

Saint-Victor-de-Réno / L'Internet haut débit enfin accessible

On n'attend plus que les abonnés

Ca y est : la commune de Saint-Victor-de-Réno a enfin sa connexion internet haut débit ! De quoi ravir le maire Martine Cirou : « Les habitants sont enchantés évidemment. Ils l'attendaient depuis très longtemps ».

Vendredi, en présence du président du Conseil Général de l'Orne Alain Lambert, de nombreux élus ont assisté à l'inauguration officielle de la centrale téléphonique installée en plein centre du bourg et qui vise à étendre la couverture ADSL.

87 000 euros

C'est en 2008 que le conseil général a lancé son opération "Orne : Internet haut débit pour tous" en faisant appel au haut débit satellitaire.

A Saint-Victor-de-Réno, l'opérateur France Télécom Orange a rapproché la centrale téléphonique des habitations grâce à la technologie du NRA-ZO. Alors qu'auparavant elle était située à près de 8 km. Cette couverture internet concerne également la commune des Monceaux.

Cet équipement a été financé entièrement par le conseil général pour un montant de 87 000 euros.



Une inauguration qui a réjoui tous les élus. En arrière-plan, la centrale téléphonique au cœur du bourg.

Réduire la fracture numérique

« Après avoir résolu le problème de la téléphonie mobile, le haut débit fait enfin son entrée à Saint-Victor » se réjouit Alain Lambert. « C'est cette commune qui a été choisie car il y avait une très forte demande. J'espère maintenant que les abonnements vont sui-

vre afin d'alimenter cette marche en avant ». A ce jour, une trentaine s'est fait connaître. Et d'ajouter : « Notre département a voulu se désenclaver sur le plan du numérique : 98 % des Ornais ont le haut débit. Mais pour les 2 % qui restent ? Il demeure encore des communes sinistrées ». Soit environ 1 000 foyers.

Les élus ont appris ce même

jour que la télévision par satellite était désormais possible. Un nouveau satellite sera lancé à la rentrée pour répondre à une demande toujours croissante.

D'ailleurs les Ornais sont aujourd'hui des pionniers en matière de haut débit puisque le taux d'abonnés est légèrement supérieur à la moyenne nationale.

Marchainville sinistrée

Le maire de Marchainville, Pierre Padois, était présent à l'inauguration. Heureux pour sa consœur et tous les habitants de Saint-Victor-de-Réno.

Mais être là aujourd'hui, c'est aussi pour parler au nom de sa commune et dire : ne nous oubliez pas ! Car

Marchainville demeure privée de téléphonie mobile. Une commune sinistrée, selon les termes d'Alain Lambert.

« Cela manque énormément » confie le maire. « Car aujourd'hui tout le monde possède un téléphone portable et certains

n'ont pas de fixe. Il faut sortir de la commune pour capter un réseau, c'est embêtant ».

Une situation difficile pour les 125 habitants de Marchainville qui commencent à se lasser, le maire en tête : « On nous dit : c'est pour la fin de l'année. Chaque

année ».

Connectée à Internet depuis 18 mois, la commune attend donc désespérément un réseau de téléphonie mobile.

« Nous sommes entourés de forêts, c'est sans doute pour cela que ça ne passe pas ».

Un nouveau relais de téléphonie mobile à la Clémendière Orange tire la couverture



C'est vendredi après-midi que le relais Orange d'Aube a été officiellement inauguré

C'est vendredi en fin de journée que le relais de téléphonie Orange, implanté sur la zone artisanale de la Clémendière, sur les hauteurs d'Aube et mis en service depuis déjà plusieurs semaines, a été officiellement inauguré en présence d'Alain Lambert, président du conseil général, de Jean-Marie Vercruyse, maire d'Aube, de Jean-Claude Lenoir, député, de Jean Sellier, président de la CDC, de Michel Le Glaunec et Jean-Pierre Yvon, conseillers généraux, de Nathalie Goulet, sénatrice, Thierry Pinot, maire de L'Aigle et de Rémi Dupuy, directeur régional de France Télécom — Orange.

