



Vue du Palais royal Gyeongbokgung à Séoul

Très haut débit et mobilité, les beaux enfants d'une convergence culturelle et entrepreneuriale

Je vous engage à prendre le temps de lire ce dossier. D'ailleurs le temps est une donnée essentielle, loin d'Aquitaine, en Corée du Sud et au Japon.

On peut y être zen, penser face à des jardins exceptionnels et en moins de 15 minutes, montre en main, observer comment le Boeing 747, entre Séoul et Tokyo, absorbe des centaines de voyageurs qui s'installent, décontractés, pour un vol de 2 heures.

Depuis de nombreuses années nous organisons des missions pour « sentir » une société et essayer de comprendre comment l'organisation et les stratégies d'un pays ou d'une région les amènent, souvent, à précéder nos réalités françaises. Les participants y trouvent généralement intérêts et réponses. C'est pourquoi nous avons décidé de faire partager les idées qui émergent de ces déplacements professionnels à l'ensemble des partenaires d'AEC.

Pour sa quatrième mission avec l'IDATE, nous sommes allés interroger les acteurs de deux sociétés assez éloignées culturellement de l'Europe mais, au combien partie prenante de la mondialisation et en particulier pour le numérique.

Ils sont deux pays, certes différents, dont la « matrice » pèse sur les choix de tous les autres continents et ils ont fait le choix des systèmes numériques comme levier de leur développement.

Les chiffres sur le très haut débit, dans le dossier, sont révélateurs, sans ambiguïté.

Ils indiquent que nous devons, nous aussi, investir, bouger, bref, ne pas douter.

Il est ensuite intéressant d'observer les thèmes sur lesquels leurs civilisations s'appuient : la sécurité, l'information, l'innovation, la domotique, la recherche, l'éducation, la participation, la gestion des flux des énergies, l'accompagnement des populations vieillissantes.

Il semble qu'un triangle vertueux permet d'expliquer comment avancent ces deux sociétés.

Il s'agit des convergences sociétales, culturelles et technologiques entre les gouvernements, les entreprises, les universités et les citoyens. Pas moins.

Je n'ignore ni l'état de notre pays de « bastides », ni les réalités à venir d'une crise mondiale, mais nous devrions faire l'effort d'écouter comment des millions d'individus mordent à pleine dent dans leur avenir.

Marcel Desvergne, Président d'Aquitaine Europe Communication
Marcel.desvergne@aecom.org

Depuis plus de 4 années, AEC et l'IDATE*, s'associent pour découvrir les meilleures pratiques du numérique à l'international. Grâce à l'appui d'opérateurs et d'acteurs du secteur des télécommunications – Altitude, LD Com, Sogetrel, Vinci Networks – dix neuf élus et décideurs représentant une douzaine de collectivités publiques, sont partis découvrir la mise en oeuvre des infrastructures et des usages du Très Haut débit (THD) et de la Mobilité, en Corée et au Japon, du 19 au 24 octobre dernier. Très haut débit, Mobilité et concept de U-City ont été les spécificités les plus marquantes et originales de notre mission.

L'internet Haut Débit : moteur de la croissance



Illustration de l'appropriation du mobile par les coréens

Avec respectivement 5 millions pour la Corée du Sud et 13 millions pour le Japon, ce sont les bien deux pays où le FTTH* est le plus développé au monde. Les taux de pénétration rapportés au nombre de foyers sont encore plus impressionnants : 90% pour la Corée et 60% pour les foyers japonais.

A la fois conséquence et origine de ce cercle vertueux généré, le secteur des TIC* tire la croissance de ces deux pays depuis plusieurs années.

Selon le M.I.C (Ministry of Internal Affairs and Communications), le numérique reste le premier secteur au Japon, avec une croissance régulière depuis une décennie ; très fortement concurrentiel, porté par l'innovation, il représentait en 2005 un PIB de 66 800 milliards de yen (environ 400 milliards d'euros).

