

Débouchés sur le marché français des technologies de l'information et des communications

L'Europe représente 30 % du marché mondial des technologies de l'information et des communications (TIC). L'Allemagne (22,5 %), le Royaume-Uni (18,7 %) et la France (16,4 %) y occupent une place prépondérante. En France, le secteur des télécommunications tire avantage de la récente privatisation et, selon certaines indications, les ventes de produits des technologies de l'information commencent à décoller. Le gouvernement français met toute son influence à contribution pour renforcer la position de la France sur le marché mondial des TIC.

Télécommunications

Le secteur des télécommunications retire encore les bénéfices de la vague de privatisations amorcée en 1998. Le marché, dans son ensemble, a progressé de 12,3 % en 1998. Dans le secteur des télécommunications, c'est le segment des télécommunications mobiles qui a connu l'essor le plus remarquable, son taux de croissance s'élevant à 67 %.

France Télécom a plus de 60 concurrents et les marchés de l'interurbain et des télécartes prépayées comptent maintenant parmi les plus concurrentiels en France.

France Télécom domine toujours le marché intérieur, mais on observe, tout comme au Canada, une convergence entre la téléphonie, la télévision et l'Internet. Le gouvernement privilégie la télédistribution pour accroître la concurrence sur le marché local de la téléphonie. Toutefois, certaines entreprises utilisent aussi une ligne locale sans fil à titre d'essai. Le pays compte 2,3 millions d'abonnés à un service de télédistribution — la plupart d'entre eux sont abonnés à un service de télévision, 2 400, à des services de téléphonie et 35 000, à l'Internet.

C'est toutefois le marché du téléphone mobile, dont le taux d'utilisation a bondi de 119 % en 1998, qui est le moteur du secteur des télécommunications en France. Depuis 1997, le taux de pénétration de la téléphonie mobile a presque doublé annuellement : 4 % en 1997, 8 % en 1998 et 17 % au début de 1999. Selon les estimations, en juillet 1999, près de 25 % des Français possédaient un téléphone cellulaire.

Technologies de l'information

L'entrée tardive de la France dans l'ère de l'information a fait couler beaucoup d'encre, mais les attitudes évoluent et, comme ce fut le cas pour le téléphone mobile, la croissance du marché français de l'ordinateur personnel affiche maintenant une des croissances les plus élevées en Europe. En 1998, les ventes d'ordinateurs personnels ont augmenté de 22 % (seul le Royaume-Uni ayant enregistré une hausse plus forte).

Plus de 33 % des Français possèdent un ordinateur et près de 11 % d'entre eux sont reliés à l'Internet. Les entreprises françaises progressent aussi très rapidement : 39 % d'entre elles avaient accès à l'Internet en 1999, contre seulement 13 % en 1997.

Les centres d'appels représentent un autre marché prometteur pour les entreprises canadiennes. En 1998, le marché a progressé de 25 %, comparativement à 7 % au Royaume-Uni, et devrait croître de plus de 70 % d'ici 2002.

Priorités dans le secteur des TIC

Le gouvernement français encourage activement la population à accepter et à utiliser les nouvelles technologies, créant ainsi des débouchés très intéressants dans les domaines des produits multimédias éducatifs et culturels. Les progrès technologiques sont favorisés dans six domaines clés : l'éducation, la culture, la modernisation des services publics, les entreprises, l'innovation et la réglementation. D'autres mesures importantes sont prévues, notamment la modification des

lois pour que les signatures numériques soient reconnues comme étant juridiquement contraignantes et l'ouverture du marché du logiciel cryptographique. Ces deux initiatives favoriseront grandement l'évolution du commerce électronique.

Ces mesures ont déjà eu une forte incidence sur les établissements d'enseignement français. Au cours de la dernière année, la proportion des écoles élémentaires pourvues d'ordinateurs est passée de 1 à 15 %, et celle des écoles secondaires, de 20 à 90 %. On compte maintenant un ordinateur pour cinq étudiants dans les écoles secondaires, et un enseignant sur cinq est branché à l'Internet à la maison.

Le ministère de l'Éducation a déjà approuvé 300 produits multimédias en raison de leur qualité éducative. Les programmes linguistiques multimédias ont obtenu beaucoup de succès. En février 1999, les ventes de produits multimédias avaient atteint 18 millions d'unités, soit un volume équivalent à l'ensemble des ventes réalisées en 1998, ce qui représente un taux de croissance de 54 %, comparativement à 44 % pour l'ensemble du marché européen. Ces ventes se répartissaient comme suit : jeux, 49 %; produits éducatifs, 18 %; produits d'usage pratique, 17 %; produits culturels, 14 %.

Pour plus de renseignements sur le marché français des TIC, communiquer avec M. François Gauthé, agent de commerce, ambassade du Canada à Paris, tél. : (011-33-1) 44 43 23 58, téléc. : (011-33-1) 44 43 29 98, courriel : francois.gauthé@dfait-maeci.gc.ca, Internet : www.amb-canada.fr