Meilleure couverture. D'une hauteur de 45 mètres, doté d'un local technique abritant l'émetteur et la régie technique, ce nouveau relais améliore la couverture mobile à Aube, Rai, Brethel, Ecorcei et le long des D 3 et D 926. Comme l'indique le responsable des services

techniques Orange : « seuls les secteurs situés au sud de L'Aigle, Crulai, La Chapelle-Viel, ne sont pas couverts par notre réseau. Nous recherchons de nouveaux sites et de préférence en hauteur pour y implanter un relais ». La téléphonie mobile est devenue un objet de vie quotidienne pour les concitoyens mais aussi un outil de travail indispensable pour les entreprises, artisans ou professions libérales. La couverture en téléphonie mobile des territoires contribue particulièrement à leur attractivité, à leur développement économique, à leur capacité à créer ou maintenir des emplois, elle est aussi un puissant facteur de lien social.

Nouveaux sites. Ce relais représente un investissement de 100 000 €, entièrement financé sur les fonds propres d'Orange. La location de la parcelle où est implanté le pylône est de 2 500 € par an.

Dans le cadre de la suppression des zones blanches en téléphonie mobile et surtout dans les zones rurales, 4 nouveaux sites devraient être mis en service avant fin 2011 : Bellou-le-Trichard, Le Chalange, Les Tourailles et Saint-Cénéri-le-Gérei.

Bientôt, la 3G à L'Aigle. Comme l'a indiqué Rémi Dupuy, directeur régional d'Orange, « Orange souhaite également apporter plus de services à ses clients en déployant le haut débit 3G qui est déjà en service à Alençon et Flers. Avant la fin de cette année, les secteurs de L'Aigle, Mortagne, Argentan et La Ferté-Macé seront également couverts. Il sera ainsi possible de regarder la télévision sur son mobile, communiquer en visiophonie, visualiser des vidéos ou encore se connecter à un ordinateur en très haut débit ». Selon Alain Lambert, président du conseil général « c'est une journée historique pour

l'Orne car nous avons un partenariat ancien avec Orange. Après l'inauguration d'un nœud de raccordement d'abonnés (NRAZO) le matin à Saint-Victor-de-Réno permettant d'obtenir l'ADSL Internet, Aube est équipée d'un nouveau relais Orange ».

« Choix efficace ». L'Orne est l'un des départements de France qui a fait des choix les plus efficaces pour ses citoyens. Wimax, satellite, NRAZO, 98 % des Ornaïens ont accès au haut débit, il reste encore 2 % à satisfaire. Pour la téléphonie mobile, l'Orne est un département pionnier (20 pylônes ont été construits dont 17 par les opérateurs). L'objectif est de satisfaire la population et ceux qui traversent le département. Ce nouveau pylône va parfaire une couverture très insuffisante. La dimension numérique est capitale pour le développement économique ».

Saint-Victor-de-Réno**Haut débit : la zone d'ombre effacée grâce à un raccordement**

L'an dernier, seules 13 % des 240 habitations de Saint-Victor-de-Réno et de Monceaux pouvaient se connecter à internet haut débit par l'ADSL. Maintenant, grâce à l'action conjointe du conseil général et de France Télécom Orange, la totalité des habitants y accèdent par ligne.

Un Nœud de raccordement d'abonnés (NRAZO), d'un montant de 87 000 € financé par le conseil général, a permis d'effacer une zone d'ombre. Ce nouvel équipement est également ouvert aux autres opérateurs et fournisseurs d'accès à internet. L'inauguration de cette installation, vendredi, a vu Martine Cirou, maire de Saint-Victor-de-Réno,

accueillir de nombreux élus.

Jackie Legault, conseiller général, a souligné l'importance de cette réalisation, « un sujet qui nous a tenus longtemps en haleine, car ces secteurs ont été longtemps sinistrés par la téléphonie mobile et le haut débit. La commune de Saint-Victor-de-Réno a été choisie pour être raccordée ». L'appui du député Jean-Claude Lenoir a été souligné, et une réponse a ainsi pu être donnée à la suite de la mobilisation de la population, autour de Nicole Josse qui a rassemblé les signatures. Un appel a été lancé pour que la population se raccorde, et en même temps pour améliorer l'accès du secteur de Marchainville.

Alain Lambert, président du conseil général, a rappelé que son prédécesseur Gérard Burel avait déjà mis en place un système ambitieux avec le wimax, permettant une couverture à hauteur de 98 %. « Mais il convenait de s'occuper des 2 % restant, à savoir 3 000 foyers. En six mois, nous avons financé près de 2 000 antennes, c'est dire l'attente forte des Ornais en matière de haut débit. Parallèlement à l'offre satellitaire, nous avons mis en place une offre ADSL filaire par le biais d'un NRAZO. Si celui-ci a été installé ici, c'est parce c'était sur ce territoire que la demande était la plus forte. » Alain Lambert a souligné que cette

expérience de pionnier en la matière était demandée par les autres départements de France. Il a insisté sur l'importance de cet investissement pour le désenclavement stratégique pour l'Orne « mais il nous faut des abonnés ! ».

