



#19

L'Aquitaine NUMERIQUE

L'Aquitaine numérique - La lettre d'information d'AEC - n° 19 - Janvier / février 2009



Dossier

L'Internet Mobile dans les starting blocks



Supplément

Rapport de mission en Corée et au Japon : haut débit et mobilité



Enjeux

Opérateurs, médias : l'heure des grandes manoeuvres

Ville et mobilité

Infos pratique et réseaux sociaux : la ville est dans ma poche !

M-Tourisme

Le mobinaute voyageur est toujours accompagné

Innovation en entreprises

Les sociétés V4x et Néomades en pointe sur la mobilité p5

Métiers en mutation

Santé en ligne : bonnes pratiques pour responsables de site p6/7

Actus d'AEC

Premier Carrefour des Possibles en Aquitaine ! p23

Dans cette lettre, la liste des projets innovants sélectionnés !



Edito

2009 : passer à l'acte



Comment aborder l'année nouvelle ?

Bien sûr, d'abord, par des vœux rituels, classiques, polis.

Bonne année à vous toutes et tous, lectrices et lecteurs, de cette lettre d'information d'AEC

lue sur votre bureau de travail ou sur l'écran de votre terminal électronique, en rappelant que les collaborateurs qui la façonnent sont toujours fiers de vous donner des informations à l'aune des évolutions numériques et surtout des pratiques évolutives des utilisateurs, soit, globalement, tout le monde.

Ensuite, par la mise en perspective des chantiers que les acteurs d'Aquitaine, en symbiose avec l'ensemble des territoires, mènent pour le développement d'une France numérique.

J'ai été frappé, en cette fin 2008, par l'extraordinaire dynamisme que révèlent deux opérations concomitantes. Le concours « Jeunes Talents Innovation - Mes idées se réalisent pour la ville » avec SFR et les villes de Bordeaux, Nantes et Toulouse et celui du 1er Carrefour des Possibles organisé en collaboration avec huit partenaires, en particulier, la FING. Vous trouverez informations et relais dans la lettre.

A ce dynamisme français, s'ajoute le sentiment que notre mission d'étude à Séoul et Tokyo, dont je vous engage à

prendre le temps d'en lire le dossier joint à cette lettre, met en valeur le volontarisme des décideurs de ces métropoles pour soutenir leur modèle de développement en appui sur le numérique, l'immatériel et le virtuel.

Nous percevons, crise mondiale financière, économique et sociale prise en compte, qu'il nous faut apporter solutions, confiance, sinon rêves. Nous devons répondre à cette aspiration mortifère de la décroissance, par des processus de création, d'imagination et de mutualisation des moyens.

Nous devons dire et redire comment toute la société, immergée dans le bain amniotique du numérique, a pour responsabilité d'utiliser les capacités qu'offre ce numérique.

Très haut débit, travail à distance, mobilité disponible, activités économiques, culture et éducation sont autant de secteurs porteurs de croissance en utilisant, sans état d'âme, technologies, services et innovations.

Que 2009 soit, pour nous toutes et nous tous, une année de réflexion stratégique sur le devenir de notre région numérique et de passage à l'acte autour de projets et de créations.

Marcel Desvergne, Président d'AEC
marcel.desvergne@aecom.org

Sommaire

p2 **AEC publications** : Edito, sommaire et parutions

p3 **AEC web** : Partenariats sudouest.com et France 3, à venir sur aecom.org.

p4 **Acteurs publics aquitains** : **Pigma ou** le partage de l'information géographique du territoire

p5 **Innovation en entreprises** : **V4x et Néomades en pointe sur la mobilité**

p6/7 **Métiers en mutation** : Santé : bonnes pratiques pour les responsables de sites.

Santé, numérique et vie privée : faut il avoir peur des effets secondaires ?

p8 **L'expertise juridique** : le rôle du juriste TIC dans la création d'un site web

p9 à 16 **Dossier : L'internet mobile dans les starting blocks**

Enjeux du dossier : C'est l'heure des grandes manoeuvres p10

Les freins et les leviers de l'internet mobile p 11

Mobilité sur les pavés : La ville est dans ma poche p12/13

Mobile et sac à dos : M-Tourisme : l'accompagnement permanent p14/15

Demain : Innovation mobile en domotique et dans la santé p16

p17 **Guide high tech 2009** : La « sélection conso » 2009 d'AEC

p18/19 **Recherches et prospective** : Evolutions de l'informatique et des réseaux : gérer l'abondance de l'offre

p20 **Tendances du net** : Un avenir de médiateur pour les avatars attentifs

p21 **Monde/Europe** : Des solutions numériques pour une justice sociale

p22/23 **Les actus d'AEC** : La génération internet changera le monde du travail

Premier Carrefour des possibles en Aquitaine

PASI : cinq projets soutenus par l'Europe, l'Etat et la Région

p24 **L'agenda numérique & Quoi de neuf en Aquitaine ?**

Parutions



En novembre 2008

Aquitaine Analytic n°5.

« Séniors et numérique en Aquitaine : la fracture est surtout sociale »

(lire aussi p 23)

En décembre 2008

Mission d'étude Corée - Japon

« Très haut débit et mobilité, les beaux enfants d'une convergence culturelle et entrepreneuriale »

A venir en mars 2009

Dossier de veille de l'Aquitaine Numérique

« Seniors, services à la personne et TIC »

Partenariats

SUD OUEST

Dossier complet sur la Génération Internet



- **Analyse** : La société au défi des Y
- **Etude statistique** : La génération internet en Aquitaine : équipée, connectée, accessible
- **Dossier de veille** : La génération Y au travail : l'inévitable mutation des organisations
- **Le Débat numérique** : Génération internet dans le monde du travail : un bouleversement ?

Lire également sur www.sudouest.com



Les vidéos d'AEC

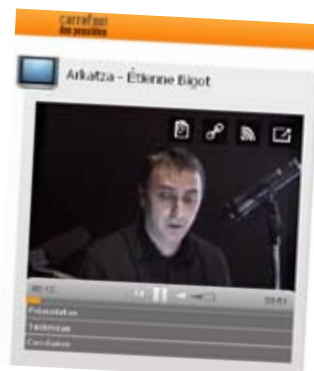
› **Elie Sloïm, directeur de la société bordelaise Témésis**

Thème : Qualité, conformité et accessibilité des services en ligne.

« Chez les créateurs d'un site internet, la qualité et l'accessibilité sont des notions intuitives à 80%. C'est sur les 20% restant que nous agissons car ils auront des répercussions sur l'expérience utilisateur. Nous avons ainsi établi un ensemble de règles en matière d'accessibilité et de qualité du web ».

