

LE POINT SUR

Vidéotex et audiotex
en Europe

Mads CHRISTOFFERSEN

La convergence des télécommunications et du traitement électronique des données a produit dans les années 80 de nouveaux supports en matière de services télématiques visant le grand public

Le vidéotex fut un des premiers essais de réalisation des potentialités de mariage entre le téléphone et l'ordinateur et gagna vite une position privilégiée, symbole de la propagation de la « société informationnelle ». L'optimisme des promoteurs du nouveau média conduisit à une longue série d'expériences et d'importants investissements en recherche et développement. Malgré cette vague d'expérimentations les années 80 furent en Europe riches d'échecs dans l'enfance du vidéotex (1). Presque partout les usagers n'ont en effet pas montré d'enthousiasme pour ce nouveau petit écran et ses services interactifs ou communicationnels. L'usage en était jugé trop compliqué et les prestataires de services se sont vite avérés peu disposés à fournir les efforts nécessaires. Quant aux opérateurs des réseaux de télécom, ils n'avaient pas d'expérience en matière de collaboration avec d'autres acteurs.

Ainsi, dans les années 80, les systèmes

vidéotex – que ce soit en Suède, en Norvège, au Danemark, en Grande-Bretagne, en Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas, en Autriche ou en Italie – n'ont connu qu'une assez faible diffusion qui, dans aucun des cas, n'a pu compenser les investissements importants des opérateurs. La France représente la seule exception par la forte propagation du système Télétel, laquelle a reposé sur la spécificité d'une tradition colbertiste.

Durant la dernière moitié des années 80, un nouveau type de service télématique auditif s'est imposé à côté des systèmes-écran, basé sur le stockage numérique du son (paroles, musique, etc.) et un usage adapté à la signalisation du téléphone à clavier (DTFM = Dual Tone Multi Frequency). Ce nouveau mode de communication s'est implanté au fur et à mesure que les téléphones DTFM se sont répandus en Europe. Comme cet outil offrait d'excellentes possibilités aux opérateurs pour l'abris de services extérieurs, ces opérateurs nationaux de réseaux commutés téléphoniques ont implanté un système de kiosque téléphonique. Selon le niveau de sophistication requis, ce kiosque était appuyé sur un sur-réseau (« overlay network ») ou un réseau intelligent rendant possibles des fonctionnalités comme la facturation séparée ou détaillée, la possibilité de blocage ou d'identification personnelle (cf. tableau 1). Ainsi les services audiotex furent-ils dès le début fondés sur le principe du kiosque, tandis que les systèmes vidéotex l'étaient sur celui d'un abonnement préalable.

Les systèmes vidéotex et audiotex en Grande-Bretagne, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Suède et au Danemark.

Tandis que les systèmes vidéotex se développaient lentement, les services audiotex connaissaient une expansion remarquable. Depuis leur lancement en 1986 et 1987, les systèmes en vigueur en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas ont crû de plus de 100 % dans leurs trois premières années d'existence (2). Aujourd'hui, le trafic sur

(1) BOUWMAN & CHRISTOFFERSEN, 1992

(2) THOMAS, 1992

les réseaux audiotex dépasse largement celui des réseaux vidéotex, quel que soit le pays. Le même phénomène est en train de se dérouler en Allemagne. En Grande-Bretagne la proportion n'est pas connue, mais évaluée par les experts à un rapport de 1 à 8. Aux Pays-Bas et au Danemark, le tra-

fic des services audiotex dépasse d'environ cinq fois celui des services vidéotex. En Suède, l'audiotex a presque atteint le niveau d'usage du vidéotex dès sa première année de fonctionnement. En Allemagne, les expériences lancées en 1991 ont créé un trafic considérable (cf. tableau 2).

- Tableau 1 -

Les systèmes vidéotex et audiotex et leur année de lancement.

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne	Prestel (1978)	Kiosque téléphonique (préfixes 898, 0891, 0881, 0839, 08364) (1986)
Allemagne	Bildschirmtext (1984)	TeleInfo Service 0190 (1 ^{re} expérience octobre 1991)
Pays-Bas	Viditel (1979) VTX Nederland (1990)	Kiosque téléphonique (P 06) (1987)
Suède	Videotex (1982) Teleguide (1991)	Kiosque téléphonique (P 071)(1991)
Danemark	Teledata (1988)	Services 901, 902, 903 (nov 1991)

Sources : les divers opérateurs de services

- Tableau 2 -

Trafic annuel (en heures de connexion) en 1991 ou 1992.

