

Mondial de l'Auto 2008 : navigation et Internet embarqué font florès

Jusqu'à présent, opérateurs et fabricants d'automobiles ne se croisaient que dans de rares occasions. Fournir un service de téléphonie mobile aux conducteurs en faisait partie (cf les services 3RP...). L'arrivée du mobile a rendu cette collaboration obsolète. Internet et son équivalent mobile (3G, 3G+) offrent à ces deux univers de nouveaux axes de synergie.

Orange entend faire de la voiture un nouvel espace connecté, à l'instar de la maison ou du bureau. L'opérateur grâce à des partenariats avec des fabricants d'automobiles (**Toyota, Peugeot, Fiat, Heuliez**) a élaboré une gamme de services destinés à améliorer la conduite ou à équiper des véhicules de façon radicalement différente.

La collaboration avec **Heuliez**, un fabricant français de véhicules breaks, utilitaires ou électriques, a donné naissance à la « **Will** », une voiture '100% électrique' au châssis conçu par ses ingénieurs, équipée de pneumatiques Michelin et d'un système de navigation élaboré par **Orange Business Services**, la branche entreprise de l'opérateur.

L'opérateur a également créé une plate-forme fournissant des informations sur le trafic autoroutier directement issues de la signalisation du réseau mobile GSM d'Orange puis capable de les envoyer sur un PC portable ou un smartphone.



Calcul d'itinéraires, analyse des données, puis restitution des informations à l'utilisateur en temps réel, la plate-forme permet, selon Orange, de proposer des indications « *plus précises et plus fiables* ». L'opérateur devrait également proposer l'application « AlerteGPS », un service capable d'avertir le conducteur de la présence de radars fixes et mobiles.

Pour une voiture comme la « Will », les potentialités offertes sont intéressantes. La solution de navigation d'OBS peut fournir au conducteur des informations sur l'état de son véhicule ou encore sur sa vitesse. L'opérateur devrait élaborer d'autres services dans les prochains mois.

Toutes ces applications dépendent étroitement d'Internet. La connexion au réseau est également rendue possible grâce à une « **Flybox** », un modem embarqué. Le boîtier, équipé d'une carte SIM 3G permet suivant les zones de couverture d'atteindre des débits compris entre **200 Kbit/s et 7 Mbit/s**. Des consoles de jeux portables, de salon et des PC portables peuvent également avoir accès au web grâce à une connexion Wi-Fi issue de la « Flybox ». Aucun modèle économique n'a pour le moment été défini. Orange pourrait pencher vers une tarification à l'acte ou un abonnement mensuel.

L'ensemble de ces services devraient être rendus accessibles au public à partir de 2009. Pour la « Will », les particuliers devront patienter jusqu'en 2010.



Garmin mise sur les automobiles

La collaboration entre Garmin et le monde de l'automobile ne date pas d'hier. Le fabricant de GPS a, au cours de ces dernières années, multiplié les partenariats. « *Nous travaillons avec BMW, Volvo, Mercedes ou encore Nissan. Depuis 10 mois, nous avons entamé un partenariat avec Panasonic* », explique Roger Jollis, vp OEM chez Garmin.



>>>> *Un GPS Garmin dans une voiture de son partenaire, Volvo* Le fabricant adopte une double approche avec ses partenaires. Dans un premier temps, sa stratégie a consisté à lier des partenariats avec les fabricants pour y intégrer ses accessoires. Mais **Garmin** est également présent sur un autre terrain : le logiciel embarqué. « *Pour Ford, nous avons conçu un programme de navigation pour l'un de ses modèles, le F1 pickup, l'un des modèle les plus vendus en Amérique du Nord. Les sociétés de locations de voitures ont également fait appel à nous, ajoute Roger Jollis. [La présence d'un logiciel de navigation]facilite la gestion des flottes* ». La sortie du **Nuviphone**, annoncée au mois de février dernier par le fabricant s'intègre dans cette stratégie. Avec son futur terminal, le fabricant compte couper l'herbe sous le pied de ses concurrents (dont **Nokia**) en proposant un appareil « *plus intuitif* ». Pour le moment, le fabricant ne dispose d'aucun partenariat avec un opérateur précis. Les discussions se poursuivent. Garmin reste confiant malgré une concurrence effrénée avec le néerlandais TomTom. En 2007, le fabricant américain a écoulé 5 millions de terminaux et obtenu un chiffre d'affaires de **3,2 milliards de dollars**. Ces différents partenariats confirment que les fabricants d'automobiles, les opérateurs et les fabricants de GPS devraient, pendant un long moment encore, faire route ensemble.