› **Premier Carrefour des possibles en Aquitaine**

Découvrez en vidéo, présentés par leurs créateurs, les dix projets sélectionnés pour ce Carrefour des Possibles, organisé par AEC et la FING, le 15 décembre (lire aussi page 23).



Chronique d'AEC

L'Aquitaine Numérique est au « Midi Pile »

- En novembre : **Se connecter à Internet en Aquitaine**
- En décembre : **L'innovation numérique au service du handicap**

mopa

Journée technique eTourisme

- Intervention de Julie Tomas, juriste TIC à AEC : « **L'encadrement juridique des sites de commerce en ligne** ».

Support d'intervention et compte rendu complet de la journée organisée par Mission des offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine « **commercialisation en ligne et ergonomie des sites internet** ».

Lire aussi sur <http://aquitaine-mopa.fr/-E-tourisme-commercialisation-en->

A venir sur le web

En janvier 2009

Dossier de veille de l'Aquitaine Numérique « L'internet mobile dans les starting blocks », à lire dans cette lettre

Aquitaine Analytic n°5

« Séniors et numérique en Aquitaine : la fracture est surtout sociale » (lire aussi p 23)

Aquitaine

>>> PIGMA Plate-forme de l'information Géographique Mutualisée en Aquitaine, est un projet qui vise à impulser une dynamique régionale de diffusion et de mutualisation de l'information géographique en Aquitaine. Il est porté par le Groupement d'intérêt public Aménagement du Territoire et Gestion des Risques (GIP ATGéRi)* avec l'aide de l'Europe, de l'Etat (fonds FEDER), du Conseil régional et grâce à l'autofinancement de ses membres particulièrement les Services Départementaux d'Incendie et de Secours.

Contact

Pierre Macé
Directeur du GIP
ATGéRi
05 57 85 40 42
contact@gipatgeri.fr
www.cartogip.fr



CUB

« Territoire innovant »

La Communauté Urbaine de Bordeaux a été décorée du label « Territoire Innovant » au colloque « Interconnectés », qui s'est déroulé à Lyon, début décembre, pour son site internet concertations.lacub.fr. Entièrement dédié à la concertation sur les grands dossiers de la Cub, il a pour finalité d'impulser une culture participative, de faciliter les contributions des habitants, de les informer sur les aménagements de l'agglomération bordelaise : développement du réseau de transports en commun, projet urbain et de franchissement de la Garonne, aménagement d'un éco-quartier. Il est l'équivalent électronique des dossiers de concertations papiers. Ce site a fait l'objet d'un coup de projecteur à l'occasion du Carrefour des Possibles organisé par AEC (lire p23).

<http://concertations.lacub.fr>

Partager la connaissance géographique du territoire

> Trois questions à Pierre Macé, directeur du GIP Atgéri.

Quels sont les enjeux du projet PIGMA ?

L'objectif principal de PIGMA est d'impulser une dynamique régionale de diffusion et de mutualisation de l'information géographique en Aquitaine mais aussi de favoriser l'interopérabilité entre les services, d'impulser une dynamique régionale de partage autour d'outils d'aide à la décision en complément des actions locales et de générer une économie d'argent public par la mutualisation des achats et des moyens.

Quelles informations seront donc partagées ?

Nous avons passé un appel d'offre pour l'acquisition des droits d'utilisation des « couches basses » pour la sphère publique et parapublique : photographies aériennes, base de données géolocalisées des adresses, base topographique vecteur (bâti, voie, hydrographie, altimétrie). En retour, nous attendons des acteurs locaux des remontées d'informations sur les grandes thématiques telles que les réseaux de communication électroniques, les grands projets d'infrastructures, les réseaux d'énergie, les zonages environnementaux et risques, le cadastre. Le GIP ATGéRi se charge de la mise en

place et de l'administration d'un catalogue des données existantes en Aquitaine. Un site Extranet va être mis en place pour la consultation des données géographiques. Cet Extranet sera en particulier un outil intéressant pour les organismes ne disposant pas d'un Système d'Information Géographique (SIG).

Quelles applications concrètes permettra cet outil ?

Le projet PIGMA apportera des outils de description du territoire précis qui pourront être partagés par l'ensemble des acteurs. La constitution d'un référentiel commun va permettre une amélioration de l'interopérabilité entre les acteurs publics du territoire. Les bénéfices du projet PIGMA sont nombreux notamment au niveau de l'aménagement du territoire, de la gestion des risques, en tant qu'outil d'aide à la décision pour la planification ou les aspects opérationnels.

**Le GIP ATGéRi regroupe les partenaires suivants : ministères de l'Agriculture, de l'Intérieur et de l'Ecologie, les cinq Services Départementaux d'Incendie et de Secours d'Aquitaine, l'Association Régionale de Défense des Forêts Contre l'Incendie et l'ONF.*

Pyrénées-Atlantiques

Enquête TIC et Tourisme

Le comité départemental du tourisme Béarn-Pays Basque vient de lancer une enquête sur l'utilisation des TIC auprès de ses professionnels. Il s'agit pour le CDT d'analyser les pratiques qu'ont les professionnels du tourisme vis-à-vis d'internet : services en ligne proposés, réalisation et maintenance d'un site, promotion du site, traduction en langues étrangères, difficultés rencontrées, réservation en ligne et commercialisation, etc. Cette étude est aussi l'occasion de mesurer et de définir les besoins et les attentes en matière d'accompagnement des professionnels au regard des usages TIC. L'enquête est en ligne sur

<http://www.sphinxonline.net/cdt64/tic2/tic2.hyp?query=input&format=html>

Contact : c.lamothe@tourisme64.com

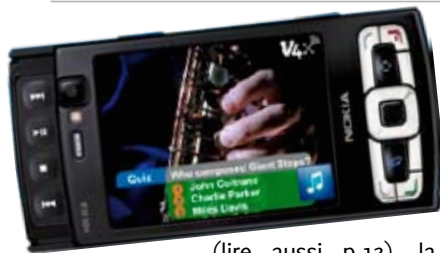


Mobile et mobilité

« L'interactivité favorise la monétisation des contenus mobiles »

Nom : V4x. **Localisation :** Pessac (33)

Innovation : solutions pour la création de canaux de télévision mobiles



« Face au démarrage laborieux de la Télévision Mobile Personnelle en France

(lire aussi p.13), la société V4x apporte sa solution : « L'enjeu actuel autour de la TMP est celui de la monétisation des contenus afin d'asseoir un modèle économique pour tous, éditeurs de programmes et opérateurs de téléphonie. Notre logiciel V4x Sequencer leur permet de programmer et de diffuser des chaînes de télévision mobile interactives. Par l'interactivité, nous favorisons la monétisation des contenus et la fidélisation des mobinautes », déclare **Nicolas Marchand, cofondateur et président de la société V4x.**

Le logiciel V4x Sequencer se présente comme un logiciel de montage vidéo classique. Intuitif, simple d'utilisation, il offre toutefois un éventail d'accessoires adaptés à la diffusion de programmes audiovisuels interactifs pour la télévision mobile et l'internet. Avec le Sequencer, l'éditeur de contenus peut récupérer

des vidéos ou images fixes déjà existantes, créer des séquences TV mais surtout intégrer des éléments graphiques (logos, bandeaux déroulants animés) ou interactifs affichés en incrustation sur la vidéo. Le mobinaute voit ainsi s'afficher, de manière synchronisée avec la vidéo et en haute qualité, des liens publicitaires ou des services tels que des quizz, téléchargements d'applications, services de personnalisation de contenus, etc.

