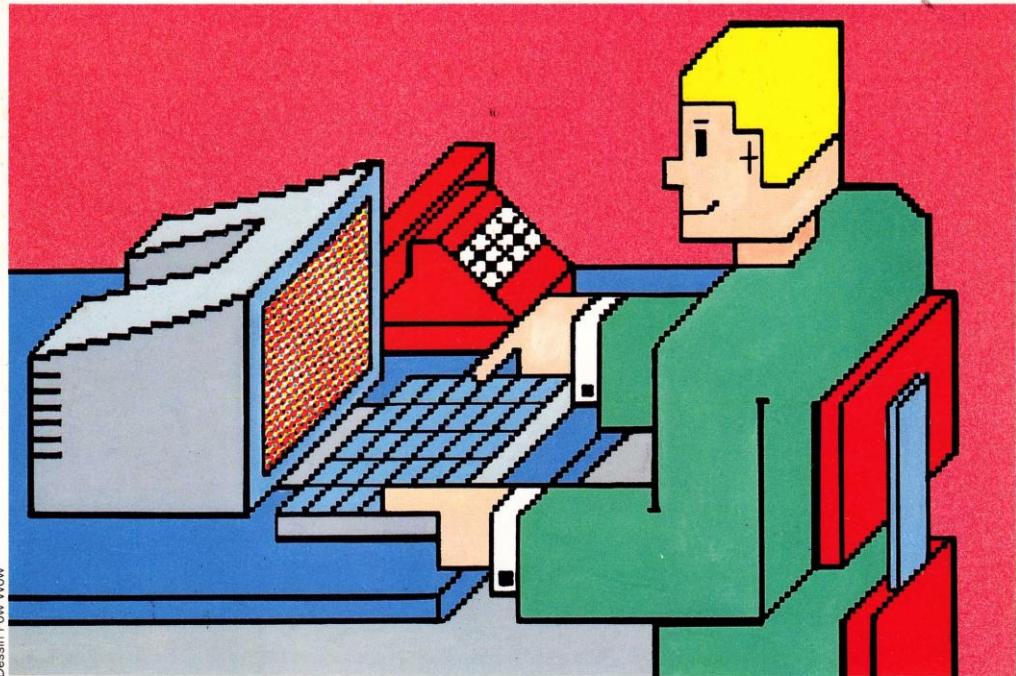


TELEDICO



UN DICTIONNAIRE A VOTRE SERVICE 24H SUR 24.

Le Minitel ? Un virus plein de "puces" (électroniques) qui envahit la France. En fait, un véritable terminal d'ordinateur. • Télétel ? Un nouveau média, appelé à un immense développement et dont Minitel est le vecteur. • Dans cet univers neuf et passionnant de la Télématicque, une vedette fait son apparition : Télédico. • Télédico vous concerne... Tournez la page.

SOMMAIRE

- Le Minitel ? Une maxi révolution (page 2)
- Un dico électronique gratuit ? Le pied ! (page 3)
- Votre pub dans Télédico ? A ne pas manquer (pages 4 et 5)
- La facturation la plus juste (page 5)
- Une banque de données payante ? Rentable ! (page 6)

• Minitel pour tous ? Oui, mais... (page 7)

• Télémappresse ? Une S.A. branchée ! (page 8)



*un nouveau média à saisir
pour tous les leaders*

TELEMAPRESSE

une S.A. branchée ! Contact !

Il faut savoir être les premiers ! Nous l'avons voulu, vous pouvez être les premiers à en profiter... Nous vous proposons un nouveau mode de contact avec vos clients actuels ou potentiels : prenez contact avec nous et nous établirons une ligne directe entre vous et eux **Télémapresse** ? Une nouvelle presse, la presse de l'an 2000 d'ores et déjà à votre service. Une presse qui passe par le téléphone et par l'écran vidéo. **Votre** nouvelle presse, **votre** nouveau média.

