

# **CARTE A MEMOIRE**

**Le JOURNAL de l'A.T.L**

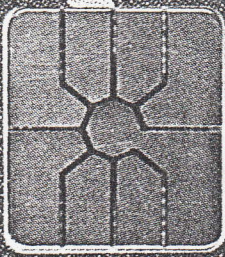


*Association Télécartiste du Loiret*

**Association Télécartiste du Loiret**

Siège Social: 160 rue de la Vallée  
45160 - OLIVET

  
**TELECARTE**  
**50 UNITÉS**



*Cherbourg Normandie*  
*de France Télécom.*

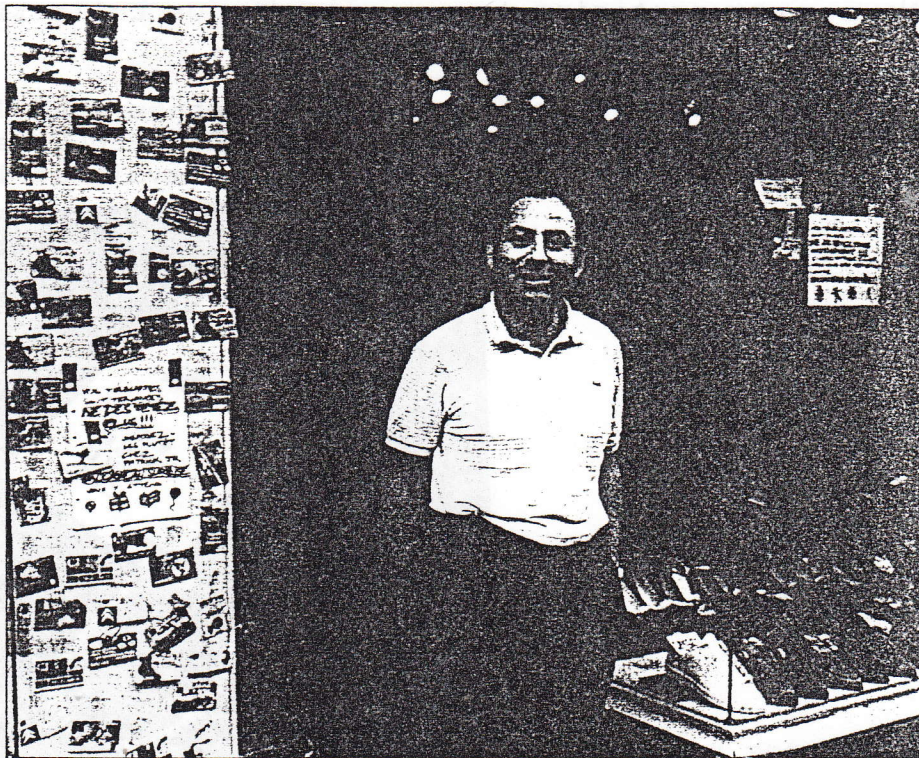
# Au service de l'écologie

**A**utomne 1987, Patrick Junior rentre, pour la première fois de sa vie, dans une cabine publique. Surprise, sa monnaie ne lui sert à rien. Il lui faut maintenant une carte à puce. De ce jour, Patrick est devenu un collectionneur de télécartes acharné.

Il tient un magasin de chaussures, rue de Belleville à Paris. Pour associer sa passion à sa profession, il a eu une idée astucieuse : depuis le printemps dernier, contre toute carte apportée par un client, il offre une réduction de 10 % sur le prix des chaussures. Ce système lui a permis d'accumuler plus de 50 000 cartes dont 2 000 différentes.

