



L'éditeur français Infogrames affrontera à l'automne des concurrents puissants, venus notamment d'outre-Atlantique pour conquérir le marché européen des services « en ligne ». La qualité mais surtout les choix technologiques seront alors déterminants.

Guerre des mondes dans les modems

Cannes, envoyé spécial

► L'INITIATIVE D'INFOGRAMES est le signe supplémentaire de l'énorme bataille qui va s'engager en Europe pour le développement des services *on line*, qu'il s'agisse du secteur du jeu ou de l'information. Le Milla 1995 n'échappe pas à une règle d'or : les salons professionnels sont le lieu de prédilection pour les annonces destinées autant à allécher le client qu'à ouvrir la chasse aux parts d'un marché encore inexistant. Le champion toute catégorie de ce rideau de fumée reste Microsoft qui ne rate pas une occasion pour promettre, en général à longue échéance, d'investir un nouveau segment. Dans le domaine des services en ligne, l'hiver 1994-1995 restera un grand cru : le consortium Europe Online, Microsoft Network, America Online, et maintenant le premier éditeur de jeux français Infogrames promettent la lune au bout de nos modems... mais d'ici neuf mois au mieux.

ANALYSE

FRÉDÉRIC FILLOUX

Le projet d'Infogrames est à la fois ambitieux et frileux. D'abord, il est courageux de prétendre développer en France un service de télématique nouvelle génération. Le contexte n'est guère favorable : depuis dix ans, alors que se développait, y compris dans le reste de l'Europe, une informatique personnelle communicante, la France restait arc-boutée sur l'expansion du minitel. Douze ans après son lancement, celui-ci est effectivement un immense succès mais, faute de concurrence, il n'a pas évolué et ses défenseurs d'hier se demandent s'il n'est pas en train de mourir au profit de services plus « ouverts », lesquels sont bien évidemment américains.

Aujourd'hui, même s'il est envisageable de voir co-exister un minitel grand public avec son énorme base installée et une télématique haute performance à base de micro-ordinateurs, France Télécom a encore les moyens de ralentir considérablement le développement de services comme Microsoft Network ou même de l'Internet. Les deux outils de prédilection pour l'opérateur français sont le gag de l'homologation – des modems où des appareils qui sont légaux et performants partout dans le monde sont théoriquement interdits en France –, et surtout la tarification téléphonique qui occasionne des surcharges monstrueuses pour les clients de serveurs comme CompuServe ou pour ceux qui veulent naviguer sur l'Internet. Résultat : la France est notoirement à la traîne dans ce domaine. Pour ne prendre que l'Internet, si on fait une corrélation entre le PNB et le nombre de machines reliées directement, la France arrive en vingt-huitième position, derrière les pays nordiques, la Nouvelle-Zélande ou même l'Afrique du Sud (1). Ce sous-développement est aussi lié au prix des lignes à hauts débits, indispensables pour une télématique rapide. Là encore la France présente une étonnante aberration : elle est l'un des pays les mieux équipés dans ce type de liaisons (baptisées RNIS pour Réseau numérique à intégration de services) mais aussi celui où il est l'un des plus chers : par rapport à une ligne de téléphone normale, le facteur multiplicateur est de 5,2 contre 2,6 en Allemagne.

C'est en partie à cause de cela qu'Infogrames a adopté une stratégie des « chariots en cercle » avec son histoire de modems propriétaires, prêtés sous caution par l'opérateur à ses clients. A l'heure actuelle, les modems à 28.800 bps (2) promis par cette firme sont ce qui se fait de plus performants dans le genre. Cette vitesse, indispensable pour permettre une interactivité rapide comme celle des jeux vidéo est équivalente à deux ou trois fois celle des modems couramment vendus pour les micro-ordinateurs et elle est 24 fois supérieure à celle du minitel. Mais il est aussi vrai que d'ici la fin de l'année, le prix de ces modems haute vitesse va s'effondrer en France et il n'est pas évident qu'Infogrames puisse longtemps se targuer de l'avantage de la performance ou du prix. En revanche, si l'application est sans défaut, l'éditeur français pourra jouer sur l'argument « plug and play » (on branche et ça marche) par opposition aux fastidieux réglages d'un modem et d'un logiciel de communication.

Mais le concept d'un modem-décodeur façon Canal + a aussi des relents de frileuse stratégie franco-française : on s'isole bien au chaud dans une norme à soi. L'idée est de se créer une clientèle captive en empochant au passage une belle trésorerie avec la caution des modems et de faire en sorte que l'abonné-client n'ai pas envie d'aller voir ailleurs ce qui se passe. Cela suppose une politique bien définie sur le contenu (par exemple un ciblage sur les jeux où Infogrames exploitera son savoir-faire) qui n'incitera pas l'utilisateur à regarder du côté de Europe Online ou Microsoft Network.