En Corée, les TIC pèsent tout aussi considérablement sur leur développement économique fulgurant. Pays parmi les plus pauvres dans les années 60, il occupe aujourd'hui le 12ème rang mondial, en grande partie grâce aux TIC représentant plus de 15% du PIB national. Une croissance qui s'explique par un ensemble de facteurs...

Un essor soutenu par les Autorités

Le déploiement des technologies de l'information et de la communication sont soutenues à l'origine par des programmes gouvernementaux (« e-Japan » puis « U-Japan ») avec la mise en place de pôles de compétitivité qui stimulent et profitent au secteur privé. En Corée, après une politique volontariste d'accompagnement pour populariser l'internet auprès de tous les utilisateurs, via des formations dispensées gratuitement à des millions de personnes, l'effort se porte désormais vers les projets de U-Cities, où initiatives publiques et privées se rejoignent (cf. p.5.).

Un marché très concurrentiel

Les autorités coréennes comme japonaises ont favorisé l'émergence d'une concurrence sur le développement du haut débit en dégroupant le secteur pour s'affranchir des opérateurs historiques. Les fortes densités démographiques ont accéléré le mouvement et permis aux opérateurs alternatifs de prendre des parts de marché significatives.

Si le japonais NTT perd encore de l'argent, poussé par le marketing agressif de son rival SoftBank, ce n'est pas le cas pour l'opérateur coréen KT. Ce dernier estime avoir amorti son réseau en 4-5 ans seulement !

Précisons aussi, que le déploiement en technique aérienne a permis de rentabiliser d'autant plus vite les investissements consentis par rapport à un génie civil enterré, beaucoup plus onéreux.

Les raisons sociologiques à cet essor

A ces facteurs économiques s'ajoutent des raisons d'ordre sociologiques pour expliquer un développement aussi rapide de l'internet à Très Haut Débit :

- Des sociétés technophiles. Entrer dans l'un de ces magasins spécialisés d'électronique est une expérience fascinante. Avant même d'atteindre les présentoirs, des démonstrateurs des opérateurs hurlent les promos du jour dans des mégaphones ; les rayonnages sont tapissés de milliers de produits compressés où pas un seul centimètre carré de promotion n'est laissé vierge... Un défi pour le néophyte.



Les rayons du magasin Big Camera à Tokyo

- La modernité est un idéal. C'est surtout vrai pour les Coréens dont le rêve est d'habiter dans ces ensembles urbains flambants neufs, à l'extérieur des grandes villes. Ces cités agencent de multiples services intégrés, servis par de la fibre optique bien entendu : par exemple les parkings, les crèches, les transports en communs, et plus généralement les lieux publics et les personnes, sont sécurisés avec une profusion de caméras et de puces RFID qui surveillent vos déplacements (voir plus loin le paragraphe sur les U-Cities).

- Une société confucéenne basée sur le groupe. En Corée, l'Etat allié aux Chaebols (conglomérats industriels : Samsung, LG, Hundai...) ont eu un rôle déterminant pour faire décoller économiquement le pays.

les Japonais eux aussi s'approprient les défis de leur nation et ont la même volonté commune de faire progresser leur économie.

Un laboratoire mondial pour la téléphonie mobile

La mobilité est bien le principe le plus marquant et original pour un occidental qui débarque à Tokyo ou Séoul. Là-bas, c'est un usage intégré à la vie quotidienne.

De retour chez vous, par exemple à Saint-Jean-d'Ilac (en Gironde), le contraste est d'autant plus fort. En étant dans une société ubiquitaire : quelque soit votre situation – bureau, domicile, déplacement – vous êtes connectés en permanence à internet.

Quel est l'accélérateur de ce changement ? Le téléphone mobile, bien sûr, devenu l'outil technologique indispensable pour chaque Coréen et chaque Japonais.

