

# Amicale des Sup'Télécom Tunisiens

## Services interactifs en ligne Technologies et business

---

Présentation préparée par :

**Imed ELABED**

Email : [abed.mail@voila.fr](mailto:abed.mail@voila.fr)

---

# Programme

- **Historique et évolutions technologiques**
- **Applications**
- **Business et enjeux**

# Historique et évolutions technologiques

# Début avec le vidéotex en 1980

## ➤ Réussite exceptionnelle en France :

- Plus de **20 000 services** opérationnels **en 1990 en France**
- Contexte : 2 années de tests sur régions pilotes, Mise à disposition gratuite des terminaux (M1), Contenu très séduisant au lancement, annuaire gratuit, ...

## ➤ Absence de norme universelle :

- Années 80 / 90 : Concurrence à distance entre Télétel (France) et CompuServe (USA)
- Minitel (France), PRESTEL (Angleterre), BTX (Allemagne), IBERTEX (Espagne)
- Passerelles d'interconnexion en Europe très limitées à la fin des années 80
- Tentatives de convergence entre 1991 et 1994 avec E.T.N mais Internet arrive.

## ➤ **Seul le Télétel Français a résisté à Internet** : croissance poursuivie à la fin des années 90 et maintien de nombreux services durant les années 2000 :

- En 2005 : ~ 9 000 service; lancement de Minitel ADSL
- En 2007 : ~ 4 000 services

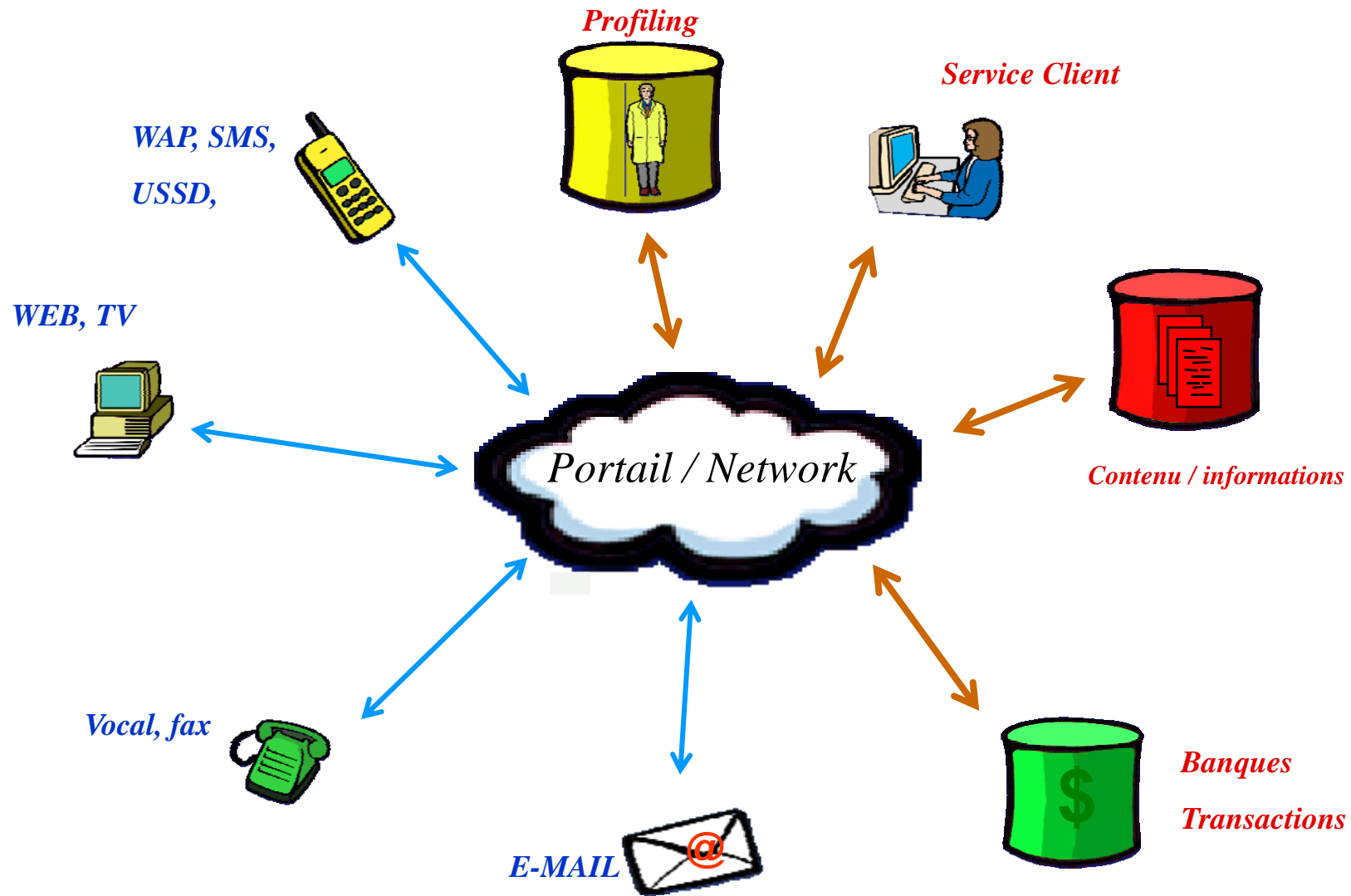
# Du filaire spécifique à bas débit vers le mobile universel à haut débit



