

Dominique LAMICHE
France Télécom – Division Multimédia

Télévision et services en ligne : l'intégration de la francophonie dans l'univers numérique mondial

Merci de m'accueillir, pour la deuxième fois, à l'occasion de ce nouveau rendez-vous des Biennales de la langue française. En relisant le texte de synthèse qui a été rédigé, il y a maintenant plusieurs semaines, je l'ai trouvé très exhaustif. Pardonnez-moi ; j'espère que l'exposé sera à la hauteur du résumé.

Contextes et aspects du multimédia

Depuis hier, vous avez pu remarquer que toutes ces nouvelles technologies, regroupées sous le concept de multimédia, s'inscrivent dans des contextes très divers où les évolutions sont très rapides.

C'est d'abord le contexte politique. J'insisterai sur la déréglementation qui a déjà cours sur

l'ensemble du territoire français dans les services de télécommunications aux entreprises et qui va arriver pour le grand public, dès le 1er janvier 1998. À partir de cette date, vous n'aurez plus uniquement France Télécom comme fournisseur, mais vous aurez la possibilité de choisir un autre opérateur, et vous pouvez considérer dès maintenant qu'Internet fera partie des offres commerciales qu'essaieront de mettre en avant tous les nouveaux opérateurs concurrents de France Télécom.

Le contexte technique, je vais y revenir aussi, car ces changements sont liés à la numérisation. Le contexte économique ensuite, parce que pour l'instant, lorsque l'on parle d'Internet, il s'agit plutôt d'une économie virtuelle, et, sans vouloir revenir sur un passé extrêmement français, celui du Minitel, reconnaissons au moins que ce système avait sa propre économie et donc sa rentabilité. La télématique, pour le chapitre Minitel, représente en France plus de six milliards de francs de chiffre d'affaires, et nous reversons plus de la moitié de cette somme importante à l'ensemble des éditeurs. J'insiste beaucoup sur ce sujet, car il y a eu des exposés des éditeurs, hier, il y en aura également aujourd'hui ; les fournisseurs de services ne peuvent rester dans l'économie virtuelle. Il faut donc trouver un système qui permette que les éditeurs soient rémunérés, condition indispensable au développement des services, en particulier sur Internet.

Les aspects culturels ont été très largement traités mais il y a aussi des aspects juridiques : je ne serai pas très long sur le sujet. Là encore, il faut s'inspirer de la jurisprudence des médias traditionnels. Toutefois, sur Internet, on ne connaît pas toujours la qualité du service que l'on consulte. Permettez-moi de souligner le rôle de l'éditeur qui prend le risque de mettre en avant une information et d'en assumer les conséquences ; la responsabilité éditoriale demeure d'actualité.

Il y a enfin le contexte sociologique. Là encore, je dirai que nous sommes dans des catégories de publics qui, je pense, se rejoindront facilement à plus long terme. Pas de problèmes pour ceux qui auront connu la période du Minitel et qui seront passés progressivement à la pratique du micro-ordinateur, en s'adaptant aux évolutions des logiciels. Mais il faudra envisager des solutions pour que le plus grand nombre puisse profiter de ces services. J'insiste sur ces points pour souligner que l'informatique étant un milieu extrêmement hétérogène, il sera nécessaire de trouver des domaines d'harmonisation pour développer les usages.

Évolution et conséquences de la numérisation

Je m'arrête un instant sur le contexte technique pour revenir sur la numérisation.
Qu'apporte-t-elle ? Résultat de la convergence des trois secteurs