Ce commerçant a le virus de la collection dans la peau. Il amasse ainsi pins, photos de grands joueurs de tennis ou invitations gratuites. Collectionner, c'est pour lui un art de vivre et une merveilleuse occasion de rencontres : « *On me les donne, je les redonne et ça fait plaisir.* »

Mais, Patrick Junior est également écologiste dans l'âme. Alors, il a eu l'idée de débarrasser le quartier de Belleville de toutes les canettes de bière. A chaque gamin qui lui rapporte une canette, il offre une télécarte. Pour chaque sac de canettes rapporté au broyeur du magasin Carrefour le plus proche, Patrick Junior obtient un billet de tombola qui lui permet de gagner un walkman qu'il s'empresse d'offrir aux meilleurs chasseurs de



télécartes. « *Pour les bambins, c'est une merveilleuse occasion de s'amuser sans être tenté par la petite délinquance. De plus, ça rend le quartier plus sympathique et ça ne coûte pas un sou* », affirme en souriant Patrick Junior. Quant à son chiffre d'affaires, il est formel, il n'a pas baissé

d'un iota. Bien sûr, il vend ses chaussures moins chères qu'auparavant, mais le nombre de clients a beaucoup augmenté. « *Toutes les chaînes commerciales offrent des cadeaux. Les télécartes, c'est ma façon à moi de faire de la pub.* » ■

STEFAN JAFFRIN

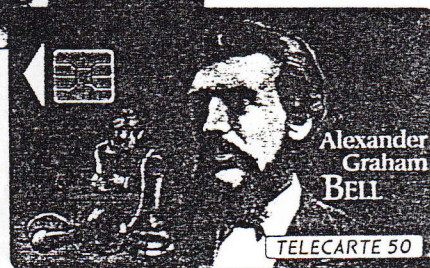
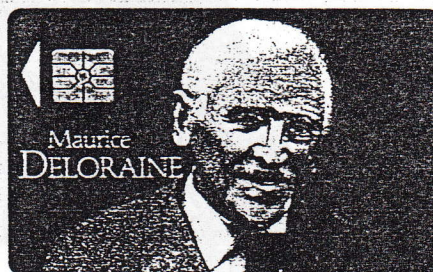
## Douze hommes en télécartes

**M**êlant plaisir et culture, France Télécom va lancer une nouvelle série de douze télécartes consacrées aux grands hommes ayant marqué l'histoire des télécommunications.

*Le Journal du Téléphone* vous présente en avant-première deux d'entre elles. Maurice Deloraine, dont les travaux sont à l'origine d'un brevet sur la commutation temporelle, ouvrira la série le 15 janvier. Un mois plus tard, sortira la télécarte consacrée à Alexander Graham Bell. Chacune d'elle sera tirée à un million d'exemplaires. Puis, au rythme d'une par mois : René Barthélémy, Samuel Morse, Emile Baudot, Guglielmo Marconi, Clément Ader, Gustave Ferrié, Edouard Belin, Claude Chappe, Lee de Forest et Robert Keller seront représentés.

L'originalité, c'est que toutes ces télécartes sont réalisées à partir d'un traitement particulier qui leur donnera un aspect mi-tableau, mi-photo. ■

J. B.



# Au service de l'écologie

Deuxième numéro :