Les séquences vidéo produites sont diffusées automatiquement par l'éditeur à travers un serveur de streaming web ou exportées sous forme de fichiers téléchargeables. Les contenus interactifs sont générés dans de multiples formats dont Flash, disponible sur les nouveaux terminaux du marché.

Attirée en Aquitaine par la politique régionale d'aide aux entreprises innovantes, la société V4x est hébergée et accompagnée depuis sa création en 2006 par la pépinière d'entreprises Bordeaux Unitec, à Pessac (Gironde). Elle y mène notamment ses travaux de R&D tandis que son équipe commerciale internationale étoffe auprès d'acteurs européens et américains, le portefeuille clients de l'entreprise.

Contact

Nicolas Marchand

Président, CTO

nicolas@v4x.com

05 56 45 13 61

<http://www.v4x.com>



Néomades ouvre son laboratoire aux développeurs d'applications

Nom : Néomades. **Localisation :** Bidart (64)

Innovation : portage d'applications mobiles

« Nos clients mettent au point des logiciels de services mobiles, tels la cartographie, la météo, le suivi de commandes, etc. Ces logiciels doivent fonctionner sur une grande variété de portables présents sur le marché. Notre métier est de leur simplifier cette adaptation. C'est ce que l'on nomme le « portage » d'applications » explique **Jean-Gilles Hoursiangou, fondateur de Néomades.**

Créée en 2006, Néomades est installée à la Technopôle Izarbel à Bidart (64) depuis avril 2007. Labellisée « Jeune Entreprise Innovante », elle a mis au point la solution NéomAD qui permet au développeur le portage automatique, le test et l'optimisation des applications Java (langage de programmation) sur plus de 650 téléphones mobiles en Europe et aux Etats-Unis. Pour développer cette solution, Néomades a « cherché à comprendre le fonctionnement de

plusieurs centaines de mobiles présents sur le marché », raconte Jean-Gilles Hoursiangou. « Nous avons voulu partager ces connaissances en ouvrant notre laboratoire à toutes les sociétés souhaitant réaliser des prototypes d'applications pour mobiles, les tester ou analyser leur faisabilité sur un ensemble de téléphones ».

Résultat : depuis son ouverture en décembre 2007, le Néomades Mobile Labs a accueilli une vingtaine de professionnels. « Ils disposent, au sein du laboratoire, de 450 mobiles récents ils sont renouvelés au rythme de 50 nouveaux mobiles par trimestre configurés et documentés sur leurs capacités techniques. C'est un outil puissant qui a permis de convaincre pas mal de sociétés de se lancer dans le développement d'une application », conclut Jean-Gilles Hoursiangou.

Contact

Jean-Gilles Hoursiangou

Gérant de Néomades

contact@neomades.com

05 59 43 85 21

www.neomades.com



L'Aquitaine Numérique donne la parole à un professionnel qui présente les évolutions de son secteur d'activité à la lumière des tendances du numérique. Retour sur les mutations en cours dans le domaine de la santé avec la fondation Health on The Net et le Forum des Droits sur l'Internet

Santé : bonnes pratiques pour les responsables de sites



Page réalisée en partenariat avec Health On the Net

La fondation suisse Health On the Net a établi une charte de déontologie en huit points, le HONcode, qui fait référence dans le monde. Ce label certifie la fiabilité de l'information médicale délivrée sur internet

Sur internet, la question n'est plus seulement de trouver l'information mais surtout de savoir si les rédacteurs d'information sont crédibles. Le problème est particulièrement critique en ce qui concerne le domaine médical où l'information (explication des maladies, traitements recommandés, type de médecine...) a un impact direct sur la santé du citoyen.

Depuis 1995, la fondation Health On the Net (HON), installée à Genève, en Suisse, s'est engagée dans la voie de la certification des sites web de santé. Son objectif est de donner accès à de l'information médicale de qualité sur internet pour le citoyen, qu'il soit patient ou professionnel de santé. Une charte de déontologie en huit points a ainsi été créée : le HONCode.

La France a été le pays précurseur en la matière en votant une loi en 2004 concernant la certification des sites informatiques dédiés à la santé. La Haute Autorité de Santé a été mandatée pour mettre en œuvre cette loi et le HONcode a été choisi comme modèle de certification des sites français.

En Aquitaine, plusieurs sites internet ont fait l'objet d'une certification HONCode : ceux du CHU de Bordeaux, de l'Union régionale des médecins libéraux d'Aquitaine, du Réseau cancérologie aquitain et de Télé Santé Aquitaine, plateforme régionale de services eSanté à destination des professionnels de santé et des citoyens aquitains.

Le code éthique

Le HONcode est un ensemble de huit principes éthiques définis par la fondation HON dans le but de proposer un standard de transparence des pratiques opérationnelles et visant à améliorer la qualité de l'information de santé sur le Web. Ces principes prévoient notamment que le site indique la qualification de ses rédacteurs, complète et non remplace la relation patient-médecin, préserve la confidentialité des informations personnelles des visiteurs, justifie toute affirmation sur les bienfaits ou les inconvénients de produits ou traitements, Séparer la politique publicitaire de la politique éditoriale, etc.

Chaque principe existe en 2 versions, une courte pour l'internaute lecteur et une plus longue pour le professionnel de santé et/ou responsable de sites. Cette dernière est plus explicite et désormais actualisée pour répondre aux particularités du Web 2.0 et de sa logique collaborative. Les principes du HONcode peuvent être consultés en ligne dans 34 langues.



Sceau HONcode dynamique suivant l'état courant du processus de certification

Le processus de certification.

Une pré-évaluation est proposée au webmestre dans le but d'identifier chaque principe de la charte omis par le site internet évalué. Ensuite, des experts de la Fondation évaluent les sites Web qui en ont fait la demande. **Chaque information éthique manquante est indiquée et doit être ajoutée au contenu des pages Web du site.** Une première analyse des sites web certifiés par Health on The Net montre que les principes du HONCode faisaient souvent défaut et que certains principes tels que la confidentialité, la date, le financement et la publicité étaient souvent insuffisamment décrits sur le site.

