

Frédéric Chazelle, P-dg d'Embedia : « En France, deux entreprises sont sur ce marché »

Entretien avec le fondateur de la société villedurbaïnne Embedia, spécialiste des solutions interactives par bluetooth

TÉMOIGNAGE

« Tout converge vers le téléphone portable »

Muryel Jaby est responsable de la communication au Musée d'art contemporain de Lyon

« C'est plus moderne et moins volumineux que l'audio-guide. L'avantage ? Les visiteurs gardent les séquences téléchargées. On les enregistre sur place sur notre site internet. Ainsi, les gens peuvent préparer leur visite ou écouter des séquences après l'exposition. Evidemment, ça ne remplace pas les catalogues. Mais ce système permet de se mettre dans l'ambiance. Dès les premières semaines d'ouverture, nous avons enregistré un taux de téléchargement de 7 %. Le seul hic reste la saturation lors des jours d'affluence. Le téléchargement est plus long... Mais je suis persuadée que ce nouveau moyen de communication va se développer. Aujourd'hui, tout converge vers le téléphone portable : internet, les vidéos, la musique. C'est une tendance de fond. »

CARTE D'IDENTITÉ

- **Date de création de l'entreprise :** 2005
- **Implantation :** Villeurbanne
- **Nombre de salariés :** 10
- **CA 2007 :** 230 000 euros (en stagnation par rapport à 2006)
- **CA 2005 :** 75 000 euros
- **Projets en cours :**
 - Un contrat avec un opérateur de transports
 - L'équipement d'un parc de loisirs
 - Un projet événementiel sur le parvis de la Défense à Paris

Site internet : www.embedia.fr

>> En quoi consiste votre activité ?

Embedia est un fournisseur de solutions interactives. Notre équipe, de dix personnes, conçoit et développe des systèmes de téléchargements sur téléphones portables. L'intérêt est de mettre en interaction le public et son environnement proche grâce à la technique bluetooth. Ainsi, les usagers peuvent s'informer gratuitement sur des plans d'accès, des informations sur des produits, des événements, en format vidéo, texte ou son. Nike, notre premier client, en 2005, a souhaité rendre ses campagnes d'affichages plus interactives. Nous lui avons proposé notre « Bibox », une petite boîte émettrice de contenus et qui assure les téléchargements via le bluetooth. Du coup, chaque personne qui passait, dans un rayon de 10 mètres, à côté de l'affiche pouvait télécharger le clip de la marque.

C'est vrai que ce système reste méconnu du grand public. Le marché est encore naissant. Nous ne sommes, que deux entreprises, en France, à concevoir et développer ce procédé. Mais les agences de communication commencent à s'y mettre...

>> Comment est née votre entreprise ?

Je faisais du co-voiturage avec Amin Aït-Hamouda, un de mes collaborateurs dans le groupe de télécoms pour lequel nous travaillions auparavant. Tous deux ingénieurs, nous

voulions quitter notre employeur pour créer notre société. À l'époque, je plançais déjà sur un système de borne interactive. Un jour à Singapour, en voyant tous ces gens accrochés à leurs téléphones portables et face à des écrans publicitaires, nous avons eu l'idée d'un affichage interactif.

>> Qui sont vos clients ?

Le secteur de la publicité a été le premier à tester notre produit. Les annonceurs adressent des messages plus ciblés à leurs clients. Et cela représente près de deux tiers de notre activité. Mais vu la volatilité de ce secteur, nous nous repositionnons. La levée de fonds de 400 000 euros, qui a été entérinée début 2007, nous permet de viser le marché des services : les transports, les espaces publics, les collectivités locales.

>> L'année 2008 sera donc décisive...

Oui, elle marque un tournant et voit arriver de nouveaux clients. Le projet « Mobi + », inauguré mi-avril, à Clermont-Ferrand est emblématique de notre stratégie. Nous allons mettre en place, sur la ligne de bus n°6, un système qui permettra aux personnes à mobilité réduite de recevoir des informations en temps réel sur l'arrivée du bus. En même temps, le conducteur sera informé de la présence d'une personne handicapée et pourra adapter son accostage. C'est une première en France. Et ceci est déclinable partout :



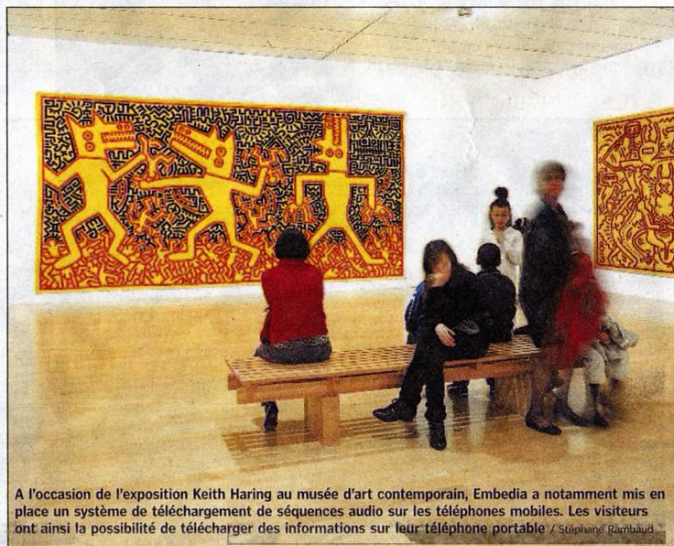
Frédéric Chazelle : « Le secteur de la publicité a été le premier à tester notre produit » / D.R.

dans les administrations, les espaces publics... Ce qui nous intéresse à présent, ce sont les services. Et nous projetons d'atteindre un chiffre d'affaires

d'un million d'euros en 2009 (soit de multiplier par quatre le CA en un an).

Propos recueillis par Emmanuelle Sautot

Téléchargez même au musée



À l'occasion de l'exposition Keith Haring au musée d'art contemporain, Embedia a notamment mis en place un système de téléchargement de séquences audio sur les téléphones mobiles. Les visiteurs ont ainsi la possibilité de télécharger des informations sur leur téléphone portable / Stéphane Rambaud

À Lyon, la société Embedia tisse sa toile. En avril, on retrouve ses bornes de téléchargements interactifs aux quatre coins de la ville. À la cité internationale d'abord. Où le musée d'art contemporain a mis en place un système de téléchargement de séquences audio sur les téléphones mobiles à l'occasion de l'exposition Keith Haring. À l'accueil, les visiteurs peuvent télécharger une biographie de l'artiste et à chaque étage, une présentation des œuvres emblématiques est disponible. Avantage de taille : l'audio-guide, payant, n'est plus nécessaire. À la Foire de Lyon, le même système, positionné à l'entrée d'Eurexpo, visait à informer les visiteurs des horaires du salon, des animations et autres promotions des divers stands. Une seule constante : avoir un téléphone portable équipé du système bluetooth. Les téléchargements sont gratuits.