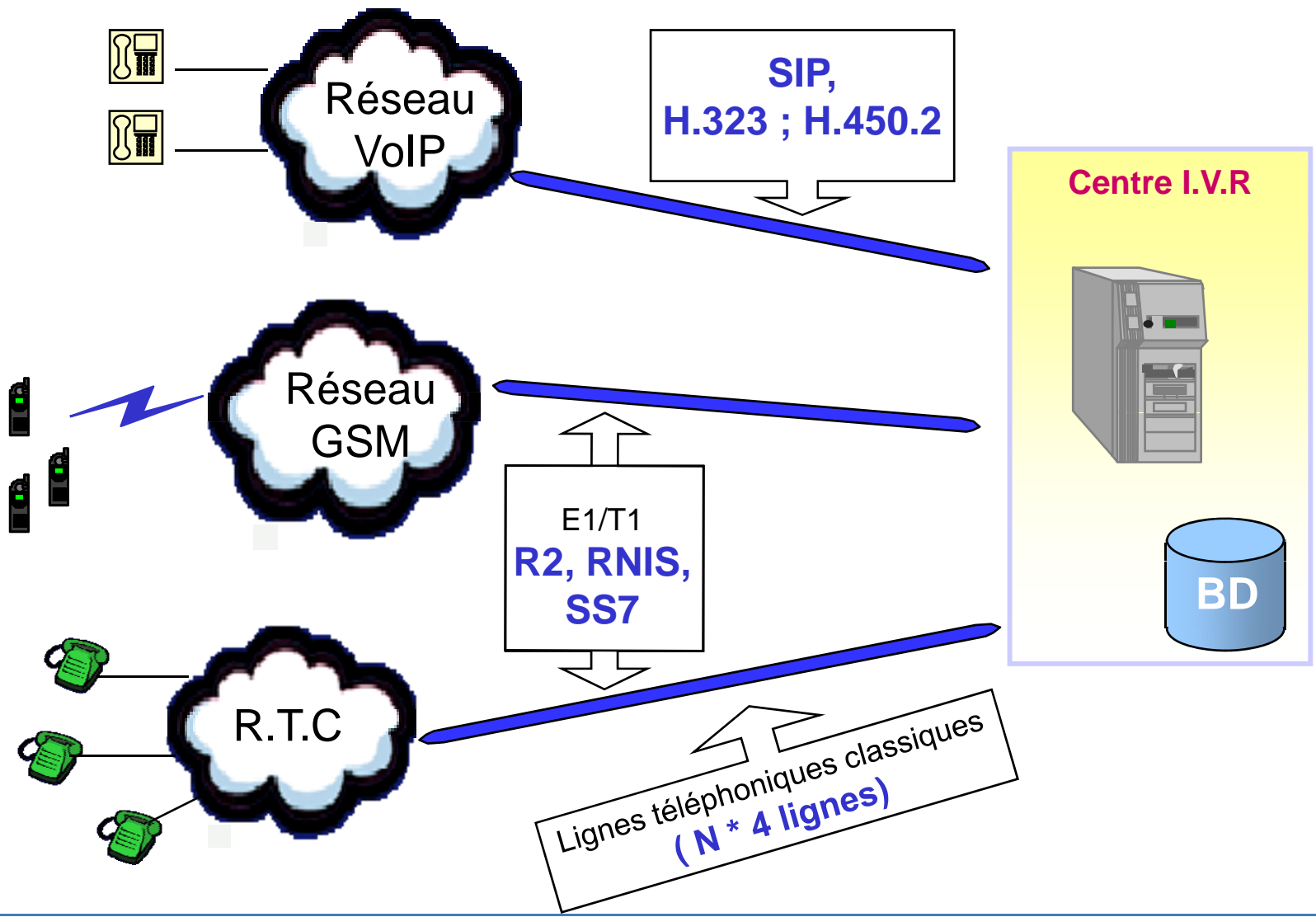
# Evolution Technologique des IVR

- Services statiques (informations figées) puis **services dynamiques** (messagerie, accès aux bases de données, etc.)
- Services **fax** : single call, call back
- Connexions au RTC en analogique puis en numérique
- Appels entrants / sortants / aboutements / transferts / **audioconférences**
- **Synthèse vocale** (l'anglais d'abord puis les autres langues progressivement)
- **Reconnaissance vocale** : avec barge-in, ...
- Téléphonie / **VOIP**