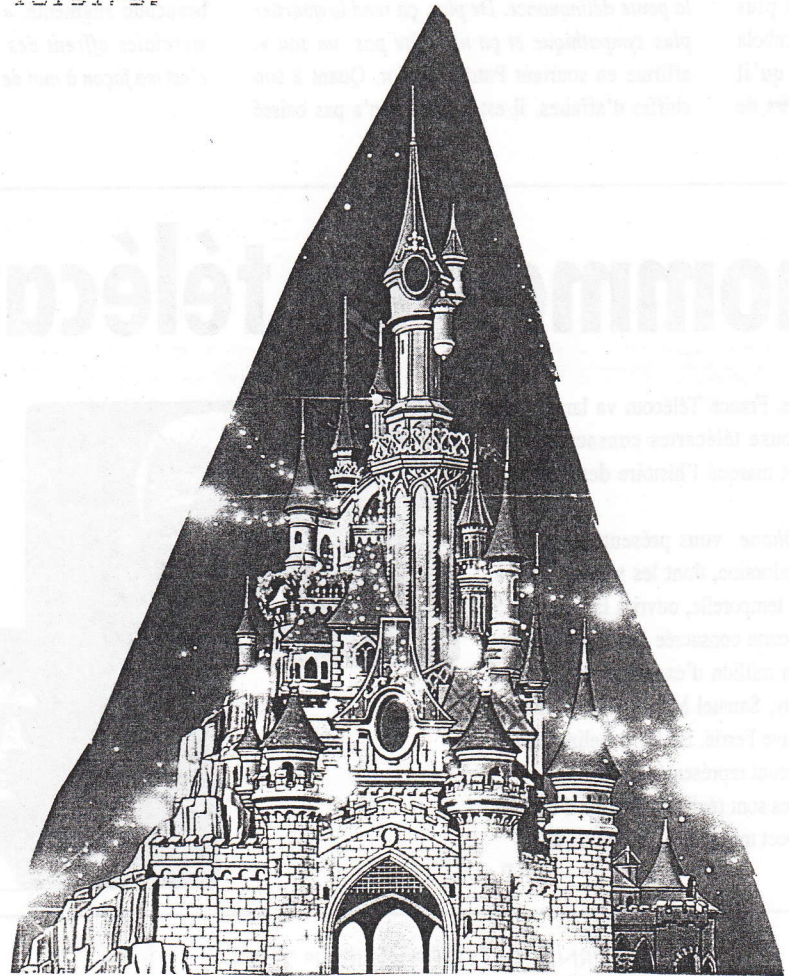
Nous avons participé à une rencontre de collectionneurs organisée par l'ASSOCIATION NUMISMATIQUE DU LOIRET.

Une bonne nouvelle pour les collectionneurs LE T.I.C. ( téléphone intérieur à carte ) est arrivé. FRANCE TELECOM a expérimenté celui-ci dans les Alpes Maritime, la Savoie et la Haute Savoie.



Troisième numéro :

FRANCE TELECOM partenaire à EURO DISNEY a pu mettre en valeur ses produits et ses services dans un univers de rêve et une ambiance de loisirs.





FRANCE TELECOM

ADOPTE UNE NOUVELLE

IDENTITE VISUELLE

" A une époque d'évolution particulièrement rapide de notre métier, notre rôle et nos missions sont des éléments essentiels par rapport à la concurrence importante. L'un des éléments clés de cette évolution se traduit par l'adoption d'une nouvelle identité visuelle parfaitement cohérente avec les nouvelles orientations stratégiques du GROUPE FRANCE TELECOM ".

En 1988, l'opérateur français de télécommunications a choisi un nom, FRANCE TELECOM, connu aujourd'hui de tous, synonyme d'efficacité et de fiabilité.

En 1991, dotée d'un nouveau statut, l'administration est devenue une entreprise publique autonome.

En 1993, le GROUPE FRANCE TELECOM fait le choix d'une nouvelle identité visuelle. Celle-ci révèle son positionnement, la richesse de son offre et la diversité de ses services, à une époque d'évolution rapide de l'environnement international et concurrentiel des télécommunications.

" CHANGEMENT DU LOGO POUR RENFORCER LE NOM DE FRANCE TELECOM ".

Un logo est un emblème symbolique représentant plus grands les éléments clés de l'ambition d'une entreprise que son activité. Le LOGO actuel était, à ce titre, plus un pictogramme qu'un LOGO. Il avait d'autre part évolué ces dernières années en suivant l'évolution technologique ( il est passé du cadran au clavier ), sa valeur symbolique était réduite.

Le nom de FRANCE TELECOM est réaffirmé. En effet, la notoriété de FRANCE TELECOM, déjà très importante en FRANCE et à l'étranger.

Ce nouveau LOGO répondra à plusieurs objectifs principaux :

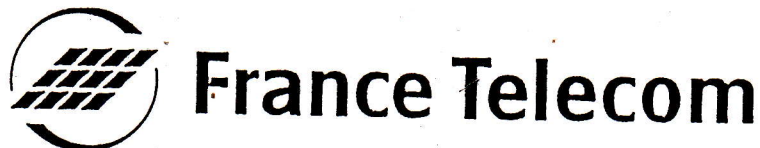
- fédérer pour renforcer, la force de FRANCE TELECOM passe par la cohérence du GROUPE. Ce dernier est la base d'un système d'identité conçu pour l'ensemble du groupe.

