



HANDELSHÖGSKOLAN
I STOCKHOLM
STOCKHOLM SCHOOL OF ECONOMICS

Minitel i användning

**En tjänsteresa till Paris
11 - 13 sept 1989**

**för studier av
konsekvenser på transporter
av tillämpningar i videotex**

av

**Mats-G Engström
Gunnar Eriksson
Tomas Ohlin**

28 sept 1989

27 sept 1989

Tjänsteresa till Paris, Frankrike, 1989-09-11--13

De ovan nämnda dagarna genomförde Mats-G Engström, Gunnar Eriksson och Tomas Ohlin en tjänsteresa till Paris för att studera vissa effekter av den ökande användningen av Minitel i det franska samhället.

Resan genomfördes inom det av Transportforskningsberedningen stödda projektet "Teletjänster och förändrat resande, del 2", som löper under år 1989. Inom detta projekt studeras vilka effekter på transporter av olika slag som kan komma att följa ett utvidgat bruk av olika tjänster i videotex.

Eftersom Frankrike kan visa upp den mest omfattande videotexverksamheten i världen, var det naturligt att välja Paris som resmål.

Under resdagarna besöktes ett antal företag och organisationer, som kunde peka på erfarenheter inom det intressanta området. Besöksobjekten framgår nedan.

De bifogade anteckningarna följer resans genomförande i tidsföljd. I en senare rapport kommer reseerfarenheterna att analyseras mer fokuserat på direkta effekter på transportsystemet.

Mats-G Engström
Nordplan

Gunnar Eriksson
Nordplan

Tomas Ohlin
Institut IMIT, HHS

Studieresa till Paris 9 -13 sept 1989

Resenärer: Mats-G Engström, Gunnar Eriksson, Tomas Ohlin

Lörd 9 sept	18.20	Avfärd Arlanda, AF 1125
Sönd 10 sept	-	-
Månd 11 sept	08.30	Service SA Yves Goddard, +33 1 64 61 33 10 Rue de Vieilles Vignes Croissy Beaubourg 77311 Marne la Vallée
	14.00	France Telecom Brigitte Jurga, H. Pringuet +33 1 45 64 41 48 7 Boulevard Romain Rolland 92128 Montrouge
	17.00	Telemarket Alain Taib +33 1 47 68 95 95 33 Rue Jean-Baptiste Charcot 92400 Courbevoie
Tisdag 12 sept	10.30	La Voix Express +33 1 40 10 15 00 Bernard Abessera 50 Rue Ardoin 93400 Saint-Ouen
	14.00	InterGateaux +33 1 45 04 07 20 Jean-Daniel Hamet Rue du Maillet 75016 Paris
Onsdag 13 sept	9.30	AFTEL , Gérard Ladoux, 3, Rue Bellini 92806 Puteaux CEDEX +33 1 47 73 65 61
	13.00	La Redoute Jean Pierre Masclet, +33 20 69 77 54 57 Rue Blanchemaille 59082 Roubaix Cedex 2
	19.10	Avfärd Paris, SK 572

Möte på France Telecom, 1989-09-11

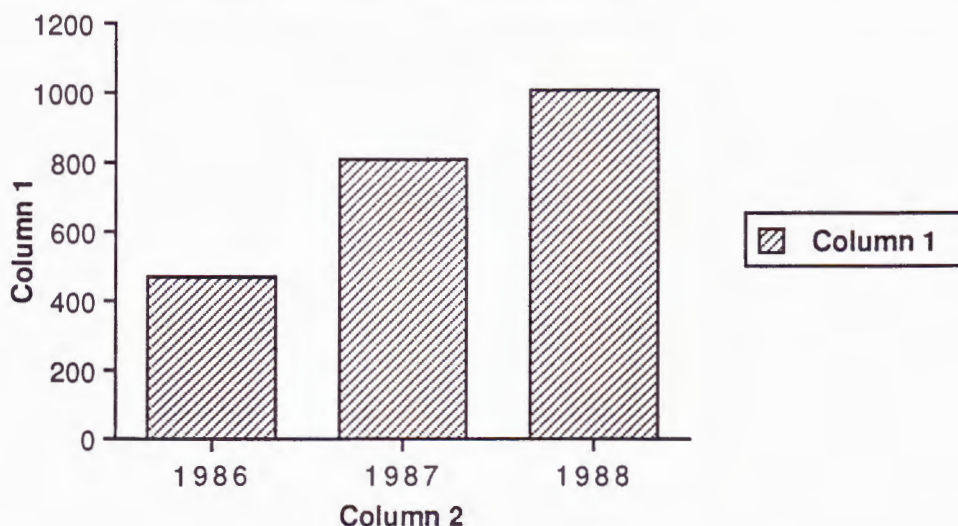
Mötet inleddes av Héléne Pringuet med en allmän introduktion rörande videotex i Frankrike. Därefter  vertog Brigitte Jurga presentationen, och gav en mycket kvalificerad och fullständig kommentar till bakgrund och situation för verksamheten på Télétel-nätet för närvarande. Båda dessa damer  r verksamma inom Direction des Affaires Industrielles et Internationales inom France Telecom. Presentationens kvalitet och uppläggning antyde att France Telecom numera fäster ökande vikt vid internationella relationer, även i sådana fall där man inte direkt har möjlighet sälja Télétel.

