

## Les télécommunications en Hongrie

Avec seulement 10 téléphones par 100 habitants, la Hongrie tient absolument à faire jouer la concurrence dans le domaine des télécommunications. Elle veut toutefois éviter un «écrémage» de la part de grandes entreprises étrangères qui pénétreraient le marché uniquement pour offrir des services au secteur plus lucratif des affaires. Par conséquent, le ministère des Transports, des Communications et de la Gestion de l'eau a intégré des objectifs de développement et de qualité du service aux nouvelles licences. Même l'exploitant national, la Société des télécommunications de Hongrie (STH), n'en sera pas exempt. Voici les objectifs de développement des télécommunications du ministère pour 1995 :

- Rendre les services de télécommunications de base plus accessibles pour le secteur des affaires : les nouveaux abonnés commerciaux de Budapest doivent pouvoir obtenir des services en moins de six mois et les entreprises de l'extérieur de la capitale en moins d'un an.
- Étendre les communications rurales : tous les villages doivent disposer d'un téléphone public payant capable de recevoir des appels et relié au réseau international en 1996.
- Moderniser les réseaux publics : tous les réseaux publics doivent être automatisés, et tous les abonnés doivent avoir accès aux services internationaux et aux systèmes multi-canaux.
- Améliorer le service afin de répondre à la demande : en 1997, l'ensemble de la demande de service de base devra être satisfait et 95 % des nouvelles demandes devront être satisfaites dans les six mois. Il faut en moyenne attendre 12 ans actuellement pour obtenir le service. Après l'an 2000, aucun nouvel abonné ne devra attendre plus de trois mois.

Pour atteindre son objectif d'amélioration de la qualité du service dans l'ensemble du pays, le ministère hongrois doit tirer le maximum des dépenses d'investis-

sement étrangères au pays. Le gouvernement hongrois a donc décidé de fragmenter le marché des télécommunications afin d'attirer le plus possible de nouveaux investissements en provenance de nombreuses sources, et vise à instaurer pour l'an 2000 des projets d'investissement d'une valeur de 5 à 7 milliards de dollars américains.

### Nouvelle loi sur les télécommunications

La Hongrie prévoit libéraliser les marchés du matériel terminal et permettre une concurrence restreinte dans des secteurs comme la téléphonie cellulaire, le téléappel et les réseaux à valeur ajoutée; la transmission de données sera entièrement concurrentielle et régie par la délivrance de licences. La STH sera privatisée à la fin de 1993 et la propriété par des étrangers sera limitée à 30 %. Ces changements permettront la venue de trois types de fournisseurs de services locaux. Le premier type de fournisseur comprend la STH et son partenaire privé, qui desserviront la majorité des 55 principaux districts de Hongrie, dont Budapest. Dans les deuxième et troisième types, certains fournisseurs de services ruraux secondés par la STH et d'autres qui ne le sont pas, desserviront 20 des principaux districts hongrois. On fixera probablement à 25 % le pourcentage minimal de propriété hongroise du réseau local de télécommunications.

### L'avenir

Même si les entreprises de télécommunications canadiennes ont mis du temps à s'implanter en Hongrie, l'avenir est prometteur pour elles. Au cours de réunions récentes, les autorités hongroises ont manifesté énormément d'intérêt pour les fonctions du système canadien de téléphonie bidirectionnelle sans fil CT2 Plus; elles sont particulièrement attirées par l'application de la technologie CT2 pour déployer rapidement et à peu de frais le service téléphonique dans les régions rurales.

## Coopération avec le ministère russe des Postes et Télécommunications

Après avoir signé deux protocoles d'entente avec le ministère des Postes et des Télécommunications de la Fédération de Russie en février dernier (voir *ComExport*, vol. 1, n° 1), le ministère des Communications (MDC) a tenu sa première rencontre bilatérale avec ce ministère à Moscou, en juin 1993. Les pourparlers ont abouti à la mise sur pied d'un groupe de travail permanent chargé de planifier et de coordonner des projets conjoints destinés à promouvoir l'expérience et la compétence des entreprises de télécommunications canadiennes en Russie. Le groupe de travail permanent servira également à aborder diverses questions liées aux finances, à la réglementation et aux lois, de même que des problèmes communs rencontrés par les entreprises canadiennes de télécommunications qui désirent faire affaire avec la Russie. Les préparatifs en vue de la première réunion du groupe de travail permanent débutent cet automne par une ronde préliminaire de consultations entre le gouvernement et l'industrie au Canada, afin d'élaborer une approche commerciale coordonnée face au marché russe des télécommunications. Les entreprises intéressées à obtenir d'autres renseignements devraient communiquer avec la Direction des télécommunications internationales (voir l'encadré p. IV) d'Industrie Canada.

## Se faire connaître grâce à la R-D

Un des moyens les plus efficaces de se faire connaître sur les marchés étrangers est de nouer des alliances en recherche et développement (R-D), avec des firmes et des laboratoires locaux. La Direction des politiques commerciales internationales et de la coopération en technologie, d'Industrie Canada, a pour mandat d'aider les entreprises canadiennes à trouver sur place les personnes responsables et les manifestations susceptibles de déboucher sur des partenariats en R-D. Voici comment les choses se passent.

Souvent, la R-D effectuée au Canada et la livraison finale en pays étranger sont étroitement liées. L'étape de la mise au point d'applications s'imbrique avec la fabrication quand une entreprise canadienne accorde une licence à une entreprise étrangère ou conclut un contrat pour devenir fournisseur d'un constructeur étranger. Par ailleurs, les alliances avec des entreprises et des gouvernements étrangers pour de gros projets facilitent la pénétration des produits canadiens.