Cela fait craindre aussi une sous-estimation de la concurrence. Si les calendriers sont respectés – et ils le sont rarement – Infogrames lancera son service à peu près en même temps que Microsoft Network et Europe Online. Ceux-ci proposeront une palette de services qui sera d'autant plus vaste que ce réseau hébergera des prestataires extérieurs. Pour les éditeurs de services ou de jeux, MS Net ne sera qu'un véhicule ; cela veut dire un « contenu local » assuré avec en prime deux atouts propres à Microsoft : une assise financière colossale qui permettra à son patron Bill Gates de casser les prix sur le marché européen aussi longtemps que nécessaire et une exploitation poussée à l'extrême des compatibilités avec une base de cent millions de machines utilisant un système Microsoft. A cette concurrence extérieure s'ajoutera celles des infrastructures existantes comme celles de la télévision par câble dont les opérateurs songent à la télématique avancée. Dans un tel contexte, un éditeur-opérateur comme Infogrames risque de se retrouver bien seul avec son système fermé qui ne bénéficiera pas de la protection étatique qui a permis le développement du minitel ou même de Canal +. ◀

(1) Source : Internet Society

(2) Bps : bits par secondes, soit dans ce cas l'équivalent de plus de 3.000 caractères secondes.

REPERES

Les services « on line » en France
CompuServe, lancé en France le 25 octobre 1993.
Télével vitesse rapide (TVR), Lancé le 27 septembre 1994 par France Télécom, il couvrira l'ensemble du territoire le 17 janvier.
Kiosque Micro, lancé par France Télécom fin février.
EWorld, Opérateur: Apple. Lancement en France dans le courant de l'été 1995.
Microsoft Network (MS Net), Opérateur: Microsoft. Lancement en France en septembre 1995.
Europe Online, Opérateur: Matra-Hachette multimédia, le Britannique Pearson et l'Allemand Burda. Lancement en France: mi-1995.
Infomix, Opérateur: Infogrames. Lancement en France: 6 octobre 1995.

Le marché du multimédia explose pour le meilleur et le pire

Cannes, envoyés spéciaux

Le marché du multimédia est riche, foisonnant et en croissance exponentielle. Mais une visite au 2^e Milla révèle aussi une production de titres trop souvent médiocres combinée à un engouement aux allures de bulle spéculative.

Aujourd'hui, l'édition de CD-Roms (1) a généré plus de 11.000 titres dans le monde entier. Sur un an, la croissance est d'environ 50 %. Au 2^e Marché international de l'édition et des nouveaux médias (Milla), 367 entreprises étaient représentées, là encore un augmentation de 67 % par

rapport à la première édition l'an dernier. L'ennui est que cette abondance n'est en rien synonyme de qualité. Le CD-Rom souffre d'abord d'un problème d'écriture : il est mis à toutes les sauces. De la pensée d'André Malraux aux recettes de cuisine en passant par les biographies, les livres de photos, où l'érotisme interactif, tout est bon pour le support numérique.

Dans 95 % des cas, le produit est décevant. Il est souvent lent, affublé d'une interface criarde et laborieuse. Cela vient du fait que la grande majorité des produits présentés cette année au Milla - où les édi-

teurs de livres se taillent la part du lion - sont de simples transpositions du support écrit, sans grand souci d'adaptation à l'outil interactif. Cela donne des guides de voyages qu'on préférera en version papier (à moins de trimballer son PC dans son sac à dos), des livres de photos noir et blanc qui sont une insulte à Leica, ou un guide pour faire son parfum soi-même.

Au milieu de cet océan digital, subsistent encore quelques îlots de créativité intéressante, comme certains CD-Roms consacrés à des musées, des encyclopédies - dont il est le support idéal - ou parfois

quelques jeux et documents. Le « Je suis Cicéron » réalisé par cinq étudiants de Paris VIII utilise les liens hypertextes (la possibilité de passer d'une image ou d'un texte à un autre) pour créer du sens, mettre en relation des idées. L'explication de texte - en l'occurrence un manifeste de rhétorique - sur CD-Rom est convaincante.