- évoquer la diversité des activités du GROUPE FRANCE TELECOM, ce changement d'identité n'est pas "un coup médiatique".

- placer le client au centre du monde, le clavier placé au centre du monde en mouvement symbolise le client dans son action de communiquer.

FRANCE TELECOM

COMMUNIQUONS AVEC LE MONDE



UNE MISE EN PLACE PROGRESSIVE

La mise en application de la nouvelle identité sera conduite sur l'ensemble du premier semestre 1993. Ainsi, à partir de janvier, elle apparaîtra progressivement sur tous les endroits où FRANCE TELECOM appose sa marque : ses agences commerciales, les cabines téléphoniques, les produits, les véhicules, les factures, les documents commerciaux...

Coût approximatif du changement :

Au total, la mise en place de la nouvelle identité visuelle de l'opérateur représente un investissement d'environ 20 millions de francs, incluant en particulier le changement de signalétique pour les agence commerciales en autres.

EN FRANCE OU A L'ETRANGER

NE PARTEZ PLUS SANS ELLE

ABONNEZ VOUS A LA CARTE PASTEL

CARTE PASTEL :



**VOTRE  
PASSEPORT  
POUR TELEPHONER**

En déplacement, en France ou à l'Etranger, 24 heures sur 24, pour téléphoner partout et sans paiement immédiat, munissez-vous de la Carte Pastel France Télécom.

**La Carte Pastel est associée à votre numéro de téléphone.**

*Elle vous permet de téléphoner librement de n'importe quel poste ou cabine téléphonique :*

**le prix de la communication sera porté sur votre prochaine facture de téléphone.**

Commandez dès aujourd'hui votre carte pastel en remplissant le bon de commande ci-joint.

*Vous vous déplacez en France ou à l'Etranger :*

choisissez la **CARTE PASTEL "INTERNATIONALE"** - 80 F d'abonnement par an.

*Vous vous déplacez exclusivement en France :*

utilisez la **CARTE PASTEL "NATIONALE"** - 65 F d'abonnement par an.

*Vous souhaitez appeler une liste de numéros (10 maximum) préalablement sélectionnés par vous-même :*

optez pour la **CARTE PASTEL "SÉLECTION"** - 65 F d'abonnement par an.

