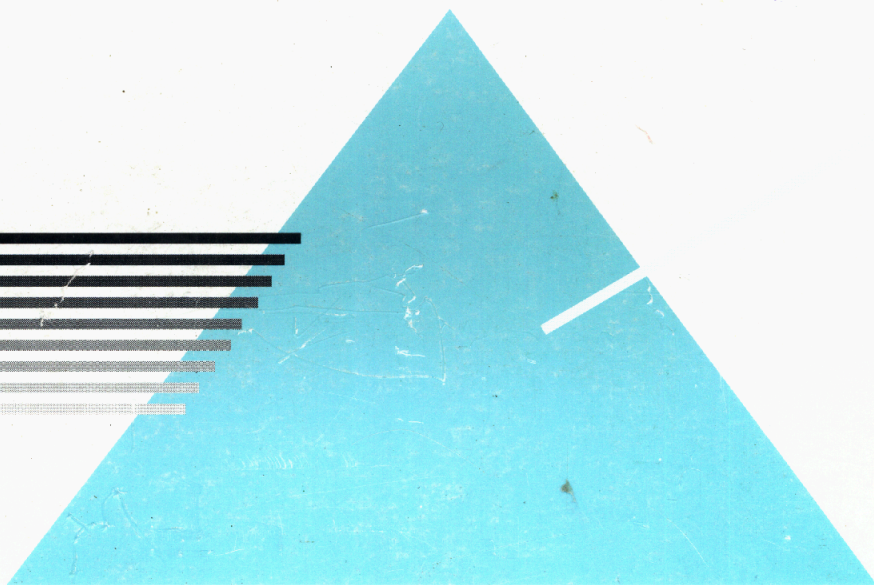


PIERRE-JOSÉ BILLOTTE

LE SECTEUR FRANÇAIS de L'AUDIOTEX

Opportunité pour le marché
de l'information professionnelle

BIBLIOTHEQUE DU CERIST



*Ouvrage édité avec le concours
du Ministère de la recherche et de l'espace*



ADBS
EDITIONS

DA558

Etude réalisée à la demande du

**MINISTERE DE LA RECHERCHE ET DE L'ESPACE
Délégation à l'Information Scientifique et Technique**

**LE SECTEUR FRANCAIS
DE L'AUDIOTEX**

***OPPORTUNITE POUR
LE MARCHE DE L'INFORMATION
PROFESSIONNELLE***

Pierre-José BILLOTTE
GROUPE INFO
MARS 1991

ADBS Editions - 1992

PREFACE

Dans sa communication du 27 février 1991 en Conseil des Ministres, le Ministre de la Recherche et de la Technologie mettait l'accent sur deux axes majeurs de la politique nationale d'IST :

- l'aide à apporter au développement des nouvelles technologies de l'information,
- la nécessité de faciliter l'accès aux bases et banques de données par le recours aux techniques modernes de diffusion de l'information.

Parmi ces nouvelles technologies, la Délégation à l'Information Scientifique et Technique (DIST) du Ministère de la Recherche et de la Technologie suit, avec intérêt, le développement de l'audiotex (ou télématique vocale).

Bien que peu important encore, en Europe, ce développement est suffisamment porteur d'avenir pour avoir suscité l'attention de la DGXIII de la CEE qui estime, dans un récent rapport, le marché européen de l'audiotex à 300 millions d'écus réparti inégalement entre le Royaume Uni (250 millions), la France (30 millions), le Danemark, la Belgique, les Pays-Bas (environ 9 millions dans chacun) et l'Allemagne (1,5 million d'écus). A l'heure actuelle, les applications existantes concernent essentiellement les services bancaires et financiers, les informations touristiques et les informations sur les entreprises.

Face à ce constat européen, la France dispose d'atouts importants avec un réseau téléphonique de haute qualité et un service kiosque téléphonique qui, si il ne présente pas encore toutes les caractéristiques souhaitées par les éventuels fournisseurs de service, a généré un trafic de 300 millions d'appels en 1990 sur 450 services téléphoniques. En 1992-1993, France Telecom ouvrira un kiosque téléphonique permettant des appels régionaux ou nationaux, des durées plus longues et des tarifs diversifiés.

C'est dans ce contexte que le département de l'information spécialisée de la DIST a entrepris deux actions conjointes :

- la réalisation d'une étude approfondie sur le secteur français de l'audiotex,
- le lancement d'un appel à propositions pour des projets audiotex ou audiovidéotex appliqués à des services d'information scientifiques ou techniques.