– informatique, audiovisuel et télécommunications –, elle a d'abord touché les marchés professionnels. Aujourd'hui, le numérique arrive vraiment partout dans le grand public. La principale conséquence en télévision est de multiplier le nombre de programmes et de réduire les coûts de transmission. Pour vous donner un ordre de grandeur : une chaîne de télévision paie aujourd'hui pour monter sur le satellite à peu près ce qu'elle paie pour un émetteur hertzien au-dessus d'une grande agglomération. Donc, si je pousse le paradoxe très loin, cela veut dire que toute chaîne locale pourrait devenir d'ampleur nationale, voire internationale. Mais il faut adapter ses contenus en fonction de la cible : puisqu'il y a plus de programmes, la concurrence est plus forte. Il est courant d'entendre parler de bouquet de 40, bientôt de 50, 60, 70 programmes. Si vous décidez de diffuser une chaîne de télévision par satellite, elle pourra être regardée. Mais il faut, bien sûr, constituer un bassin d'audience et adapter ses programmes pour fidéliser les téléspectateurs.

Le terme numérique est avant tout technique ; il symbolise une évolution très forte, touchant l'ensemble des acteurs du contenu, éditeurs, diffuseurs, producteurs qui doivent prendre en compte l'arrivée progressive des nouveaux terminaux numériques. Car, là encore, l'Europe est en avance et la France y a beaucoup contribué. L'Europe a, en particulier, déterminé une norme de télévision qui devient quasiment mondiale. Pardonnez-moi l'acronyme, c'est DVB – Digital Video Broadcasting –. Cette norme s'étend maintenant à l'ensemble du monde, et fait l'objet d'une concertation internationale. Il sera ainsi possible de développer des terminaux selon cette norme, ce qui va permettre que les coûts de fabrication des équipements puissent baisser le plus possible, et c'est un point très important pour la croissance du marché.

Par ailleurs, derrière la numérisation, apparaît une autre conséquence : on ne spécialise plus un support à un média. La ligne téléphonique, votre ligne de téléphone, sur laquelle vous avez vu successivement arriver de nouveaux terminaux, le répondeur, le Minitel, le télécopieur,... cette ligne de téléphone peut transmettre aujourd'hui, très simplement, un débit plus important ; nous appelons ce produit Numéris et, qui plus est, les communications sont au même prix que le téléphone ! C'est un vrai « plus » ; ce service apporte un confort d'usage lorsque vous branchez un micro-ordinateur pour faire des échanges de fichiers ou pour consulter les services en ligne comme Internet.

Mais l'utilisation de cette ligne de cuivre, initialement destinée au téléphone, continue d'évoluer, et nous engageons une première expérimentation sur un système technique appelé ADSL, qui permettra d'apporter un débit encore plus important chez vous pour faire de la vidéo quasiment à la demande. Ce qui veut dire : regarder un programme d'une qualité proche de la télévision simplement en changeant les interfaces à votre domicile et, bien sûr, dans le central téléphonique. De même sur le câble : il était prévu de faire de la télédistribution, mais on voit progressivement arriver de nouveaux systèmes qui permettent d'accéder à l'Internet Rapide.

Donc, après une segmentation par supports, retenons globalement que l'ensemble des supports techniques offre, aujourd'hui, l'opportunité d'acheminer beaucoup d'autres choses et cela de façon bidirectionnelle, c'est-à-dire avec un dialogue qui permet d'aller chercher une information de plus en plus obtenue à la demande. Voilà le résultat de cette numérisation, et c'est bien sûr ce qui intéresse tous les opérateurs entrant sur ces nouveaux marchés : pouvoir offrir ce type de service ; et, bien sûr, en tant qu'opérateur « historique, » nous y sommes tout à fait prêts.

Réalisations et projets de France Télécom

Pour l'utilisateur, nous avons une approche qui est d'essayer de rendre ces systèmes simples, utiles et pratiques. C'est un peu ambitieux, mais c'est toutefois ce que nous avons remarqué après de nombreuses études et aussi après avoir écouté les réactions de nos clients. Je prendrai comme fil conducteur, pour vous expliquer notre démarche, les services qui s'inscrivent dans une logique de gamme.

