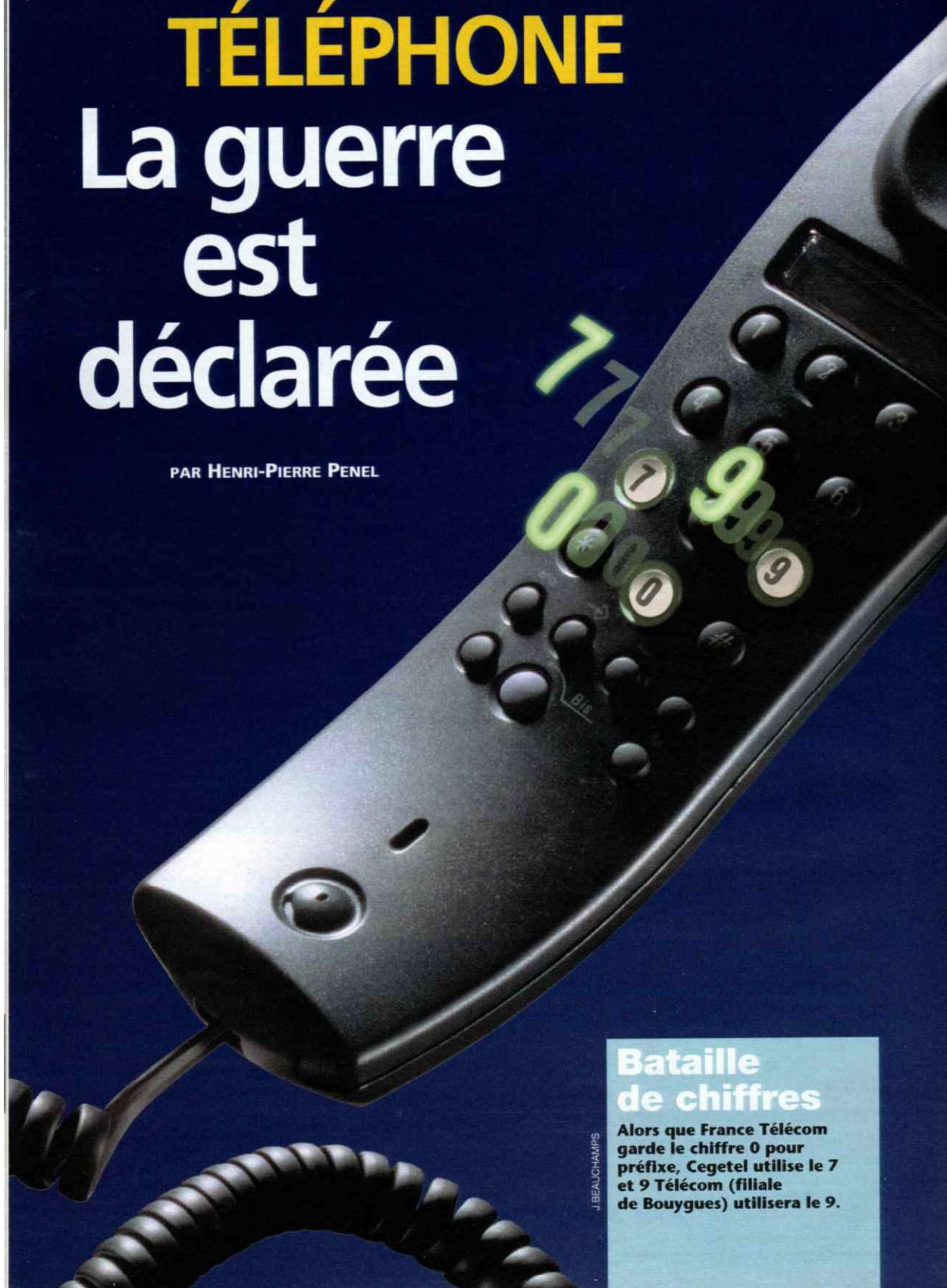


FOCUS

TÉLÉPHONE

La guerre est déclarée

PAR HENRI-PIERRE PENEL

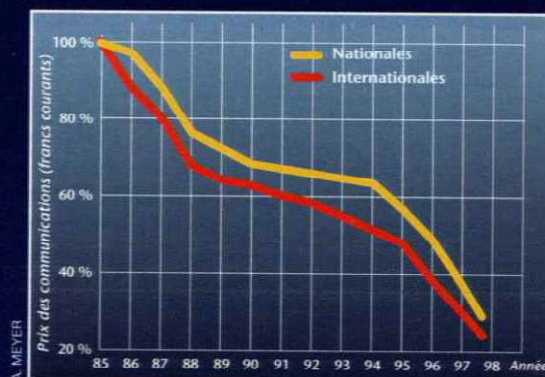


Bataille de chiffres

Alors que France Télécom garde le chiffre 0 pour préfixe, Cegetel utilise le 7 et 9 Télécom (filiale de Bouygues) utilisera le 9.

J. BEAUCHAMPS

■ La déréglementation est arrivée, et la bataille des tarifs fait rage. Les concurrents de France Télécom annoncent de mirifiques réductions sur les appels. Mais la rentabilité de l'abonnement est-elle si grande qu'ils le prétendent ?



Tarifs en chute libre

Face à la concurrence, France Télécom a fortement diminué ses prix. En mars 1997, ils ont baissé de 17,5 %, en octobre de 21 %.

Premier opérateur privé à se lancer dans la bataille du téléphone, Cegetel a ouvert son réseau au public le 1^{er} février dernier. « Maintenant que France Télécom est cotée en Bourse, déclare Charles Rozmarny (1), la société nationale ne peut plus se permettre d'être déficitaire. » Sous-entendu, elle ne baissera pas ses tarifs indéfiniment. « Nous sommes sûrs de pouvoir nous aligner pour le prix des communications locales et d'offrir un meilleur tarif pour l'inter-régional ou l'international. »

Chez France-Télécom, Philippe Bertran (2) répond : « Cegetel ne peut se passer de notre réseau pour atteindre les foyers. Son offre de service est simplement comparable à notre option Primaliste. »

Pour le téléphone, les opéra-