En dehors de la question du contenu et de l'écriture propre au multimédia, l'autre déception est d'ordre technique. Voici deux ou trois ans, lorsque le marché a commencé à décoller, chacun considérait avec indulgence les 10 images/seconde qui tres-

sautaient sur l'écran de son PC en pensant que les progrès technologiques permanents allaient résoudre ces inconvénients. Malheureusement, le Milla 95 confirme une course à l'armement électronique : investissant dans des outils toujours plus puissants, les créateurs exigent la même chose de la part de leurs clients potentiels. Au terme d'une démonstration effectuée en général sur une machine surpuissante par rapport à la moyenne du marché, l'auteur d'un produit admet qu'il faut compter deux fois la configuration minimum inscrite sur l'emballage du

CD pour que le programme puisse fonctionner confortablement.

Cela étant, la technique va aussi permettre d'augmenter la palette créative : au cours du Milla, Apple a présenté QuickTime Virtual Reality qui permet de se promener dans un monde en trois dimensions comme si on tenait une caméra vidéo, ou encore le futur Digital Video Disk d'une capacité quinze fois supérieure l'actuel CD-Rom et qui pourra donc contenir deux heures de films qualité télévision.

Ce foisonnement encore brouillon est le syndrome d'une industrie naissante. Il n'est en soi

pas inquiétant pour une raison simple : le multimédia est encore un secteur où le client est roi, même si certains, comme le ministre de la Culture Jacques Toubon, parlent d'un nécessaire soutien de la puissance publique (en l'occurrence européenne) à cette industrie fragile : 63 % des titres de CD-Roms distribués dans le monde viennent des Etats-Unis, contre 25 % seulement pour l'Europe.

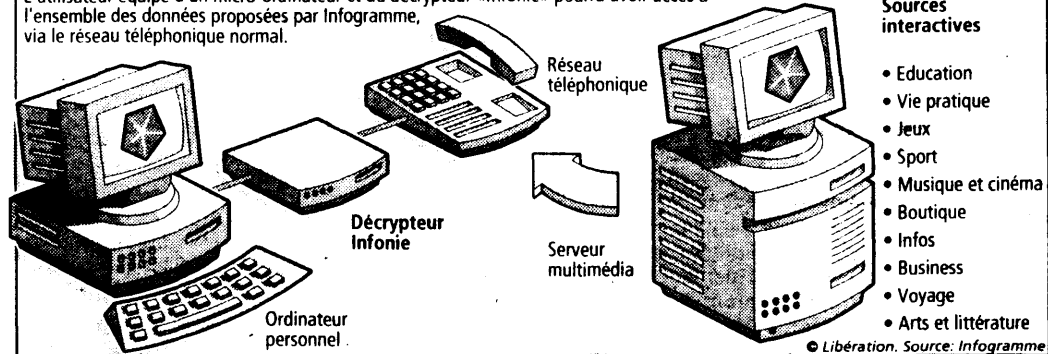
F.Fx et L.V.

(1) CD-Rom : Compact Disc Read only memory, disque compact avec mémoire à lecture seule. CDI : Compact Disc Interactif, autre forme de support numérique dont le lecteur est relié à un téléviseur.

45

Les services d'Infonie

L'utilisateur équipé d'un micro-ordinateur et du décodeur « Infonie » pourra avoir accès à l'ensemble des données proposées par Infogramme, via le réseau téléphonique normal.



Sources interactives

- Education
- Vie pratique
- Jeux
- Sport
- Musique et cinéma
- Boutique
- Infos
- Business
- Voyage
- Arts et littérature

© Libération. Source: Infogramme

France Télécom connecte la planète Minitel avec l'univers Internet

Faute d'avoir réussi à exporter son Minitel, qui manque de polyvalence, l'opérateur public va mettre en place à l'automne une plate-forme multimedia pour micro-ordinateurs qui permettra aux éditeurs français de télématique de vendre leurs services à l'étranger, notamment via le réseau mondial Internet.

A entendre les bateleurs, un mode de communication radicalement nouveau est en train de naître avec les services *on line*, qui permettront d'effectuer des opérations inouïes comme de commander une pizza en pianotant sur un clavier ou de rencontrer l'élue de son cœur en dialoguant en direct sur un réseau. Or, la télématique, qui allie la téléphonie et l'informatique, n'est pas née en 1995. Le Minitel, qui est installé dans près de 7 millions de foyers français, permet depuis longtemps d'effectuer une bonne partie des transactions promises par les services « en ligne »: réservations d'hô-

tel ou de train, consultation d'un compte en banque personnel...

Pourtant, il y a bien une rupture entre le Minitel et le micro-ordinateur branché sur différents serveurs via le réseau téléphonique. Ce fossé, avant tout technologique, pourrait bien être fatal à la télématique de première génération, celle du Minitel. Dans un livre blanc publié fin 1994, l'Association française des éditeurs télématiques (Aftel) dressait un portrait sombre de l'avenir du «terminal écran-clavier rustique, sans intelligence ni moyens de stockage». Il ne résiste pas à la comparaison avec les services en ligne offrant des pages en couleurs affichées à l'écran de 12 à 24 fois plus vite que sur Minitel, des images de bonne définition, une grande facilité de navigation d'un serveur à l'autre.