France Télécom har få n 156 800 anställda, och en omsättning 1988 på 88 miljarder FF. Det investeras 30 miljarder FF årligen, vilket innebär att företaget/myndigheten har 3 gånger så många anställda som svenska Televerket, och också investerar drygt 3 gånger så mycket. Man kan också i jämförelse med Sverige betona att France Telecom inte bara formellt utan också i realiteten befinner sig mycket närmare resp. kommunikationsdepartement. Man har dessutom en post- och teleminister (som för närvarande heter Paul Quil es) som intresserar sig högst tydligt för Télétel.

Sept 1989 finns 4.8 miljoner Minitelterminaler på den franska marknaden. Nya terminalmodeller presenteras, som har fler egenskaper och automatfunktioner än den vanliga modellen M1B. De nya modellerna har automatuppringning, automatinloggning, minne m m. Till alla kan kopplas smartkortl sare, kallad LECAM. En typ har denna l sare inbyggd i terminalen.

Det betonades att Télétel nu svarar för över hälften av den totala trafiken på paketen Transpac. Trafikutvecklingen framgår nedan (enl France Tel.)

Data from "Milj. Minitelsamtal"



Målet för France Telecom är att 1993 ha 8 miljoner terminaler ute i det franska samhället (5 miljoner privata, 3 miljoner professionella), med samma användning som idag, dvs ca 100 minuter per månad och terminal. Detta innebär ca 17% av hemmen.

Diskussionens vågor går i Frankrike höga kring frågan om terminalhyra för Minitel. Man har ännu inte infört terminalhyra, men råder nu andra länder att göra detta. På sikt kommer sådan antagligen att införas även i Frankrike. Då blir det antagligen - åtminstone inledningsvis - fråga om ett så begränsat belopp som 10 FF/månad. För 1990 införs dock ingen hyra för ursprungsmodellerna M1 och M1B.

Tabellen nedan återger den professionella trafikens fördelning mellan olika yrkeskategorier:

Yrkesgrupp	Andel, %
Hantverkare (Craftsmen)	27
Fria yrkesutövare (Independent professionals)	8
Bank- och försäkringstjänstemän	10
Offentligt anställda (Government)	9
Transport- och servicesektorn	18
Industrier m m (Industries and Public work)	14
Övrigt	17

Mycken statistik av denna typ publiceras - på en övergripande nivå, bl a i kvartaltidskriften La Lettre de Télétel. Det är emellertid svårt att få tag i mer detaljerad användarstatistik.

Det nya meddelandesystemet MiniCom, som France Telecom tillhandahåller sedan några månader, nås på telefonnummer 3612 via en egen VAP (Video Access Point, externdator). Personer adresseras i detta system med telefonnummer och namn. Man kommer bara att ta betalt när inkommen post verkligen läses, och då på ungefär samma tariffnivå som på 3616.

Rerouting, alltså direktkoppling mellan två eller fler tjänster utan att först logga av, införs inom kort i Télétel, men då bara mellan tjänster på samma tariffnivå. Det anses allmänt att detta är en synnerligen viktig funktion, som kommer att underlätta utveckling av nya tjänster på marknaden markant.

Ännu råder anonymitet på Télétel, dvs systemet berättar inte för en tjänsteleverantör vem en viss användare är. Det antyddes från France Telecom att detta småningom kan komma att ändras, eftersom betalfunktioner kräver att man vet vem man ska ta betalt av.

Debatten om de "rosa sidorna", alltså de som förmedlar mer eller mindre uppenbar pornografi, har numera nått därhän att France Telecom funnit för gott att "anmoda" tjänsteföretagen att bryta förbindelserna med (disconnect) sådana användare som deltar i distribution av oetisk information (knark, hårdporr osv).