Les fonctions du mobile

Sorte de couteau suisse de la vie quotidienne, le téléphone mobile combine les triples fonctions de bureautique, de communication et de loisirs. Les usages qui en découlent sont très variés et à forte valeur ajoutée car peu onéreux et simples (en tout cas pour une population rappelons-le technophile).

Le mobile joue le rôle de : porte-monnaie, c'est notamment le cas pour les achats courants comme les transports en commun ou bien d'autres achats avec des coupons de réduction reçus sous forme de SMS dont les jeunes sont friands ; de concierge ou de clés électronique ; de jeux ; de lecteur audio-vidéo ; de radio ; la liste n'est pas exhaustive et on en oublierait presque que les téléphones mobiles riviés dans les mains des tokyoïtes ou des coréens peuvent aussi téléphoner !

Depuis 2007 et à la demande des autorités, le GPS est un composant standard sur tous les mobiles vendus au Japon. Une des conséquences obtenues par les secours et de l'obsession qu'ont les habitants de l'archipel sur les risques de catastrophes naturelles pour déterminer la provenance exacte d'un appel d'urgence.

Mais le « must » en matière d'application, c'est sans conteste le succès de la télévision sur mobile.

La télévision sur mobile... c'est bluffant !



Différents terminaux pour la TV mobile

Lancée il y a environ 3 ans, elle est accessible gratuitement sur tous les mobiles récents du marché. Impossible de ne pas croiser un Coréen dans la rue, en attendant son bus ou un client, sans le voir le regard rivé sur un engin, avec un écran dans une position bizarre à plus ou moins 180°.

Certains opérateurs nippons en ont même fait leur stratégie

de bataille. NTT Docomo, le n°1 avec 50% de part de marché, perdrait chaque mois 80 000 abonnés au profit de son concurrent Softbank qui lui a « piqué » l'exclusivité des ventes de l'iPhone. Mais aujourd'hui, Docomo se console puisque l'iPhone est incompatible avec la norme de diffusion de la TV terrestre. Il contre-attaque en lançant un étonnant téléphone modulaire : 2 parties totalement indépendantes communiquent par bluetooth, avec pour l'une, un écran dédié à la TV grand écran.

Deux modèles économiques sont en concurrence : l'un gratuit avec la réception des chaînes hertziennes déjà financées par la publicité, l'autre payant, avec un bouquet de chaînes thématiques. A terme, il devrait y avoir une convergence des deux modèles. Mais la Corée est un peu plus en avance que le Japon.



Un coréen surpris en plein match de baseball retransmis en direct

Les services sur mobiles

Les sites communautaires en ligne sont des usages plébiscités par les Japonais, un particularisme du pays du Soleil Levant. Certains sites génèrent des trafics loin devant Facebook ou YouTube avec plusieurs milliards de pages vues chaque mois ! Quelques exemples de ces phénomènes uniques : « Mixi » est le réseau social le plus populaire avec 12 millions de membres (sur une population de 127 millions) ; « Mobage Town », une communauté sur les jeux sur les mobiles rassemble 10 millions d'abonnés ; « Mahô no i-land », avec plus d'un million de romans en stock, rassemble 5,2 millions de lecteurs, puisque les Japonais ne rechignent pas à télécharger pour lire les romans ou les journaux sur leur mobile... par goût de la miniaturisation et surtout car c'est beaucoup plus pratique que de tourner les pages d'un journal dans un métro bondé !

Et, de nouveau, les raisons pour comprendre à quel point les Japonais sont consommateurs de ces réseaux sociaux mobiles sont multiples.

D'ordre rationnel d'abord, avec une dépense moyenne mensuelle (ARPU) autour de 50€ (37€ HT en France – donnée ARCEP 2ème trimestre 2008 –), le prix des communications restent très raisonnables, laissant de la marge pour des services à plus forte valeur.