L'Aftel prédit la mort lente du Minitel, qui ne peut survivre «qu'à condition d'évoluer de manière significative et très rapide».

Manifestement France Télécom, qui détient le monopole de la distribution de services vidéotex (la norme de l'écran Minitel), a mis du temps à saisir ce message, qui lui a souvent été adressé par le passé. L'entreprise publique avait annoncé en 1994 le lancement de nouveaux modèles à vitesse rapide permettant d'afficher des images fixes ou intégrant des cartes de paiement. Mais, trop chers pour le plus qu'ils offrent et pas assez performants par rapport au duo modem-PC (ordinateur personnel), ces Minitel sont condamnés d'avance.

«Bouquet de services»

L'opérateur public semble avoir pris son parti de la situation en se préparant à ouvrir fin février un kiosque accessible aux micro-ordinateurs. Samedi, au Milia, France Télécom a fait un pas de plus en annonçant pour septembre la mise en place d'une plate-forme multimedia sur micro-ordinateurs pour permettre aux éditeurs français de télé-

matique d'exporter leurs services et d'être présents sur le réseau mondial Internet. France Télécom a invité les éditeurs électroniques à «venir participer à un bouquet de services en réseau sous une enseigne commerciale unique» pour élargir la sphère de ces services au-delà des frontières. Les premiers secteurs économiques concernés sont les services liés au tourisme, au transport, aux loisirs, à l'enseignement, au médical et à la presse. Autrement dit, puisque le Minitel n'a jamais pu s'exporter, exportons les informations liées au Minitel grâce au micro-ordinateur.

Dans la lutte qui s'est engagée entre micro et Minitel, le facteur prix sera décisif. L'écran rustique de France Télécom a pour lui d'être loué peu cher et d'un accès facile, puisqu'il suffit, sans être abonné à un service, de composer un numéro pour y accéder, le paiement s'effectuant avec la facture de téléphone. Mais l'envolée des tarifs se traduit par une désaf-

fection progressive du public. En face, les séduisants micro-modems en ligne coûtent aussi très cher. Le moindre PC avoisine les 7.000 francs. Il faut y ajouter le prix du modem et plusieurs centaines de francs par mois pour les connections aux services. Lesdits services devront être particulièrement attractifs pour justifier des achats de cette ampleur.

Système à deux vitesses

Un système à deux vitesses se dessine dans la période de transition qui s'ouvre vers le deuxième âge de la télématique: le Minitel restera l'outil approprié pour les services de base de faible débit - parmi lesquels le 11, les réservations SNCF... -, tandis que des écrans plus sophistiqués, dotés de modems rapides, s'imposeront peu à peu pour offrir des informations et des services à forte valeur ajoutée, pour des prix toujours plus serrés.

Luc VACHEZ

PLUSIEURS NOUVEAUX RÉSEAUX, DONT UN FRANÇAIS, SERONT LANCÉS CETTE ANNÉE

Les services télématiques vont déferler sur l'Europe

Le 2^e Marché international de l'édition et des nouveaux médias, qui se tenait ce week-end à Cannes, a été marqué par la nette tendance au développement des services « en ligne », c'est-à-dire accessibles sur micro-ordinateurs *via* une ligne téléphonique. Le premier éditeur français de programmes ludo-éducatifs, Infogrames, a annoncé le lancement en octobre de son réseau

multimédia interactif, baptisé Infonie. Il entrera en concurrence avec celui du géant américain Microsoft qui arrivera en Europe en septembre. A la même date, France Télécom mettra en place une plate-forme multimédia pour micro-ordinateurs afin de permettre aux éditeurs français de télématique d'exporter leurs services et d'être présents sur le réseau mondial Internet.

Infonie, un réseau français entre dans la course au « on line »

Ce sera en couleurs, interactif, sonore et véloce. Le premier service *on line* (« en ligne »), lire repères ci-dessous) 100% français pour micro-ordinateurs débarque sur tous les écrans à partir du 6 octobre prochain. Bruno Bonnell, le patron d'Infogrames, PME de Villeurbanne spécialisée dans le Minitel et les programmes ludo-éducatifs, a profité du rendez-vous des images du futur, le Milia, à Cannes, pour présenter la bête. Infonie, nom de baptême, un « réseau de sources interactives », est au Minitel ce qu'est la fusée Ariane au VI. La vitesse de circulation de l'information dépasse de 24 fois celle d'un Minitel classique. Le temps d'affichage est quasiment nul.