Det franska företaget Matra har redan på marknaden en modell av en Minitel (med flat skärm), som man kan montera in i vissa franska bilar. Ännu är det dock dyrt att ringa från/till mobiltelefoner i Frankrike. Kopplingar finns till automatisk utskrift där så är möjligt.

Mötet blev avslutningsvid något kortare än avsett. Trots att den mot France Telecom kritiska rapporten från Cour de Comptes (motsv. Riksrevisionsverket) redan varit publicerad och kommenterad på många håll, så märktes en viss irritation över frågor i anknytning till denna rapport. Även enkla frågor om synpunkter på vissa delar av kritiken möttes av suckar om att "vi på France Telecom minnsann gör så gott vi kan". Man ansåg Cour de Comptes vara ute i ogjort väder, och var klart ovillig att diskutera rapporten vidare. Man tycktes närmast prioritera metoden att ignorera den.

Besök hos Service SA, 1989-09-11

Service SA, som vid mötet representerades av informatikchefen Yves Goddard, är ett Philipsföretag som säljer reservdelar till fackmän (återförsäljare) och utför reparationer.

1982 hade man decentraliserad lagerstruktur, med regionala lager i en rad städer i landet.

Ett stort problem med lagerhållningen var informationsöverföringen. Informationen gick från kunden till regionlagret, vilket, i de fall varan inte fanns i lager, i sin tur vidareförmedlade informationen till centrallagret i Paris för effektivering och leverans via regionlagret. 1986 tog det normalt 5 dagar att få en beställning levererad.

Man genomförde därför en lagerrationalisering, där regionlagren med ett undantag togs bort (Lille). Varorna grupperades efter omsättning i klasser från 1 till 6. Klass 1 har högst omsättning. Varorna i klasserna 1 till 2 finns i Lille. I Parislagret återfinns varor tillhörande klasserna 1 till 5 medan de produkter med lägst frekvens överhuvud taget inte lagerhålls i Frankrike. De beställs direkt från Eindhoven, Holland.

Då Philips tillverkade Minitel-terminaler låg det nära till hands att se huruvida Minitel-systemet gick att använda för att lösa informationsproblemet. Man delade gratis ut Minitel-terminaler till återförsäljarna så att de skulle kunna göra beställningar direkt till lagret i Paris, varifrån sedan leverans kunde ske. Hösten 1989 har man 6 000 kunder. Ca 10 000 orderrader behandlas per dag. 80% av beställningarna sker via Minitel, medan de övriga 20% sker via telefon eller på annat sätt.

Resultatet av dessa förändringar har bl a blivit att en vara som beställs före kl 18 en dag normalt kan levereras innan kl 20 dagen efter.

Orderregistrering är huvudfunktionen i detta system, men det kompletteras successivt med ytterligare tjänster, t ex annan produkt- och leveransinformation. Hittills har systemet varit gratis för användarna, men man funderar nu på att börja ta betalt.

Ett strukturellt och långsiktigt problem för företaget var/är att antalet reparationer liksom reservdelsförsäljningen minskar i takt med att produkterna blir bättre (hållbarare), enklare (består av färre komponenter) och får kortare livstid (snabbare blir omoderna). Företagets marknad krymper. Det faktum att produkternas livslängd minskar medför även

problem för reparatörer och försäljare, de får allt fler produkter som de behöver olika former av manualer till.

Mot den bakgrunden började man 1984 utarbeta teknisk dokumentation för både användande och reparation. Den sistnämnda tjänsten har nu formen av ett expertsystem för reparationsdiagnostik. Systemet ställer frågor som besvaras av kunden, varigenom felet identifieras. Systemet ger också reparationsanvisningar. Informationen sänds över Télétel kompletterat med en bild som sänds separat (på det snabbare nätet Numeris). Man har planer på att bygga ut systemet så att man kan samköra Télétel (text) och Numeris (bild).

Det tar normalt en månad att utveckla ett expertsystem av denna typ för en viss produkt. Ytterligare en månad efter det att produkten lanserats, finns också tillhörande expertsystem tillgängligt.

I framtiden är målsättningen att man helt ska slippa skicka skriven information till försäljare och reparatörer. Man har emellertid fortfarande inga planer på att utveckla system som är direkt anpassade för rena privatpersoner.

