

REFLEXION

Vidéotex Magazine, N° 93, Mars
1987, pp. 55-58

*Pour amortir, dans des délais acceptables, l'opération Télétel,
les PTT pourraient remettre en cause
le principe de la diffusion en masse des minitels*

COMBIEN DE MINITELS EN 90 ?

PAR JACQUES ROSSELIN *

- En 1987, la télématique quitte sa phase de lancement pour entrer dans une période de maturation.
- Les signes de cette maturation sont déjà sensibles :

- La prolifération d'acteurs enregistrée en 1986 fait place à une période où des sociétés importantes font leur entrée et où prédominent les stratégies d'alliance : rachats, accords de distribution, d'édition, sponsoring, regroupements, pôles régionaux, etc. Ce phénomène risque d'accentuer un peu plus la concentration de l'offre : 7 centres serveurs font aujourd'hui 70 % du chiffre d'affaires grand-public (kiosque).

- Une concurrence très vive se développe entre les services, peu différenciés tant sur leur positionnement que sur leur contenu et leur prix. Elle se traduit par une inflation des dépenses publicitaires, sur Paris intra-muros en particulier.

- Les utilisateurs sont de plus en plus exigeants sur les contenus (75 % attendent des services pratiques, répondant à un véritable besoin) et attentifs aux prix des services (60 % des utilisateurs décus se déclarent prêts à utiliser les services s'ils sont moins chers). Les gagnants

* Consultant Services Vidéotex.

seront donc ceux qui misent sur des stratégies marketing solides et une grille de prix souple, adaptée à chaque cible d'utilisateurs et à chaque service.

Dans ce contexte, les industriels du vidéotex, à la veille d'investissements importants, doivent se livrer au jeu de la prévision et jouer avec la DGT au jeu des devinettes : le kiosque multipalier, les modèles de terminaux, les extensions du réseau, la TVA, sont autant d'éléments

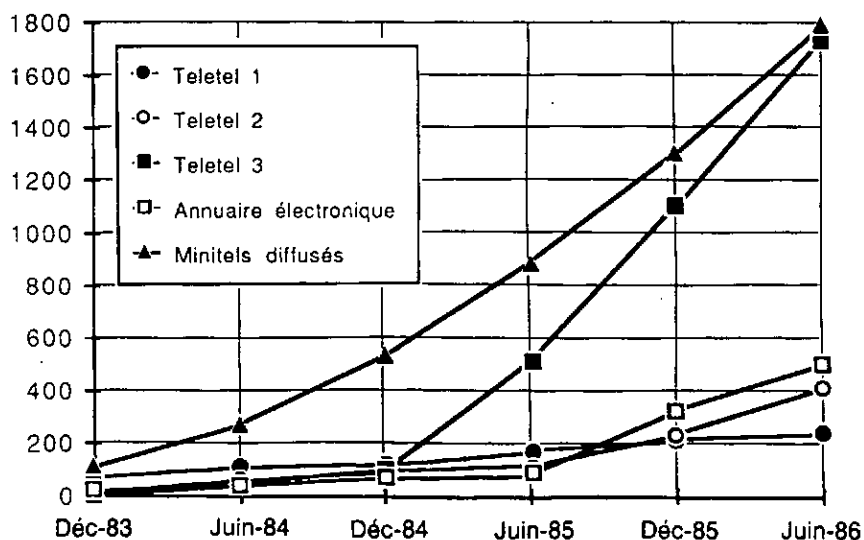
qui influent sur la physionomie du marché de la télématique de demain.

VERS UNE DISTRIBUTION SELECTIVE ?

Parmi ces facteurs, il en est un fondamental : celui de la politique de diffusion des minitels.

Jusqu'à présent, cette politique de diffusion était celle d'un service public. Tous

Fig. 1 Nombre d'heures de connexion sur T1,2,3 et l'annuaire électronique comparé au nombre de minitels diffusés.



