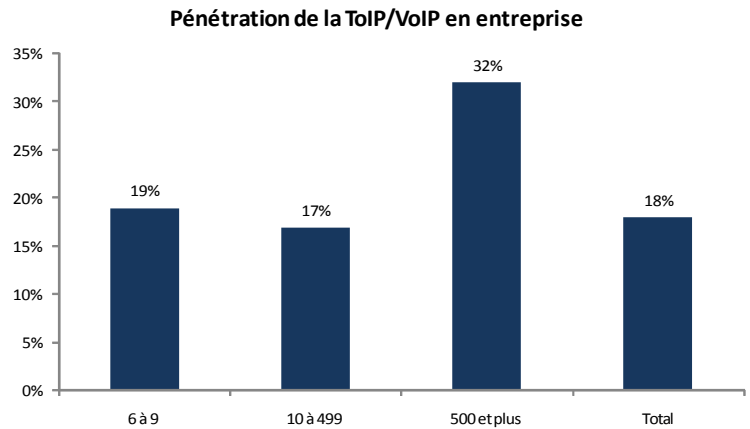
- 3 200 établissements interrogés
- 2 vagues semestrielles
- Thématiques abordées :
équipement et pratiques
télécoms, notoriété ToIP,
intentions de migration, etc.
- Un rapport complet de 100 slides
- Tris à plat et tris croisés (taille,
secteur, région, âge du PBX...)

Si beaucoup de données existent sur la technologie IP et les offres constructeurs, il manque paradoxalement une photographie précise des entreprises, de leur équipement, de leurs attentes au regard de la téléphonie sur IP, et de leurs intentions de migration.

En 2010, Scholè Marketing publie la 5ème édition de l'Observatoire de l'IP Convergence : une enquête qui fournit une analyse complète de la transition des entreprises françaises vers la technologie IP.

Vue d'ensemble

La migration vers la téléphonie sur IP connaît désormais une dynamique qui l'impose, jour après jour, comme inéluctable pour la plupart des entreprises : en 2008, l'Observatoire de l'IP Convergence révélait que 18% des entreprises (6 salariés et plus) avaient migré vers cette technologie.



Source : Observatoire de l'IP Convergence 2008

La nature de l'équipement des entreprises donne à la ToIP un potentiel de développement élevé :

- **La totalité des entreprises sont équipées de lignes fixes et 76% d'entre elles possèdent au moins un PABX.** L'observatoire de l'IP Convergence 2008 montre qu'un tiers du parc date de plus de six ans et est donc à renouveler.
- **La très grande majorité des entreprises (91%) disposent d'un accès internet ADSL** et jugent quasiment toutes la qualité de leur connexion satisfaisante (93%).

La ToIP en entreprises en quelques points :

- **Passage des télécommunications à l'IP :**
 - IP sur téléphone fixe
 - IP sur téléphone mobile
- **Convergence des services :**
 - Convergence fixe/mobile : un seul numéro pour des services télécoms quel que soit le terminal.
 - Convergence télécoms/informatique : emails, messagerie instantanée, SMS, travail collaboratif...
- **Équipement traditionnel :**
 - Nombre de PABX en France
 - Obsolescence du parc et nombre de PABX pouvant être remplacés par un équivalent IP
- **Équipements IP :**
 - Passerelle IP
 - IPBX
 - Centrex IP
 - Téléphonie sur PC
 - xBox Pro
 - Transport de la voix sur réseau IP
- **Services associés à l'IP :**
 - Annuaires mutualisés
 - Messagerie unifiée
 - Conférence audio / vidéo
 - Partage de documents
 - Poste de travail nomade
 - Travail collaboratif
 - Centre d'appels virtuel
 - Indicateur de présence et messagerie instantanée
 - Click-to-dial

Les questions clés

- Quelles sont les pratiques télécom et informatiques des entreprises ?
- Quelle est la pénétration de la ToIP en entreprise ?
- Quelles sont les modalités de migration ?
- Quelles sont les parts de marchés des constructeurs ? Des intégrateurs ?
- Quelle est la pénétration des autres solutions de transport de voix sur réseau IP ?
- Comment les entreprises perçoivent-elles la téléphonie sur IP ?
- Ont-elles l'intention de migrer ? A quel horizon ?
- Quels sont les freins à la migration ?
- Quel est le processus de décision ?

La méthode

Nombre d'études sur la ToIP se basent sur des enquêtes réalisées sur des échantillons restreints et conduisent à des résultats souvent contestables.