D'ordre irrationnel ensuite, avec une relation très personnelle que le Japonais, surtout la gente féminine, arrive à développer avec son mobile. Au-delà de la gadgétisation, il y a un véritable phénomène d'identification, s'accroissant avec les réseaux sociaux – là où vous



internet, lire ses mails, utiliser son GPS sont devenus des moyens vitaux pour éviter de ne pas rester coucher au bureau... Parfois il est préférable de dormir sur place ! C'est le phénomène Cybercafé. Ici on met à votre disposition un PC connecté, une Télé, des DVD, des mangas, du café pour tenir le coup si vous êtes insomniaque ou alors un fauteuil bien moelleux, dans une formule nuit si précisément il est trop tard pour rentrer à son domicile.

Outre les banals codes PIN (qu'apparemment personne n'utilise !) il existe des mobiles avec reconnaissance d'empreintes digitales, signatures vocales, authentification faciale. Et même s'ils sont des millions d'adeptes du paiement par mobile (7 millions pour « Suica »), grâce à ces cartes d'argent virtuel qui rendent le paiement rapide, pratique, ludique, le risque de se le faire chaparder reste minime. Dans le cas contraire, vous composez un numéro de téléphone, puis un code, qui bloquera automatiquement l'usage de votre téléphone.

La visiophonie fait plutôt un flop car en Asie on est également soucieux de son image et de sa vie privée.

Bientôt la 4G...

Le PDG de SoftBank en son temps avait déclaré que la 3,5G était « essentielle pour réellement faire du téléphone portable une machine internet ». Et le même de rappeler que plus de 90 % des musiques achetées en téléchargement au Japon le sont depuis les téléphones portables 3G/3,5G. Sans oublier, bien sûr, les accès spectaculaires aux sites communautaires via les mobiles dépassant de loin ceux depuis les ordinateurs.

C'est ce constat de la domination écrasante du mobile et de son potentiel de « machine à cash » qui a d'ailleurs conduit la plupart des opérateurs japonais et coréens confondus, déjà établis ou nouveaux entrants, à s'endetter parfois au-delà du raisonnable pour financer le rachat tout azimut d'un concurrent, à construire un réseau de fibre optique et maintenant à investir dans un réseau 4G !

Car Coréens et Japonais ne se contentent pas de leurs réseaux mobiles actuels. Ils se préparent tous à la LTE (« Long Terme Evolution », autre appellation de la 4G) et à la commercialisation des premiers services dans le courant de l'année 2010. La vitesse de débit pourra atteindre des vitesses équivalentes à ce que l'on obtient actuellement sur le réseau fixe fibre optique au Japon, soit 100 Mbps en descente et de 50 Mbps en montée...

De quoi téléphoner à bord du Shinkansen (le « TGV » japonais) mais

tenez votre journal intime par exemple –, et pour lequel votre mobile jouerait en quelque sorte le rôle d'objet transactionnel ! D'ordre culturel enfin, car les Nippons contrairement aux Européens sont beaucoup moins, voire pas du tout, enclins à adopter les services d'origine américaine peu adaptés à leurs habitudes. eBay, Amazon, Facebook, etc. sont tous, chacun dans leur domaine, devancés par des acteurs japonais. Google n'est pas davantage le premier des moteurs de recherche en ligne. C'est son rival Yahoo! Japan, conçu et administré par le groupe japonais Softbank, qui lui tient la dragée haute.



La mobilité ... fin de la légendaire «zénitude» ?

Quand un provincial va à Paris, il est bien obligé de se mettre en mouvement et de suivre les flux. C'est la même chose à Séoul et Tokyo, en plus fourmillant.

La densité des pays a pour conséquence des villes terriblement congestionnées. Les temps de déplacements sont très importants. Un cadre japonais passe en moyenne par jour, 2 à 3 heures dans les transports en commun. Le Séoulien, à peu près la même durée, aux heures de pointe... et plutôt dans sa voiture. Se connecter à



Dernière innovation de SKT : un terminal 3D pour reconnaître les objets dans un magasin ou un catalogue

La société ubiquitaire

aussi, un avantage plus direct pour nous européens, puisque nos téléphones seront enfin compatibles avec ces réseaux.

