

Le U-Retail va-t-il révolutionner l'Industrie ?

La communication inter-objets est désormais une réalité, même si elle est encore balbutiante en Europe. Les réseaux mobiles combinés aux technologies NFC (puces sans contact) ou RFID permet déjà un certain nombre d'applications dans l'industrie (logistique) ou dans le grand public (mobile comme moyen de paiement ou de transport). Mais il est possible d'aller beaucoup plus loin.

Dans un proche avenir, il sera possible d'étendre considérablement cette interaction, notamment au commerce électronique. Accéder à des offres et à des services en tous lieux, depuis n'importe quel support constitue le prochain objectif, si l'on en croît les experts réunis lors d'une table ronde organisée lors du salon de la VAD qui se tient actuellement à Lille. Cette nouvelle forme de commerce, appelée U-Retail pour commerce ubiquitaire ou encore intelligence ambiante est activement développée dans les labos de R&D, notamment au Japon.

Les Japonais sont d'ailleurs très en avance sur la question. Pour le Professeur Ken Sakamura, de l'Université de Tokyo, « il s'agit d'établir un dialogue entre des objets courants du quotidien et l'Homme ».

« Les débouchés sont très nombreux. Dans le domaine de la pharmacie, nous avons mis au point un service assez simple composé d'une puce RFID collée sur les boîtes de médicaments et d'un terminal qui prend la forme d'une montre. Les deux objets communiquent entre-eux et la montre me dit quand prendre le médicaments, quelle est la prescription etc... »

A Ginza, célèbre quartier commerçant tokyôite, plus de 10.000 tags RFID ont été disséminés. Ils permettent par exemple aux personnes non-voyantes de se guider dans ce quartier, ces derniers étant équipés d'une canne munie d'un lecteur. Ces tags permettent également d'obtenir, à travers un terminal mobile, des informations touristiques ou de géolocalisation.

Le déploiement de ce type de projets doit néanmoins se faire dans un cadre précis. « Sécurité et protection des données personnelles sont indispensables. Il faut impliquer le citoyen, être transparent, initier le débat, sinon on risque un rejet pur et simple », avertit Arnaud Mulliez, président du Pôle de Compétitivité Industries et Commerce et président d'Auchan France qui suit de très près ce qui se passe au Japon.

Pour Rafi Haladjian, créateur d'Ozone et précurseur des réseaux pervasifs et de la communication inter-objets, le U-Retail est une formidable opportunité pour les industriels. « Le prix de l'électronique a tellement baissé qu'on peut l'implémenter dans n'importe quel objet. La clé est de permettre aux industriels d'entrer dans la communication. On peut ainsi imaginer un pèse personne RFID connecté à Internet et relié à un service en en ligne de conseils diététique, le tout est de trouver la killer application qui fera décoller le marché ».

Et l'homme ne se contente pas d'imaginer. Son désormais célèbre Lapin Nabaztag Tag (vendu à 180.000 exemplaires) commercialisé par sa société Violet est sur le point d'appliquer ce principe. Il s'est associé à l'éditeur Gallimard qui sortira au mois de novembre un livre pour enfants équipé d'une puce RFID. Il suffira alors de faire 'renifler' cette puce au lapin pour que ce dernier commence à lire le livre (avec différentes voix), le contenu étant téléchargé. Violet lancera d'ailleurs un bundle lapin et livre à Noël. « C'est une première étape, une déclaration d'intention. On pense que ce type

d'applications va exploser, cela ouvre des opportunités à tout un tas d'industriels absents de la high-tech », souligne Rafi Haladijan.