teurs distinguent les appels de "voisinage" des appels "longue distance". Pour France Télécom, chaque catégorie suscite une concurrence spécifique, car ni les moyens à mettre en œuvre pour convoier les appels ni leur gestion financière ne sont comparables (voir *Science & Vie* n° 961, p. 136). Pour les communications longue distance, deux services s'attaquent au marché de la société nationale : le 7 de Cegetel et 9 Télécom (voir plus loin). Les services locaux, eux, sont convoités par les sociétés de réseaux câblés de télévision.

Cegetel, filiale de la Générale des eaux, prépare son irruption sur le marché depuis plusieurs années. Elle a toujours orienté ses accords de partenariat dans l'axe des communications longue distance. Pour l'international, elle s'est associée à British Telecom, et la société britannique a acheté 26 % des actions de Cegetel. Au niveau national, elle s'est liée à la SNCF. De cette union est née Télécom Développement, dont

Cegetel détient 40 % des parts et la SNCF 60 %.

Cette alliance peut surprendre, mais elle se justifie. D'une part, pour son usage interne, la SNCF possède un réseau de plus de 9 000 km de fibres optiques, qui relie de nombreuses villes françaises (voir carte pages suivantes). Par l'intermédiaire de Télécom Développement, Cegetel pourra l'utiliser. D'autre part, le rail unit villes et villages sans discontinuité. Cette occupation du terrain est primordiale, car, quand une société de télécommunications veut étendre son réseau, elle doit poser de nouvelles fibres optiques. L'opération nécessite l'ouverture de tranchées, donc des autorisations. Or, le terrain sur lequel passent les voies ferrées appartient à la SNCF. Télécom Développement peut donc installer de nouvelles lignes le long des voies sans demander d'autorisations.