Rémy Dupuis, directeur général de France-Télécom-Orange, a expliqué le fonctionnement de ce nouvel équipement, permettant d'effacer cette zone d'ombre en habitat dispersé. Cela engendre des longueurs de lignes importantes, avec des réseaux trop affaiblis pour apporter le service ADSL chez l'habitant.

2/4

Les marques cherchent à utiliser le succès de Twitter

Le service de minimessages sur Internet deviendra peut-être LE NOUVEAU TERRAIN DE JEU DU MARKETING EN LIGNE. Les marques commencent à s'y intéresser.

PAR LUCAS GROS

Twitter n'a pas encore trouvé son modèle économique, mais les grandes entreprises, toujours à l'affût du dernier moyen à la mode pour toucher les consommateurs, s'y intéressent de près. La nouvelle coqueluche des sites communautaires, qui a prouvé son efficacité comme outil de communication pendant les récents événements d'Iran, pourrait progressivement devenir une plate-forme de référence du marketing en ligne.

Le principe est assez simple. Comme n'importe quel utilisateur, les marques créent des pages consultables sur le site. Les utilisateurs de Twitter, en fonction de leurs affinités, adhèrent à un « fil », c'est-à-dire une suite de différents minimessages de 140 signes maximum diffusés sur ces pages. Ils deviennent ainsi des « followers » (suiveurs) qui reçoivent en temps réel des

informations concernant leurs produits favoris. Les abonnés aux fils de messages peuvent également envoyer eux-mêmes des messages pour interagir avec les administrateurs de la page, afin de demander des renseignements ou encore pour clamer leur amour du produit. Twitter est en plus facilement consultable depuis un Smartphone, du type iPhone ou BlackBerry, et donc ne se limite pas

seulement à ceux qui surfent depuis leur ordinateur.

■ ADHÉSION VOLONTAIRE

Dans les agences de publicité, on a très vite saisi l'intérêt que constitue le site de la start-up de San Francisco. Euro RSCG affirme étudier la question depuis environ un an. Mathieu Morgensztern, directeur général de BETC 4D, l'agence e-marketing d'Euro RSCG, le souligne : avec

TWITTER MODE D'EMPLOI

À l'instar de Facebook, le principe consiste à créer gratuitement une page ou un profil sur Internet (Twitter.com) et à créer des liens avec d'autres contacts.

Chaque utilisateur peut ensuite émettre des minimessages de 140 signes maximum visibles par ses contacts. L'utilisateur, dans la plupart des cas, restreint l'accès à son fil de message au seules personnes dont la demande préalable a été acceptée. Il peut aussi adresser des messages personnels à un contact en particulier. Acces-

sible depuis un Smartphone, le service permet de rester connecté en permanence mais cela peut coûter cher si l'on ne dispose pas d'un forfait 3G illimité. Twitter propose des applications permettant notamment de rajouter dans ses messages des liens vers des galeries photos, des sites vidéo ou audio. Ainsi, chaînes d'informations et journaux utilisent sur leurs pages des liens qui renvoient vers des articles en ligne. Enfin, « people » et personnalités politiques sont sur Twitter.

Twitter, « on inverse toute la logique de la démarche marketing en ligne ». Ce sont ici les clients potentiels qui vont vers la marque et non plus l'inverse. « On est dans l'adhésion volontaire », poursuit-il.

Les marques utilisent Twitter de diverses manières. On y propose des offres promotionnelles accompagnées de liens pour accéder directement au site Internet où peut être effectué l'achat. Nombre de compagnies aériennes, dont Delta, Jetblue, Emirates, SAS et Air France, possèdent une page où elles mettent en vente des offres de dernière minute à prix discount. Chez Gucci, on diffuse les photos des nouvelles collections. Pepsi a imprimé sur les cannettes de son nouveau produit, Pepsi Raw (vendu seulement au Royaume-Uni), l'adresse de sa page Twitter où sont annoncés différents événements promotionnels et offres spéciales.

ICI, À L'INVERSE DU « MARKETING CLASSIQUE », LES CLIENTS POTENTIELS VIENNENT VERS LA MARQUE CONSULTER SES OFFRES.