Télémapresse ? un média branché sur le réseau PTT et sur l'informatique. Une S.A. toute neuve mais qui a "de la branche".

Crée en 1984, Télémapresse est une S.A. jeune qui entretient des liens très étroits avec la société Noosphère (créeée en 1981), laquelle édite la revue *Traitemet de Texte*. Parmi les autres actionnaires de la S.A. Télémapresse (au capital de 300 000 F), citons : Micro-Journal (qui édite en particulier *Reproduire*), Hemmerlé, Télématex, etc.

Le P.D.G. de la S.A. Télémapresse, **Pierre Berger**, 46 ans, est aussi son fondateur et fut le fondateur de la S.A.R.L. Noosphère. Rédacteur en chef depuis 10 ans dans la presse informatique, il occupa précédemment des postes à responsabilités au siège d'une société d'assurance (une garantie !).

Cet ancien scout a un violon d'Ingres, la peinture, et un dada, la déontologie du fonctionnement de la presse professionnelle. Participant depuis de nombreuses années aux activités de l'AF CET, Pierre Berger est un des "penseurs" du vaste et passionnant problème posé par l'adaptation de l'homme moderne à l'informatique (et inversement !).

Robert Clamart ("Bob" pour nous) est à la fois un informaticien de haut niveau, âgé de 38 ans, et un amoureux du tennis.

Au sein de la société SPERRY-FRANCE, il a assuré le démarrage et la maintenance de grands sites Sperry. Notamment, pour le CCSA (Centre de Calcul Scientifique des Armées), un tri-processeur 1110 + deux 1108 en frontaux ; pour la SNCF, un tri-processeur 1100/83 ; pour la SHELL, un tri-processeur 1100/82 ; etc. (la liste de ses interventions est trop longue pour ne pas être fastidieuse. Citons quand même, entre dix autres, le développement d'interfaces de communications avec les cabines de simulation de vol des avions de chasse pour le CELAR).

Partenaire de Télémapresse, en sa qualité de PDG de Télématex, il met à votre disposition (à votre dispo-

sition !) **un ordinateur Sperry 1100 d'une capacité de 3 millions d'octets** en mémoire centrale et de 3 milliards d'octets sur disques. La programmation comporte une gestion de base en Mapper complétée par des routines d'exploitation et de télécommunication en langage d'assemblage.

Cet administrateur "fou d'informatique" est la cheville scientifique de Télémapresse. Dès qu'il commence à parler technique avec Pierre Berger, nous respectons leur travail... en allant "prendre un pot".

Catherine Le Cellier, 30 ans, qui assume depuis sa création la responsabilité de la régie publicitaire de la société Noosphère, assure également, désormais, avec son équipe, la régie publicitaire de Télémapresse. Son hobby ? Les voyages ! Son souci constant ? La qualité du message (de **votre message**).

Le conseil d'administration de Télémapresse bénéficie, en outre, des compétences de deux autres actionnai-



Pierre Berger

Robert Clamart

res : Hubert Greffe et Louis Hemmerlé.

Louis Hemmerlé dirige une entreprise familiale fondée en 1833. Cet homme d'expérience, dépositaire d'une longue tradition de sérieux, habitué à assurer aux clients (fidèles mais exigeants) de son imprimerie (120 collaborateurs dans le Groupe Hemmerlé) un service maximum, nous fait constamment (et judicieusement...) revenir à une question simple "Que faire pour donner satisfaction à nos futurs clients ?".

Cet administrateur de 50 ans, qui se sent concerné par la formation des jeunes et participe activement, pour cette raison, au fonctionnement de l'AFPIG (Association pour la Formation Première des Industries Graphiques), est un élément de tempérisation dans une équipe tournée de toujours "aller de l'avant".

Hubert Greffe, 35 ans, ingénieur INPG, est consultant en organisation. Nous avons beaucoup d'idées mais nous ne voulons pas oublier les contraintes de la gestion : cet administrateur passionné de voile, qui maîtrise les chiffres et les ratios, est un élément... précieux. Des âges différents, des compétences variées, des centres d'intérêts diversifiés, une complicité totale : la recette pour une bonne équipe, le bon dosage pour diriger une société prête à faire ses preuves.