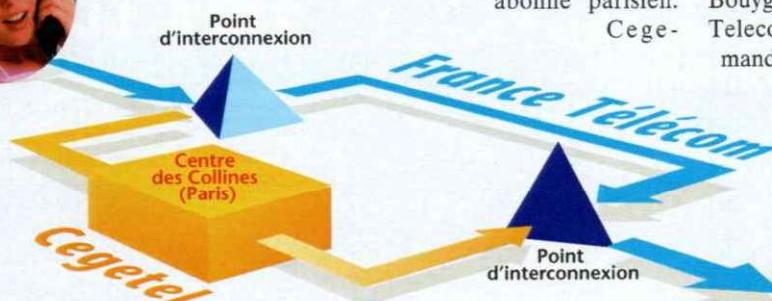
Mais, si Cegetel ne gère que les appels inter-régionaux, comment les abonnés privés peuvent-ils accéder à ses services ? La commu- ■ ■ ■

(1) Président du directoire de Télécom Développement, filiale commune de Cegetel et de la SNCF, chargée de l'infrastructure réseau.

(2) Directeur adjoint des relations extérieures de France Télécom.

■ ■ ■ nication doit emprunter les ramifications finales du réseau téléphonique, qui relie chaque foyer à un centre régional. France Télécom assure toujours ce convoyage final, et Cegetel lui reverse des droits d'exploitation. C'est pourquoi Cegetel se trouve pieds et poings liés pour la tarification des communications locales.

Pour l'utilisateur, ce manque de desserte locale a une autre conséquence :



Le choix de l'opérateur

Désormais, l'utilisateur peut choisir son opérateur pour les communications longue distance. Il accède toujours au réseau traditionnel de France Télécom en composant le 0. S'il compose le 7, l'appel emprunte d'abord le réseau de France Télécom jusqu'au point d'interconnexion régional. Là, il rejoint le réseau de fibres optiques Cegetel, et il est géré par le centre technique des Collines (à la Défense, près de Paris). Avant d'arriver à destination, l'appel est repris par France Télécom au point d'interconnexion régional.

il doit conserver son abonnement à France Télécom. C'est en ce sens que Philippe Bertran ne voit dans le 7 qu'une option de l'abonnement de France Télécom. Supposons qu'un abonné parisien souhaite passer par Cegetel pour appeler l'un de ses amis sur la Côte d'Azur. Il doit d'abord s'abonner au 7, soit dans un point de vente du 7, soit directement par téléphone.

L'abonnement au 7 coûte 10 F par mois. Il ne modifie pas le numéro de l'utilisateur parisien, qui reste le 01 42 xx xx xx, par exemple.

C'est quand il émet un appel qu'intervient la modification : il doit remplacer le 0 par le 7 pour jouir de la nouvelle tarification. Ainsi, pour téléphoner à son ami niçois, il compose non plus le 04 93 xx xx xx mais le 74 93 xx xx xx. Il en va de même pour l'étranger : le 00 44 628 xx xx xx d'un Londonien devient le 70 44 628 xx xx xx.

Le 7 intéresse donc les personnes qui appellent souvent en interurbain ou à l'étranger. Comment "rentabiliser" les 10 F mensuels ?

Reprenons le cas de notre abonné parisien. Cege-

50 centimes par minute en heures pleines. Moins de vingt minutes d'appels mensuels suffisent pour être bénéficiaire. Mais, grâce à son partenariat avec British Telecom, Cegetel peut se permettre un effort tarifaire sur cette destination. Pour l'Allemagne, où Deutsche Telekom est partenaire de France Télécom, l'écart de tarification n'est que de 32 centimes par minute.