Möte hos Télémarket, 1989-09-11

Télémarkets utveckling föredrogs av Alain Taib. Företaget ägnar sig åt teleköp med beställningar via Minitel eller telefon, och har existerat sedan 1985. Det kan visa upp följande omsättningsutveckling:

1986	7 MF
1987	29 MF
1988	60 MF
1989	80 MF (till sept 89)

Trots denna positiva utveckling har man funnit för gott att gå ihop med konkurrenten Caditel, och att sommaren 1989 tacka ja till samgående med Monoprix/Galeries Lafayette (51% av aktierna har övertagits). Detta är en utveckling som är kännetecknande för flera av de ledande teleköpföretagen, de finner det nödvändigt att arbeta vidare från en betydligt stabilare ekonomisk plattform än tidigare. Koncentration är därför kännetecknande för teleköp-marknaden för närvarande. Lycksökandets tid är över.

Antalet kunder (definierade med minst en beställning per år) var vid början av 1989 ca 30 000 st. Man siktar åt 100 000 kunder 1992-93, med en omsättning då på ca 300 MF. Investeringar år 1988 gjorda med 30 MF.

Under 1988 var den genomsnittliga frekvensen per kund en beställning var tredje vecka. Varje order omfattar f n ca 60 rader. Köpebeloppet har ökat:

1986	550 F
1987, jan	580 F
1987, dec	770 F
1988, jan	780 F
1988, juni	850 F

Man genomför normalt två enkäter per år. Vid enkäten i juni 1988 framkom tydliga uppgifter om kännetecknen för den genomsnittliga kunden:

Kön	kvinnor	73%
Ålder	26 - 40 år	56%
	55 -	7%
Familj	2 vuxna	75%
	1 - 2 barn	50%
Inkomst	10 - 29000F	57%
Kreditkort	minst ett	95%
Har Minitel	ja	78%

Denna kundprofil indikerar att ett viktigt försäljningsargument är att kunden vinner tid genom att handla hos Télémarket. För detta accepterar (tydligen) kunderna att betala de 10% extra som Télémarket tillämpar. En fundamental egenskap är att leveranserna är säkra - inget får helt enkelt klicka. Kvaliteten är också enligt uppgift genomsnittligt högre än i många vanliga affärer.

Man annonserar med förhållandevis konventionella metoder, satsar på försäljning via sin katalog. Inga dynamiska (datorstyrda) annonser, få kampanjpriser används dessutom. Prissättningen är tydligt "enkel".

Varusortimentet omfattar mat och hygienvaror av stapelvarutyp, plus färskvaror, frysta varor och drycker. Inga system för returglas används. Pappkartonger samt blå frysboxar används vid leveranserna. Öl och färskvaror levereras samtidigt.

För de två ordermetoderna (telefon och Minitel) gäller att man prioriterar:

- Telefon (fn 60%) om man vet precis vad man vill beställa
- Minitel (fn 40%) om man vill tänka & informera sig i samband med köpet

Telefonväxeln är öppen måndag - fredag kl 8 - 22, samt lördag - söndag kl 8 - 14. Minitelbeställningar tas emot 24 timmar per dygn alla dagar. Den första gången som en order ges tar det ca 15 minuter, men redan den 4:e gången är ordergivningstiden nere på 7 minuter.

Man åtar sig att leverera på kvällen om ordern kommit in på förmiddagen. Målet i detta sammanhang är att kunna leverera 3 timmar efter order.

Leverans av varor sker med hjälp av 40 (med invändiga bås försedda) skåpbilar (VANS), med enhetligt utseende. Kunden ska känna igen sig när bilen och "bilmannen" kommer. Bilarna är till hälften köpta, och till hälften hyrda. Leveranstiderna är:

Måndag - Fredag	kl 15 - 18 eller kl 17 - 20 eller kl 19 - 22
Lördag - Söndag	kl 9 - 13

Den verkliga leveranskostnaden är 70 FF. Man tar emellertid bara betalt 35 FF för leverans - förutsatt att kunden är hemma vid avtalad tid. Vid återbesök för att leverera utgår en tilläggsavgift på 30 FF.

Leverans kan än så länge bara ske inom staden Paris med förorter, samt inom närliggande smärre städer. Ett enda centralt lager används, i Orly söder om Paris.

Kunderna betalar med kreditkort, eller med Galeries Lafayettes speciella kort. Det går också bra att betala med smart card, via läsaren LECAM. Man kan också betala med check, med exakt rätt belopp.

Télémarket är intresserat av den svenska marknaden, och är öppet för lämpligt samarbete med svenska intressenter.

Möte hos InterGateaux, 1989-09-12

Mötet leddes av presidenten för MCH Finances, Jean-Daniel HAMET, som har ett huvudägarande i företaget InterGateaux. Han är VD för InterGateaux.