« Notre futur sera marqué par l'intégration généralisée d'interfaces numériques dans les objets et les espaces, formant un environnement de dialogue plus poussé avec les machines. Ces dernières communiqueront avec leurs utilisateurs, mais aussi entre elles, et sauront «sentir» leur environnement, s'y adapter et adapter en conséquence le service qu'elles rendront aux humains » déclarait, à l'occasion des journées de Ci'Num 2007 (www.cinum.org), Adam Greenfield*, ancien directeur du département de Design numérique du cabinet Razorfish de Tokyo.

Cette perspective n'est pas futuriste, elle est déjà en marche en Corée et au Japon.

Le concept d'ubiquité : au Japon

Ce concept est un objectif lancé par les Autorités japonaises et initié par le Ministère de l'Intérieur et des Communications japonais (MIC) avec le plan quinquennal « U-Japan » (2005-2010) ou Ubiquitous Network Society. Une société ubiquitaire où tout le monde, partout et à tout moment, peut se connecter à un réseau unique. L'enjeu de cette stratégie est également de faire du Japon le leader mondial dans le domaine des technologies de l'information et des communications et en particulier dans le développement des réseaux nouvelle génération.

Le but est un défi technologique, économique mais également un enjeu sociétal. « Les japonais un peu hypnotisés par les technologies sont impatients d'utiliser ces innovations futuristes » raconte Karyn Poupée*, journaliste et auteure d'un livre sur les Japonais, là où les Européens paranoïaques freineront les travaux de leurs ingénieurs. « Les japonais ont naturellement tendance à croire, à tort ou à raison, que leurs innovations leur permettront de combler les lacunes et



Les tours de Dongtan

panser les maux sociaux de leurs pays présents et à venir comme au sortir de la guerre » conclut-elle.

Les U-Cities en Corée : la ville orwellienne

Même enthousiasme en faveur des technologies numériques en Corée, quasi élevées au rang d'idéologie à la fois par le Gouvernement, les opérateurs privés et les Coréens.

Sauf que le scénario est ici, pour un occidental, tout à la fois fascinant et angoissant, tant il flirte en permanence entre la science fiction et les dérives d'une société orwellienne.

En quittant Séoul pour Dongtan, une ville nouvelle située à 60 km au sud, la double file ininterrompue de voitures bloquées nous fait comprendre la nécessité de désengorger la capitale. Le gouvernement coréen injecte 360 Millions d'€ dans 16 projets U-Cities d'ici 2015-2020. Le plus ambitieux est celui de Songdo, rattaché à Incheon, la ville de l'aéroport, qui a nécessité une poldérisation de 53 km et un investissement de 25 milliards de dollars.

Le projet de la ville de Dongtan, plus modeste, est lui bien opérationnel, car déjà achevé. Initialement porté par Samsung et l'opérateur KT, il concerne une population de 120 000 habitants à terme (actuellement 100 000 hab.).

Dongtan, comme les autres U-City, est un complexe résidentiel composé d'immeubles dépassant souvent les 50 étages et formant un enclos sécurisé à l'intérieur duquel les résidents ont accès à toutes les facilités, services et commerces. Pour un Coréen, où jusque là plusieurs générations devaient cohabiter dans des appartements vétustes, c'est sans conteste un idéal et une qualité de vie ! Côté autorité publique, on nous affirme que la gestion devient plus sûre, plus efficace et la gouvernance en sort renforcée. Enfin, à voir s'afficher en grand les lettres des sponsors sur les flancs des immeubles (à Dongtan : «Samsung»), on peut imaginer que les employeurs sont heureux d'avoir leurs salariés à pied d'œuvre...

Après la salle multimédia et l'espace d'exposition qui retrace pour le visiteur la genèse du projet, nous en étions qu'au stade du marketing. Nous allons avoir du tangible avec la salle de contrôle qui centralise la gestion numérique de la Ville.