Le mouvement est néanmoins balbutiant et ne concerne véritablement que les États-Unis. Pour beaucoup de marques, le nombre d'abonnés reste encore très marginal. Leur présence sur Twitter relève encore d'une volonté de se placer dans la tendance du moment. Mais, compte tenu de l'engouement actuel, il pourrait très vite devenir un support marketing de référence. Le site comptait en juin 20 millions de visiteurs uniques aux États-Unis (contre plus de 70 millions pour Facebook), soit une audience d'environ 40 millions de visiteurs, d'après comScore.

Une entreprise comme Dell regroupe déjà plus de 800.000 abonnés à son fil de messages. D'après BETC 4D, le mouvement devrait très vite concerner les entreprises françaises. ■

LE BUSINESS PLAN PIRATÉ

Le Web magazine « Techcrunch » a rendu public la semaine dernière une série de 310 documents, dont certains très sensibles, volés par un pirate informatique dans la boîte mail d'un employé de Twitter. L'individu, connu sous le pseudonyme de Hacker Croll, s'était déjà illustré en piratant l'interface du site et en accédant à plusieurs profils protégés. On apprend entre autres que Twitter vise en 2013 un chiffre d'affaires de 1,54 milliard de dollars pour un milliard d'utilisateurs et estime qu'il emploiera 5.200 salariés. On y découvre aussi les comptes rendus des contacts entre les dirigeants de la start-up avec Microsoft et Google. Des collaborations techniques ont en effet été envisagées avec les deux géants. Enfin, les documents confirment l'inimitié de Twitter pour son concurrent Facebook.

L'Express.fr a organisé un premier "Twitter-débat" politique

Mardi midi, L'Express.fr a organisé un Twitter-débat avec trois personnalités politiques dont Nathalie Kosciusko-Morizet. Un format original mais le fond est difficile à cerner.

Actualité. Publié sur itespresso.fr par Nicolas Guillaume

le 21 juillet 2009 à 18:02

Soyez le premier à réagir

La vocation communautaire de Twitter n'est plus à démontrer. Et les médias commencent à s'en emparer sous forme originale.

Ainsi, mardi 21 juillet, entre 13h00 et 14h00, le site du magazine L'Express a organisé une session de "Twitter-Chat" ou une conversation avec trois personnalités politiques par l'intermédiaire de la plate-forme de micro-blogging.

Trois invités ont participé à ce premier "Twitter-débat" organisé par L'Express : Nathalie Kosciusko-Morizet (secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique), Benoit Hamon (porte-parole du Parti Socialiste) et Alain Lambert (sénateur de l'Orne et ancien ministre du Budget).

Lors de la discussion mise en place sur L'Express.fr, Twitter a toutefois montré ses limites lorsqu'il s'agit d'évoquer différents sujets complexes. Les messages courts rendent l'exercice d'appréhension et de compréhension plus difficile.

"Merci à tous. Exercice difficile. Dubitative sur la valeur ajoutée au débat", twitte NKM vers 14h00, à la fin de cette session de "Twitter-débat".

D'ailleurs, il ne ressortira pas de vraies réponses à des sujets aussi complexes que la fibre optique pour tous, le dégroupage des sous-répartiteurs dans les zones rurales, la création de nouveaux opérateurs locaux.

Évaluation du site

IT Espresso (anciennement VNUnet) s'adresse aux professionnels de l'informatique. Il leur propose des livres blancs, une boutique en ligne et l'actualité des métiers de l'informatique.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 8
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Sur le réseau social de micro-blogging, il est de notoriété publique que la secrétaire d'État à l'Économie numérique "twitte" régulièrement, un bon moyen d'exister à défaut de disposer d'un budget propre conséquent pour mener de grandes actions TIC.

Si d'autres membres du gouvernement sont également inscrits sur Twitter, ils twittent de manière plus discrète.

Tags :nathalie kosciusko-morizet, nkm, twitter

La 2X2 voies entre Flers et Argentan est en route

Futurs concurrents, sans doute, aux prochaines élections régionales de mars 2010, Alain Lambert, président UMP du conseil général de l'Orne, et Laurent Beauvais, président PS du conseil régional de Basse-Normandie, ont manié la pelle ensemble hier matin à Argentan. Ils lançaient ainsi, symboliquement, les travaux d'aménagement en voie rapide de l'axe qui

relie Argentan à Flers. Cela permettra ainsi de connecter Flers à l'A 88 dans une dizaine d'années. Cet axe où circulent quotidiennement plus de 6 500 véhicules, dont 14 % de poids-lourds, sera transformé en 2X2 voies pour un coût total estimé à 157,5 millions d'euros. La Région apporte 34,8 millions d'euros au projet.