Une fois les modifications réalisées, un sceau de certification et un identificateur unique sont délivrés. Tous les sites HONcode sont certifiés pour une période de 1 an et donc révisés annuellement et ceci de façon systématique.

Qui est certifié HONCode ?

Plus de 6 500 sites Web sont certifiés HONcode à travers 118 pays, ce qui représente plus de 1 million de pages indexées dans Google. En 2008, 1400 sites ont formulé une demande d'inscriptions au HONCode. A noter aussi qu'en 2008, près d'1 site sur 3 qui fait la demande est un site français alors qu'en 2005 on avait seulement 1 site français sur 16.

<http://www.hon.ch>

Santé, numérique et vie privée : faut-il avoir peur des effets secondaires?

Les technologies de l'information s'ancrent de plus en plus dans le secteur de la santé. Faut-il s'en plaindre ou s'en méfier ? Eléments de réponses à l'occasion d'une table ronde organisée par AECet le Forum des Droits sur l'Internet, le 11 décembre dernier, à Bordeaux

Sites internet de santé, réseaux sociaux et forums de patients, Dossier Médical Personnel, Dossier Pharmaceutique, informatisation des dossiers patients... Les nouvelles technologies permettent de plus en plus facilement d'accéder à l'information médicale, de proposer des services aux patients et de gérer des données de santé.

Quel est la fiabilité de ces informations sur le web ? Concernant les projets d'informatisation des dossiers médicaux au niveau national, le patient aura-t-il un contrôle réel sur les informations le concernant ? Quelles protections pour la vie privée ?

AEC et le Forum des Droits sur l'Internet, organisme de référence en matière de règles et d'usages du monde numérique, ont réuni à Bordeaux, le 11 décembre dernier, des professionnels concernés par le sujet. Morceaux choisis.

M^e Laure Le Calvé

Avocate au Barreau de Paris :

« Les gestionnaires ou créateurs de sites délivrant de l'information médicale doivent tenir compte d'un certain nombre de textes pour respecter la loi et anticiper les dérives : la loi Informatique et libertés s'applique dès lors qu'il y a collecte de données à caractère personnel ; La loi pour la Confiance dans l'économie numérique détermine de son côté les responsabilités pénales entre hébergeurs de site et éditeur. Autres textes à connaître : la charte Afssaps-Leem (Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé- Les Entreprises du Médicament, ndlr), les recommandations du Conseil de l'Ordre des Médecins, le code déontologie médicale et la réglementation en matière de publicité des produits de santé. »

Yann Leroux

Psychologue-psychanalyste. Spécialiste des mondes numériques :

« Internet suscite chez moi beaucoup de questions en matière de protection des personnes. Je vous livre, par exemple, cette anecdote : l'analyse des requêtes des internautes sur Google sur les termes « épidémie grippale » permettrait d'anticiper de 15 jours les alertes du système de santé américain.

Cela signifie que cette connaissance devient un bien commun, voire un bien public. De même, lorsqu'on dépose sur Facebook le message « je suis malade », est-ce une information privée ou publique ? Que penser des réseaux sociaux de patients comme Patient like me**, où les informations personnelles sont livrées sans filtre au public ? Ils peuvent être néfastes pour la vie privée mais également utiles pour accepter la maladie ou alléger la souffrance. »

Jeanne Bossi

Directeur-adjoint des relations avec les usagers et du contrôle Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL) :



« La CNIL a défini la donnée à caractère personnelle comme un élément permettant l'identification directe ou indirecte de la personne. Prise ainsi au sens large, elle est très protectrice des individus. Depuis 2004, les données de santé sont par la loi des données « sensibles » et depuis 2007, un décret impose à tous les professionnels maniant des données de santé sur informatique de posséder la Carte de professionnel de santé (CPS). Malheureusement, cette carte se généralise assez lentement. La confidentialité des données de santé est également au cœur du déploiement du Dossier Médical Personnel (DMP), pour lequel le consentement des patients va devenir la règle. Enfin, la numérisation des historiques de remboursements par l'assurance maladie, également baptisée « web-médecin », permettra au médecin de connaître les prescriptions passées du patient. Face à l'imbrication de ces différents dispositifs, les craintes de la CNIL concerne maintenant la compréhension par les usagers des différents niveaux d'accès à leurs informations médicales. »

Jean Litalien

Chef de clinique à l'hôpital Saint-André de Bordeaux :



« Dans la pratique, les médecins sont submergés d'information. Ils doivent la traiter, la trier, la stocker. Le numérique, et notamment le DMP, représente sans conteste une réponse pertinente, avec toutefois des disparités : les médecins de ville sont plus au point que les hôpitaux en matière de numérisation des dossiers patients. Le numérique crée aujourd'hui une psychose en termes de protection des données personnelles mais les pratiques ne seront pas pires qu'avant la numérisation où chacun faisait avec les moyens du bord : dossiers archivés sur des CD facilement accessibles. Quant à Internet et les sites de santé, ils peuvent générer angoisses et fantasmes mais je considère qu'ils responsabilisent le patient. »

* Cette table ronde s'inscrit dans le cadre de la consultation publique en ligne que le Forum mène actuellement et jusqu'au 15 janvier 2009 avec la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) sur le thème plus général de la vie privée numérique :

<http://www.foruminternet.org/vieprivee>.

** www.patientslikeme.com/



Le Forum des droits
sur l'internet



Le rôle du juriste TIC dans la création d'un site web

Le juriste TIC intervient avant la réalisation du site en mettant en place le processus contractuel et tout au long de la création en mettant le site internet en conformité avec les textes en vigueur.

La création d'un site internet suppose un encadrement juridique strict. Le juriste spécialisé en technologies de l'information et de la communication (TIC) intervient à deux niveaux :

1. La mise en place du processus contractuel

- Durant la phase précontractuelle, la rédaction d'un cahier des charges visant à définir les besoins du client est indispensable. Elle se fait conjointement par le professionnel et le Client. Le juriste TIC insiste sur cette phase puisque le professionnel devra suivre à ce qui a été défini.
- Le juriste TIC établit le contrat de création du site assurant une sécurité juridique à la fois au Client et au Prestataire. Celui comporte notamment les obligations des deux parties et détermine leurs responsabilités.
- Le juriste TIC demande la signature du procès verbal de recette provisoire avec état des réserves et définitif après levée du constat des réserves.