L'incarnation de Big brother

La sécurité c'est un des points forts de Dongtan grâce à un réseau de caméras et de capteurs dont la ville est truffée. Des milliers d'informations sont transmises grâce à un réseau de fibre optique de plus de 100 km.



Centre-ville de Tokyo

Le trafic routier est contrôlé en temps réel : services et fluidité des transports en commun, contrôle des véhicules en stationnement ; disponibilité des parkings, info trafic et alerte pollution par panneaux ; paiement à distance ; système d'appel d'urgence (via les réverbères).

Toujours sur le plan sécuritaire et de la lutte contre le crime, les plaques d'immatriculation sont contrôlées pour détecter les véhicules volés et nous apprenons que des expérimentations de reconnaissance faciales sont menées. Enfin les cartables des écoliers sont équipés de puces RFID.

Les ressources de la ville sont elles aussi gérées en temps réel : le réseau d'adduction d'eau et d'électricité est entièrement modélisé en 3D ! En cas de fuite, les capteurs et la géolocalisation permettent d'intervenir rapidement et efficacement. Cela paraît presque évident lorsqu'on réalise que c'est TOUTE la ville qui a fait l'objet d'un SIG (Système d'Information Géographique) ! Ecrans d'information actualisables, éclairages publics, panneaux d'information des transports, écrans audio-vidéo d'attente... pour les parties publiques. On peut supposer que les entrailles de chaque tour et de chaque appartement ne doivent guère avoir de secret pour pouvoir administrer et apporter les services numériques souhaités.

Et ces services domotiques desservis par du FTTH sont multiples : réseau sans fil à la maison pour contrôler le chauffage, l'éclairage, la sécurité et l'assistance à la vie quotidienne – volet, télévision, chaîne HiFi, ... – ; assistance à domicile pour des services médicalisés, des formations et de l'apprentissage en ligne.

Véritable tour de contrôle et centre névralgique de la ville, cette salle de contrôle est le symbole de l'omniprésence des technologies numériques. Point d'orgue de notre visite, nous quittons ce lieu particulièrement impressionnés (non sans avoir levé la tête en cherchant du regard les caméras !).

En plaçant véritablement au coeur de leur projet de société les U-Cities, la stratégie de gouvernance de la Corée va le plus loin dans l'exploitation du numérique.

Gardons-nous de porter un jugement critique sur cette conception différente en faisant abstraction du contexte économique, mentionné plus haut, ainsi que politique. Jeune démocratie, la Corée n'en a moins pas d'ores et déjà acquis des réflexes étonnamment matures, y compris vis-à-vis des technologies : il y a quelques années, des millions de manifestants sont descendus dans la rue suite à une manipulation de l'information divulguée sur internet (la contamination de viande de bœuf d'origine américaine). Le Net a également servi de catalyseur et d'opposition pour mobiliser les foules. Le Gouvernement et les médias ont dû s'expliquer pour enrayer le mouvement.

Alors société orwellienne ou démocratie 2.0 ?

* * *



La salle de contrôle de Dongtan



La salle de contrôle de la ville de Séoul



Un carrefour équipé de caméras de surveillance

Quels enseignements pour la France ?

Très haut débit, Mobilité et concept de U-City sont les trois spécificités qui ont le plus marqué notre délégation.

Trois spécificités étonnantes, en raison de la réalité quotidienne qu'elles occupent désormais dans la vie des Tokyoïtes et des Séouliens. Elles puisent leurs caractéristiques à travers plusieurs particularismes: soit de modernisme et de technologie, temps quotidien passé dans les transports, goût de l'effort collectif...

Très frappant aussi l'exemple du Très haut Débit. Car si nous avons beaucoup entendu parler de FTTH sous l'angle d'investissement, c'est beaucoup plus de téléphonie mobile dont il a été question... Un seul chiffre pour le Japon : 25% accèdent à internet uniquement via le mobile.

Faut-il en tirer un enseignement pour la France ?

