

Paris, le mardi 1er avril 2014

Contacts Presse

Agence C3M
Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle AMIARD
michelle@agence-C3M.com

Mots-clés : GEOLOCALISATION / TRANSPORT

Géolocalisation ... La course à l'échalote

▪ Pas 50, pas 20, pas 15... 12 euros ... Qui dit mieux ? 8 euros par mois et par véhicule, sans engagement... J'ai entendu ça, là-bas au fond ! ▪ Jusqu'où les loyers vont-ils baisser dans la géolocalisation des flottes de véhicules ? Qu'est-ce qui pousse les nouveaux entrants sur le marché à baisser les coûts, à détruire les modèles qui ont permis de construire des offres de qualité... A cette course-là, les plus petits sont en général les plus agressifs, et mais aussi les plus fragiles. On l'a constaté avec les quelques défaillances retentissantes des derniers mois. Jusqu'où iront ces apprentis sorciers ? ▪ Lorsque l'on a, comme moi, connu les premières offres commerciales avec des liaisons data point à point... du CSD !, on constate le chemin parcouru, techniquement, sociologiquement, mais aussi économiquement dans la géolocalisation.



Par Philippe ORVAIN, Président de Nomadic Solutions

Co-fondateur de Nomadic Solutions en 2003, Philippe Orvain apporte une expertise confirmée dans le domaine de l'informatique embarquée. Après avoir été le directeur commercial de MCM, société spécialisée dans l'informatique embarquée de 1999 à 2001, Philippe Orvain est devenu le directeur du développement et marketing de la société COREDIL primée par le Ministère de la Recherche. Il représente les PME au Bureau du Pôle de Compétitivité Advancity. Auparavant Philippe Orvain, évoluait dans le domaine de la construction mécanique. Doté d'une licence d'informatique graphique, il a démarré sa carrière comme dessinateur-projeteur. Puis il a consacré 10 ans à la société qu'il a créée, Polydiffusion editrice d'un logiciel de dessin assisté par ordinateur.

Petit flashback et réflexions personnelles sur l'avenir de la géolocalisation indoor.

Techniquement, vers la fin des années 90- 2000, les soucis techniques ont été légion, et sans vouloir faire de peine à ceux qui ont survécu, les matériels et les logiciels n'étaient pas des plus fiables. A ce jour, à l'exception de quelques fabricants *main land china* dont les boîtiers ne sont pas passés par les fourches caudines de la normalisation européenne, la grande majorité des boîtiers du marché fonctionnent plutôt bien... Même si certains sont plus stables que d'autres.

Au niveau des fonctionnalités, les boîtiers de géolocalisation ont bénéficié de l'avènement des smartphones, qui ont apporté un lot de bijoux technologiques à des prix abordables. Ainsi, les modules combinés GSM/GPS, les accéléromètres, la techno RFID, les écrans tactiles sont autant d'items qui rentrent aujourd'hui dans leur composition. Une multiplicité des pièces de puzzle qui permet d'adapter des solutions *on board* verticales à chaque

famille d'activités (ambulances, véhicules de techniciens, ramassage de déchets, transport routier de marchandises...), et aussi de développer des fonctionnalités transverses comme l'écoconduite.

Le volet sociétal est aussi amusant à caresser à rebrousse-poil... Dans les années 98/2000, les premières solutions de géolocalisation ont trouvé preneuses chez **les transporteurs** qui gagnent leur vie avec le temps de roulage. Puis, **les gestionnaires d'équipes de terrain** y sont venus, eux font leur bénéfice quand les véhicules sont arrêtés.