EN FRANCE OU A L'ÉTRANGER

QUELQUES PRODUITS FRANCE TELECOM

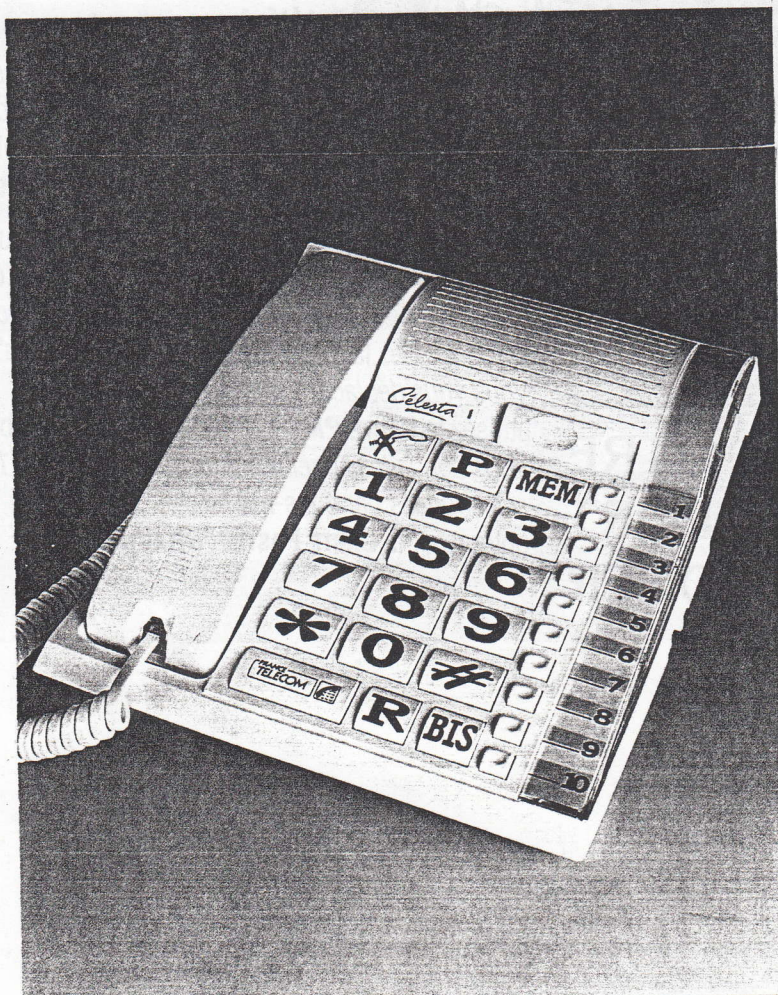
EN VENTE DANS NOS 600 AGENCES COMMERCIALES

---

---

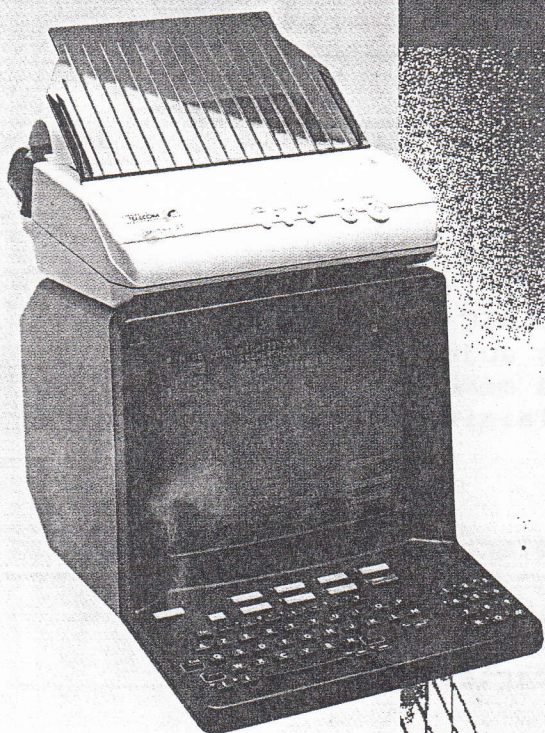
**Célesta**

***Le téléphone le plus lisible.***





# GAMME AGORIS FRANCE TELECOM



## Télécopieur AGORIS 55

Il complète le minitel  
dont il imprime l'écran

**2500 FHT**



## Télécopieur AGORIS 71

42 numéros d'appel peuvent  
être pré-enregistrés  
il possède un coupe-papier

**4700 FHT**

## Télécopieur AGORIS 75

Le télécopieur  
répondeur-enregistreur  
interrogeable à distance

**5490 FHT**



**France Telecom**



PARTENAIRE DEPUIS LA CREATION :

Dans son usine bunker d'Orléans la société SOLAIC conçoit et fabrique les cartes à mémoire qui envahissent aujourd'hui la vie quotidienne des français. Parmi les cartes à mémoire ; nous trouvons les télécartes pour le plus grand plaisir de nos collectionneurs.

Exemple : SOLAIC a fabriqué 30 millions de télécartes pour la consommation des clients de FRANCE TELECOM.

En 1991 à l'occasion de notre premier FORUM carte à mémoire, la société SOLAIC a donné une conférence.

En 1993 celle-ci nous présente la partie image de la télécarte lors d'une deuxième conférence.

REDACTRICE DE CE JOURNAL

MADAME COUDRAY COSSON MARIE-LAURE