

Rentabilité, efficacité : les anciens «services publics» doivent négocier le grand virage de la concurrence. En 1998 naîtra le grand marché européen du téléphone.

Télécoms Les pays du

La société

Le monopole des télécommunications tombe. Considérée, à l'origine, comme un service public d'intérêt stratégique, l'installation de lignes téléphoniques implique des investissements lourds supportés par l'Etat. Avec l'arrivée de la téléphonie mobile, de nouveaux opérateurs privés ont été autorisés. En Suède, pays pionnier du téléphone cellulaire, la compagnie nationale Telia a dû faire face, dès 1981, à une rude concurrence (lire notre reportage ci-contre). Résultat : 10% de taux d'équipement contre 1,5% seulement en France où le match, trop longtemps limité à un duopole (France Télécom contre SFR), a freiné le décollage. Un troisième opérateur - Bouygues - est désigné depuis seulement six mois. Pourtant, comme tous les pays de l'Union européenne, la France doit s'adapter à un ambitieux plan de dérégulation.

Après le téléphone mobile et les services aux entreprises, Bruxelles a décidé de libéraliser le marché du téléphone classique à partir du 1^{er} janvier 1998. Tout opérateur européen pourra proposer ses services dans les quinze pays de l'Union, en utilisant le réseau national existant ou en tirant ses propres lignes. Bénéfice escompté : une

baisse générale des prix et la croissance du chiffre d'affaires du secteur (680 milliards de francs en 1994).

Une cascade de privatisations à partir de 1996

Peu réceptifs à ce discours libéral, les pays du sud de l'Europe protestent : leurs réseaux et leurs services sont à la traîne. Bruxelles a dû leur accorder un délai supplémentaire d'adaptation jusqu'en 2003.

Le chantier de la privatisation est, lui aussi, plus ou moins avancé suivant les pays. Le gouvernement de Margaret Thatcher a vendu British Telecom dès 1984. L'ouverture du capital des compagnies allemande, italienne, belge, portugaise et espagnole va suivre, à partir de 1996. Partout, le changement de statut et son lot d'emplois supprimés (30 000 d'ici à 1998 chez Deutsche Telekom) suscitent des inquiétudes. France Télécom, dont le plan de privatisation attend le nouveau président de la République, devra vaincre la résistance de ses 120 000 agents attachés à la sécurité de l'emploi. La concurrence totale n'est peut-être pas pour 1998...

Sylvain Courage ■

ILLUSTRATION : D. BROEST



Le «modèle suédois» existe aussi dans les télécommunications : Telia défend pied à pied ses parts de marché et améliore ses services.

Pour un coup de fil à mes amis de Malmö ou à mes parents qui habitent en Suisse, j'utilise les services de Tele2. C'est moins cher», confie Hugo Henriz, directeur des ventes d'une société de bureautique à Stockholm. Des prix cassés, une efficace campagne de pub : en quelques mois, Tele2, une petite société financée par un groupe d'investisseurs privés, a réussi à rafler 20% des appels internationaux et 5% des appels interurbains, au nez et à la barbe de Telia, la compagnie de télécommunications encore aux mains de l'Etat.

Mais les responsables de Telia, retranchés dans leur quartier général de Fasta, dans la banlieue sud de Stockholm, restent sereins. «Cette concurren-

ce, nous l'avons voulue, explique Bertil Thorgren, vice-président de la compagnie nationale. Depuis la création du Télégraphe électrique royal en 1890, la Suède n'a jamais connu de monopole légal. Aujourd'hui, nous avons sûrement le marché le plus ouvert du monde.»

Depuis 1990, sur fond de crise de l'Etat providence suédois, la compagnie a été re-

PHOTOS : H. NORSTRAND



Avec 85% des abonnements au téléphone mobile, Telia se taille la part du lion sur le marché le plus développé d'Europe.

structurée en profondeur : son capital a été ouvert aux investisseurs et sa gestion, totalement indépendante de l'Etat, a été soumise aux règles du droit privé. Pour améliorer la rentabilité, les effectifs ont fondu : de 47 000 salariés en 1990 à 32 000 en 1995. «Traditionnellement, les employés des services publics suédois ne bénéficient pas de la sécurité de l'emploi», explique Bertil

Thorgren. Cette particularité a bien sûr facilité la restructuration du groupe, symbolisée par un changement de raison so-

ciale : l'ancienne compagnie Televerket est devenue Telia en juillet 1993. Deux usines de fabrication de téléphones ont été fermées pour recentrer la compagnie sur son métier principal : la gestion d'un réseau et la fourniture de services. La productivité par employé a doublé. Aujourd'hui, malgré une concurrence croissante, la compagnie nationale contrôle encore les trois

La compagnie privée Tele2 dispose déjà de son propre réseau

La Suède, championne d'Europe du téléphone

Pays	Nbre lignes/100 hab.	Appel local	Appel interurbain (1)	Appel international
Suède	70	0,16 F	2,27 F	14,68 F
Pays-Bas	58	0,45 F	1,84 F	17,30 F
France	54	0,62 F	5,68 F	14,68 F
Allemagne	46	0,78 F	6,64 F	20,10 F
G-B (2)	46	0,84 F	2,10 F	10,19 F
Belgique	44	0,82 F	3,41 F	17,47 F
Italie	42	0,63 F	6,64 F	23,94 F

(1) Au-delà de 300 kilomètres. (2) Grande-Bretagne.