Detta företag, som startade 1987, utför en väl definierad sk värdeadderande tjänst, i och med att det förmedlar information från bagerier (patisserier) till kunder som har behov av tårter. Omsättningen är:

1988 1.2 MF

1989 6 MF

Man har siktet inställt på att åtminstone nå samma omsättning som blomsterföretaget InterFlora, som för 1988 i Frankrike uppnådde 60 MF.

InterGateaux' verksamhet äger rum på följande sätt:

Man har träffat avtal med ett antal bagerier, som mot en engångsavgift på FF 4000 vardera får plats i InterGateaux' databas, som är åtkomlig via Minitel. Antalet bagerier var sept 1989 drygt 200 st, och antalet ökar starkt, är "snart uppe i 1000 st". Man väljer enligt uppgift de "bästa bagarna" i de större städerna i Frankrike.

Vem som helst, privatperson såväl som företagsrepresentant, som via sin Minitel sätter sig i kontakt med InterGateaux kan där skriva in beställningar av de tårter som finns till salu. En direktförmedling sker till vald bagare i respektive mest näraliggande geografiskt område.

Kunderna har under de första åren i första hand varit företag, som gör beställningar av ofta tämligen stora mängder tårter till jubiléer, reklamkampanjer, kundkontakter m m. Dessa tårter beställs då ofta med företagets i fråga "logo" i marzipan eller liknande på framträdande plats på tårtan. Exempel fanns med Volvo, Kodak med flera i bjärt marzipanfärg. Man ansåg från InterGateaux inte att grafik var nödvändig på terminalen för att saluföra de olika sorterna tårter. Korta textbeskrivningar på ett par rader per sort var tillfyllest.

Bagerierna ordnar själva med leverans till kunden. De har i flera fall etablerat löpande kontakt med speciella leveransföretag, som bl a disponerar skåpbilar (VANS) för ändamålet.

Kostnaderna för kunden ligger i storleksordningen mellan 150 FF och 250 FF per tårta. Till detta läggs InterGateaux' fasta påslag, som är 68 FF. En genomsnittlig order är i storleksordningen 700 FF. Detta belopp är för närvarande i ökande.

För att påminna varje bageri om att en beställning är gjord till detta bageri, har InterGateaux en personator som ringer upp bageriet och med automatröst meddelar att bageriet har en beställning som är gjord via Minitel. Bageriet slår då på sin Minitel och finner beställningen till sort, omfattning, adress m m.

Att klara beställningar och leverans helt via telefon ansågs "jobbigt", eftersom kunden då inte har samma överblick över utbud och kostnader m m.

Som motto för verksamheten angavs "kvalitet och säkerhet". Detta anser man som viktigare än att sätta enbart volymsökning i första hand.

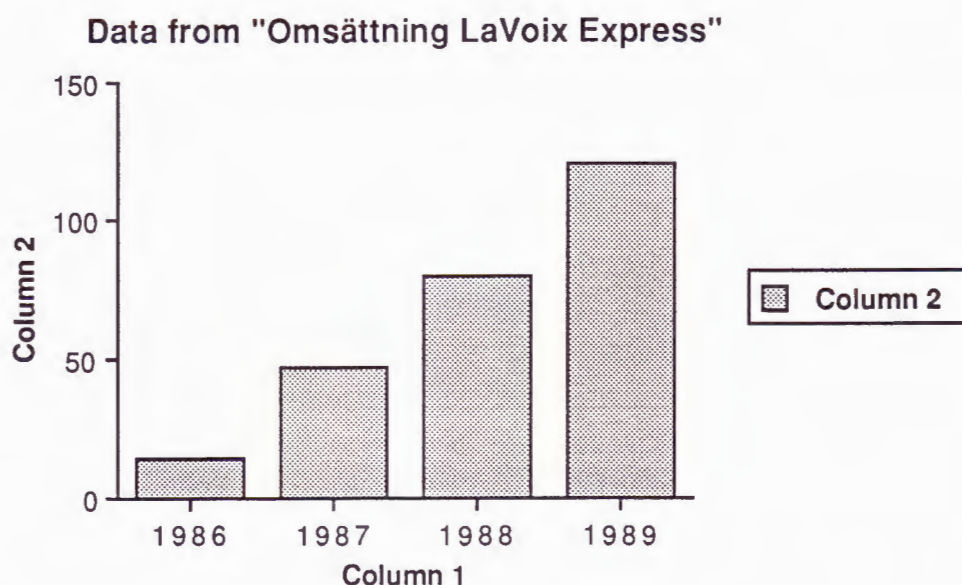
InterGateaux har ännu ingen konkurrens på den franska marknaden. Man kan dock tänka sig att samarbete med företag som levererar vissa andra varor, t ex drycker. Redan nu kan man av många bagerier beställa champagne samtidigt som tårtorna. - Det finns skillnader mellan Frankrike och Sverige!