L'Observatoire de l'IP Convergence s'appuie sur **3 200 enquêtes** effectuées en deux vagues, auprès de **deux échantillons de 1 600 entreprises de 6 salariés et plus**, représentatifs de l'activité économique sur la France entière.

Deux vagues qui permettent une analyse :

- en statique
- en dynamique

A partir des résultats sont calculés des taux de pénétration (par taille d'entreprise, par secteur d'activité, par zone géographique, selon l'âge du PABX, etc...), les parts de marchés des différents acteurs et des extrapolations en volume et en valeur.

Des résultats directement opérationnels

Les résultats chiffrés et les analyses issus de l'Observatoire de l'IP Convergence permettent aux acteurs du marché télécom de baser leur stratégie sur des observations fiables :

- **Constructeurs de matériels télécoms :**
 - Tableau de bord marketing de l'équipement télécom, informatique et réseaux des entreprises françaises
 - Positionnement de la concurrence
- **Intégrateurs et opérateurs télécoms :**
 - Cartographie de la pénétration de l'IP : tris par secteurs, taille d'entreprise et région
 - Processus de migration adopté
 - Appétence des entreprises pour de nouveaux équipements et services
- **Les décideurs en matière de stratégie IT :**
 - Benchmark des pratiques des entreprises par secteurs d'activité
 - Évaluation de l'impact de la migration vers l'IP

L'Observatoire de l'IP Convergence en chiffres

Chiffres clés

- **3 200 enquêtes réalisées en deux vagues** sur deux échantillons représentatifs de la population des entreprises françaises.
- **3,6 M d'entreprises** dont 3,3 M de micro-entreprises (moins de 10 salariés), 245 000 PME et 5 000 grandes entreprises

Tarifs H.T.	
Étude sur une vague d'enquêtes (1 600 entreprises interrogées)	9 500 €
Étude sur deux vagues (3 200 entreprises interrogées) + fourniture base de données + tris croisés à la demande	22 000 €

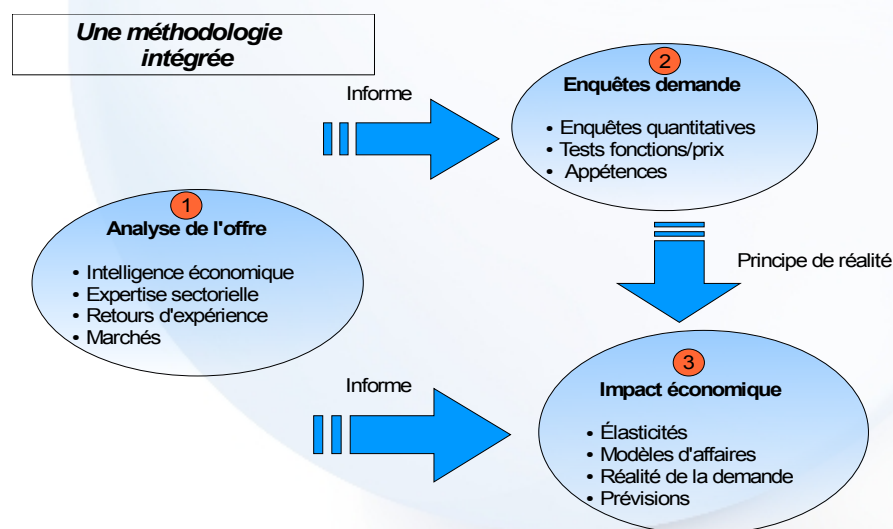
Contenu de l'étude

- **un rapport complet** présentant l'analyse des résultats (100 slides)
- **tris à plat et tris croisés livrés au format Excel** (étude sur deux vagues)
- **présentation orale**

A propos de Scholè Marketing

Scholè Marketing est un cabinet récent né en octobre 2003. Nous nous spécialisons dans l'analyse économique et la prospective sur les marchés nés de la convergence Médias – Télécoms – Informatique. La numérisation des contenus entraîne le développement de nouveaux services dont nous cherchons à mesurer l'impact sur les marchés traditionnels, ou à déterminer les opportunités économiques/dangers pour les acteurs.

Nous combinons expertise sectorielle, suivi technologique, enquêtes qualitatives et quantitatives, simulations économiques pour fournir des anticipations raisonnées sur l'évolution des secteurs et les marchés émergents. Nous avons, à cette occasion, développé une méthodologie intégrée d'étude qui réunit analyse sectorielle/analyse de l'offre et enquête auprès de la demande.



Source : Scholè Marketing

Contact :

Scholè Marketing – Xavier Lemuet

Tel : 01 71 16 15 81

xavier.lemuet@schole.fr

www.schole.fr