

Selon une récente enquête, les services haut débit restent une dépense prioritaire des consommateurs, même en période de crise économique

Paris, le 25 juin 2009 – Malgré la crise économique, les consommateurs ne veulent pas se passer des services haut débit à domicile et préfèrent réduire leurs dépenses en sorties au restaurant ou en voyages, par exemple. C'est ce que révèle une série d'études récentes lancées par Alcatel-Lucent (Euronext Paris et NYSE : ALU).

Ces conclusions ont été présentées dans le cadre d'une étude globale concernant l'impact de la récession économique sur les dépenses de services de télécommunication et le rôle des services haut débit dans la croissance économique mondiale et le bien-être social. Cette étude réalisée sous les auspices du programme MAP (*Market Advantage Program*) d'Alcatel-Lucent - en coopération avec le cabinet d'études Penn & Schoenn Berland Associates et Ipsos MediaCT et - s'appuie sur une analyse statistique pour déterminer les dépenses prioritaires des consommateurs dans un contexte de récession, par rapport à la valeur relative d'un large éventail de services payants spécifiques.

Les services haut débit semblent à peine ressentir les effets de la crise : 84 % des consommateurs considèrent le haut débit comme un service réseau indispensable pour lequel il est fort peu probable qu'ils réduisent leurs dépenses. Les études révèlent par ailleurs que d'autres consommateurs envisagent de s'abonner à des services haut débit et/ou de passer à des services plus modernes, même s'ils réduisent leurs dépenses dans d'autres domaines. Cette préférence a notamment pour origine la volonté de réduire les coûts et les temps de trajet pour se rendre au travail, ainsi qu'un choix en faveur d'alternatives plus écologiques. Dans les pays développés, les personnes interrogées remarquent également qu'elles utilisent de plus en plus le Web comme source d'information, outil professionnel, réseau social et lieu de divertissement.

« Ceci montre clairement que les services haut débit jouent un rôle central dans la vie économique et sociale de toute la population mondiale », a déclaré Tim Krause, Directeur Marketing d'Alcatel-Lucent. « À l'heure où le monde cherche comment gérer le double défi de la croissance économique et du changement climatique, notre étude indique que le haut débit et l'économie numérique doivent impérativement être portés à l'ordre du jour des décisions prioritaires. »

L'étude révèle cette même attitude vis-à-vis des dépenses de haut débit dans toutes les régions et classes socio-économiques, mais elle relève également des différences entre les consommateurs des marchés à forte croissance et ceux des marchés plus développés.

Sur des marchés tels que la France, par exemple, les ménages ressentent plus durement la crise financière que dans d'autres pays. 86 % des Français interrogés déclarent que l'Internet haut débit est chez eux le principal moyen de communication via ligne terrestre ou services mobiles - contre 84 % dans le monde entier.

Les habitants des pays émergents voient au contraire l'avenir avec davantage d'optimisme que ceux des pays développés. Alors que deux tiers d'entre eux déclarent réduire leurs dépenses, 85 % des consommateurs des pays émergents pensent que la situation économique de leur ménage sera identique ou meilleure dans un an - contre 64 % dans les pays développés.

À propos du Market Advantage Program et des initiatives d'étude d'Alcatel-Lucent

Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une initiative plus vaste lancée par Alcatel-Lucent pour analyser l'impact et les avantages potentiels des services de télécommunication sur la communauté mondiale. Le programme MAP (*Market Advantage Program*) d'Alcatel-Lucent est une ressource exclusive créée pour analyser et identifier de nouveaux débouchés en coopération avec les fournisseurs de services, générer de la demande avec des programmes marketing efficaces, et remporter plus vite de nouveaux contrats rentables.

Pour plus d'informations sur le programme MAP et savoir comment nous travaillons avec les fournisseurs de services et parties prenantes du monde entier pour mieux connaître les besoins des consommateurs, consultez l'adresse www.alcatel-lucent.com/map

Pour obtenir des informations sur d'autres études d'Alcatel-Lucent et ses initiatives relatives au développement de marché, cliquez sur les liens ci-dessous :

- [Alcatel-Lucent lance le programme « Haut Débit pour Tous » aux États-Unis pour aider les fournisseurs télécoms à profiter des opportunités générées par la croissance du haut débit](#)
- [Alcatel-Lucent et le Telecommunications Journal of Australia lancent le troisième « Broadband Environment Challenge » au forum industriel Sustainable Fibre Nations](#)
- [Alcatel-Lucent nomme un responsable Réseau Haut Débit National \(NBN\)](#)
- [Conclusions d'une étude européenne sur des applications de télévision interactive et en ligne inventées par les utilisateurs finaux](#)

À propos d'Alcatel-Lucent

Alcatel-Lucent (Euronext Paris et NYSE: ALU) est le partenaire privilégié des fournisseurs de services, des entreprises et des administrations du monde entier, leur offrant des services voix, données et vidéo pour leurs propres utilisateurs et clients. Leader dans les réseaux haut débit fixes, mobiles et convergés, les technologies IP, les applications et les services, Alcatel-Lucent s'appuie sur l'expertise technique et scientifique unique des Bell Labs, une des plus grandes organisations de recherche de l'industrie des communications. Avec une présence dans 130 pays, et l'équipe de service la plus expérimentée de l'industrie, Alcatel-Lucent est un partenaire local avec une dimension internationale. Alcatel-Lucent qui a réalisé des revenus de 16,98 milliards d'euros en 2008, est une société de droit français, avec son siège social à Paris. Pour plus d'informations, visitez le site d'Alcatel-Lucent à l'adresse <http://www.alcatel-lucent.com>

Contacts Presse Alcatel-Lucent

Régine Coqueran

Tel: + 33 (0)1 40 76 49 24 regine.coqueran@alcatel-lucent.com

Laurent Dunoyer de Segonzac

Tel: + 33 (0)1 40 76 15 04 laurent.dunoyer_de_segonzac@alcatel-lucent.com

Relations avec les investisseurs Alcatel-Lucent

Rémi Thomas

Tel: + 33 (0)1 40 76 50 61 remi.thomas@alcatel-lucent.com

Tom Bevilacqua

Tel: + 1 908-582-7998 bevilacqua@alcatel-lucent.com

Tony Lucido

Tel: + 33 (0)1 40 76 49 80 alucido@alcatel-lucent.com

Don Sweeney

Tel: + 1 908 582 6153 dsweeney@alcatel-lucent.com