2. La mise en conformité du site avec les textes en vigueur

- Choix et réservation du nom de domaine et éventuellement dépôt de marque auprès de l'INPI : le juriste TIC informe le client sur les règles édictées par l'AFNIC en matière de choix du nom de domaine. Il est préférable de déposer parallèlement la marque correspondant au nom de domaine, le juriste TIC est compétent pour effectuer les recherches d'antériorité nécessaires à un tel dépôt.
- Déclaration du site à la CNIL : tout site Internet collectant des données personnelles doit être déclaré à la CNIL. Pour se faire, le juriste TIC remplit un formulaire de déclaration.
- Protection des données : le juriste TIC met en place les traitements automatisés de données en respectant les dispositions de la loi du 6 août 2004 modifiant la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978. L'auteur de la collecte est soumis à une double obligation de renseignement.
- Exercice des droits des personnes dont les données personnelles ont fait l'objet d'un traitement automatisé : le juriste TIC peut traiter les demandes d'opposition, de modification, de rectification, et de suppression des données.
- Vérification de la titularité des droits sur l'ensemble du contenu du site : le juriste TIC s'assure que le contenu fourni

détient les droits d'auteur sur le dit contenu, le cas échéant, il conseille le client sur les démarches à engager pour les obtenir.

- Rédaction des mentions légales : tout site Internet doit contenir des mentions légales qui doivent être facilement accessibles.
- Pour un site de commerce électronique, le Juriste TIC rédigera les conditions générales de vente qui sont essentielles.
- Si le site offre des services en ligne, permet l'accès à un forum ou un chat : la rédaction des conditions générales d'utilisation est nécessaire.

julie.tomas@aecom.org

Retrouvez cet article dans la boîte à questions du blog Juridique et TIC d'AEC :

<http://www.aecom.org/blog/juridique/questions.html>



Julie Tomas vient de rejoindre le service Accompagnement d'AEC, en qualité de juriste TIC.

Julie a pour mission générale de développer la compétence juridique d'AEC acquise avec l'arrivée de François Gilbert puis celle d'Oumeira Tegally, dont elle prend la succession. Julie contribue aux publications d'AEC en éclairant les sujets traités sous l'angle du droit et en alimentant les diverses rubriques du site <http://juridique.aecom.org> ; elle assure pour ce faire une veille juridique complétée par les recherches ad hoc suggérées par vos questions et par vos projets.

A ce titre, elle contribue également à consolider l'accompagnement que dispense AEC aux porteurs de projets sollicitant le FEDER numérique (dit « Axe 2 »). Elle participe par ailleurs aux travaux du PASI (Pôle Aquitain pour la Société de l'Information), et en particulier aux groupes de travail, pour préciser le cadre juridique de l'intervention publique sur les différentes thématiques abordées.

D'une manière générale, elle met sa compétence juridique au service des partenaires d'AEC, en participant à des conférences et à des ateliers mais également en conduisant des missions spécifiques pour les collectivités d'Aquitaine.

L'Internet Mobile dans les starting blocks



Le décollage de l'internet mobile, annoncé depuis quelques années par les professionnels du marketing et appelé de leurs vœux par les plus férus des mobinautes, sera-t-il une réalité en France en 2009 ?

Les acteurs de l'internet mobile ne veulent pas en douter et se montrent frénétiques. L'heure est aux grandes manoeuvres dans un secteur dont la chaîne de valeur est en pleine mutation.

Côté consommateurs, l'apparition de forfaits internet illimités et le renouvellement à venir du parc de téléphones portables en faveur de mobiles multimédias, GPS, aux larges écrans tactiles (appelés aussi smartphones) laissent présager un décollage grand public des usages.

Mais il faudra offrir aux mobinautes des services pertinents et adaptés à leurs besoins pour voir en 2009 l'internet mobile entrer dans le quotidien des Français.

La consolidation du modèle économique du secteur en dépend.

Retour sur ces évolutions et exemples, dans ce dossier d'utilisation d'internet en situation de mobilité, urbaine et touristique.

Sommaire

- p10 **Enjeux du dossier** : C'est l'heure des grandes manoeuvres
Les freins et les leviers de l'internet mobile
- p12/13 **Mobilité sur les pavés** : La ville est dans ma poche
Le difficile pari de la Télévision Mobile Personnelle
- p14/15 **Mobile et sac à dos** : M-Tourisme : l'accompagnement permanent
NFC, RFID, Code Barre 2D : le mobile pour consommer...mieux ?
- p16 **Demain** : Innovation mobile en domotique et dans la santé
Réseaux télécoms : l'inévitable montée en puissance

Enjeux du dossier : les mutations du secteur.

Afin de stabiliser un modèle économique basé sur la publicité, opérateurs et éditeurs de contenus doivent créer de l'audience autour des services mobiles

C'est l'heure des grandes manoeuvres



L'internet mobile n'est pas encore entré dans le quotidien des Français. Si près de 80% d'entre eux possèdent un téléphone portable, selon l'Association française des opérateurs mobiles (Afor), seuls 22% font un usage internet de leur mobile (ce chiffre varie de 19 à 22% selon les sources et reste difficile à vérifier), avec des diversités d'usages variant d'une seule connexion par mois à plusieurs par jour. Selon Médiamétrie, ils étaient 11,3 millions de mobinautes au premier trimestre 2008. Cela représente une faible poussée de 5,6% par rapport à 2007. 2009 sera-t-elle enfin l'année du décollage de l'internet mobile en France ?

Les acteurs de l'internet mobile ne veulent pas en douter et se montrent frénétiques. L'heure est aux grandes manoeuvres dans un secteur dont la chaîne de valeur est en pleine mutation.

L'émergence d'un nouvel écosystème

La création de valeurs n'est plus uniquement le résultat de l'agrégation des facteurs de production et du progrès technique mais correspond davantage à la mise en résonance des activités immatérielles. En clair, l'enjeu est aujourd'hui d'attirer des mobinautes, de créer de l'audience autour de services mobiles, quitte à conclure des alliances, afin de stabiliser un modèle économique axé sur les revenus publicitaires. Didier Lombard, PDG France Telecom Orange, confirmait en décembre dernier, dans la lettre d'information de l'Arcep, cette tendance à « l'émergence d'un nouvel écosystème des télécommunications marqué par l'interpénétration de quatre grands métiers : équipements, réseaux, services d'intermédiation, contenus ».

Opérateurs, constructeurs et éditeurs de contenus se repositionnent comme des médias à part entière et jouent la carte de la convergence internet/internet mobile. Pour preuve, les portails des opérateurs de téléphonie (kiosque mobile multi-opérateur Gallery, Vodafone Live ! pour SFR, Orange World pour Orange, i-modeTM pour Bouygues), se présentent moins comme des vitrines commerciales que comme des sites offrant, gratuitement ou non, services et contenus.

Ils restent la première porte d'entrée vers l'internet mobile, même si cette logique dominante d'accès « on portal », c'est-à-dire en accédant à internet via le portail web d'un opérateur, s'est effritée en 2008. La multiplication des sites « off portal » en 2008, qui devrait se confirmer en 2009, et l'indépendance des éditeurs, qui doivent payer pour être présents

sur les portails opérateurs, augurent une poussée du nombre de sites mobiles et d'applications proposées, donc de l'audience générée et, in fine, des revenus publicitaires de l'internet mobile.