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne		9 750 000 (1991)
Allemagne	25 000 000 (1992)	(460 000 pendant les expériences régionales en 1991-1992)
Pays-Bas	1 255 000 (1991)	4 680 000 (1991)
Suède	700 000 (1991)	640 000 (1991)
Danemark	50 000 (1991)	224 000 (1992)

Sources : BTX Praxis, Vidéotex International et divers experts des pays concernés

On constate que le développement des marchés suit le modèle du trafic. La création de services audiotex s'est effectuée rapidement : on en trouve 15 000 en Grande-Bretagne, 10 000 aux Pays-Bas, 6 000 en Suède et 600 au Danemark, tandis que les services vidéotex atteignaient à peine un dixième de ce nombre. La comparaison des différents marchés présente cependant de multiples problèmes méthodologiques. Aucun des opérateurs ne publie en effet des chiffres officiels sur le chiffre d'affaires vidéotex, tandis que les informations sur les marchés d'audiotex sont plus abordables. Les différences fonctionnelles entre les deux supports de distribution de services télématiques rendent en outre compliquée une mise en relation directe.

En tenant compte de ces réserves, on peut cependant faire les observations suivantes : dans les pays que nous avons analysés, les chiffres d'affaires des services audiotex dépassent ceux engendrés par les petits écrans vidéotex. Il en va de même avec les sommes transférées aux prestataires de services. Seule exception, l'Allemagne où les expériences régionales n'ont affecté qu'une partie des abonnés avec un

nombre très limité de services (3) (cf tableau 3).

La rapidité de la pénétration des services audiotex se repère par exemple dans le cas suédois où les services du kiosque téléphonique réalisent dans leur première année un chiffre d'affaires supérieur à celui qu'a mis dix ans à atteindre le système vidéotex (4). Ce décalage entre la pénétration du vidéotex et celle de l'audiotex s'approfondit si l'on regarde les sommes transférées aux prestataires de services (cf tableau 4).

La forte percée des services audiotex s'explique en partie par le caractère des services audiotex. La convivialité de l'usage favorise en effet les services de divertissement ainsi que l'information et les transactions. Les services comme les horoscopes, les messageries vocales (« chatlines »), les jeux interactifs, etc., dominent le profil de l'offre dans nos pays observés. Cela n'est pas le cas, en tout cas au même degré, en ce qui concerne les services vidéotex qui, quant à eux, visent principalement les usagers professionnels.

Dans plusieurs pays, le marché audiotex a été rapidement inondé par une offre de

– Tableau 3 –

Estimation du chiffre d'affaires des systèmes vidéotex et audiotex en 1991 ou 1992 (en écus).

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne		316 000 000
Allemagne	90 000 000 (1992)	276 000 (pendant l'expérience)
Pays-Bas	40 000 000	60 000 000
Suède	17 000 000 (5)	22 000 000
Danemark	926 000	9 300 000 (1992)

Sources : World Telemedia, renseignement des experts et calculs de l'auteur. Comme les opérateurs ne publient pas les chiffres d'affaires, le tableau n'indique que les grandes tendances.

(3) SCHNEIDER & FUCHS, 1992.

(4) FLAM & ROSE, 1992.

(5) Les calculs sont basés sur le cours des changes après la dévaluation de la couronne suédoise en novembre 1992.

services « roses », voire carrément pomographiques. Ce phénomène s'est particulièrement présenté là où il n'y avait aucune régulation du contenu des services. Ce fut le cas aux Pays-Bas où les services télématiques sont conçus comme des ser-

vices de télécommunication et ne sont donc pas sujets à une régulation de contenu de la part des autorités. Ce fut également le cas au Danemark où le lancement des services 900 a devancé la mise sur pied de la structure régulatrice.

– Tableau 4 –

Estimation des sommes transférées aux prestataires de services en 1991 ou 1992 (en écus).

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne		173 000 000
Allemagne	15 000 000 (1992)	105 800 (pendant l'expérience)
Pays-Bas	16 000 000	30 000 000
Suède	1 165 000 (5)	13 000 000
Danemark	475 000	5 900 000 (1992)

Sources : World Telemedia, renseignement des experts et calculs de l'auteur

– Tableau 5 –

Types principaux de services vidéotex et audiotex.

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne	Services professionnels exclusivement	40 % des services de caractère informationnel – 60 % de services de divertissement
Allemagne	Dominante des services professionnels, 20 % d'usage à caractère privé	Exclusivement services de divertissement (pendant l'expérience)
Pays-Bas	Viditel services professionnels Videotel Nederland services visant les particuliers	Forte proportion (70-80 %) de services de divertissement Dominante de services à caractère « rose »
Suède	Vidéotex exclusivement services professionnels TeleGuide services visant des particuliers	Forte proportion de services à caractère « rose » L'ensemble des services est à orientation de divertissement
Danemark	Exclusivement services professionnels	Forte proportion de services à caractère « rose » L'ensemble des services est à orientation de divertissement

Source : Christoffersen (1992) ainsi que divers experts nationaux

La question de la réglementation s'est présentée avec évidence à mesure que les services audiotex se sont propagés. En dépit de l'apparent parallélisme entre les deux nouveaux médias, la plupart des pays ont implanté des structures différentes pour le vidéotex et pour l'audiotex (cf tableau 6)

Cette différence est due en partie aux spécificités des processus de création : les systèmes vidéotex étaient poussés au début des années 80 par les PTT, souhaitant mettre en usage les nouvelles possibilités offertes par la convergence entre la téléphonie et le traitement de données. Les systèmes audiotex, enfants du même développement technologique, étaient quant à eux beaucoup plus marqués par le courant de dérégulation de la dernière moitié des

années 80, où les opérateurs traditionnels subirent de fortes pressions politiques pour ouvrir leurs réseaux à d'autres prestataires de services.