La course en avant a pourtant été freinée par l'aspect social. Beaucoup d'exploitants, de régulateurs ou de chefs d'équipes mobiles, n'ont pas intégré ce nouvel outil convenablement. Ils ne l'ont pas pris comme une aide à la rationalisation dans la gestion de la mobilité des personnels (optimisation des kilomètres parcourus et des temps de trajet, économie de fatigue des conducteurs). Non, le plus souvent, les encadrants ont intégré la géolocalisation comme **un moyen de surveillance** et quelques expériences désastreuses ont marqué les débuts de l'implantation de la géolocalisation dans certaines entreprises françaises. A cause de ces malentendus, la progression du marché, malgré des prévisions d'année en année de plus en plus mirifiques, a été assez lente en comparaison d'autres secteurs des NTIC ...

Les campagnes marketing et la couverture médiatique alimentée par l'intérêt réel des journalistes pour les nouveautés technologiques, ont incité de nombreux affairistes subodorant la poule aux œufs d'or à se ruer sur ce marché avec des serveurs montés à la va-vite. Pour prendre des parts de marché rapidement, ces vilains petits canards ont cassé les modèles économiques, et proposé des services plus ou moins bancales qui ont contribué à décrédibiliser la profession, et à ralentir la progression de l'équipement .des flottes d'entreprises.

Mais aujourd'hui, le marché est relativement épuré et mature, avec beaucoup de renouvellement. Le flicage n'est plus un sujet depuis que chacun renvoie ses XY instantanés sur sa page facebook.

Si l'on ausculte enfin le **coté économique**, une ombre plane cependant : la baisse continue des prix du service qui fragilise les fournisseurs. Chez les décideurs, la culture du prix facial a occulté la notion de coût réel. **Le service, la qualité des produits, la stabilité des équipes sont devenus des critères de choix mineurs, seul compte le prix.** C'est malheureusement le cas dans bien d'autres domaines d'activités, la politique marketing « supermarché » est en train d'avoir raison du bon sens industriel !

Pour compenser ces baisses de marges, un nouveau marché s'ouvre aujourd'hui, complémentaire à la géolocalisation GPS, il s'agit de la **géolocalisation Indoor**. Cette géolocalisation intra-muros requiert l'installation d'infrastructures mais présente l'avantage d'assurer une traçabilité sans faille entre l'extérieur et l'intérieur des bâtiments, cette géolocalisation sans couture, (urbi et orbi) étant réalisée par les serveurs qui combinent l'interprétation des données issues des deux technologies.

Ainsi, les secteurs qui pourraient initier le marché seraient les **hubs de logistique** qui accueillent des produits de forte valeur ou bien **la santé, le handicap ou encore celui le tourisme et les établissements qui reçoivent le public.**

La technologie la plus prometteuse dans ce domaine est assurément la technologie basée sur le bluetooth4 low energy, et ceci pour plusieurs raisons, la première étant **le faible impact environnemental**, très peu de pollution électromagnétique, mais aussi **la précision remarquable obtenue** (+ ou - 50 cm), et **la compatibilité envisageable avec l'ensemble des téléphones portables récents.**

Alors va-t-on assister au même schéma de déploiement poussif observé pendant les 15 dernières années avec l'outdoor, ou au contraire être les témoins d'une explosion à la manière des téléphones portables ?
Espérons, en tout cas, que le indoor n'attire pas les « sans vergogne » comme a pu le faire l'outdoor.

A propos de Nomadic Solutions

Concepteur de solutions innovantes et distributeur à valeur ajoutée, Nomadic Solutions commercialise depuis 10 ans, une gamme de solutions matérielles pour la mobilité durable, la géolocalisation, la traçabilité et la sécurité des personnels itinérants de l'entreprise.

Nomadic Solutions propose aussi des produits issus de son propre effort de R&D comme l'EcoGyzer, un accessoire d'aide à l'éco-conduite qui a reçu plusieurs Trophées, ou bien encore Wikiwalk pour le guidage vocal collaboratif.

A ce jour, Nomadic Solutions a distribué près de 75 000 boîtiers, en mode indirect via un réseau d'une cinquantaine de partenaires intégrateurs œuvrant en France, en Europe et en Afrique.

Pour en savoir plus : www.nomadicsolutions.biz