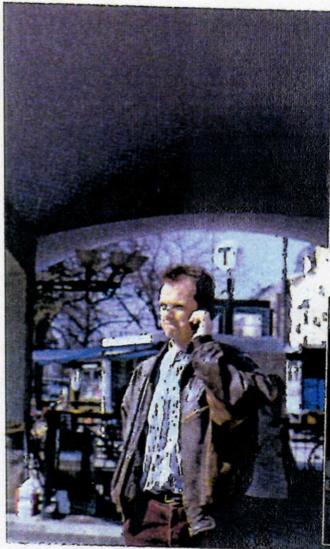
Les pays avancés dans la libéralisation de leurs télécoms - l'Angleterre, les Pays-Bas et la Suède - affichent les meilleurs tarifs pour

les appels interurbains et internationaux. La Suède détient le record d'Europe du nombre de lignes téléphoniques pour 100 habitants.

Source : «NUS», Mercer Management.

Nord jouent sur la concurrence

Telia inonde Stockholm de téléphones mobiles



Bertil Thorgren, «stratège» de Telia : «Nous pensons d'abord au client.»
Ci-dessous, une des 106 Telia butik.



a misé, dès 1980, sur la croissance de la téléphonie mobile et détient aujourd'hui 85% de ce marché florissant. La géographie particulière de la Suède et la rudesse du climat font du «mobile» un précieux recours pour la population. Mais, surtout, la bataille entre Telia et deux opérateurs privés (Comvik et Europolitan) et l'action de puissants constructeurs, comme le suédois Ericsson ou le finlandais Nokia, ont dopé le marché, qui s'est ainsi développé plus vite que dans le reste de l'Europe.

Aujourd'hui, à Stockholm, un habitant sur quatre est équipé. Impossible de ne pas remarquer les passants qui arpentent les rues de la capitale armés de leur petit combiné. Ils sont partout.

Dans les magasins, les restaurants et même dans les salles de classe. Pendant le seul mois de décembre 1994, dans toute la Suède, 200 000 abonnements ont été souscrits. Comvik offrait gratuitement le terminal (prix moyen : 3 000 francs) pour attirer les abonnés !

Du côté des services réservés aux entreprises (réseaux privés des sociétés, centraux

téléphoniques, transferts de données informatiques), Telia doit aussi affronter une forte concurrence. Près de neuf compagnies étrangères, parmi lesquelles les américains Sprint et MCI, se disputent les communications professionnelles internationales. Plus préoccupant encore pour la compagnie nationale, les grands opérateurs européens ont choisi la Suède comme laboratoire pour tester leurs armes avant l'ouverture officielle du «Grand Marché» de 1998. British Telecom, le géant anglais, privatisé dès 1984 et allié à l'américain MCI, attaque les 100 plus importantes sociétés suédoises. Quant à France Télécom, élue

Entreprise française de l'année en 1994, elle a déjà remporté des contrats historiques avec l'administration suédoise. «Les Français sont heureux d'en-

lever des marchés en cassant les prix, ironise-t-on chez Telia. Mais il est impossible d'en faire autant chez eux.»

Car Telia affiche aussi de grandes ambitions européennes. Par le biais d'Unisource, groupement né d'une alliance avec les «telcos» néerlandaise, suisse et espagnole, elle a réalisé l'installation d'un réseau privé de Renault... en France. Pour gagner de nouveaux marchés, les dirigeants de Telia estiment que la privatisation de leur société constituerait un atout. Elle permettrait de mettre plus facilement sur pied des alliances et débarasserait le groupe de son étiquette nationale. Pourtant, le gouvernement social démocrate d'Ingvar Carlsson ne semble pas pressé de se défaire d'une entreprise dont les profits ne font que croître.

De notre envoyé spécial à Stockholm, Sylvain Courage ■

quarts du marché suédois et a engrangé 2 milliards de francs de profit en 1994 pour 26 milliards de chiffre d'affaires. «Nous nous efforçons de gérer au mieux la grande mutation de nos activités. Mais nous savons que nous allons perdre un abonné sur quatre dans les deux ans à venir», commente Bertil Thorgren, réaliste.

Attaquée par Tele2, qui installe ses propres lignes grâce à un contrat avec le chemin de fer suédois, Telia est contrainte de baisser ses prix (dont la progression est largement inférieure à l'inflation depuis dix ans) et développe une tarification «à la carte». «Chaque client peut choisir les trois numéros qu'il utilise le plus et obtenir 10% de réduction sur le volume de communications», explique Jan Cristoferson, directeur de la Telia Butik du centre de Stockholm. La qualité du service est aussi à l'ordre du jour. La compagnie nationale propose aux abonnés, par exemple, de choisir la date et l'heure d'installation de leur ligne. Si leur logement est déjà équipé d'une prise de téléphone, la mise en service peut aussi se faire directement depuis l'ordinateur de l'une des

106 boutiques ouvertes dans le pays. Sur un marché très mûr, les petites innovations marketing peuvent faire la différence. Un exemple : les cartes de visite des cadres suédois comportent jusqu'à cinq ou six numéros d'appel différents (téléphone mobile, «beeper», fax, téléphone professionnel et personnel). Telia propose aujourd'hui à ces «accros» de regrouper toutes leurs lignes sous un seul numéro.

Une façon de mettre de l'ordre dans une profusion à laquelle Telia n'est pas étrangère. La compagnie nationale

Dès 1981, la Suède a autorisé la concurrence sur le téléphone mobile, vendu en supermarché.



Un habitant de Stockholm sur quatre est équipé d'un mobile (ici, une pub Motorola).



PHOTOS : H. NORDSTRAND