Bref, des gens sérieux, cool, compétents, au top-niveau... et à votre service. Qui ont décidé de ne pas s'ennuyer et de ne proposer que des produits performants.

Télémapresse ? Une ligne ouverte sur l'avenir et sur des marchés prometteurs.

TELEMAPRESSE : 35, rue Saint-Georges - 75009 PARIS

MINITEL POUR TOUS ? *oui, mais...*

vos clients seront les premiers à utiliser Minitel !

D'ici quelques années, tous les foyers français seront équipés d'un *Minitel* et cet outil deviendra progressivement d'un usage aussi banal que le téléphone lui-même. Ce constat de base mérite pourtant d'être complété par plusieurs remarques :

1 Il faudra plusieurs années pour que les utilisateurs prennent, dans leur majorité, l'habitude de passer leurs commandes, régler leurs problèmes bancaires, réserver leurs billets d'avion, s'informer des programmes télé (etc. !) par le truchement de leur *Minitel*.

2 **Dans un premier temps, l'utilisateur moyen** joue avec son *Minitel*, explorant ses possibilités, puis le délaisse plus ou moins avant d'en faire un usage rationnel et automatique (résultat des enquêtes après le test de Vélizy). Pour cette raison, **les messages présents sur Minitel dans cette brève phase de découverte bénéficient d'un impact exceptionnel** (qui ne se renouvelle pas). Les premiers annonceurs présents (disons dans la période 1984-1986) profitent donc auprès de chacun des nouveaux utilisateurs d'une **formidable prime à la nouveauté**. Pour chaque utilisateur, cette prime, due à la curiosité et au plaisir de la découverte, s'épuise très vite... mais l'installation des *Minitels* se faisant mois après mois, son effet, lui s'étale dans le temps.

Dans l'immédiat, c'est cet "effet-ln" qui rend très intéressante la présence des messages publicitaires sur *Minitel* pour tous les annonceurs (y compris ceux qui s'adressent au "grand public").

Seule l'expérience dira quelles relations entretiendra le "Français-moyen" avec son *Minitel* et les messages qu'il véhiculera. Une appréciation sérieuse ne pourra être apportée que lorsque *Télétel* rendra tous les services pour lesquels il est prévu et que l'habitude aura été prise d'en profiter.

3 **Pour les nouveaux utilisateurs**, il faut raisonner en fonction de l'effet de curiosité ; du moins pour les particuliers. Le problème est totalement différent pour les entreprises, pour les commerçants, les professions libérales, etc. pour lesquels *Télétel* devient déjà un **outil de travail** (abonnement aux banques de données spécialisées, interconnexion avec le réseau informatique interne, programmes spécifiques par profession, etc.).

Dans cette perspective, la présence d'un message publicitaire destiné à un public professionnel ciblé est d'un **rendement sans équivalent**.

Toutes les professions sont, à moyen terme, concernées... mais.

4 Mais il est d'autant plus nécessaire, pour un annonceur, de bénéficier très vite de ce média, que cet annonceur s'adresse à une ou des cibles qui sont parmi les premières utilisatrices de *Minitel*. C'est évidemment le cas de toutes les branches liées à l'informatique, la bureautique, etc. Ne serait-ce que parce que ces consommateurs sont d'ores et déjà familiarisés avec l'usage d'un clavier ou d'une console, la cohabitation avec l'écran vidéo, la logique d'un "menu" de consultation informatique, etc.

5 Conclusion ? Télédico est un média d'un fantastique intérêt. Nous le croyons. C'est notre pari et ce peut être le vôtre.

Soyez au rendez-vous !