Cet appel à propositions a été effectué en 1991. Il est maintenant possible de diffuser largement l'étude préalable dont la qualité justifie amplement qu'elle soit accessible à tous les acteurs potentiels du secteur, producteurs d'informations en particulier.

Je remercie donc l'ADBS d'avoir bien voulu proposer ses compétences d'éditeur pour valoriser ce travail et lui permettre de rencontrer le plus grand nombre de lecteurs.

Daniel CONFLAND
Chef du département de l'information spécialisée
Délégation à l'information scientifique et technique (DIST)
Ministère de la recherche et de l'espace

SOMMAIRE DE L'ETUDE

PREAMBULE GENERAL PARTIE A

"CONTEXTE TECHNIQUE D'EVOLUTION DE AUDIOTEX"

PREAMBULE

**I - ÉVOLUTION DU CONTEXTE TECHNIQUE DES TECHNOLOGIES
VOCALES . P. 11**

**II - CONSTITUANTS TECHNIQUES DU SYSTÈME AUDIOTEX ET
CARACTÉRISTIQUES DU SERVICE . P. 18**

**III - POSITIONNEMENT DE L'AUDIOTEX PARMİ LES MOYENS DE
TELECOMMUNICATIONS (PABX, ETC.) . P. 24**

PARTIE B

"CONTEXTE INTERNATIONAL D'EVOLUTION DU MARCHÉ FRANÇAIS DE L'AUDIOTEX"

PRÉAMBULE

I - LES DÉTERMINANTS DU DÉVELOPPEMENT . P. 27

II - STADE DE DÉVELOPPEMENT DES DIFFÉRENTS PAYS . P. 28

III - LES FLUX AUDIOTEX TRANSNATIONAUX . P. 35

IV - IMPACTS SUR LA STRUCTURE DU SECTEUR FRANÇAIS . P. 39

PARTIE C

"LE SECTEUR FRANCAIS DE L'AUDIOTEX"

I - ANALYSE STRUCTURELLE DU SECTEUR FRANCAIS DE L'AUDIOTEX . P. 41

- A. ORGANISATION ET STRUCTURE GENERALE**
- B. STRUCTURE SPECIFIQUE D'UN SECTEUR NAISSANT DE HAUTE TECHNOLOGIE**
- C. STRUCTURE D'ECONOMIE MIXTE FRANCAISE**
- D. STRUCTURE DE LA CONCURRENCE**

II - SEGMENTATION DE LA DEMANDE . P. 65

- A. BESOIN GENERIQUE AU NIVEAU DES TELECOMMUNICATIONS PARLEES**
- B. UNE REPONSE GENERIQUE : LES TECHNOLOGIE DE L' INFORMATION**
- C. SEGMENTATION DE LA DEMANDE DES FOURNISSEURS DE SERVICES**
 - 1 - SEGMENTATION FONCTIONNELLE**
 - 2 - SEGMENTATION DU COMPORTEMENT D'ACHAT**
- D. QUELQUES IMPLICATIONS ANALYTIQUES**