De nombreuses réussites remontent à des missions techniques entreprises aux fins d'un transfert technique ou d'un échange d'information en R-D, et non dans le but de réaliser immédiatement des ventes. Ainsi, en 1991 et 1992, deux missions techniques dirigées par le ministère

## La câblodistribution au Royaume-Uni : à l'avant-scène des nouveaux services de téléphonie

Au Royaume-Uni, la câblodistribution existe depuis une quarantaine d'années, soit depuis l'époque des réseaux de retransmission à bande étroite. Cette technologie occupait cependant une place de deuxième choix par rapport aux systèmes terrestres de télévision.

En 1983, le gouvernement a décidé d'accorder une licence à une tranche pouvant regrouper jusqu'à 12 nouvelles franchises de câblodistribution à large bande, qui étaient également en mesure d'offrir des services téléphoniques à leurs abonnés, à certaines conditions. La même année, le gouvernement a esquissé sa nouvelle politique en matière de télécommunications concurrentielles, la *Duopoly Policy*. Aux termes de celle-ci, British Telecom (BT) et Mercury détenaient une licence exclusive pour la fourniture des services téléphoniques au Royaume-Uni pendant une période de sept ans. Les nouveaux câblodistributeurs pouvaient offrir des services téléphoniques uniquement

dans le cadre d'un partenariat avec l'une ou l'autre de ces deux entreprises.

L'autre étape importante a été franchie en 1991 lorsque l'examen promis de la *Duopoly Policy* a été entrepris et a donné lieu à l'établissement de conditions beaucoup plus favorables pour les nouvelles entreprises de téléphonie par câble; en effet, le gouvernement a autorisé les entreprises à offrir des services téléphoniques sans pour autant être liées à BT ou à Mercury.

### Aujourd'hui

Actuellement, les investissements dans le domaine de la câblodistribution au Royaume-Uni se situent autour de 500 à 700 millions de livres annuellement (1 à 1,4 milliard de dollars canadiens), selon la Cable TV Association, la majorité des fonds provenant de petites compagnies téléphoniques américaines, par exemple Nynex et US West, et d'entreprises canadiennes comme Vidéotron et CUC. Les investissements sont axés en majeure

partie sur l'infrastructure téléphonique, et l'on estime à quelque 150 000 le nombre de lignes téléphoniques installées par des câblodistributeurs à la fin de mars 1993. D'après certaines sources dans l'industrie, BT perd quelque 15 000 lignes chaque mois au profit des entreprises de téléphonie par câble qui offrent des prix plus bas et de meilleurs services, dont certains ne sont pas encore disponibles chez BT. En règle générale, les frais d'appel sont de 10 à 20 % inférieurs à ceux facturés par BT. En plus, les câblodistributeurs offrent d'autres avantages, y compris des frais de raccordement très faibles, une facturation mensuelle (BT facture uniquement aux trois mois) et la facturation à la seconde plutôt qu'à l'unité (au Royaume-Uni, même les appels locaux sont facturés en fonction de leur durée).

Jusqu'ici, les câblodistributeurs utilisaient les services de Mercury (dont 20 % appartiennent maintenant aux Entreprises Bell Canada) pour acheminer les appels interurbains. Cependant, BT s'intéresse maintenant à la mise au point de services de Mercury. Les réussites varient selon la nature de l'alliance en matière de R-D. On a eu par exemple la mise au point d'interfaces fort simples, destinées à surmonter le problème des différences de normes et à rendre le produit canadien fonctionnel dans le milieu européen. Dans un autre cas, il a fallu écrire un code de source pour adapter un réseau de téléconférence canadien aux réseaux de télécommunication européens. On a eu également des alliances de vente directe avec des entreprises allemandes et finlandaises afin qu'elles enchâssent un dispositif canadien dans leurs produits. On pourrait également citer le cas d'un programme canadien de formation assistée par ordinateur, dans les écoles techniques, si bien adapté à la situation étrangère qu'il fait normalement partie du programme d'études de nombreux pays d'Europe ainsi que des États-Unis.

partie sur l'infrastructure téléphonique, et l'on estime à quelque 150 000 le nombre de lignes téléphoniques installées par des câblodistributeurs à la fin de mars 1993. D'après certaines sources dans l'industrie, BT perd quelque 15 000 lignes chaque mois au profit des entreprises de téléphonie par câble qui offrent des prix plus bas et de meilleurs services, dont certains ne sont pas encore disponibles chez BT. En règle générale, les frais d'appel sont de 10 à 20 % inférieurs à ceux facturés par BT. En plus, les câblodistributeurs offrent d'autres avantages, y compris des frais de raccordement très faibles, une facturation mensuelle (BT facture uniquement aux trois mois) et la facturation à la seconde plutôt qu'à l'unité (au Royaume-Uni, même les appels locaux sont facturés en fonction de leur durée).

Jusqu'ici, les câblodistributeurs utilisaient les services de Mercury (dont 20 % appartiennent maintenant aux Entreprises Bell Canada) pour acheminer les appels interurbains. Cependant, BT s'intéresse maintenant à la mise au point de services de Mercury. Les réussites varient selon la nature de l'alliance en matière de R-D. On a eu par exemple la mise au point d'interfaces fort simples, destinées à surmonter le problème des différences de normes et à rendre le produit canadien fonctionnel dans le milieu européen. Dans un autre cas, il a fallu écrire un code de source pour adapter un réseau de téléconférence canadien aux réseaux de télécommunication européens. On a eu également des alliances de vente directe avec des entreprises allemandes et finlandaises afin qu'elles enchâssent un dispositif canadien dans leurs produits. On pourrait également citer le cas d'un programme canadien de formation assistée par ordinateur, dans les écoles techniques, si bien adapté à la situation étrangère qu'il fait normalement partie du programme d'études de nombreux pays d'Europe ainsi que des États-Unis.

voir page IV - La câblodistribution