L'EXPÉRIENCE D'ANNÉCY

Issu d'une association entre Bouygues, Telecom Italia et Veba Telecom (opérateur privé allemand), 9 Télécom devrait proposer cet été des



services proches de ceux de Cegetel. 9 Télécom ne possède pas encore de réseau, mais mène des négociations avec les sociétés autoroutières pour établir un réseau à couverture nationale. Durant les trois prochaines années, 9 Télécom investira environ 2 milliards de francs pour sa mise en place. « A terme, déclare René Russo (3), notre objectif est d'atteindre de 7 à 9 % de parts de marché. »

Mais Cegetel et 9 Télécom ne visent que les communications longue distance. Il est exclu que ces opérateurs posent des câbles dans les rues pour servir chaque abonné. Pourtant, il existe des réseaux capables de concurrencer la desser-

tel facture un appel Paris-Nice 1,02 F la minute en heures pleines, au lieu de 1,14 F pour France Télécom : 12 centimes de moins. Pour atteindre le seuil de rentabilité, il faut appeler au moins 1 h 23 min par mois en province en heures pleines. En heures creuses, l'écart de tarification n'est que de 9 centimes en faveur de Cegetel. Il faut donc près de deux heures de communication pour rentabiliser l'abonnement.

Pour le Royaume-Uni, en revanche, l'écart se creuse et dépasse

(3) Président-directeur général de 9 Télécom.

te locale de France Télécom : les réseaux câblés de télévision. Mais ils n'inquiètent pas outre mesure Philippe Bertran : « Il ne peut s'agir que d'opérations restreintes, ne touchant qu'un petit nombre d'abonnés. »

Néanmoins, le 8 décembre dernier, Lyonnaise Câble, filiale de Suez-Lyonnaise des eaux, a proposé aux 100 000 habitants d'Annecy d'utiliser son réseau de télédistribution plutôt que celui de France Télécom et offre des tarifs particulièrement attractifs. « En tant qu'opérateur local, précise Patricia de Suzzoni (4), la loi ne nous impose aucune contrainte tarifaire. De plus, pour convoyer nos communications longue distance, nous pouvons nous associer à n'importe quel opérateur. » L'abonnement est 15 % moins cher que celui de France Télécom. Une communica-

tion locale coûte 0,24 F la minute en heures pleines et 0,12 F en heures creuses.

Quant aux communications nationales, elles sont facturées 0,972 F la minute en heures pleines et 0,486 F en heures creuses. Tarification de 15 à 27 % inférieure à celle de France Télécom. Enfin, on peut résilier son abonnement à France Télécom : celui de Lyonnaise Câble le remplace.

Mais il demeure impossible de connecter un téléphone sur la prise d'un téléviseur. Lyonnaise Câble a étudié un boîtier électronique d'adaptation qui transforme la communication analogique d'un téléphone ou d'un fax, en une communication numérique, que son réseau de télévision peut convoyer. Ce boîtier est fourni et posé gratuitement chez tout nouvel abonné.

Pour Lyonnaise Câble, l'opéra-



DESSINS A. MEYER

Sur les rails

L'infrastructure de Cegetel repose sur les 9 000 km de fibres optiques que possède la SNCF, avec qui elle s'est associée. Cegetel bénéficie ainsi d'un réseau qui relie de nombreuses villes françaises.

(4) Directeur général adjoint de Lyonnaise Câble, chargée des télécommunications.

Sur la bonne voie ?

Deuxième concurrent de l'opérateur public, 9 Télécom ambitionne de développer un réseau national longue distance grâce aux câbles qui courent le long des autoroutes. Mais la société devra renoncer aux réseaux locaux, car pour desservir les zones urbaines il faudrait poser des câbles jusqu'au domicile des abonnés.

tion d'Annecy est un galop d'essai. Son réseau de télévision dessert 2,3 millions de foyers et 400 000 professionnels. A terme, elle espère s'octroyer 15 % du marché de la téléphonie fixe.

