Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1985)
Heft: 790

Rubrik: Annexe

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

rie» qui permet à un abonné d'adresser un «courrier électronique» à un autre abonné. Par contre, il n'a pas d'équivalent à la fonction «kiosque» du Minitel français: conversation directe entre plusieurs interlocuteurs.

PAS ASSEZ DE VOLONTAIRES

Le Vidéotex suisse est actuellement en phase d'essai; suivra une évaluation des résultats avant de passer à l'éventuelle mise en place définitive. Les PTT ont donc recherché 3000 abonnés volontaires pour procéder à l'essai d'exploitation. En avril 1985, seuls 1500 d'entre eux avaient pu être trouvés et les PTT ont dû réviser leurs prévisions. Les conditions de démarrage de l'opération expliquent cet échec, que l'on peut espérer provisoire: il n'y a tout d'abord pas eu d'incitation de l'Etat pour le lancement de ce nouveau média. En France par exemple, les PTT ont imposé le changement en fournissant gratuitement aux abonnés des régions pilotes des terminaux Minitel en lieu et place de l'annuaire-papier. En Suisse, le recours au Vidéotex est purement facultatif. De plus, l'abonné doit acheter son propre terminal (Fr. 3000.— à 4000.— pièce) avant d'avoir pu juger concrètement de l'intérêt que présente pour lui le système. Les PTT ont tenté de compenser cette difficulté en achetant récemment quelque 500 terminaux, loués ensuite à des prix très favorables aux abonnés. Tout laisse hélas à penser que cette politique n'a été menée que dans le cadre de l'essai en cours, afin d'atteindre un nombre «décent» d'abonnés.

COÛT ÉLEVÉ

Il est un autre handicap, non spécifique au système helvétique mais encore accentué par le prix de celui-ci. Un terminal Vidéotex ne dispose que de possibilités relativement limitées: impossibilité d'enregistrer sur un support magnétique les informations consultées ou de les imprimer sur papier. Il s'ensuit donc un coût relativement élevé en communications téléphoniques du fait de la longueur de la consultation du système.

Ce manque d'enthousiasme (compréhensible, dans ces conditions) des foules pour le Vidéotex n'encourage évidemment pas les serveurs potentiels à développer les services qu'ils proposent par l'intermédiaire du Vidéotex. Le consommateur hésite donc d'autant plus à investir dans un moyen qui ne lui fournit encore que des informations rares et dispersées. Cercle vicieux par excellence... Le Vidéotex reste pourtant une technique intéressante. Son développement est inévitable, même s'il est plus lent que prévu. La Suisse, dans ce domaine non plus, n'a ni les moyens ni l'intérêt de s'isoler. Les grandes banques l'ont bien compris: toutes sont en train de mettre au point des systèmes permettant aux abonnés d'effectuer des opérations bancaires à partir de leur terminal Vidéotex. Il apparaît en effet que ce genre de services, ainsi que la consultation des cours de la bourse, figurent au sommet du «hit-parade» des prestations demandées par les usagers potentiels. Et, dans d'autres secteurs, différents projets existent, notamment dans le domaine social, pour la création de banques de données grand public. Par ailleurs, il sera bientôt possible d'utiliser un micro-ordinateur comme terminal Vidéotex, ce qui permettra sans doute de supprimer ou d'atténuer certains des inconvénients décrits plus haut.

Affaire à suivre attentivement donc, surtout dans cette période de lancement, d'autant qu'il n'existe pas encore de base légale au niveau fédéral pour ce nouveau média (DP 776, «La serrure de l'écran»).

ANNEXE

Prudences syndicales

L'Union syndicale suisse (USS) s'est penchée sur la question des nouveaux médias et notamment sur le Vidéotex. Elle a formulé un certain nombre de thèses et revendications transmises en juin dernier au Conseil fédéral, que l'on peut résumer ainsi:

1. Une loi fédérale est indispensable à la mise en application du Vidéotex.
2. Le réseau doit rester entre les mains des PTT.
3. Le Vidéotex doit être organisé comme un service public et soumis à la surveillance publique, dans sa forme et son contenu.
4. Pas d'introduction définitive du Vidéotex avant qu'une protection efficace des données, conçue spécialement pour le Vidéotex, ne soit élaborée.
5. Pas d'utilisation imposée du Vidéotex: les autres moyens (annuaire-papier, CCP, etc.) doivent subsister parallèlement au Vidéotex.
6. Réalisation d'une enquête scientifique sur les répercussions du Vidéotex sur le monde du travail et l'emploi.
7. Transparence des coûts, même dans la phase d'essai; pas de subventionnement par les autres clients des PTT ni de prix de dumping pour faciliter le démarrage, mais couverture des frais par les utilisateurs.
8. Pas de confusion entre la publicité et les offres sans but lucratif; la publicité n'est admise que dans la mesure où elle ne favorise pas l'élimination et la concentration des médias.
9. Réalisation d'une étude scientifique neutre, sur l'essai en cours, portant sur les répercussions sociales du Vidéotex.
Publication et large discussion des résultats de l'étude avant l'introduction définitive du Vidéotex.