Selon certaines projections, le marché atteindrait entre 10 et 15 milliard d'euros net par an faisant ainsi du mobile le média le plus puissant en termes de recettes publicitaires. Des questions techniques de premier ordre, comme le format des bannières sur les écrans, restent à résoudre pour asseoir un modèle économique. Mais l'enjeu est surtout la consolidation de l'audience de l'internet mobile.

Chacun étaye sa stratégie

Apple est le grand gagnant de l'année 2008 avec la sortie mondiale de son iPhone puis du iPhone 3G qui révolutionnent les échanges multimédia et popularisent les widgets, petites applications téléchargeables permettant d'obtenir une foule de services mobiles. En 2008, Apple a également décroché sa place de leader aux Etats-Unis sur le marché de la distribution de musique grâce à sa plateforme de téléchargement iTunes.

Un peu plus tôt, en février, le constructeur Nokia et l'opérateur Orange s'étaient alliés pour partager leurs revenus issus de la vente de contenus et services sur mobiles : musique, jeux, cartographie et géolocalisation.

Généralement, la gratuité des contenus, si elle semble marquer le pas dans une stratégie de fidélisation des mobinautes, n'apparaît pas encore comme un modèle établi.

Microsoft, à la base fournisseur de logiciels payants, tente de renforcer ses revenus publicitaires et serait entré en collaboration étroite avec NVidia pour développer un smartphone sous son nom fonctionnant sous Windows Mobile. La rumeur enfle sur le net : le géant des logiciels présenterait son premier modèle de smartphone en février prochain au cours du « Mobile World Congress » de Barcelone.

Dernier exemple, l'entrée en septembre de Google sur le marché mobile américain : sa plate-forme mobile « Android » intègre à la fois une nouvelle interface utilisateur (écrans tactile de haute qualité) et un ensemble d'applications de bureautique et de communication. Cette architecture ouverte aux développeurs a pour objectif de proposer une alternative aux systèmes d'exploitation Symbian, Windows Mobile et BlackBerry.

L'actu : Apple épinglé sur la distribution de l'iPhone

Orange, qui a négocié l'exclusivité de la distribution de l'iPhone d'Apple, en a vendu près de 600 000 en France depuis son lancement début 2008. L'équipementier américain devra toutefois revoir cette stratégie puisque le Conseil de la concurrence vient de l'épingler au motif que celui-ci est de nature à introduire un nouveau facteur de rigidité ciblé dans un marché déjà peu concurrentiel. Le Conseil dénonce aussi le risque « d'effets cumulatifs » dans le secteur de ce type de partenariat... qui en effet se multiplient.

Enjeux du dossier : le développement des usages.

En ce début d'année 2009, le secteur de l'internet mobile a atteint un point de basculement mais de nombreux paramètres, d'ordres technique, économique et social conditionnent toujours le développement des usages de l'internet mobile

Les freins et les leviers de l'internet mobile

1-Adapter terminaux et forfaits

Paradoxalement, la « machine téléphone » constitue le premier frein au développement des usages d'internet en situation de mobilité : la multiplication des modèles de terminaux _ il y en aurait 700 en France _ embarrassent les développeurs d'applications et leur inadéquation avec les usages attendus est criante : écrans trop petits, batteries bien faibles et capacités de stockage limitées. A noter aussi qu'un quart des français n'auraient pas accès à la fonction internet à partir de leur téléphone. Enfin, la coexistence de plusieurs réseaux (3G, 3G+, Edge, Wifi, etc) ne facilite pas un développement rapide des usages.

Pour palier ces carences, les constructeurs multiplient l'offre de terminaux permettant l'accès à internet en situation de mobilité : les ordinateurs ultra-portables et micro-portables du même type que le pionnier EeePC 701 d'Asus, commercialisé début 2008, sont désormais distribués par presque tous les constructeurs. Les PDA, assistant électronique personnel, Blackberry ou encore consoles de jeu (Nintendo DS, PlayStation Portable qui inclue un navigateur et un lecteur de flux RSS) se connectent également à internet. Concernant la téléphonie mobile, l'iPhone, avec son écran large et tactile, a creusé un sillon en termes d'ergonomie et d'usages multimédia mobiles dans lequel s'engouffrent tous les équipementiers. Les smartphones, téléphones mobiles de nouvelle génération équipés de larges écrans tactiles représentaient en décembre 12% du marché de la téléphonie mobile.

Si la vente de terminaux amorce une baisse en Europe (-16,4% au premier trimestre 2008 selon le cabinet Gartner), le marché peut compter sur le taux de renouvellement du parc : actuellement, en France, sur près de 57 millions d'abonnés, près de 20% possèdent des terminaux multimédia. Pour 48% des utilisateurs de services mobiles (étude Benchmark Group réalisée en juin 2008), le fait d'avoir changé de téléphone a favorisé l'augmentation de la consultation d'internet sur mobile.

Dernier facteur déterminant : le coût. Selon Benchmark Group, une offre de navigation illimitée pour un tarif fixe est le premier levier favorisant l'adoption de l'internet mobile. En effet, 67 % des personnes interrogées ont déclaré qu'un forfait vraiment illimité les inciterait à naviguer davantage sur le Web depuis leur mobile. Au cours de l'année 2008, les trois grands opérateurs ont tous intégré une offre « illimitée » à leur catalogue.

2- Proposer des services pertinents

Pour l'Idate (institut de l'audiovisuel et des télécommunications en Europe), il faudra attendre 2011 ou 2012 pour que 40% à 45 % des utilisateurs de mobile surfent sur internet avec leur portable. Une perspective encourageante, toutefois, pour les acteurs du marché : une proportion importante des 25-34 ans, 42 %, a déjà recouru à l'internet mobile, selon l'étude de Lightspeed Research publiée en novembre dernier. La démographie poussera, en toute logique, le développement des usages mobiles d'internet. Mais son ancrage dans les habitudes quotidiennes dépendra avant tout de la qualité de l'accès et de la pertinence des services proposés aux mobinautes. Actuellement, selon Benchmark Group, près d'un internaute mobile sur deux juge la qualité de connexion insuffisante, ils sont 4 sur 5 parmi les plus utilisateurs, abonnés à des forfaits illimités.

L'internet mobile reste utilisé en priorité pour lire les e-mails. Les sites d'actualité et d'information sont les plus consultés par les mobinautes (66%), devant les moteurs de recherche et l'information « pratique » (météo, trafic routier). Viennent ensuite les résultats sportifs. Les services de téléchargement de musique ou de jeux sont nettement en retrait (environ 20%) et la TV sur mobile ne convainc que 29% des sondés (lire encadré sur Télévision mobile personnelle). Les services de « personnalisation », logos et sonneries, semblent toujours lucratifs.