Premier service : le bon vieux Minitel a désormais la possibilité de vous permettre d'avoir une adresse Internet et par conséquent, il vous permet d'échanger d'ores et déjà des messages ; le courrier électronique (e-mail, mél.) est très populaire sur Internet. Ce service que nous avons lancé au début de cette année s'appelle MinitelNet ; depuis six mois, nous avons déjà enregistré près de 30 000 inscrits. Donc, pour quelqu'un qui n'a pas de micro-ordinateur, et qui souhaite communiquer – recevoir et émettre des messages – avec d'autres Internauts, ce premier niveau de service est accessible à partir de n'importe quel Minitel.

Le deuxième service que nous avons lancé, c'est Wanadoo, l'accès à Internet par France Télécom. Là encore, nous avons essayé d'être à la fois simples sur le plan du mode de connexion, avec un moteur en français, et de décliner un certain nombre de services qui permettent de s'orienter. Car l'un des principaux problèmes lorsque l'on découvre ce type de service en ligne, c'est d'avoir la possibilité de s'orienter : les consultations ne sont pas toujours simples, surtout quand on ne connaît pas l'adresse des services.

En premier, nous avons donc mis en place Qui-Quoi-Où, un annuaire qui référence aujourd'hui de l'ordre de 10 000 Webs francophones. Ce service s'enrichit de jour en jour, et maintenant nous l'ouvrons même aux non-abonnés de Wanadoo ; cela pour vous montrer l'effort que nous faisons également pour tous les autres, afin que l'audience des services puisse augmenter et que se multiplient les utilisateurs. Pour Wanadoo, nous avons sélectionné une grille de trois tarifs et les différents modules s'adaptent en fonction de la consommation des abonnés. Le troisième tarif est un forfait qui comprend un ensemble de services en français et un accès illimité à Internet.

Autre rubrique : le Bazar Bleu. C'est tout simplement un magasin « virtuel » de logiciels pour permettre aux abonnés de Wanadoo de télécharger simplement des systèmes ou des logiciels nécessaires aux consultations de certains services Internet. Là encore, tout se fait en français.

Un des points sur lequel, je pense, il est nécessaire de bien montrer la complémentarité entre télématique et Internet, c'est que ces services appartiennent à la même famille des services en ligne. D'emblée, les abonnés Wanadoo ont accès, dès la première page, à l'ensemble des services Minitel, sans rupture de communication. Je veux dire que c'est un autre choix d'accès à l'ensemble des services télématiques français, lesquels représentent 100 millions d'heures de connexion par an en moyenne. Ce fort potentiel que nous avons, il faut justement le faire migrer progressivement vers des services compatibles avec Internet.

Enfin, parce qu'en tant qu'utilisateur vous ne souhaitez pas avoir accès à un réseau, mais que vous voulez tout simplement des services, il nous est apparu normal de développer des activités de contenu avec un certain nombre de partenaires du secteur de l'édition. Rapidement, je prendrai juste quelques exemples : France Télécom est actionnaire de La Chaîne Météo, et je cite simplement cet exemple, pour vous dire, – dans l'esprit des exposés qui ont été faits hier, soit au sujet de Larousse, soit au sujet de la mise sur le Net de Défense de la Langue Française – que le même ordinateur central gère les graphiques qui vont à l'antenne ou sur le Web. Vous retrouvez en permanence les mêmes couleurs, les mêmes cartes, et ainsi de suite.

C'est-à-dire que, là encore, le multimédia apparaît sur l'écran de la télévision, ou sur celui de l'ordinateur.

Nous avons également d'autres projets : la co-production de cédéroms, au travers de notre filiale France Télécom Multimédia-Édition, en partenariat avec des éditeurs de renommée internationale ; couvrant différents domaines, ces cédéroms autoriseront aussi l'accès à Internet. Donc, à partir d'un média qui n'est pas en ligne, il est possible de décliner des produits en ligne, complémentaires, qui peuvent bénéficier d'une actualisation régulière.

