



PHOTO : GUILLAUME ATGER POUR L'ENTREPRISE

EMBEDIA

Activité : solutions de communication interactive pour téléphones mobiles
 Direction générale : Frédéric Chazelle
 Date de création : 2005
 Effectifs : 7 salariés
 Chiffre d'affaires 2008 : 300 000 euros

aussi à ses clients des solutions interactives de gestion des contenus à distance et d'étude d'audience (combien de personnes ayant un mobile Bluetooth sont passées devant la publicité et combien ont téléchargé le message). Le marché potentiel est large,

de la diffusion dans les magasins de coupons de réduction à celle d'extraits musicaux devant une salle de concert... En 2007, Embedia élargit son tour de table et lève 480 000 euros pour développer une nouvelle technologie, le Bluepass®, qui s'adresse cette fois aux sociétés de transport public. Avec Bluepass, les afficheurs électroniques des arrêts de bus ou des stations de métro deviennent interactifs. « Grâce à son téléphone mobile Bluetooth, la box Bluepass identifie une personne malvoyante à un arrêt de bus, l'informe de l'arrivée du bus par un message vocal sur le téléphone et avertit le chauffeur de la présence de cette personne à mobilité réduite », détaille Frédéric Chazelle. Testé à Clermont-Ferrand, le dispositif devrait s'étendre en 2009 dans la région Rhône-Alpes. « Le coût de notre système pour un transporteur

représente environ 10 % du coût global de l'équipement de son réseau en points d'information » indique le PDG d'Embedia. En outre, le financement de ce service peut être pris directement en charge par les usagers du réseau via un abonnement qui rend leurs téléphones compatibles Bluepass®.

Ou bien par la publicité, un transporteur étant en mesure de vendre cet accès au téléphone mobile à des annonceurs qui diffuseraient alors leurs messages ciblés entre deux infos-services.

■ PHILIPPE FLAMAND
 pfflamand@lentreprise.com

Embedia fait parler les arrêts de bus

CE QU'EN PENSE

oseo

■ MARIE-CHRISTINE DÉLIAS, chargée d'affaires Rhône-Alpes
 « Nous avons accompagné Embedia depuis sa création, d'abord avec une avance remboursable de 100 000 euros, puis avec un prêt d'amorçage de 75 000 euros et enfin avec une nouvelle avance remboursable de 240 000 euros en octobre dernier. Cette entreprise est d'autant plus prometteuse que de nouvelles applications concrètes de sa technologie ont réorienté récemment son modèle économique. »

FRÉDÉRIC CHAZELLE et Atmin Aït-Hamouda ont suivi le même parcours : école d'ingénieur et MBA à l'EM Lyon. Ils se rencontrent chez Ascom Monetel à Valence et décident de fonder leur propre société. En 2005, ils créent Embedia à Villeurbanne autour d'un produit, la Bibox® : un boîtier qui rend les affiches publicitaires interactives, en permettant à un annonceur de diffuser des informations vers des téléphones mobiles via la technologie Bluetooth®. Leur système breveté cible les publicitaires et organisateurs de salons. Une première campagne a lieu en 2005 pour Nike. De nombreuses autres vont suivre. Devant un panneau publicitaire équipé de la Bibox®, le passant peut, via son mobile, télécharger des informations sur un produit, le plan d'un salon, la bande-annonce d'un film... Embedia propose

Bluepass
 informe
 les usagers
 des transports
 publics via
 leur mobile