Dans sa lettre d'information datée de novembre-décembre, l'Arcep (autorité française de régulation des télécoms) offre aux acteurs du marché cette perspective : « En 2011, les données et contenus représenteront 35 % des revenus des opérateurs ». Très en vogue en Japon, les réseaux sociaux sur mobile pourraient représenter en 2009 un fort levier de développement de l'internet mobile en France. Pour preuve, le succès de Facebook qui s'est lancé sur ce créneau depuis presque deux ans et affichait, en novembre 2008, près de 15 millions de mobinautes utilisateurs dans le monde. Yahoo a intégré les réseaux sociaux à sa plateforme mobile Go 3.0 dans le courant de 2008. Nokia a annoncé récemment avoir développé une nouvelle application, Friend View, mixant fonctionnalités de réseaux sociaux et positionnement géographique. Ces services innovants font l'objet d'une vive concurrence et on comprend pourquoi : selon les analyses d'eMarketers, il y aura plus de 800 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux depuis leur mobile en 2012 (lire aussi p12 et 13).

Trois modes d'accès aux services mobiles :

- En passant par les portails opérateurs : « On Portal », actus, météo, résultats sportifs.
- En accédant directement au service par internet via le navigateur du téléphone mobile (accès à tous les sites web par liens cliquables ou en entrant l'URL)
- Accès par téléchargement d'applications sur le téléphone : Google mail et Google map pour Mobile, Pages Jaunes pour mobile, etc.

Mobilité sur les pavés.

Les transports en communs sont un des lieux privilégiés de connexion à internet depuis un terminal mobile. Les services proposés aux urbains nomades sont en plein essor, de la délivrance d'informations pratiques aux réseaux sociaux géolocalisés

La ville est dans ma poche !

En juillet 2008, la ville de Rennes lançait l'opération BlueRennes, une expérimentation innovante de communication nomade dans l'espace urbain. Dix bornes installées dans la ville poussent vers les mobiles des passants qui l'acceptent, grâce à la technologie Bluetooth, des contenus multimédias. Le service est gratuit et permet de recevoir des informations de type actualité municipale, sportive, événements culturels, info trafic, etc. Avec 1000 connexions acceptées par jour en moyenne, le service pourrait évoluer pour « donner la possibilité de revenir vers une information beaucoup plus complète, qui permettra par exemple depuis une affiche interactive d'accéder à un site internet, d'acheter son billet pour un festival, etc. », témoigne Xavier Crouan, Directeur Général de la Communication de la Ville.

La ville communicante

Si l'expérience menée par Rennes n'est pas à proprement parler de l'internet mobile, car elle fait appel à une technologie radio courte distance, elle contribue au développement des usages nomades à travers les téléphones portables.

De même, les expériences de « Mobile ticketing » (*lire aussi p.16*), où le téléphone est utilisé comme carte de paiement, créeront aussi des ponts vers l'internet mobile. Orange souhaiterait lancer ce type de service à Bordeaux, basé sur la technologie NFC. L'opérateur imagine un service de paiement des transports publics notamment et n'exclue pas la possibilité d'envoyer aussi par ce biais des liens cliquables aux clients du service (pour acheter les titres de transport par exemple).

Parler d'usages urbains de l'internet mobile est à la fois une évidence mais aussi une gageure car 70% de la population française à aujourd'hui accès aux réseaux 3G et 3G+. Les espaces ruraux ne sont donc pas exclus des nouvelles tendances nomades d'internet.

Cependant, en matière d'internet mobile, les regards se tournent d'emblée vers les grandes métropoles asiatiques qui font office de modèle. A Séoul ou Tokyo, le mobile combine déjà les triples fonctions de bureautique, de communication et de loisir. Il est devenu un véritable couteau suisse de la vie quotidienne avec des usages très variés et à forte valeur ajoutée (*lire p16 et le compte-rendu de la mission d'étude AEC/IDATE sur haut débit et l'internet mobile et Corée et au Japon*).

Infos pratiques et ludiques

Les services offerts aux mobinautes japonais et coréens connaîtront-ils le même essor en France ?

Peut-être car les villes françaises sont de plus en plus nombreuses à déployer des réseaux internet publics



Wikipedia sur mobile

L'encyclopédie collaborative Wikipedia s'attaque aux mobiles et propose désormais de s'installer sur vos téléphones à partir d'une version mobile officielle accessible à partir de mobile. wikipedia.org, dont la version Wap est déjà déclinée en 14 langues, incluant le français naturellement.

Comment se connecter à internet en situation de mobilité ?

> Ordinateur portable



Accès au réseau :

- > Carte PCMCIA + antenne à insérer dans le PC
- > clé USB 3G (UMTS) et 3G+
- > Wifi

> NetBook (ordinateur ultra portable)



Accès au réseau :

- > Clé USB 3G et 3G+
- > Wifi
- > Bientôt carte SIM intégrée

> Téléphones mobiles multimédia et smartphones



Accès au réseau :

- > Edge (2,75G)
- > 3G (*permet des transferts de données numériques à haut débit*)
- > 3G+
- > Wifi

> PDA



Accès au réseau :

- > 3G
- > 3G+

> Consoles de jeux portables



Accès au réseau :

- > Wifi



gratuits et les services mobiles les plus consommés répondent davantage aux préoccupations des urbains : les transports en commun sont un des principaux lieux de connexion à l'internet mobile (après le domicile), que l'on consulte à 45% pour de l'information sur le trafic routier et à 42 % pour les horaires des transports.

Les acteurs et les initiatives se multiplient sur ce dernier marché, à l'image de la jeune société Senda qui propose une application, "Chronomove", indiquant votre temps de trajet vers une destination. Elle s'appuie sur des données d'info-traffic temps réel pour proposer trois itinéraires différents à l'utilisateur. Senda souhaiterait nouer des partenariats avec des villes afin de relayer son service sur les panneaux d'affichage urbain.

Depuis peu, Google teste à Bordeaux un nouveau service sur mobile : lorsqu'on effectue une recherche d'itinéraire sous Google Maps, obtient également les horaires des transports en commun.

On peut aussi citer SFR Find&Go, une suite de services adaptée aux usages urbains quotidiens. Elle est connectée à de très nombreux services Internet permettant par exemple de localiser instantanément près de 30 millions d'adresse Pages Jaunes, les contacts de votre carnet d'adresse, une station service ouverte ou encore le dernier spectacle de musique qui se joue en ville.