Nombre de minutes de connexion par mois et par minitel sur Télétel 2, 3 et sur l'annuaire électronique

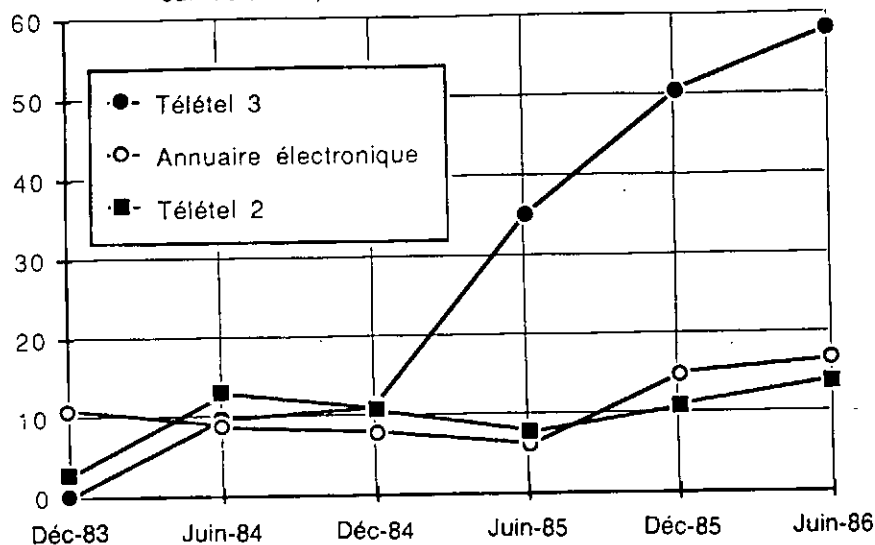


Fig. 2

les citoyens français ont aujourd'hui la possibilité d'accéder gratuitement au nirvana télématique, qu'ils pianotent 10 heures par jour sur les messageries roses, qu'ils appellent de temps en temps l'annuaire électronique, ou qu'ils aient rangé leur minitel dans le placard à balais. En créant un parc suffisamment important pour motiver les fournisseurs de services, cette diffusion massive était sans aucun doute l'un des deux ingrédients indispensables à la réussite du lancement de l'opération Télétel, le second étant l'installation du kiosque (voir

figure 1). Néanmoins, au moment où ce mode de facturation semble progressivement laisser la place à des solutions plus diversifiées, on peut parallèlement s'interroger sur l'évolution de la politique de distribution des minitels.

Si l'on examine la courbe de consommation par mois et par minitel sur le kiosque (voir figure 2), on remarque un léger infléchissement. Si cette tendance se poursuivait, elle accèderait l'idée intuitive qu'à une distribution massive et indifférenciée correspond naturellement une baisse de la consommation

moyenne par terminal, et qu'inversement, si l'on adopte une politique de distribution sélective où l'on ne cherche qu'à atteindre les gros utilisateurs potentiels, on constaterait le maintien voire l'augmentation du niveau de consommation moyen.

Il est clair qu'un mode de distribution sélectif (demande d'une caution comme pour le décodeur de Canal+, priorité aux entreprises, augmentation de la proportion de terminaux loués, etc.) est contraire à la notion de service public. Elle n'est pourtant pas invraisemblable dans un contexte de privatisation de certaines activités de la DGT, surtout après l'examen attentif des dépenses et des recettes de la DGT en matière de télématique.

AUGMENTER LE RENDEMENT PAR MINITEL

Tout d'abord, l'addition pour 1986. La DGT a dépensé environ 2 milliards de francs pour Télétel. Sur ces 2 milliards, 85 % correspondent à des investissements, et 15 % à des coûts d'exploitation (maintenance du réseau et des minitels). Le revenu brut de la DGT (trafic,

Fig. 3

Répartition de la manne télématique en 86 (Total 2 300 MF)