Comment France Télécom vit-elle cette guerre commerciale ? Doit-elle contre-attaquer ou sim-

TAVERNIER/REA



■ ■ ■ plement promouvoir des services qui existent déjà. En "longue distance", France Télécom dispose de l'option Primaliste. Pour 15 F par mois, elle offre 20 % de réduction sur six numéros nationaux ou internationaux. Si l'on applique le même calcul que pour le 7, Primaliste se rentabilise donc après 1 h 6 min d'appels en heures pleines et 2 h 12 min en heures creuses.

Cegetel réplique que faire porter la réduction sur six numéros est insuffisant. Ce à quoi France Télécom rétorque qu'une famille française appelle rarement plus de six correspondants lointains.

Aux "grands bavards" France Télécom propose l'option Temporalis, qui, pour 15 F par mois, octroie des réductions

l'abonné dispose de six heures de communications locales gratuites. La rentabilisation demande 1 h 47 min d'appels en heures pleines et 3 h 30 min en heures creuses. Seule contrainte : en semaine, le service gratuit ne fonctionne qu'entre 18 heures et 8 heures.

Enfin, aux personnes qui appellent peu, mais reçoivent beaucoup d'appels, France Télécom propose



Téléphoner grâce à la télévision

La société Lyonnaise Câble vise le marché des communications locales, qu'elle peut exploiter grâce à son réseau câblé de télévision. Le "décodeur" (ci-dessus), fourni à chaque abonné, transforme la communication analogique en une transmission numérique envoyée par le câble. Expérimenté à Annecy, ce service pourrait être proposé dans les grandes villes françaises.

tions en fonction de la durée de l'appel : 10 % au-delà de cinq minutes, 20 % après dix minutes et 30 % si la conversation se prolonge plus de quinze minutes. En outre, les amateurs d'Internet ont leur propre option Temporalis. Mais Cegetel propose des réductions comparables.

Pour contrer l'offensive de Lyonnaise Câble sur le service local, France Télécom a créé une formule forfait local. Pour 30 F par mois,

l'abonnement modéré : 34 F par mois au lieu de 68 F. Mais les appels qu'elles émettent sont facturés le double du prix normal (les appels reçus, eux, conservent la tarification habituelle).

BONNE SANTÉ FINANCIÈRE

Ultime question : le marché français des télécommunications privées est-il assez vaste pour que plusieurs opérateurs s'y affrontent ?

Les coûts de déploiement et d'exploitation d'un réseau peuvent-ils être rentabilisés par des communications dont le prix ne cesse de baisser ? En cas de succès, ces nouveaux réseaux ne risquent-ils pas d'être rapidement saturés ?

Aux Etats-Unis, voilà déjà plusieurs années que les sociétés privées de téléphonie livrent un combat acharné au géant AT & T (ex-monopole américain). Si les opérateurs longue distance tels que MCI - d'ailleurs partenaire de Cegetel - dégagent d'importants bénéfices, ce n'est pas le cas des réseaux locaux. Le Congrès a décidé qu'ils doivent être aidés par des fonds prélevés sur les bénéfices des opérateurs longue distance.

En France, Cegetel compte sur la bonne image dont bénéficie sa filiale SFR dans le monde de la téléphonie mobile pour réussir à s'implanter sur le marché.

Avec 2 millions d'abonnés à son réseau GSM en 1997, la SFR a progressé de 115 %. Quant au chiffre d'affaires global de Cegetel, il a dépassé 10 milliards de francs en 1997, contre 5,8 milliards en 1996. Cette excellente santé financière permet au groupe d'envisager sereinement l'avenir et, notamment, de consacrer 4 milliards de francs au développement de son réseau de 1998 à 2002. Opération décisive : en multipliant le nombre des points d'accès à son réseau, donc la distance qui le sépare des abonnés, Cegetel réduira les coûts de connexion reversés à France Télécom. D'autre part, ayant observé l'évolution du marché américain, Cegetel a constaté que certains réseaux sont saturés, alors qu'ils n'étaient exploités qu'à 10 % de leur capacité il y a seulement cinq ans. Cegetel veut donc étendre son réseau pour éviter que le succès espéré n'entraîne de fâcheux embouteillages. ■