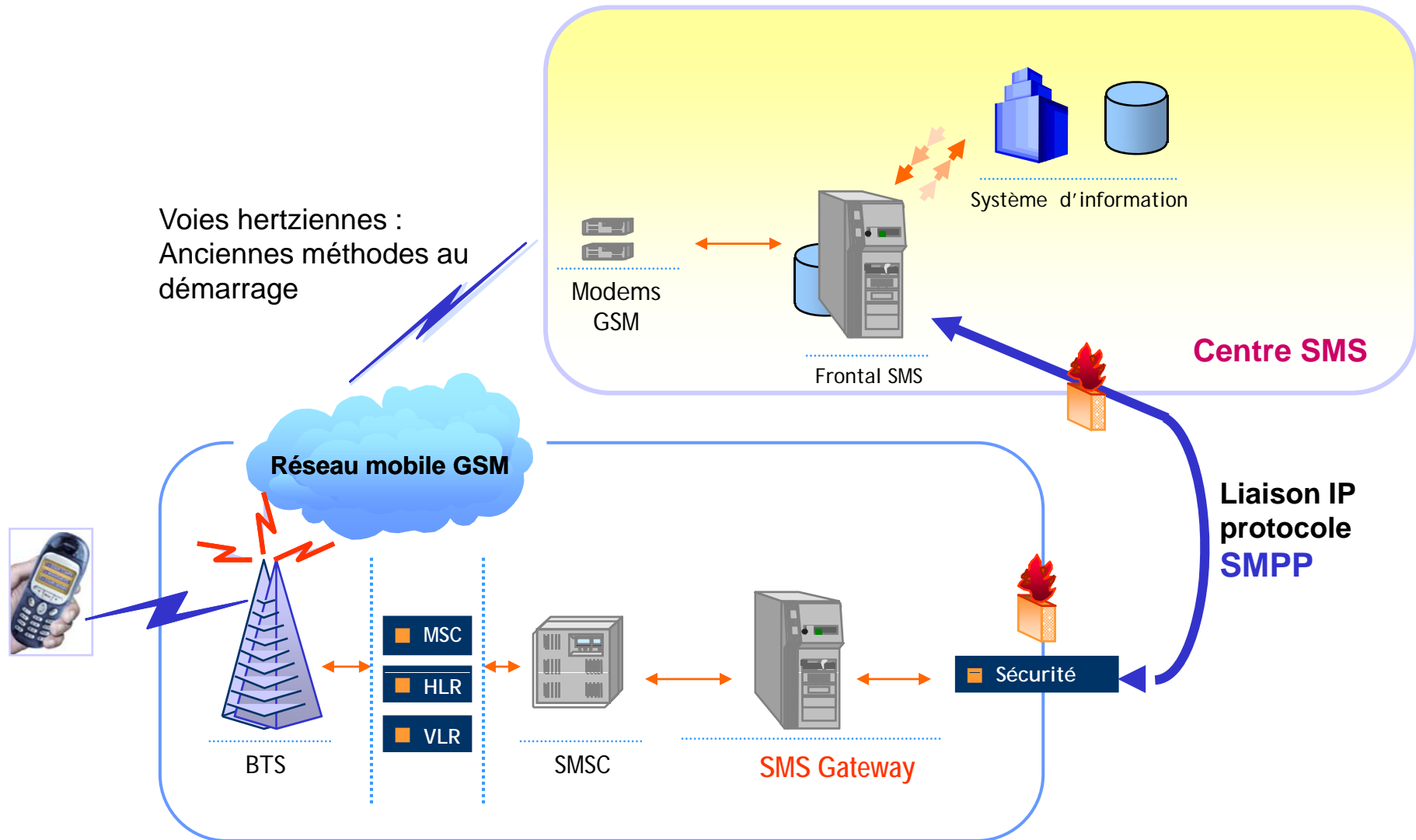
# Le pluri média



# Architectures techniques - IVR



# Architectures techniques - SMS



# Applications

# Pourquoi mettre un service en ligne

- Offrir des services **24/24** accessibles **partout**
- Véhiculer une image « **Moderne / High Tech** »
- Diversifier l'offre pour **satisfaire tous les goûts**
- Renforcer la **Proximité**
- Créer de nouveaux **centres de profit**
- Autrement, améliorer :
  - la **compétitivité** : concurrence sur tous les produits postaux
  - l'**efficacité** : la satisfaction du Client
  - l'**efficience** : .... à des coûts maîtrisés

# Applications

- **Informations grand public** : actualités, météo, sport, ...
- **Bases de données** : banque à domicile, résultats examens, annonces, informations professionnelles, localisation, ...
- **Transactions** : achats immatériels, paiement en ligne, vente par correspondance, ...
- **Marketing** et publicité
- **Tourisme**, transport, ...
- **Divertissement** : jeux, horoscope, gastronomie, dédicace, chat, ...
- **Mise en relation** entre clients et fournisseurs
- Autres

# Comment choisir le type de service

- Les critères varient selon le pays (moyens, diversité des cultures, traditions etc.) et selon le secteur d'activité. Bien entendu, ils évoluent dans le temps avec l'effet mode aussi.
- Les principaux critères de choix sont :
  - Objectifs prioritaires
  - Marché cible
  - Contenu à mettre en ligne
  - Contraintes et limitations ergonomiques et techniques
  - Taux d'interactivité

# Business et enjeux



# Cadre réglementaire

- Cahiers des charges spécifiques
- Droit de propriété intellectuelle
- Codes déontologiques
- Contrats opérateurs
- Contrats d'hébergement
- Contrats fournisseurs de contenu

# Modèles économiques

## Fournisseurs d'informations

- Droit d'accès payant : abonnement, forfaits, etc.
- Paiement à l'acte : faire payer à la consommation.
- Appels surtaxés : recevoir une ristourne sur le trafic télécom.

## Opérateurs Télécom

- Coût du transport uniquement.
  - Coût transport + Valeur du contenu.
- Tarification à la **transaction**, au **volume**, à la **durée**, au **forfait**.  
**Kiosque** = source de revenu additionnel... en plus du **Débit**.

