

NUMÉRO 14 - Fr. 6 - EUROS 4
DU 26.08 AU 09.09.2009

Toute
l'économie
un mercredi
sur deux

BILAN

SÉCURITÉ
**COMMENT
LES GRANDS
PATRONS
SE PROTEGENT**
PAGE 46

500

IDÉES DE BUSINESS POUR CEUX QUI VEULENT SE LANCER

CHANGEMENT DE CAP Notre sélection des projets et domaines
les plus porteurs pour se mettre rapidement à son compte.

SOCIAL La pire rentrée
pour l'emploi depuis
vingt ans **P 18**

BOURSE Les meilleurs
titres et produits sur
lesquels miser **P 61**

PME Comment Rivella
fait face à des géants
comme Coca **P 64**



Demain



Toutes les innovations contenues dans une gélule de Tamiflu
PAGE 58



MENU

SCANNER 58

LA VIE HIGH-TECH 60

TÉLÉCOMS

Comment l'internet nomade va devenir rentable

Les projets de services géolocalisés explosent sans pour autant être rentables, les utilisateurs refusant toute publicité. Ils veulent de la valeur ajoutée. Quelques pistes s'esquissent. **PAR FABRICE DELAYE**



ÉTOILES

Google SkyMap dessine la carte du ciel en fonction de l'orientation de l'écran.



Le célèbre auteur de science-fiction Isaac Asimov a écrit que la technologie doit passer pour de la magie. Une sensation que peut produire l'écran d'un téléphone portable HTC ouvert sur la nouvelle application Google Sky Map lors d'une belle nuit d'été étoilée. Pour s'en convaincre, il suffit d'orienter l'écran vers un coin de la voûte céleste pour y voir se dessiner la carte des constellations. Où que l'on se tourne, l'image suit le ciel et indique les noms des étoiles et des planètes. Vers l'ouest, on découvre où se trouve le soleil sous la ligne d'horizon. Et en pointant l'écran vers ses pieds, on a le plan du ciel que verrait son double aux antipodes...

De la «magie» que ce téléphone portable offre grâce à son GPS et sa boussole intégrés, grâce à son système qui va chercher sur l'internet mobile les données astronomiques pertinentes en fonction de la position de l'utilisateur.

Cette combinaison est au cœur de nouveaux services qui se développent pour les internautes nomades. Les spécialistes parlent de services géolocalisés ou «location based services» (LBS). Un secteur dans lequel Google Sky Map, comme beaucoup de LBS grand public, ne gagne rien. La gratuité de ces services n'a cependant rien de philanthropique. «Le plus important pour

Google est de garder une image d'entreprise sympathique pour consolider sa position de moteur de recherche de référence, sa vraie source de revenu», précise Christian Egloff, directeur de Tydac, l'un des leaders des services géolocalisés en Suisse. Va pour l'image, mais qui paiera pour les autres projets LBS devenus relais de croissance de la téléphonie mobile?

Pour l'heure, la plupart des développeurs suisses de services géolocalisés visent le marché professionnel. Ces géomaticiens mixent la foul-

titude d'informations contenues dans les bases de données avec des cartes numériques. «Près de 80% des informations ont une composante géographique», rappelle Christian Egloff. En mariant ces données avec leurs cartes, Tydac, à l'instar de Microgis, de Geomatic ou encore de Novasys, intègre des informations socio-économiques pour créer, par exemple, des zones clients dans lesquelles une entreprise lira le potentiel commercial d'une région précise avant de s'y implanter. Au Mont-sur-Lausanne,

Zurich adapte les primes des jeunes conducteurs en fonction de leur comportement révélé par GPS.

WIKITUDE AUGMENTE LA RÉALITÉ

En reconnaissant les paysages, la caméra devient un outil de renseignements pratiques lors de ses déplacements.

CONCEPT Wikitude est le premier guide de voyage qui tourne sur des téléphones mobiles équipés du système d'exploitation Android. Sa particularité est d'ajouter à l'image que vous filmez toutes sortes d'informations qu'il va chercher dans Wikipédia ou Qype. Du quai d'Ouchy en regardant le lac, l'image fournie par l'application signalera Evian ou la Dent d'Oche pour en donner, d'un simple clic, le nombre d'habitants ou l'altitude. Les horaires du prochain départ d'un bateau de la CGN sont sans doute pour bientôt. Wikitude est développé par Mobilizy. Cette entreprise autrichienne va d'ailleurs lancer cet automne une version destinée à l'iPhone.