LES ACTIONS DE LA D.G.T. EN DIRECTION DES ENTREPRISES

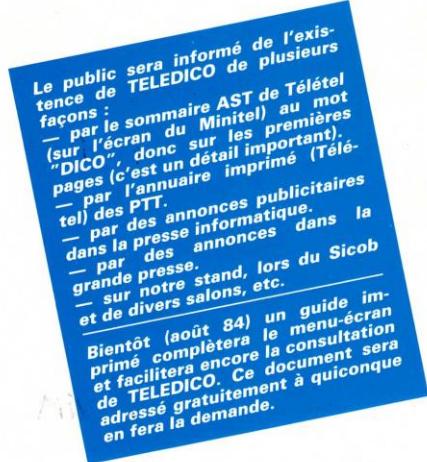
La DGT s'est mise à la disposition des entreprises qui souhaitent développer un service *Minitel "interne"*, couplé avec le service grand public. Elle peut les conseiller quant au choix d'un fournisseur de services, qui leur apportera l'usage d'un ordinateur en temps partagé, ou pour le choix d'un ordinateur propre à l'entreprise. Les possibilités ? Journaux internes à l'entreprise, messagerie interne, annuaire électronique des membres du personnel, information des clients de l'entreprise, relation avec les forces de vente (gestion des stocks, prises de commandes, comptabilité en temps réel, banques de données internes, liaisons entre les différentes implantations de l'entreprise, avec les concessionnaires, etc.). Les applications sont à peu près illimitées !

UNE BANQUE DE DONNÉES PAYANTE?

Les rubriques "payantes" de Télédico et de Dico Service seront accessibles aux utilisateurs qui, nous auront demandé un code confidentiel. Ce service leur sera facturé mensuellement (abonnement + durée totale des consultations dans le mois). Les PTT, eux, ne leur factureront qu'une unité par consultation, quelle que soit sa durée, par incrémentation du compteur. Ces rubriques apporteront une réponse "pointue" à de multiples questions.

Progressivement, ce service fonctionnera sur le mode inter-actif (dialogue "homme-machine" en temps réel) : **notre ordinateur criblera** les critères de recherche du consultant et lui apportera directement les réponses précises et utiles en fonction de ses besoins. Le service payant sera, comme le service gratuit, mais selon d'autres modalités, divisé entre "information" et "publicité".

«tout sur tout instantanément»



rentable!



Dessin Catherine Beaunez

1 million de pages? Bientôt!

Notre premier objectif est de rendre, très vite, chacune des rubriques de Télédico la plus complète possible. Chaque jour, nous injectons de nouvelles « pages » et actualisons celles qui sont saisies (la date de mise à jour est précisée en haut à droite de l'écran). Nous ouvrirons, par ailleurs, de nouvelles rubriques...

D'ores et déjà accessibles sur Minitel :

La Redoute — La Camif — La BNP — Libération — La SNCF — Air Inter — L'Institut National de la Consommation — Les 3 Suisses — Le Crédit du Nord — Maggi — Le Républicain de l'Essonne — La Météo — Guide des bonnes adresses de Paris — Voyagel — Pariscope — Le Parisien Libéré — Le Crédit Lyonnais — Les courses de chevaux/PMU. Etc.

**UN DICO
INTER-ACTIF!**

A échéance de quelques mois, l'utilisateur pourra dialoguer avec Télédico. Nous pourrons alors, entre autre, prendre directement pour vous les demandes de documentation (service facultatif, facturation complémentaire, mais toujours "à l'unité", en fonction des résultats effectifs).

TELEDICO ?

à ne pas manquer!

la facturation la plus juste

Çà coûte combien ?

• Le "droit d'entrée", qui est une avance sur le règlement du coût de diffusion de votre message, est de 20 000 F H.T. rien de plus. Cette somme est à régler dans les 30 jours qui suivent l'apparition de votre message dans *Télélico*.

• **Pas de bluff** : des chiffres et des résultats. Une diffusion vérifiée à l'unité près : l'ordinateur tient la comptabilité, exactement comme pour votre consommation téléphonique.