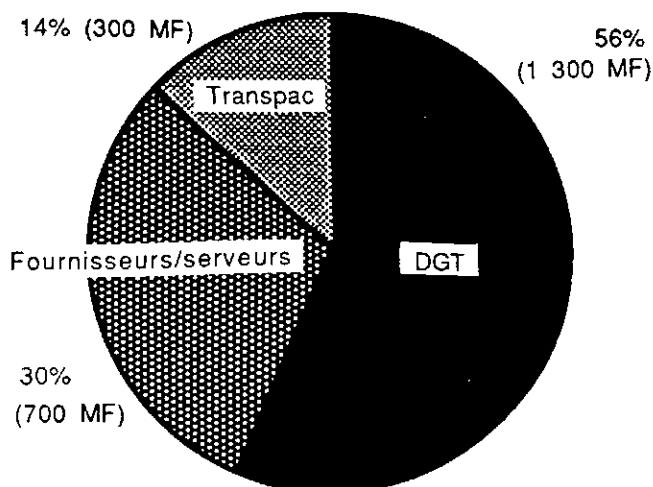
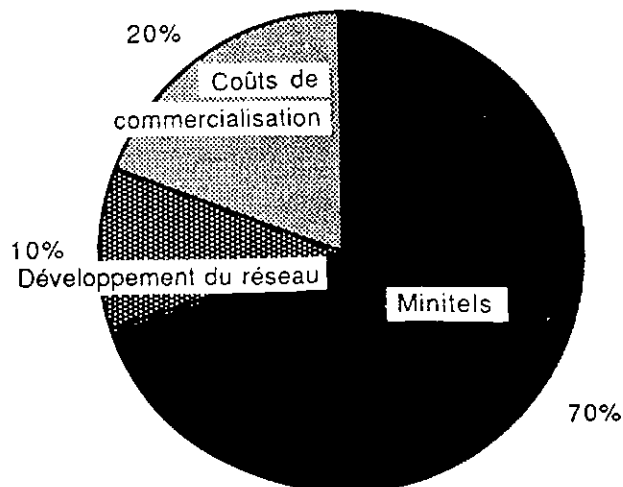


Fig. 4

Répartition des investissements Télétel et Annuaire en 86 (total 1 700 MF)



location des terminaux, économies sur le 12, etc.) a été de 2,3 milliards de francs. En enlevant la part reversée aux prestataires kiosque (700 MF) et la facture de Transpac (300 MF) on arrive à un revenu net de 1,3 milliard de francs (voir figure 3). Le bilan dépenses/recettes est donc négatif de 700 MF pour 1986.

Malgré un prix inégalé au plan mondial de 1 200 F, le minitel représente le gros morceau des dépenses : 70 % des investissements et 50 % des coûts d'exploitation (voir figures 4 et 5). A partir de ce constat, le raisonnement est simple : la rentabilité de Télétel est directement liée au rendement par minitel. Autrement dit, lorsqu'un minitel est distribué, il faut qu'il consomme.

La structure des revenus, dont plus de la moitié proviennent du trafic Télétel, vient conforter cette analyse (voir figure 6). Elle appelle toutefois deux remarques importantes :

- près de 30 % des revenus de la DGT sont liés à l'annuaire électronique (trafic, publicité, économies sur le papier et le 12). Ne se lance pas dans la télématique qui veut ! Un magnat du pétrole, du bâtiment ou de l'informatique aurait bien

du mal à monter sa propre opération Télétel, près d'un tiers de revenus étant lié à une activité de renseignement téléphonique ;

- la location des minitels a rapporté en 1986 la bagatelle de 200 MF et représente 16 % des revenus de la DGT.

A la lecture de ces chiffres, on peut être tenté par un scénario de distribution sélective. Un minitel payant ou loué devrait être plus utilisé qu'un terminal gratuit, l'utilisateur souhaitant « amortir son acquisition ». La DGT serait gagnante sur tous les tableaux. « Puisque les terminaux loués rapportent actuellement plus que les terminaux gratuits (entre 3 et 10 fois plus), ne faisons que de la location ! » Nous ne sommes pas loin du sophisme, répondra-t-on, si l'on sait que pour qu'une technologie pénètre le tissu social, la distribution de masse est incontournable.

QUATRE SCENARIOS POUR L'AVENIR

Alors ? Distribution de masse ou sélective ? Pour comprendre les implications d'une telle question, nous avons imaginé quatre scénarios pour l'avenir (fi-

rentabilité de l'opération Télétel pour les PTT en fonction de deux séries d'hypothèses : l'une sur la politique de distribution adoptée, l'autre, intimement liée, sur la consommation moyenne par minitel (hypothèses résumées par les figures 7 et 8).

1. Scénario optimiste : distribution abondante et consommation croissante.

Tout va bien ! Les terminaux partent comme des petits pains et la consommation augmente. Le DGT distribue 1 million de minitels par an jusqu'en 1988. Ce chiffre tombe ensuite à 500 000, suite à une décision de distribution sélective ou le rapatriement des minitels au placard.

Malgré cette diffusion de masse, la consommation monte jusqu'à 2 heures par mois/minitel en 1990 pour redescendre en pente douce à 1 heure et demie en 1993 (effet d'expérience, technologies concurrentes comme l'audiotex, le vidéo-shopping, etc.). Ce scénario se rapproche de celui de la DGT. Le point mort est atteint en 1991.