Cette naissance des services audiotex sous le signe de la dérégulation se reflète clairement dans le développement de tous les systèmes nationaux. En Grande-Bretagne, la régulation se développe comme un processus progressif de restrictions imposées aux prestataires de services, processus alimenté par une forte progression de plaintes déposées par les abonnés. Les mêmes tendances peuvent être observées en Suède et au Danemark, où la dégradation de l'image publique du kiosque (services 900) a produit un écroulement du marché dans la première année de fonctionnement.

- Tableau 6 -

Types de réglementation.

	VIDEOTEX	AUDIOTEX
Grande-Bretagne	Services Prestel surveillés par British Telecom	Comité indépendant (ICSTIS) et code déontologique strict
Allemagne	Loi-cadre BTX surveillée par une autorité fédérale décentralisée	Comité d'autocontrôle
Pays-Bas	Aucune régulation	Aucune régulation
Suède	Aucune régulation spécifique	Comité et code déontologique
Danemark	Aucune régulation	Conseil indépendant des services 900

Source : Christoffersen (1992) ainsi que divers experts nationaux

Conclusion

Une comparaison entre le vidéotex et l'audiotex en tant que supports de communication grand public doit d'abord s'attacher à noter la différence des vitesses de pénétration. Pour les pays analysés, il paraît frappant que le vidéotex ait mis dix ans pour toucher 1% de la population, tan-

dis que l'audiotex n'en mettait que cinq pour compter un taux d'usage régulier du kiosque téléphonique de 14% (6).

Cette facilité de pénétration s'explique par la simplicité et la convivialité de l'usage des services audiotex, ne demandant qu'un simple téléphone à clavier. Mais, en même temps, cette facilité

(6) BOUWMAN & SLAA, 1992

marque le point faible des services de kiosque audiotex. L'accès commode à l'usage des services pose très souvent la question de savoir si l'utilisateur est bien la personne responsable de la facture. Comme il s'est avéré très souvent que ce n'était pas le cas, les entreprises et les particuliers ont verrouillé l'accès aux services-kiosques. Cette contraction de la demande peut être interprétée comme une réaction à une offre où les prestataires de services prennent avantage de la structure de la demande pour présenter des services d'une qualité au-dessous de la moyenne à des prix au-dessus de la moyenne.

Le problème fondamental des services de kiosque audiotex réside dans le fait que le réseau commuté téléphonique soit conçu et fonctionne comme une infrastructure de communication de point à point. Cela fait que la logique de fonctionnement implique un usager qui n'est pas nécessairement identique au responsable juridique du paie-

ment. Les services de kiosque audiotex, au contraire, sont conçus comme une structure de distribution de services pour les tiers. Avec le kiosque téléphonique, il existe une juxtaposition de deux types d'usage et de deux logiques qui ne sont pas forcément compatibles.

Ces contradictions peuvent expliquer pourquoi la croissance des services audiotex diminue brusquement après les premières années de pénétration, comme cela a été le cas dans plusieurs pays. Un développement stable des services audiotex paraît dépendre pour beaucoup de la mise en place d'une régulation qui viserait la spécificité de l'audiotex, nécessité qui ne se pose pas avec la même urgence pour le vidéotex. Les autorités nationales de télécommunication en Europe commencent pourtant à réaliser que la libéralisation n'amène pas toujours **moins** mais, dans certains cas, **plus** de régulation – quoique sous d'autres formes.

RÉFÉRENCES

Harry BOUWMAN & Mads CHRISTOFFERSEN (eds), 1992 *Relaunching Videotex*. Kluwer Academic Publishers.

Harry BOUWMAN & Paul SLAA, 1992 *Between sex and information. Audiotex services in transition*. Department of Communication, University of Amsterdam.

BTX Praxis, 11 Februar 1992.

Mads CHRISTOFFERSEN, 1992 *Audiotex Services in Europe. Audiotex premium rate services provision and regulation in the UK, the Netherlands, Sweden, Denmark and Germany*. CNET, December 1992.

Helena FLAM & Joanne ROSE, 1992 *Between morality and profits. Audiotex in Sweden*. Manuscript.

Thomas GRAHAM, 1992 *Audiotex services in the United Kingdom*. Case study prepared for the Workshop on Telematic Services for the Mass Market, Vienna, May 8-9, 1992.

Volker SCHNEIDER & Gerhard FUCHS, 1992 *Tele-Info-Services. The Development of Audiotex in Germany*. Cologne.

Videotex International.