

Mobiles: Axalto veut fédérer les fans de football

Le géant des cartes à puce lance une nouvelle application basée sur la carte SIM permettant aux abonnés de voter sur les résultats des matchs de football avec leur téléphone mobile, nom de la solution: GloBall.

Concrètement, cette application qui tombe à pic en cette année de coupe du monde de football, devrait permettre aux utilisateurs de se tenir au courant des dernières actualités de la planète « ballon rond » et d'échanger leurs pronostics avec leurs amis en envoyant des SMS multi-destinataires. Avec cette nouveauté, Axalto surfe sur l'engouement des abonnés mobiles pour les services communautaires. A l'aide d'une navigation dans les menus, les abonnés peuvent voter sur le résultat et le score présumé de chaque match, ainsi que sur les résultats finaux de la compétition : meilleur joueur, nombre total de buts marqués et équipe gagnante. La solution Axalto permet aux utilisateurs de demander facilement des informations spécifiques relatives à la compétition, et aux opérateurs de communiquer les résultats des matchs en temps réel. Afin de rendre le jeu encore plus attrayant, GloBall est une solution clés en main pour déployer des services à valeur ajoutée associés à l'un des événements sportifs les plus populaires, sans avoir à développer et installer une technologie pour une durée limitée, explique le groupe. En outre, elle permet aux opérateurs d'externaliser la mise à disposition de contenu et de concentrer leurs efforts sur leur cœur de métier : la distribution et la promotion de la solution GloBall, ainsi que des services associés. *« Cette nouvelle application offre aux abonnés l'accès à des services à valeur ajoutée de façon simple et pratique. Avec GloBall, les opérateurs pourront tirer parti de la popularité d'un événement mondial et proposer à leurs abonnés un service inédit »*, ajoute Xavier Chanay, président Marketing Produit & Technique chez Axalto.

Football: une killer application pour les opérateurs

La solution d'Axalto devrait séduire les opérateurs mobiles. En effet, le football représente une attente forte des abonnés mobiles. Dans le même temps, le succès de la TV sur mobile incite les opérateurs à encore plus miser sur le ballon rond.

Ainsi, Orange a déboursé 29 millions d'euros pour obtenir l'exclusivité des droits de diffusion mobile des matchs de Ligue 1 pour les prochaines saisons. L'opérateur n'a pas hésité à payer au prix fort ces droits qui avaient été cédés, pour les saisons précédentes, pour 8 millions d'euros.