2. Scénario pessimiste : distribution sélective et consommation décroissante.

Fig. 5

Répartition des coûts d'exploitation 86 (total 300 MF)

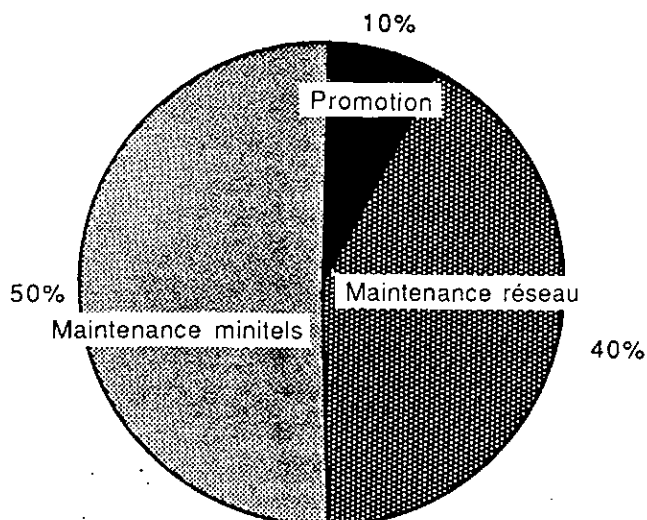
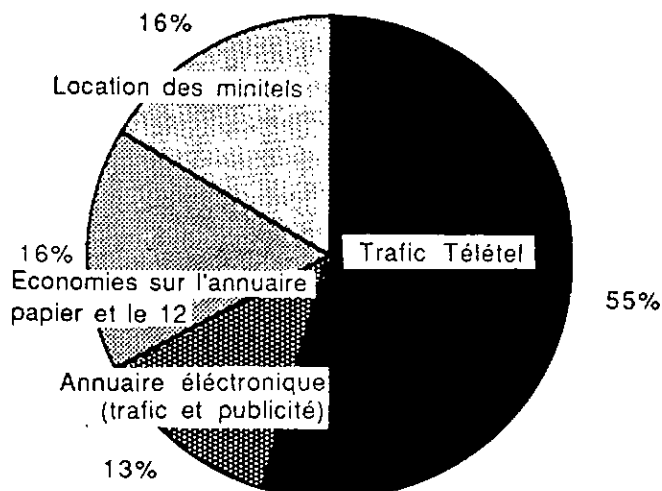


Fig. 6

Répartition des revenus Télétel et Annuaire en 86 (total 2 300 MF)



Hypothèses de politique de diffusion des minitel
(en millions d'unités)

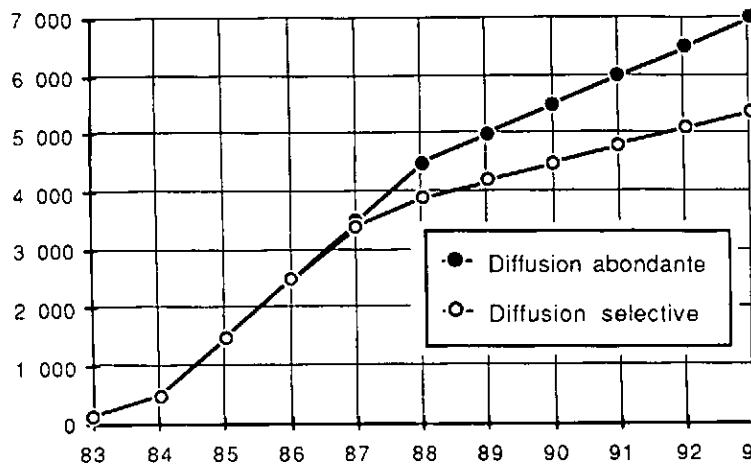


Fig. 7

Hypothèses de consommation par mois et par minitel
(en minutes)