PHOTOS: ARXIT; PAGE PRÉCÉDENTE: TUNC TEZEL/NASA, DR, ROCHE

LE CHIFFRE

888

MILLIONS DE FRANCS
C'est le chiffre d'affaires que pèseront les services géolocalisés en Europe en 2014 contre 328 millions en 2008.

Logifleet s'est aussi spécialisée dans la création de cartes dynamiques, grâce au GPS, qui servent à la gestion de la flotte des véhicules d'entreprise.

Depuis une année, l'intégration des GPS dans les téléphones portables suscite de nouvelles initiatives pour le marché grand public. Elles proposent de tenir compte de l'endroit où se trouve l'utilisateur pour l'informer sur son environnement. «Un quart des applications apparues sur l'Appstore (magasin de logiciels téléchargeables d'Apple: ndlr) utilisent les fonctions de localisation», révèle Dominique Bonte, expert LBS chez ABI Research.

Faute de modèles d'affaires, ces services ont néanmoins du mal à devenir rentables. La publicité, qui finance l'internet classique, s'est révélée une mauvaise piste. En Italie, les opérateurs télécoms, qui pensaient financer ces services grâce à des annonces venant des commerces à proximité de l'utilisateur, ont tous arrêté leurs essais. Le consommateur n'aime guère se faire

bombarder de spams. «Le décollage de ces services doit passer par une vraie valeur ajoutée pour les utilisateurs», explique David Beni, fondateur de la start-up ArxiT, à Genève. Certains ont cru la dénicher dans les systèmes d'identification d'amis (friend finder). Il y a deux ans, Novasys a équipé une cinquantaine de skieurs à Verbier avec une application qui leur permettait de se retrouver sur les pistes. «Nous avons introduit ce procédé trop tôt, relève Christian Hugonnet, directeur de la société. Les coûts de mise au point ne peuvent être facturés aux clients car ils sont encore chers.»

Plus convaincant, le modèle d'affaires conçu par des assureurs automobiles. Exemple avec la compagnie Zurich, qui développe à l'intention des jeunes conducteurs des contrats dits «Pay as you drive». Le principe consiste à adapter les primes en fonction du comportement au volant, à la condition que l'assuré accepte que les données sur sa conduite soient transmises par GPS pour contrôle. Mais tout le monde acceptera-t-il d'être ainsi mouchardé?

UNE PREMIÈRE AU SALON TELECOM DE GENEVE EN OCTOBRE

Autre modèle d'affaires, à succès, chez ArxiT. Michel Deriaz, responsable des applications mobiles, a inversé le problème en mettant la confiance au cœur des services géolocalisés. Pour y parvenir, il a créé un logiciel qui recoupe les informations entrées par les utilisateurs à propos des points d'intérêts (services, commerces, etc.) qu'ils taguent et commentent sur une carte. Généré par un utilisateur, ce contenu est ensuite validé par les autres pour progressivement ne retenir que les informations fiables et arriver à un niveau de qualité professionnelle. Un concept qui intéresse les opérateurs de réseaux de transport public comme les Transports Publics Genevois. Ces entreprises songent à demander aux passagers de signaler avec leurs mobiles les retards afin de constituer une carte statistique des points noirs du réseau puis de les corriger.

Avec un projet qui sera dévoilé lors du salon Telecom à Genève du 5 au 9 octobre, ArxiT entend même mettre toute la Suisse touristique dans son moteur de confiance. Comme les informations locales sont qualifiées par les utilisateurs eux-mêmes, les grands clients cette fois se bousculent.

COMMUNAUTAIRE

OPENSTREETMAP LES CARTES 2.0

Un site internet développe des plans gratuits à partir des relevés d'utilisateurs.

CamptoCamp, une start-up du parc scientifique de l'EPFL, s'est spécialisée dans le développement de systèmes de localisation à base de logiciels libres (voir swissrivers.ch, par exemple). Pour son directeur, Claude Philpona, le prix des données géographiques a long-

Le site va devenir à l'atlas ce que Wikipédia est aux encyclopédies.

temps été un frein à la géolocalisation. Les données des instituts géographiques des pays ne sont pas libres de droit. De même, les cartes élaborées à partir des relevés de Google coûtent chères et leur emploi n'est pas gratuit pour les professionnels. Aujourd'hui, Open Street Map offre la gratuité complète. En se reposant sur ses milliers d'utilisateurs qui publient des cartes de leur région à partir de leurs relevés GPS, ce site va devenir à l'atlas ce que Wikipédia est aux encyclopédies.

