

A. Aït-Hamouch, P. Collomb et F. Chazelle. L'interactivité des supports d'information

Fin d'être passif devant un panneau d'affichage ou du mobilier urbain. Grâce à la technologie développée par Embédia, chacun peut recevoir des informations sur son téléphone portable. Voilà une manière de créer des liens forts pour les annonceurs et de choisir son information pour le grand public. Explication de la technologie "média embarqué".

Ils sont trois associés : Atmin Aït-Hamouch, Paul Collomb et Frédéric Chazelle. Ingénieurs, ils se sont rencontrés à Vajence, dans la Drôme, alors qu'ils travaillaient pour le groupe suisse de téléphonie publique, Ascom. Leurs fonctions ? Concevoir et assurer la maintenance de parcs de téléphones publics et de bornes multimédias pour les grands groupes mondiaux de téléphonie. C'est de là qu'est née l'idée du développement d'une borne interactive non pas sur un lieu mais via le téléphone portable.

« Nous avons tout d'abord proposé ce projet à Ascom... qui l'a refusé », se souvient Frédéric Chazelle. Qu'à cela ne tienne. Les futurs associés quittent Ascom en 2003. Ils se rapprochent de Créalys, l'incubateur lyonnais, de laboratoires de recherche tels que l'Insa ou le Citi, avec lesquels ils collaborent toujours, de Novacités, de l'EM Lyon et bénéficient d'un programme d'aide au développement proposé par Oseo Anvar. Embédia (pour Embedded Média) est créée



● Paul Collomb, Atmin Aït-Hamouch et Frédéric Chazelle dirigent Embédia.

en avril 2005. « Parmi les nombreux partenaires qui nous ont soutenus, Créalys nous a aidés à valider techniquement le concept et l'EM Lyon à approuver la stratégie commerciale. »

Déporter l'interactivité

La nouvelle façon d'aborder l'information proposée par Embédia séduit rapidement un grand nom de la communication. Lors d'une campagne de communication Nike en octobre 2005, CBS Outdoor (ex-Viacom Outdoor) équipe 20 panneaux 8 m² de la bibox développée par Embédia pour permettre aux passants de télécharger sur leurs téléphones portables le dernier spot TV de la marque de sport. « La bibox a une zone de couverture de 20 m et peut être pilotée à distance pour le contenu qu'elle distribue, ajoute Frédéric Chazelle. Les informations émises et reçues

sont totalement sécurisées. Le propriétaire du téléphone doit activer sa fonction bluetooth et autoriser l'arrivée d'informations sur son portable. A aucun moment, la marque ou l'afficheur ne diffusent une information non voulue. » Et comme le système de diffusion est intelligent, il permet de qualifier et de quantifier les données. Les rapports d'audience sont qualitatifs et permettent aux annonceurs d'obtenir un retour de campagne juste. L'environnement devient communicant et l'annonceur prolonge les effets de sa campagne.

Le mobile étant devenu une borne multimédia capable de produire du son et de l'image, toutes les applications sont possibles. Rendre interactif un stand exposant lors d'un salon professionnel, diffuser des résultats lors d'une rencontre sportive, envoyer des offres d'emploi pour une société de travail tempo-

raire, télécharger des informations pratiques via les panneaux d'affichage municipaux, proposer des bons de réductions pour la grande distribution sont autant d'applications qu'Embédia développe pour ses clients.

Un marché mondial

La technologie brevetée par Embédia a de bonnes chances de dépasser nos frontières en 2007. « Nous sommes en pourparlers avec CBS Outdoor Europe et Etats-Unis afin d'élaborer un partenariat pour exporter notre savoir-faire » se félicite Frédéric Chazelle. Parallèlement, la moitié de l'effectif de la structure lyonnaise se consacre à la recherche et au développement du concept.

Enfin, un projet pour faciliter les déplacements des malvoyants dans les transports en commun via l'oreillette bluetooth est en cours de développement chez Embédia. Un partenariat avec les sociétés de transport en commun et les associations de malvoyants pour faire aboutir la technique gage du bien-fondé de cette technologie où, dans ce cas précis, l'intérêt de la diffusion de l'information prend tout son sens.

Stéphanie Polette