• **Combien ? Quatre francs** (prix de départ au 1^{er} juin 1984) pour chaque page effectivement consultée, pour chaque message effectivement lu par au moins un client potentiel.

Des messages qui, dans un premier temps, ont un impact d'autant plus fort qu'ils bénéficient d'une prime à la nouveauté ; d'un effet de curiosité. Un prix qui, dans un deuxième temps, est susceptible de baisser très sensiblement.

• **Vous décidez du rythme** de diffusion de votre message... donc de la vitesse à laquelle est consommé votre "crédit". Vous contrôlez votre budget de bout en bout.

Votre place dans *Télélico*

Vous êtes de toutes façons présents dans *Télélico*, dès le départ, si vous intervenez dans les domaines de la bureautique, de l'informatique, de la reprographie, de la traduction, etc. Vous apparaîtrez dans les rubriques informatives : vérifiez-le et n'hésitez pas à nous signaler tout oubli ou toute erreur (sur une simple carte, brève, adressée à *Télémapresse* - 35, rue Saint Georges - 75009 Paris).

Si votre activité se situe dans un autre domaine, vous apparaîtrez automatiquement dans *Télélico*, au fur et à mesure de l'extension de nos fichiers et de la multiplication de nos rubriques rédactionnelles.

Si vous décidez de profiter des espaces publicitaires de *Télélico*, **vous avez une priorité absolue** pour la réservation de l'espace qui se trouve à la suite de chaque apparition de votre nom en rédactionnel. En dehors de cette particularité, la réservation des emplacements de rigueur se fait selon l'ordre d'arrivée des commandes fermes pour telle ou telle page écran.

Attention : à chaque fois que vous réservez un emplacement de rigueur, pour chacune des apparitions, en exclusivité, de votre message à cet emplacement, le même message apparaîtra deux ou trois fois à des emplacements aléatoires (pages flottantes).

*Dans un an *Télélico* sera encore plus performant (facilités d'accès et de consultation, importance de la diffusion, nombre de pages du dictionnaire, familiarisation des utilisateurs professionnels, etc.) mais déjà moins nouveau. Nous sommes dans un domaine de pointe : tout va très vite. Être les premiers est un atout. Sachez en profiter.*

5

UNE PRIME AUX DECIDEURS DECIDES

*Télémapresse s'engage à consentir une sur-remise de 20 % à tous les annonceurs qui auront été présents de façon ininterrompue dans *Télélico* entre le 1^{er} septembre 1984 et le 1^{er} septembre 1985. Cette sur-remise s'appliquera à toutes leurs factures concernant la période 1^{er} septembre 1985/1^{er} septembre 1986 et ce sera un avantage vrai et tout à fait exceptionnel qui ne sera pas accordé aux nouveaux annonceurs. Pour les premières commandes, *Télémapresse* fera un super-cadeau : la création d'un sigle électronique.*

VOTRE «PUB» DANS

Comment être présent dans Télédico

1 Vous prenez contact avec Catherine Le Cellier (Tél. 1/302.16.09) et vous convenez d'un rendez-vous pour une démonstration du service Télédico sur Minitel.

Vous pourrez, à cette occasion, obtenir toute information complémentaire sur les caractéristiques de ce média et définir, avec elle, le plan de campagne le mieux adapté à vos objectifs.

2 Si vous êtes convaincus de l'intérêt qu'il y a pour votre firme, à utiliser les espaces publicitaires de Télédico, vous décidez, en liaison avec Télémagresse (votre interlocutrice principale demeurant Catherine Le Cellier), de la forme de votre message (conception du texte, réalisation ou non d'un logo électronique, etc.). Vous pouvez prévoir plusieurs messages différents ou/et des pages "suite".

3 Vous décidez de l'emplacement auquel doit apparaître votre message. Vous aurez à tout moment la possibilité d'apporter des modifications à cette commande, dans la limite des emplacements disponibles et avec, dans certains cas, des frais techniques forfaitaires et limités, de mutation à prévoir.