Le point le plus important, sur lequel je m'arrêterai, est la notion d'annuaire et de guide, toujours dans l'esprit de rendre ces services utiles : France Télécom, vous le savez, est un spécialiste des annuaires en ligne via le Minitel. Presque tous les Français utilisent le 3611, les Pages Zoom. J'imagine que vous le consultez également. L'ensemble de la base de données annuaire est désormais accessible sur Internet, donc pour les Internauts du monde entier ; et nous avons profité des qualités graphiques de l'Internet pour améliorer certaines rubriques.

D'abord Les Pages Blanches, qui représentent plus de 30 millions de références, les abonnés au téléphone, c'est-à-dire vous et moi, lorsque vous n'êtes pas inscrits en liste rouge ; ensuite Les Pages Jaunes et Les Rues Commerçantes avec une partie publicitaire. Nous avons créé une sorte de balade qui permet, à l'aide de la souris, de découvrir et de visualiser l'implantation des boutiques dans une rue, d'où le nom de Rues Commerçantes. Enfin, une rubrique très importante qui est Pages Web, moteur de recherche qui référence l'ensemble des sites Internet d'origine francophone.

Actuellement, ce moteur de recherche, lancé peu de temps avant les vacances, scrute – en seulement quatre jours – l'ensemble de l'Internet pour indexer les différents contenus. Cette rubrique, spécifique au monde francophone pour l'instant, est l'un des points les plus importants car elle constitue le système d'orientation des utilisateurs. Lorsque l'on cherche quelque chose dans la diversité de l'Internet, il est ainsi plus facile de trouver une réponse qualifiée en fonction de critères associant pertinence et date de parution.

En conclusion, je dirai que tout cela est disponible. La rubrique Pages Web va bénéficier des développements liés au langage naturel que nous avons déjà mis en place pour l'annuaire électronique, et tout sera lancé avant la fin de l'année. Ce moteur de recherche sera rentabilisé par la publicité. Pardonnez-moi, mais il faut bien vivre ! Lorsque vous faites le 3611 en France, les trois premières minutes sont gratuites, mais après, c'est payant.

Sur le Web, dans cette économie virtuelle dont je parlais tout à l'heure, il faut trouver un substitut et ce sera certainement la publicité qui permettra de rentabiliser ces investissements : publicités française ou étrangère, qui apparaîtront en fonction de l'heure ou en fonction du pays d'où la personne appelle.

Dans la continuité de ce débat majeur, et pour conclure, il ne faut pas oublier le commerce électronique qui sera lancé avant la fin de l'année ; il permettra d'envisager un début de rentabilité pour les fournisseurs de services. Là encore, nous sommes entrés dans le capital d'une société qui s'appelle Intershop et qui a également été choisie par Deutsche Telekom cet été. Spécialisée dans la présentation de catalogues électroniques, cette entreprise est déjà présente aux États-Unis. Ces dispositifs permettront de faire des achats de biens matériels ou immatériels, directement sur cette vaste toile d'araignée (le World Wide Web), où que l'on soit. Si on peut acheter de l'information ou un service à quelqu'un qui est en France depuis un autre pays, il faut mettre en place une organisation globale qui assure des garanties aux consommateurs comme aux fournisseurs, mais qui respecte également le rôle des banques en matière financière.

Voilà donc un certain nombre d'arguments qui plaident pour une augmentation du nombre des utilisateurs. La France reste relativement modeste en la matière. Au-delà de cet exposé relatif aux activités de France Télécom, il faut noter que ces actions sont amplifiées par beaucoup d'autres acteurs ; en effet chacun, pour ce qui le concerne, contribue aux développements du multimédia. Ainsi j'espère que cela permettra à notre pays d'augmenter le nombre de ses Internauts. En dernier lieu, et en tenant compte de la dimension mondiale du Net, j'ajouterai qu'il est dorénavant possible de mieux communiquer au sein de la communauté de langue française et d'augmenter la présence de la francophonie sur le Web, grâce à la disponibilité de véritables outils de recherche des informations.

Je vous remercie de votre écoute.