Möte på La Voix Express, 1989-09-12

La Voix Express, som vid mötet representerades av Bernard Abessera, är ett företag som bl a via Minitel marknadsför och levererar dagligvaror. Sortimentet omfattar hösten 1989 ca 2 500 artiklar, vilket är ungefär samma mängd som ett år tidigare. Kunderna utgörs av hushåll och företag. Information om sortiment och priser förmedlas dels via Minitel, och dels i en tryckt katalog (färgtryck, drygt 150 sidor). Leverans av varor sker (ännu) endast inom Parisområdet.

1987 gick man samman med tidningen le Parisien Libéré, som då drev den största externdatorn i Télétel.

Företaget är inne på sitt fjärde verksamhetsår. Omsättningen har växt kraftigt under dessa år (se nedan). Företaget går dock ännu 1989 med förlust, och räknar med vinst först 1991.



Figur 1. Omsättning för La Voix Express, Miljoner FF.

Under 1989 gör företaget endast mycket begränsad marknadsföring i form av annonskampanjer eller liknande. Man har dock tidigare genomfört en radioreklamkampanj och man har delat ut direktreklam till hushåll i selekterade "välbeställda områden". Man använder sig inte av "dynamiska annonser" (dvs annonser som är föränderliga över tid och kundbeteende).

Beställningar via Minitel kan göras dygnet runt, medan telefonbeställningar endast kan göras dagtid. Kunden debiteras ingen samtalsavgift vid telefonbeställningar, medan hon/han får betala trafiken vid Minitel-beställning. Den är dock där oberoende av geografiskt avstånd.

När verksamheten drogs igång, skedde naturligt nog en mycket liten del av beställningarna via Minitel, medan en stor majoritet utgjordes av telefonbeställningar. Andelen Minitel-beställningar har dock vuxit successivt.

Tabell. Beställningarnas fördelning mellan Minitel och telefon.

	1986	1989	1990 (prognos)
Minitel	9	13	20 (ökande)
Telefon	91	87	80

Man tror att andelen Minitel-beställningar efter 1990 kommer att stabiliseras på en nivå något över 20 %. Ett skäl till att telefonen dock även långsiktigt kommer att ha stor betydelse är att de franska kunderna uppskattar personliga kontakter. Mot detta talar emellertid det faktum att kommande generationer kommer att vara mer vana vid att hantera Minitel.

Företaget har ca 17 000 kunder i sitt register. 9 000 av dessa är att betrakta som "stamkunder". Hösten 1989 är ökningen av antalet kunder ca 700 per vecka.

Under 1988 genomförde man en marknadsanalys då man tillfrågade 2500 för hela franska samhället representativa personer. Man anser sig nu veta rätt väl hur kundprofilerna ser ut. Den typiske kunden är höginkomsttagare med barn, medan ca 12 % av omsättningen enligt uppgift är att hänföra till grupperna äldre samt handikappade (de synskadade har tillgång till tjänsten via en särskild "blindkatalog").

En Minitel-beställning tar ca 2 - 3 minuter. Genomsnittsordern omfattar nära 75 varor, och har ett värde av ca 750 FF. Detta uppgavs vara 3 ggr så mycket som en normalkund handlar på ett snabbköp. Genomsnittskunden handlar var 3:e vecka. Hösten 1989 har Minitel börjat användas särskilt mycket av företagskunder.

Försäljningen fördelas mellan olika varukategorier enligt följande:

Färsk- och frysvaror	30 %
Stapelvaror	30 %
Dryck	25 %
Verktyg, tvättmedel, övrigt	15 %

Beställningar via Minitel är inte förknippade med nämnvärda rörliga kostnader, och är därför billigare för företaget än telefonbeställningar.

Prisnivån ligger ca 10 % högre än i de genomsnittliga snabbköpen. För leverans debiteras kunden dessutom en distributionsavgift på 40 FF (den var ursprungligen 30 FF). Denna leveransavgift är oberoende av varumängd. I takt med att omsättningen växer kommer även prisnivån att sjunka. Man har övervägt lägre pris redan tidigt, men övergett detta.

Distributionen sker med 25 egna skåpbilar som är långtidsleasade. Chaufförerna är anställda av det egna företaget. Man ser dessa som nyckelpersoner - de är företagets ansikte utåt - och vill därför ha dem nära knutna till organisationen. Vid behov hyr man dock in transporter utifrån.