La téléphonie, qui est à la base du développement de la mobilité, est également un outil technologique fort répandu chez nous. Elle rythme déjà notre vie quotidienne. En France la téléphonie mobile et ses services intégrés permettent déjà de combiner les fonctions de bureautique, loisirs et GPS. Les usages devraient donc suivre au fur et à mesure que la clientèle se développera.

Autre étonnement : la télévision sur mobile. Les progrès sont tels, en terme de qualité d'images, qu'il y a fort à parier que des alliances opérateurs et constructeurs permettront d'intégrer sous peu cette fonctionnalité dans une génération de portable, pour le marché européen, très proche.

Enfin l'autre particularité est le jeu à trois acteurs : l'Etat jouant un rôle de locomotive en donnant des directives via des plans quinquennaux, les entreprises qui investissent des sommes colossales en R&D pour ne pas perdre leur leadership (quitte à délaissier ce qui fonctionne moins bien au profit du meilleur), et des consommateurs à l'affût de toutes les nouveautés à condition que ce soit au niveau du service attendu.

Sur ce dernier point, la recette est bien connue. C'est même un constat devenu récurrent au fil de nos missions avec, çà ou là, certaines spécificités.

Quoiqu'il en soit la stratégie sur les technologies numériques dans les deux pays visités est tellement visionnaire qu'elle méritera bien une nouvelle mission dans un laps de temps assez proche.

Thierry ULMET

Directeur de la Communication

thierry.ulmet@aecom.org

Aquitaine Europe Communication

Remerciements à Alain Veyret et Roland Montagne (IDATE)

Notes :

*IDATE: Institut Del' Audiovisuel et des Télécommunications en Europe

*FTTH : Fiber To The Home

*TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

Références bibliographiques :

Adam Greenfield : «Every(ware)» : The Dawning Age of Ubiquitous Computing »- 2007