III - ESTIMATION EN VALEUR DU MARCHE FRANCAIS DE L'AUDIOTEX . P. 85

IV - SCENARIO DE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR . P. 86

PARTIE D

**"OPPORTUNITE POUR LE MARCHE DE
DE L'INFORMATION PROFESSIONNELLE"**

PREAMBULE

I - LE MARCHE DE L'INFORMATION . P. 91

II - LE SECTEUR DE L'INFORMATION PROFESSIONNELLE . P. 92

**III - L'AUDIOTEX, MOYEN DE SATISFACTION DES BESOINS DU MARCHE
DE L'INFORMATION PROFESSIONNELLE ? P. 98**

**IV - DETERMINATION D'UNE CIBLE PROFESSIONNELLE POUR UNE
OFFRE DE SERVICES AUDIOTEX . P. 100**

A. CONSOMMATION DE L'INFORMATION DANS L'ENTREPRISE

B. NIVEAU DE PENETRATION SECTORIELLE DU MINTEL

V . NATURE DES SERVICES AUDIOTEX . P. 104

**VI. CONDITIONS TECHNIQUES DE MATERIALISATION DU SERVICE
A PARTIR D'UN GISEMENT EXISTANT . P. 107**

**VII. MATERIALISATION DU SERVICE A PARTIR D'UN NOUVEAU
GISEMENT D'INFORMATION ORIENTE VOCAL . P. 111**

VIII. FACTEUR CLE DE SUCCES : LE DIALOGUE VOCAL .P. 113

ANNEXES

EXEMPLES DE SERVICES VOCAUX . P. 115

ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES. P. 117

PREAMBULE GENERAL

Luxembourg, C.C.E (Commission des Communautés Européennes), le 17 décembre 1990 un atelier de travail mettait en lumière la nécessité de réaliser un PRS (*) pan-européen, permettant la fourniture de services vocaux européens, dont les modalités juridique et technique de mise en oeuvre resteraient à définir. Deux scénarios tendanciels de développement sont possibles :

- mise en place progressive de passerelles entre les réseaux de deux pays, donnant lieu, en fonction des besoins européens, à une croissance d'accords bilatéraux,
- réalisation d'un Kiosque ou P.R.S. européen, après avoir admis le besoin global européen.

Deux approches permettent d'orienter le choix entre ces deux scénarios.

La première consiste à déterminer le niveau et la nature des modalités de mise en oeuvre, après avoir exploré le niveau et la nature des besoins (chaînage avant). Le besoin d'un Audiotex (**) européen se distingue d'un besoin national ou de proximité par le fait qu'il doit être suffisamment attracteur pour générer les flux téléphoniques transfrontières. Dans le cas de l'ASCII (***), un exemple de ce type de besoin était la nécessité de pouvoir accéder à de l'information scientifique et technique internationale.

Cette approche rationnelle admet la possibilité de niveaux différents de besoins auxquels correspondraient différentes modalités de mise en place d'un Audiotex pan-européen. Nous sommes là dans le cadre d'une croyance marketing. En conséquence, si le besoin s'avère fort et commun à de nombreux pays, la solution préconisée serait la réalisation d'un Kiosque ou PRS européen ; sinon il pourrait être adopté une approche plus prudente, par croissance progressive d'accords bilatéraux par exemple.

(*) Premium Rate Service (kiosque)

(***) American Standard Code for Information Interchange

(**) Audiotex sera entendu dans la suite du document comme un terme générique regroupant les services vocaux en matière de télécommunication architecturée autour d'un Serveur Vocal (ou Audiotex) Interactif (S.V.I.).

La seconde approche consiste à proposer quasi directement un PRS européen. Deux cheminements permettent d'aboutir à cette proposition :

- une non croyance marketing qui part du principe que l'on ne sait pas définir "ex ante" le niveau de besoin correspondant à cette nouvelle technologie de l'information, mais que ces besoins sont néanmoins présents et qu'il faut y faire correspondre d'emblée un Kiosque européen (chaînage arrière). Les besoins se découvriront par la suite ;
- une réflexion politico-économique qui verrait, dans la croissance par accords bilatéraux, les pays les plus développés en matière d'Audiotex renforcer leur avance tandis que les autres pays renforceraient leur retard. Ainsi perdurerait et s'accentuerait le déséquilibre entre les différents pays européens.

Dans l'alternative de la croyance marketing la pierre angulaire est la détermination du besoin. C'est à ce niveau que nous rejoignons l'objectif de cette étude qui consiste en partie à déterminer pour la France le niveau actuel de la demande ainsi que sa possible extension à des services Audiotex d'information professionnelle.

Quelle demande Audiotex actuelle peut satisfaire les conditions d'un besoin transfrontière ?

La présente étude s'attachera dans un premier temps, de comprendre le fonctionnement technique de ce que l'on appellera par la suite le système technique Audiotex composé d'éléments fonctionnels. La nature de la structure de ce système aura un impact :

- direct sur les caractéristiques du service vocal ou Audiotex,
- indirect sur la structure du secteur économique français de l'Audiotex.

Dans un second temps nous mènerons l'analyse structurelle de ce que nous nommerons le système des marchés Audiotex internationaux. Celle ci nous permettra de positionner la France dans son contexte international ainsi que de préciser l'impact direct ou indirect de ces marchés internationaux sur l'état et le devenir du secteur français.

Puis dans une troisième partie, nous analyserons le marché français.

Enfin, dans une dernière partie, nous essaierons d'apporter quelques éléments de réponse au problème qui consiste à déterminer l'intérêt d'un rapprochement éventuel entre les services Audiotex et le marché de l'information professionnelle.