För distributionen har man delat in Paris i sektorer. Lagerhållningen är centraliserad. Chauffören får en lista på adresser att leverera till, och bestämmer sedan själv i vilken ordning han vill klara av leveranserna. Beställningar som sker före kl 11 levereras samma dag. Kunden måste då själv vara hemma, eller också t ex ha bett portvakten om hjälp att ta emot varorna. Vid 2 % av leveranserna är ingen hemma för att ta emot. Då återkommer man dagen efter, varvid kunden debiteras en tilläggsavgift.

Frysvaror levereras i särskilda boxar, som i samband med leveransen omedelbart återtas av chauffören. Eftersom den genomsnittliga leveransen kostar företaget 65 FF, innebär leveransavgiften 40 FF att man här gör förlust.

Företaget är inte i första hand intresserat av att expandera till andra städer i Frankrike. Man tror dock snarare att andra storstäder som London eller Stockholm vore intressanta.

I framtiden kan det bli aktuellt att utnyttja ISDN för att komplettera dagens skrivna information i Minitel med bilder. Den stora fördelen med detta vore då att man skulle slippa utforma, trycka och leverera kataloger.

Besök på AFTEL, 1989-09-13 (Association Francais de Télématique)

AFTELS generalsekreterare Gérard Ladoux gav en presentation av organisationen. AFTEL är en branschförening som varit verksam sedan 1981, och som disponerar lokaler hos medlemsföretaget SEGIN. AFTEL samlar 150 medlemsföretag inom telematikområdet eller "informationsindustriområdet" - vilket i Frankrike är mycket vidsträckt. AFTEL kan i Sverige sägas motsvara "användarföretagsammanslutningen" Riksdataförbundet-Svenska Samfundet för Informationsbehandling-Svenska Dataföreningen (vilka befinner sig under samordning hösten 1989).

En uppgift för AFTEL är att representera medlemsföretagen i relation till France Telecom. Vidare tillhandahåller man organisatorisk service, rättslig rådgivning m m. Man har arbetskommittéer inom områdena: Rättsfrågor, Audiotex, Rerouting, IBM-utrustning, Internationella frågor, samt UNIX (håller på att startas). Man ordnar också specialistkonferenser, ofta med finansiell framgång.

AFTEL representerar Frankrike i den internationella videotextorganisationen IVIA (International Videotex Industry Association). Gérard Ladoux utför också sekretariatsfunktioner åt denna organisation.

Gérard Ladoux är naturligt nog mycket välinformerad om utvecklingen kring videotext i bl a Frankrike. Han ger ett antal kommentarer om denna:

Kvantiteterna meddelandeväxling av det lättare slaget håller f n på att minska, delvis på grund av en kampanj från många berörda i riktning åt mer etisk och moralisk hållning på telenäten. Antalet användare av Minitel som är professionella och erfarna är i stället i ökande. Totalt sett innebär dock detta en viss minskning av Minitelanvändningen per terminal, vilket bekymrar många tjänsteföretag. Allt tydligare blir att det är svårt, mycket svårt att sälja "ren" information, utan transaktionstjänster.

Införandet av funktionen "rerouting" anses allmänt vara viktigt, flera företag har redan börjat gruppera sig kring viktiga kundgrupper. Ladoux pekar på att bankerna är naturliga samverkanspartner i samband med rerouting. Bankerna har tillsammans redan ca 9% av hela Télételtrafiken, en andel som kan komma att öka ytterligare.

Teleköp via Minitel ökar, men enligt AFTEL tämligen långsamt, eftersom sådan ökning omfattar förändrade sociala mönster. Västtyskland är antagligen snabbare än Frankrike på att ta till sig teleköp per videotex.

Den omtalade kritiken mot France Telecom av la Cour de Comptes antogs av Ladoux vara mer av principiellt än omedelbart praktiskt värde. Cour de Comptes har räknat väl kortsiktigt, och dessutom inte tagit hänsyn till industriella, sysselsättningsmässiga m fl effekter, som måste anses vara av värde i sammanhanget. Rapporten visar "en revisors" syn på teletjänster.

Cour de Comptes ger årligen ut sådana rapporter, och har tidigare kritiserat många andra företeelser i det franska samhället, transportsystemet, forskningen osv. France Telecom är sålunda ingalunda ensam. Trots detta har post- och teleminister Paul Quilès funnit det nödvändigt att både i tal och skrift påtala den begränsade räckvidden för Cour de Comptes' kritik.