4 La fréquence de diffusion du message peut être modulée dans une certaine mesure : l'ordinateur central du serveur gère alors le programme convenu. Au fil des mois les possibilités, de ce point de vue, vont se multiplier et les propositions que nous vous ferons se-



Photo PLC

▲ Ici, votre publicité !

c'est très simple et c'est rentable

ront de plus en plus sophistiquées (fréquence de diffusion en fonction des heures, des jours, etc.). Là encore, vous gardez la possibilité, aux conditions évoquées ci-dessus, de modifier votre commande.

5 Votre publicité apparaît sur Télédico dans un délai approximatif de huit jours, après signature du bon de commande. Télémagresse vous adresse alors sa facture (somme forfaitaire pour la première commande).

6 Télémagresse ne vous envoie pas de justificatif (et pour cause !) mais la facture précise la date de départ de la diffusion de votre publicité et vous avez la possibilité de vérifier la bonne exécution de votre ordre, n'importe où en France, sur n'importe quel Minitel.

7 La somme facturée représente un crédit qui s'épuise progressivement en fonction de la fréquence d'apparition de votre publicité sur les "pages" de Télédico. Lorsque ce crédit est épuisé, votre message cesse d'être présent et Télémagresse vous adresse un relevé émis par l'ordinateur.

8 Dès l'instant où votre "crédit publicité" a été consommé à hauteur de 70 %, Catherine Le Cellier reprend contact avec vous pour envisager, selon vos souhaits, le renouvellement ou la modification de votre commande.

9 Dans un premier temps, les frais de création de votre message électronique sont pris en charge par Télémagresse (pour un message standard). Ils seront ultérieurement facturés à part et vous aurez

alors la faculté de le faire concevoir et réaliser par votre agence de publicité habituelle.

10 Les tarifs que nous proposons actuellement (prix de la page consultée) sont susceptibles d'évoluer de façon notable dans les mois à venir. Télédico étant un média neuf potentiellement appelé à un développement considérable, seule l'expérience permettra de définir un "juste prix", fonction des habitudes prises par les utilisateurs de Minitel, de la situation du marché, des coûts réels de diffusion, etc. Pour cette raison, nous apportons une garantie à nos annonceurs : en cas d'augmentation des tarifs, celle-ci ne sera applicable qu'à l'échéance de leurs commandes en cours ; par contre, dans l'éventualité probable d'une réduction des tarifs, celle-ci sera appliquée, dès sa date de prise d'effet, sur tous les contrats en cours.

Pour la première fois, un média qui se contrôlent lui-même et vous dit tout ce qui vous est utile pour mesurer l'impact de votre message. D'ici quelques mois (service supplémentaire facturé à part mais d'un coût raisonnable), nous pourrons vous préciser de multiples paramètres sur l'audience de votre message : audience en fonction des heures, des jours, du rédactionnel, etc.

UN DICO ELECTRONIQUE GRATUIT ?

le pied !

Avoir chez soi tous les dictionnaires du monde, toutes les encyclopédies, tous les annuaires professionnels ? Un rêve impossible à réaliser. Trop coûteux, trop encombrant, trop difficile à consulter.

C'est pourtant la logique de *Télédicto* et de *Dico Service*. Attention ! Ce n'est pas encore ce que nous proposons, restons modestes et soyons réalistes. Ce le sera probablement d'ici quelques années mais notre champ d'investigation ne s'élargira que très progressivement.

Dans les premiers mois (2^e semestre 84) *Télédicto* apportera des informations centrées sur *l'informatique, la bureautique, la reprographie, et la traduction* : la définition des termes spécialisés, la liste des fournisseurs, la liste des produits (matériels et fournitures) etc.

Nous avons beaucoup d'autres idées, pour bientôt, plus attractives encore, mais... chut !