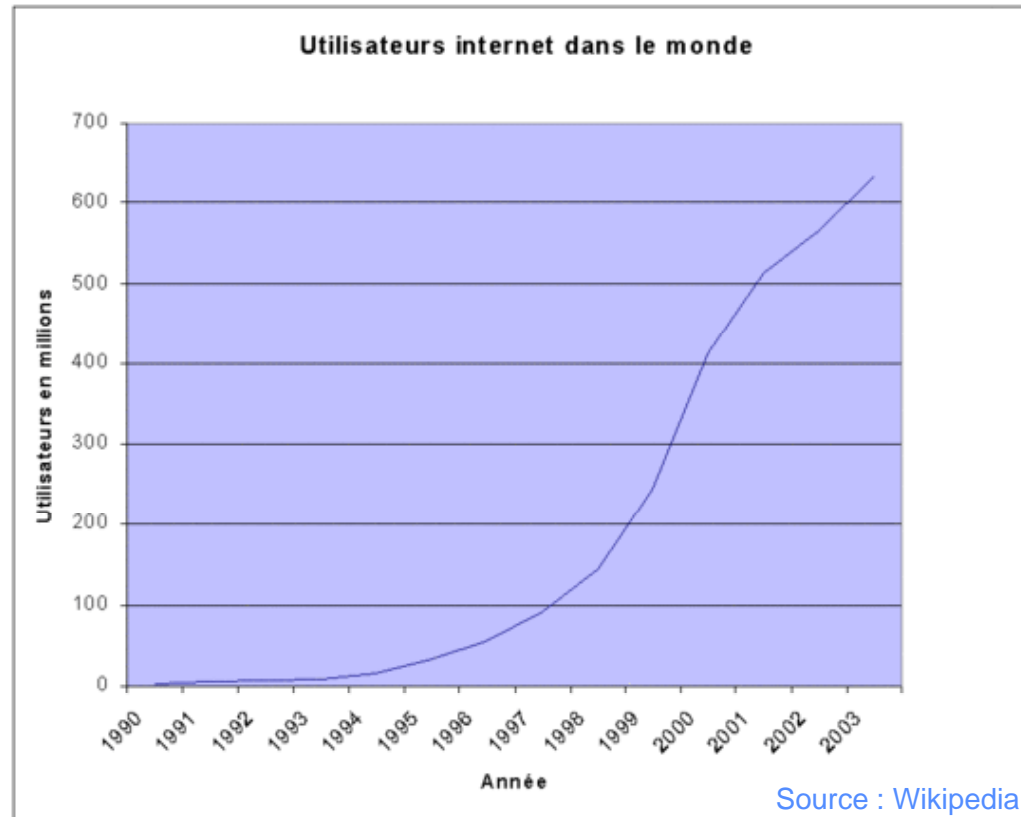
## Centres d'hébergement

- Forfaits d'hébergement.
- suppléments à l'acte.
- **Revenue sharing.**

## Médias

- Publicité payante.
- **Revenue sharing.**
- Audimat pour les émissions de jeux.

# Utilisateurs d'Internet (courbe jusqu'à 2003)



Malgré la forte pénétration d'Internet et sa domination depuis le début des années 2000, les autres types de services en ligne, plus basiques, continuent à offrir des alternatives et à préserver une importante part de marché.

# Quelques chiffres

- Minitel français :
  - 1998 : 1,5 milliard d'€ de CA
  - 2000 : 25 millions d'utilisateurs sur 60 millions d'habitants
  - 2005 : CA > 200 million d'€ (plus d'un milliard de minutes)
  - 2007 : ~ 95 million d'€ (kiosque micro et i-minitel compris)
- Internautes : 1,32 milliard en décembre 2007
- SMS : plus de 300 SMS / seconde pour le *prime* de Star Academy sur certaines chaînes TV
- Audiotel : 2,5 millions d'appels / jour en moyenne
- 1 million d'appels en une journée pour l'IVR des résultats du bac tunisien
- 10 millions d'appels pour le jeu IVR mondial 98 sur la chaîne télévisée Tunis7

---

*Merci pour votre attention...*

---