Cour de Comptes framförde förslaget att France Telecom skulle ta ett ökat ansvar för de tjänster som förmedlas på Télétel, bl a för att kunna hålla bättre överblick över betalningar som förmedlas via nätet. France Telecom har dock tackat nej till detta, med instämmande från bl a AFTEL.

Ladoux hävdade avslutningsvis att audiotex enbart kan klara av en del av alla de tjänster som videotex rent tekniskt kan klara. Han är därför optimistisk till framtiden för Minitel.

Möte med Jean-Pierre Masclet, La Redoute, 1989-09-13

La Redoute är ett av de ledande postorderföretagen i Frankrike. Det marknadsför ca 40 000 olika produkter och hade 1988 en omsättning på 8 miljarder FF. Jean-Pierre Masclet är direktör för avdelningen "informations-system" inom företaget, som fysiskt befinner sig i Robaix, nära Lille.

Företagets försäljning utgörs för till 60% av kläder, medan återstoden till stor del rör "hårda varor" som teknisk apparatur (radio, TV ...) och möbler.

Inom branschen märks för närvarande en tydlig koncentration och internationalisering. En pådrivande faktor bakom den utvecklingen är starten av EG-marknaden 1992. La Redoute bedriver redan verksamhet i Italien och Portugal. 1990 startar man i Spanien. Enligt uppgift fanns det personer i företaget som önskat att man kunnat köpa upp Ellos. La Redoute har självt blivit uppköpt av den stora kedjan Printemps år 1987. Två mindre konkurrenter har därefter köpts upp under 1989.

Marknaden är expansiv, La Redoutes omsättning ökar med 6% per år. Företagets produktkatalog finns att köpa överallt i landet, för 28 FF. Den är glattig, men omfångsrik och tung.

Företaget har 8 miljoner kunder (15 miljoner personer i sitt kundregister). Generellt sett har man inte satsat på att skaffa sig djupare kunskaper om kundstrukturen. Man vet emellertid en hel del:

- Den genomsnittlige kunden gör beställningar 2 - 2.5 ggr per år. Genomsnittsförsändelsen är värd 400 - 500 FF.
- Beställningar görs på tre sätt:
 - * Via telefon till Robaix, Lille eller till något av företagets satellitkontor. Största delen av kunderna kan ringa lokalsamtal till företaget. Ca 55 - 60% av antalet order kommer denna väg. Många föredrar telefon då det ger tillfälle till en personlig kontakt.
 - * Via Minitel sker 12 - 13% av beställningarna, vilket motsvarar 5 000 till 10 000 order per dag. Totalt sker ca 25 000 uppkopplingar dagligen till Télétel. Vissa kunder tittar på sortimentet via Minitel, för att sedan göra beställningen på annat sätt. Andelen Minitelorder ökar.
 - * Per post sker ca 30% av beställningarna.

Leverans av varor som beställts sker normalt inom 48 timmar från det att ordern registrerats. Leveranskostnaden är oberoende av transportväg.

Prisnivåerna ligger normalt under de mindre affärernas priser, men över de stora varuhusens. Kunderna debiteras en leveransavgift på 15 FF.

Ca 40% av leveranserna distribueras vanligen av företaget självt. Det sker med hjälp av ca 900 egna skåpbilar (VANS). Vid sidan av detta egna distributionssystem används främst post. För större sändningar använder man sig dock av järnväg. Tack vare det egna distributionssystemet kan man klara leveranserna även vid strejker av olika slag - något som Masclet betonade som en viktig faktor för ett företag av La Redoutes typ.

Postordermarknadens expansion beror knappast på införandet av Minitel. Denna nya kommunikationsforms betydelse är snarast att den ökar medvetenheten hos kunderna, och att den reducerar kostnaderna för resp företag. Masclet angav att kostnaderna för en Minitel-order är ca 1% lägre än andra betalningsformer, motsvarande ca 5 FF per sändning. (Andra med La Redoute konkurrerande postorderföretag anger större skillnad mellan Minitel-order och order på annat sätt).

Användning av Minitel kan dock också få till effekt att kunden kan "impuls-handla" på ett annat sätt än vid traditionell postorder.

La Redoute bedriver för närvarande inga experiment med att utveckla elektroniska postorderkataloger, med bild mm (t ex baserat på CD-ROM). Man anser att sådan teknik ännu är för dyr. Masclet nämnde att man kanske på 5 - 10 års sikt skulle börja använda HDTV för distribution av reklam och information, och på 10 - 15 års sikt sannolikt gå över till ISDN.

Postorderverksamhet är expansiv i flera länder i Europa, särskilt välutvecklad är den i Västtyskland. Frankrike och England kommer dock nära efter.