Karyn Poupée : « Les japonais » 2008

Crédits photos

Thierry Ulmet, Damien Lebrat



Vue de Séoul



Dans une rue de Tokyo



Vue de Tokyo

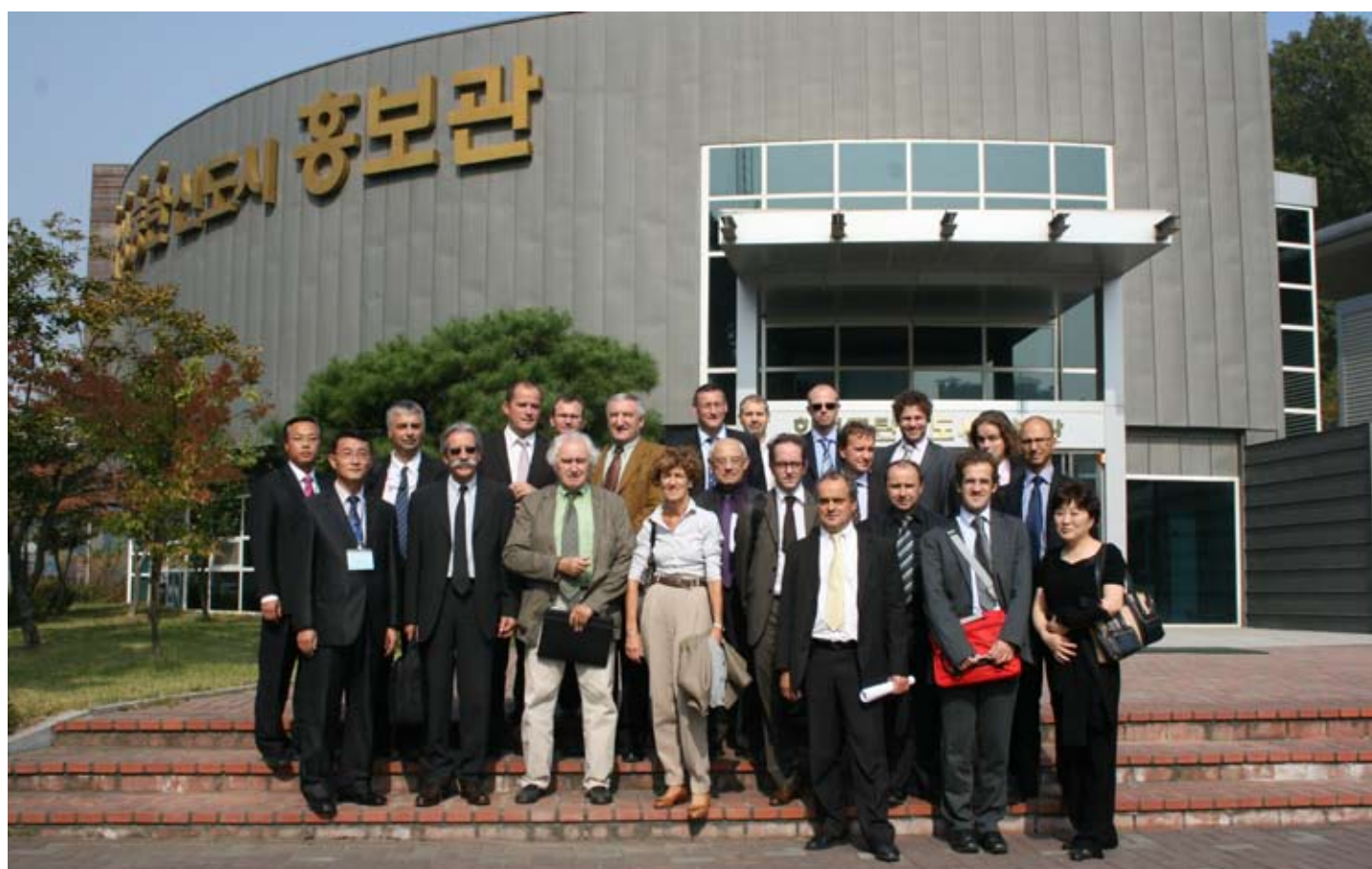


Dans une rue de Séoul

Chiffres clefs (en juillet 08)	Japon	Corée
Internet Haut débit		
Parc d'abonnés	28,9 M	15 M
en % de la population	22,7 %	30,7 %
Nombre d'abonnés FTTx (mi 2008)	13 M	5 M
en % des foyers	91%	60%
Marché du mobile		
Parc d'abonnés	104 M	45,4 M
en % de la population	85,5 %	93,4 %
Parc d'abonnés 3G	53,8 M	42,8 M
TV mobile et/ou GPS (nbre terminaux)	14 M	15 M

Les chiffres clés de l'internet haut débit et du mobile au Japon et en Corée (source IDATE)

* * *



La délégation devant la salle d'exposition du projet de U-City de la Ville de Dongtan (Corée).

De gauche à droite -rangée haut- T.Gellé (C.U.Bordeaux), B. Dehais (C.G. Seine Maritime), B.Vauriac, (C.R. Aquitaine), J-M. Guillemain (Altitude), E.Kerrouche (C.C. Maremme Adour Côte Sud), E.Dugas (Vinci), R.Montagne (Idate), D.Lebret (Adimac), D.Bessis (C.R. Ile-de-France).
-rangée bas- : représentants de Dongtan, JP.Lareng (Ardesi), A.Veyret (Idate), M.Desvergne (AEC), A-M. Keiser (C.G. Gironde), P. Beneteau (C.R. Midi-Pyrénées), H.Wallet (LD Com), C.Charnay (Sogetrel), T.Ulmet (AEC), J-L.Sallaberry (C.A. Angoulême), P.Le Grand (Manche Numérique), Mme Lee (Mission économique – Ambassade France Corée)

La mission d'étude a été réalisée avec le soutien financier de :



Le programme de la mission a été co-organisé avec les missions économiques de Séoul et Tokyo

