

VISIOCONFERENCE

On nomme visioconférence la combinaison de deux techniques:

- la visiophonie ou vidéotéléphonie, permettant de voir et dialoguer avec son interlocuteur;
- la conférence multipoints ou conférence à plusieurs, permettant d'effectuer une réunion avec plus de deux terminaux.

Les préférences de la visioconférence:

- Gain de temps et gain financier. La visioconférence permet à l'entreprise de se développer à l'international sans déplacements, d'améliorer les process de production sans réunions régulières entre le bureau d'études, le service marketing et l'usine, piloter un réseau de vente sans se déplacer chaque semaine sur chaque site. Le retour sur investissement peut ainsi se révéler très positif en réduisant les coûts des voyages d'affaires, mais aussi la perte économique que représentent les temps «morts» passés dans les aéroports ou les gares, ou les délais dans les prises de décision.

- Gain pour le personnel. Alors que la pression se fait chaque jour plus forte sur les collaborateurs, les solutions de visioconférence contribuent à une réduction de la fatigue et du stress liés aux déplacements, et donc à une meilleure performance individuelle.

- Gain pour la planète. La visioconférence représente une vraie démarche de développement durable. Ainsi, d'après une étude menée par WWF, 22 millions de tonnes de CO₂ pourraient être «économisées» par an si toutes les entreprises européennes réduisaient leurs voyages d'affaires de 20 %.

- Gain de confort et de simplicité d'utilisation. La visioconférence a évolué pour atteindre aujourd'hui une qualité permettant d'organiser des réunions dans des conditions dignes de celle d'une rencontre physique. Vidéo haute définition, interfaces de partage de documents et jusqu'au son spatialisé viennent ainsi enrichir l'expérience utilisateur avec, dans le cas de la Téléprésence, l'impression d'être assis à la même table qu'un interlocuteur se trouvant à 100 ou à 1000 kilomètres.

En ce qui concerne des perspectives, on les applique non seulement au domaine économique, mais également dans la médecine, l'enseignement, la presse.

La télémédecine regroupe les pratiques médicales permises ou facilitées par les télécommunications. C'est un exercice de la médecine par le biais des télécommunications et des technologies qui permettent la prestation de soins de santé à distance et l'échange de l'information médicale s'y rapportant.

Le télé-enseignement (forme particulière d'enseignement à distance) est une application adaptée notamment à l'enseignement spécialisé, soit dans les universités, permettant de bénéficier des meilleurs cours existants, soit comme une option à bas coût pour la formation continue des professionnels, en utilisant des outils de télécommunication.

Le concept de visioconférence de presse (ou vidéoconférence de presse) a été développé à partir d'octobre 2007 par l'Association de la Presse Panafricaine. La visioconférence de presse permet d'organiser des conférences de presse internationales

par visioconférence, à travers internet. Les journalistes peuvent ainsi participer à une conférence de presse internationale sans quitter leurs bureaux ou leurs pays respectifs, réduisant leurs frais et leurs temps de déplacement. Il leur suffit de se placer devant n'importe quel ordinateur connecté à internet et de poser leurs questions à l'intervenant.

*И.Ф. Кудешов
БГЭУ(Минск)*

L'ECONOMIE DU FOOTBALL CONTEMPORAIN

Le football est-il soluble dans l'économie, et inversement? A la faveur du Mondial, la question agite économistes et analystes financiers, qui examinent les liens entre le football, l'économie et la Bourse. Tous soulignent que l'exercice est en bonne partie sérieux, car l'impact psychologique d'un succès ou d'une défaite sur un pays est démontré, mais, comme le reconnaissent les experts de la banque Goldman Sachs, il s'agit aussi de «s'amuser un peu».

La première question qui vient à l'esprit de ces spécialistes est de savoir si le résultat des matches du Mondial peut avoir un impact sur la vie économique. De 1970 à 2002, par exemple, le pays vainqueur du championnat du monde a enregistré en moyenne un surplus de croissance de 0,7 %, tandis que le finaliste voyait sa croissance rognée de 0,3 % par rapport au taux de l'année précédente.

De l'autre côté, la situation économique dans des clubs en chef de l'Europe est assez inquiétante, et c'est même un problème très sensible. Le foot-business est au bord de la crise. Endettés, déficitaires, les clubs peinent à suivre les exigences de leurs joueurs et de leurs agents. A titre d'exemple, en 2009 Manchester United présenterait une dette de 649 millions d'euros, le Real Madrid de 562 millions d'euros, Valence — 500 millions d'euros, l'Inter Milan — 420 millions d'euros?

L'organisation UEFA vient de faire état de la situation économique catastrophique des clubs européens, en particulier chez les grandes écuries. On y apprend que les salaires des joueurs ont augmenté de 18,1 % en 2008, et que 57 équipes y consacrent plus d'argent qu'ils n'ont de revenus? Côté transferts, la palme revient aux clubs anglais et espagnols: entre les sommes dépensées pour l'achat de joueurs et les sommes rapportées par la vente d'autres joueurs, les clubs perdent 385 millions d'euros (sur un marché de 550 millions d'euros pour toute l'Europe). Au final, le football européen affiche pour la même année une perte globale de 578 millions d'euros et 22 % des clubs accusent un déficit supérieur à 20 %?

Une question tout à fait logique: d'où les clubs de football prennent-ils tant d'argent? Réponse: les clubs se dotent de départements juridiques, financiers, marketing, et les professionnels du management concurrencent les dirigeants bénévoles. Le changement se produit dans les années 1980 quand, à la suite des grands fabricants d'articles de sport (Adidas, Nike), de grands groupes industriels (Matra) ou financiers (Fininvest et Berlusconi) et des médias (Canal +, Rupert Murdoch, Léo Kirch) et sponsors à vocation internationale (Coca Cola, McDonald's ou Master Card) se lancent dans

246

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□.