Le principe d'Infonie est simple et participe de la course mondiale au *on line*. Sur un micro-ordinateur est branché un décodeur avec modem intégré, relié à la prise téléphonique. Moyennant un abonnement mensuel de 100 à 150 francs (le prix définitif n'est pas encore fixé) et le coût d'une communication téléphonique à chaque connexion (de 5 à 15 francs de l'heure facturés par France Télécom), le consommateur obtient l'accès à une dizaine de services différents. Musique et cinéma, jeux vidéo, kiosque, business, éducation, voyage, art et littérature, boutique, vie pratique, sports. A chaque service correspondent des dizaines de pages d'informations quotidiennes. A la différence du Minitel, où chaque minute de consultation d'un service fait tourner le

compteur, la facturation d'Infonie n'a donc plus grand-chose à voir avec le temps passé devant l'écran.

Salon et menu quotidien

Chaque abonné peut aussi correspondre avec un autre abonné, entrer en conversation, échanger des messages. C'est le « salon ». L'utilisateur peut surtout composer son menu quotidien. Monsieur veut connaître tous les matins les nouvelles de l'étranger, avoir la météo du sud de la France, découvrir le cours de Bourse d'une dizaine d'actions, lire la liste des concerts de la soirée, il lui suffit de programmer ses besoins. Un clic et c'est parti, monsieur s'est créé son propre « centre d'information personnel ». Avantage par rapport au Minitel, cela va beaucoup plus vite, l'écran est grand, plus lisible, et, surtout, le son arrive par les haut-parleurs.

Robes et jouets

Avec Infonie, le téléachat entre dans le micro-ordinateur. Si l'on ne connaît pas encore la liste des prescripteurs d'Infonie (ils seront présentés le 21 mars), on peut parier que les géants de la vente à distance vont s'inscrire. Imaginons le catalogue de La Redoute. Madame cherche une robe, la voilà en image et sous toutes les coutures, avec en sus la description orale. Fiston regarde tous ses jouets s'animer grâce à la vitesse de transmission de l'image et Mamie contemple avec

RÉPÈRES

La télématique

C'est l'alliance des télécommunications et de l'informatique. Elle permet d'accéder à des services « en ligne » (*on line* en anglais), par opposition aux services d'information dits « hors ligne », qui puisent leurs données non par l'intermédiaire d'une ligne de télécom mais dans une mémoire locale (disque optique par exemple). La « première génération » télématique est symbolisée en France par le Minitel, simple terminal dépourvu de polyvalence qui permet de dialoguer avec les seuls services agréés.

La « deuxième génération » s'appuie sur le micro-ordinateur personnel (PC), qui peut se connecter à de multiples services, *via* notamment le réseau Internet. L'information circule beaucoup plus vite qu'avec le Minitel, et il est possible d'utiliser des images en couleurs, de stocker les données sur disquette, etc.

bonheur le corset qui va la ficeler. Envie de jeux vidéo, ils sont tous là, prêts au téléchargement, besoin de connaître tous les résultats de rugby depuis un mois, ils apparaissent...

Première digue

Infonie donne aussi l'accès au réseau de réseaux, Internet. Mais cet accès aux services outre-Atlantique d'Internet ne sera pas facturé au prix de la communication locale (contrairement à tous les autres services) mais transcontinentale. Attention à la facture donc!

En lançant ce service *on line*, Infogrames monte la première digue contre l'invasion attendue des services anglo-saxons. L'arrivée du rouleau compresseur Microsoft et de son service *on line* prévu pour la même date devrait donner des

sueurs froides à Bruno Bonnell, qui a décidé d'investir environ 200 millions de francs dans l'affaire. Il a bien dans son capital des poids lourds, le groupe Chargeurs, de Jérôme Seydoux, et la CLT, contrôlée par le Belge Albert Frère. N'empêche, le pari est risqué. « Notre dé-

marche culturelle est fondamentale », explique-t-il. « Nous allons offrir des vrais services de proximité aux Français, à l'inverse des Anglo-Saxons, qui vont franciser leurs programmes. »

Une nouvelle bataille commence donc avec ces

nouveaux réseaux de distribution de l'information. Précisément celle de la conquête de toutes les sources d'information. Prenons le service kiosque: les réseaux *on line* vont se battre pour avoir en stock un maximum de journaux à proposer à leurs abonnés. Et les journaux, qui ne connaissent encore en France qu'un seul système de distribution, celui des NMPP, vont peut-être connaître une cure de jouvence.

Renaud de LA BAUME

6

3/4