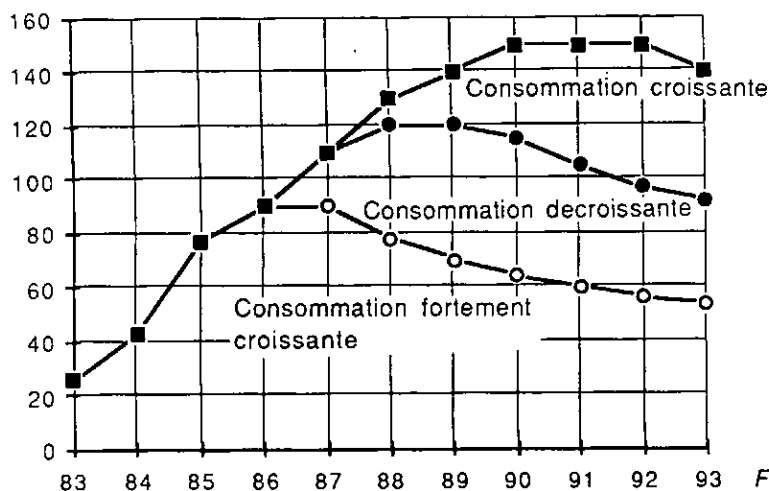
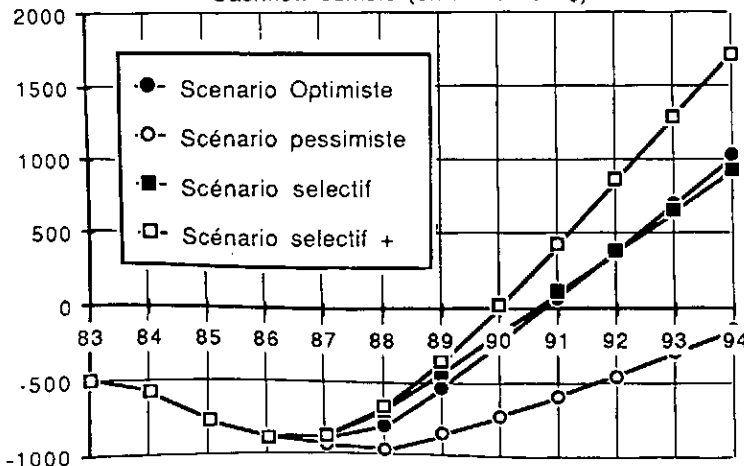


Fig. 8

Cashflow cumulé (en million de \$)



Chaque courbe de ce graphique décrit, en fonction d'un scénario donné, le bilan de l'opération Télétel pour la DGT. On ajoute toutes les recettes cumulées au fil des ans. On soustrait tous les frais de fonctionnement et les investissements, également cumulés. Le point mort est atteint à la ligne 0 (en gras). La ligne verticale des ordonnées est cotée en millions de dollars.

Fig. 9

Tout va mal. La distribution tous azimuts de minitel provoque mécaniquement une baisse de la consommation moyenne. La DGT en est pour ses frais : le point mort est repoussé au-delà de l'économiquement acceptable (1995).

3. Scénario sélectif : distribution sélective et consommation croissante.

La DGT change de cap. Après les années d'abondance (1981-1986), le DGT privatisée, soucieuse de rentabilité, restreint sa distribution aux gros utilisateurs potentiels. Méthode de choc : instauration d'une caution-minitel (comme pour le décodeur de Canal+), diversification de la gamme des minitel et développement d'une politique de location, organisation d'une opération publicitaire destinée à rapatrier les minitel au placard.

Seuls 700 000 terminaux sont distribués en 1987 (le stock), 500 000 en 1988, puis 300 000 par an jusqu'en 1993. La consommation suit la même progression que dans le scénario optimiste (c'est bien le moins après ce traitement de choc !) et les deux courbes sont confondues sur la figure 9.

Les scénarios sélectif et optimiste donnent des résultats identiques, le défaut du second étant d'être... optimiste !

4. Scénario sélectif + : distribution sélective et consommation fortement croissante.

Dans ce scénario, le traitement de choc imaginé ci-dessus produit son effet : la consommation moyenne par terminal s'envole jusqu'à 2 heures et demie par mois pour redescendre à 2 heures 20 en 1993. Dans ce cas, le point mort se situe plus tôt (1990).

Jouer au jeu de la prospective n'est jamais payant en matière de télématique. Tous les futurologues se sont trompés dans un domaine qui, heureusement, nous réserve encore des surprises. Nos quatre scénarios sont avant tout des outils de réflexion pour les serveurs et les fournisseurs de services. Ils traduisent le rôle clé de la toute puissante DGT dans l'évolution de ce nouveau marché ; DGT qui nous mijote sûrement un... cinquième scénario !