La consultation du dictionnaire de base est gratuite (vous ne payez que votre "consommation PTT" : une unité toutes les deux minutes, quel que soit le lieu d'où vousappelez : demi-tarif aux heures creuses).

Sur les pages-écrans de *Télédicto*, une double information : la réponse à votre question et un message publicitaire. A partir de ce message publicitaire "court", si l'annonceur l'a prévu, vous pouvez avoir accès à des informations publicitaires "pleine page", plus ciblées et plus détaillées, selon vos centres d'intérêts et l'objet de vos recherches (consultation arborescente).

et en plus c'est hyper-utile !

Télédicto fonctionne... comme un "dico" ! Après être "passé" par la page d'accueil, vous composez sur le clavier le mot qui vous intéresse (nom de société, nom de personne, nom de produit, mot du vocabulaire informatique ou général) et la page-écran qui apparaît alors (après que vous ayez appuyé sur la touche **ENVOI**) vous apporte les définitions ou les informations attendues, éventuellement prolongées sur les pages "suite" (accessibles par la touche **SUITE**) ou par des sous-rubriques (accessibles en composant les chiffres **1, 2, 3** ou **4**).

Vous prenez le temps qui vous convient pour assimiler l'information, avant d'appeler un autre mot ou de mettre fin à la consultation. Si vous disposez d'une imprimante, vous pouvez conserver la trace "papier" du message (textes, graphiques et dessins).

Le système des renvois vous permet, si votre recherche est au départ très large, de "naviguer" à l'intérieur des dizaines de milliers de pages du dictionnaire, d'une information à l'autre.

Les pages d'accueil de *Télédicto* (et bientôt une documentation imprimée) vous aident à vous initier au système et à en tirer le meilleur profit. Le fonctionnement est très simple et vous pouvez utiliser *Télédicto* immédiatement, sans apprentissage... les possibilités sont par ailleurs infinies et, pour une consultation régulière, il vaut la peine de consacrer quelques minutes à assimiler toutes les logiques d'accès.

Quelles informations vous apporte Télédicto ? Pour un mot du vocabulaire, essentiellement, sa définition, sa traduction, et les renvois utiles. Pour un nom de personne, les coordonnées de celle-ci, son CV, la liste des ouvrages qu'elle a publiés, etc. Pour un nom de société, les coordonnées de celle-ci, le détail de ses activités, les produits ou les prestations qu'elle offre, etc.

Pour un nom de produit, les caractéristiques de celui-ci, les adresses où vous pouvez le trouver, ses équivalents, ses compatibilités, etc. Pour un type de service, les adresses où vous pouvez l'obtenir, etc.

Télédicto, c'est encore autre chose : l'actualité de l'informatique, sous forme de nouvelles brèves saisies en temps réel (au cours d'une conférence de presse, par exemple, nos journalistes entrent à chaud leur "papier" sur leur terminal). Vous pouvez en prendre connaissance immédiatement (déplacement de l'information en "marche arrière", à partir du dernier message saisi comme pour un service messagerie ; vous interrompez la consultation dès que vous arrivez aux flashes dont vous avez déjà pris connaissance précédemment).

Enfin, Télédicto répondra bientôt à de multiples questions :

- Bibliographie sur tel sujet précis (ouvrages, périodiques, thèses, etc.).
- Où trouver un spécialiste de tel matériel précis ?
- Qui peut fournir tel produit particulier ?
- Où faire réaliser le transfert de disquettes (change-ment de matériel) ?
- Qui peut assurer telle prestation ?
- Etc., etc.

3

• Mettre votre Minitel en service (interrupteur → voyant rouge témoin). La lettre "F" apparaît en haut à droite de l'écran.

POUR OBTENIR TELEDICO SUR VOTRE MINITEL

• Composer sur le clavier de votre poste téléphonique le 614.91.66. Dès audition de la tonalité caractéristique de la porteuse, appuyer sur la touche "CONNEXION/FIN" de votre Minitel : la lettre "F" est remplacée par la lettre "C". Vous êtes alors relié au centre serveur. Vous pouvez raccrocher le combiné de votre poste téléphonique.

• Après apparition de la page d'accueil Télétel, composer sur le clavier de votre Minitel le mot "DICO".

• Vous êtes entré dans l'univers Télédicto. C'est toute une encyclopédie qui est à votre disposition (ce le sera du moins progressivement).

• ATTENTION : Ce mode d'accès ne fonctionnera qu'à partir de fin juin 1984. D'ici là, procédure spéciale.

LE MINITEL? UNE MAXI REVOLUTION

3 millions de Minitels (en 86)



Photo Snc - PTT

2

Sans en avoir vraiment conscience, les Français sont (les premiers à cette échelle) entrés dans l'ère de la **Télématique** et du **Vidéotex** qui, d'ici deux ou trois ans, feront partie intégrante de leur vie quotidienne.

Un média nouveau est né : c'est une révolution silencieuse mais une maxi révolution. Son nom ? **Télétel** ! Le chef d'orchestre ? Le ministère des PTT (et la DGT, Direction Générale des Télécommunications). L'arme absolue ? Le **Minitel**.

Trois millions de *Minitels* seront en service, chez les abonnés au téléphone, d'ici fin 86 ! Après s'être installé en Ille-et-Vilaine et en Picardie, le "virus" *Minitel* se répand à Paris. Dans trois ans, la quasi totalité des entreprises de l'Ile-de-France sera équipée de *Minitels* et une

partie importante des ménages en disposera à domicile. Dans le même temps, le virus aura contaminé les abonnés de la Basse-Normandie, du Nord-Pas de Calais, de la Provence, de la Côte d'Azur, de la Lorraine, de l'Alsace, etc.

Le plus significatif, pourtant, est probablement sa diffusion massive en Ile-de-France où se trouvent 50 % des sièges sociaux des entreprises françaises, 11 millions d'habitants... et 5 millions de lignes téléphoniques.

Véritable terminal d'ordinateur produit, grâce aux commandes massives des PTT, à un coût spectaculairement raisonnable, le *Minitel* offrira très vite à ses utilisateurs, via le réseau téléphonique, l'accès à une multitude de services en direct, les informations s'affichant, sous forme de pages de textes et de graphismes, sur un petit écran.

Ses possibilités, à terme, sont quasi illimitées. Il est possible, dès maintenant, de le connecter à une imprimante et à divers périphériques. Des "Super Minitels" peuvent déjà, dans les entreprises, remplacer le modèle PTT... et ce n'est qu'un début ! Ces terminaux, plus performants, permettent le stockage des pages-écrans pour traitement ultérieur, l'affichage sur un écran couleur, etc. La révolution est en marche.

L'annuaire Electronique, qui justifie l'implantation des *Minitels* en offrant aux abonnés des facilités nouvelles et multiples pour retrouver instantanément le numéro du correspondant qu'ils veulent joindre, est le "cheval de Troie" de la Télématique. A sa suite, c'est tout un univers que découvre l'usager et avec lequel il se familiarise : banques de données, horaires SNCF, suivi du compte en banque, commandes aux firmes de VPC, jeux, etc.

Dans cet univers, **Télélico** sera très bientôt une vedette ! Et **Télélico** peut vous réserver une place. Intéressante.

POUR OBTENIR VOTRE MINITEL

- Si vous vous trouvez dans l'une des zones déjà reliées à l'annuaire téléphonique, *Minitel* vous est proposé par les PTT, de façon totalement gratuite, comme alternative à l'annuaire "papier".
- Dans les autres départements ou dans les autres arrondissements, le *Minitel* est fourni sur simple demande et cette mise à disposition est facturée 70 F par mois (*Minitel 1*) ou 120 F par mois (*Minitel 10*). Il suffit, muni d'une quittance PTT, d'aller le retirer à la Téléboutique la plus proche de son domicile (liste sur demande au 566.28.50).