Les « city guide » sont en effet parmi les services les plus fournis pour les éditeurs de contenus mobiles. Ils doivent permettre de trouver à tout moment le bon restaurant, le bar à la mode ou la nounou idéale. Dans la continuité des usages 2.0 du web, ils évoluent peu à peu pour devenir des plateformes communautaires d'échanges entre urbains.

Les réseaux sociaux géolocalisés

Les réseaux sociaux sur mobile pourraient être, en 2009, un des principaux leviers de développement des usages mobiles en France. La possibilité de géolocaliser les utilisateurs via les GPS embarqués dans leurs téléphones, accentue encore les perspectives en la matière.

Le « G1 Android », téléphone de Google annoncé pour avril sur le marché français, comprendra par exemple des applications comme BreadCrumbz, un logiciel qui permet d'associer géolocalisation, création d'itinéraires et personnalisation. L'application permet en effet de créer, puis de partager avec une communauté, des trajets pour se rendre à une adresse précise. Autre application du G1, Commando mêle réseau social et géolocalisation. Cette application permet de localiser exactement ses amis, grâce aux données GPS, de leur envoyer des alertes ou propositions d'activités.

Plus généralement, on peut aussi citer le service Sublimobi qui offre de multiples fonctionnalités partagées : gestion de liste d'amis multi-réseaux, partage de photo, postage sur les blogs et les profils de réseaux sociaux, import d'amis, alertes et

Télévision mobile personnelle Le pari est loin d'être gagné en France

Tout avait bien démarré. L'Europe avait adopté mi-2007 une norme commune de diffusion de contenus vidéo sur les mobiles, le standard DVB-H, système hertzien de broadcast (diffusion d'un émetteur vers un nombre indéfini de récepteurs) qui permettrait aux mobinautes de regarder en masse un même programme, diffusé en live, avec une excellente qualité d'image. Puis, le CSA avait annoncé, en mai dernier, les noms des chaînes sélectionnées pour occuper les 16 canaux français de la télévision mobile personnelle. On croyait ainsi la TMP sur les rails. Mais les mobinautes n'ont rien vu venir. Pourquoi ?

Coûts de diffusion

Aucun modèle économique n'a encore été trouvé pour la TMP. Le broadcast coûte cher et les chaînes sélectionnées par le CSA souhaiteraient voir les opérateurs téléphoniques mettre la main à la poche pour financer les coûts de diffusion des contenus. Elles plaident en échange pour une participation financière des mobinautes. Les opérateurs, eux, veulent connaître le retour possible sur investissement avant de se lancer dans l'aventure, d'autant plus qu'ils ont déjà la possibilité de diffuser des contenus vidéo via leurs réseaux 3G et Edge. D'autres modèles ont été étudiés : gratuité avec financement par la publicité, abonnements, dispositif mixte, mais aucun n'a encore été officiellement retenu en France. Opérateurs de téléphonie et éditeurs de contenus poursuivent donc leurs négociations.

Pas avant mars 2009

Côté industriel, les perspectives commerciales sont encourageantes : la télévision mobile pourrait générer en Europe un marché de plus d'un milliard d'euros de revenus dès 2010 (source : Alliance TICS). Le CSA miserait plutôt sur un financement par abonnement. Dans ces conditions, le lancement commercial de la TMP ne devrait pas intervenir avant mars 2009. Il concernerait alors 30% de la population avec un lancement d'abord en Ile de France. Il sera bien temps, alors, de s'interroger sur la réalité des usages des téléspectateurs-mobinautes.

Mobile et sac à dos.

La convergence tant attendue des technologies et des usages touristiques sur mobile se fait encore attendre en France. L'année 2009, via la généralisation des systèmes GPS intégrés aux portables devrait confirmer l'infiltration large du web mobile dans nos pérégrinations



M-Tourisme : l'accompagnement permanent

2008 n'aura finalement pas été l'année de l'avènement du m-tourisme (internet mobile appliqué au tourisme) en France même si l'arrivée concomitante d'acteurs importants du tourisme et des nouveaux téléphones géolocalisables rend cette confirmation imminente. L'information touristique reste en tout cas au palmarès des recherches des internautes. Concernant l'internet mobile, des données IPSOS AFMM de janvier 2008, indique que le tourisme et les renseignements concernant le transport compte respectivement à 71% et 69% parmi les services les plus attendus par les mobinautes français de 15 à 50 ans.

La réservation et l'information en urgence

Ces tendances, bien repérées par les professionnels du tourisme, contribuent à un développement croissant sur mobile d'applications web de services et d'informations ciblées. La réservation de dernière minute et la consultation d'infos pratiques sur place sont parmi les usages plébiscités. La Sncf, Nouvelles frontières et Air France ne s'y sont pas trompés : elles ont respectivement développé Voyages Sncf mobile, une expérimentation des enchères Nouvelles Frontières sur mobile et le téléchargement de la carte d'embarquement sur téléphone sur Air France Mobile.

Le touriste d'aujourd'hui, par essence mobile, est de plus en plus exigeant. Il recherche une autonomie forte durant son séjour, une formule personnalisable pour un séjour flexible ainsi qu'un refus croissant de contraintes (logistiques, climatiques). L'émancipation des groupes signe pour lui une nouvelle identité de voyageur recentré sur ses centres d'intérêts.

L'intégration croissante d'internet dans la vie des ménages gagne aussi les phases de mobilité. Le meilleur exemple est le tourisme puisqu'il entraîne le voyageur dans des milieux inconnus dont il ne connaît que peu de chose. La diffusion progressive de l'internet mobile lui permet déjà de bénéficier d'informations de proximité actualisées, pouvant répondre in situ à sa soif de renseignements culturels ou de pratiques ludiques et sportives (comme le site mobile de l'actu événementiel bordelaise <http://www.bdx-mobile.com>, ou l'agenda mobile d'information du ministère de la culture mobile.culture.fr). Si le portable a presque remplacé l'appareil photo, il risque très

bientôt de se substituer à vos vieux guides, carnets et cartes topographiques rongés par le temps et les intempéries.



La déferlante géolocalisation

Ce profond changement des usages provient notamment de l'essor du GPS intégré au mobile et de toutes les autres technologies « sans contact » promues par le Flashcode, le géocaching, les bornes Bluetooth, les audioguide sur PDA ou téléchargeables sur mobile. Nouveaux outils de découvertes et d'appropriation de l'espace touristique mais également opportunités de valorisation des territoires, ces services permettent d'établir des liens permanents entre lieux et visiteurs, avant, pendant et après le séjour.

Les démarches touristiques en ligne reste encore l'apanage de « l'avant voyage » - préparation du séjour, réservation des billets et du logement) et de « l'après » (récit d'expériences, avis et partage sur les réseaux sociaux et via les blogs). Mais c'est en situation, lorsque l'individu devient touriste, qu'il a le plus besoin d'informations d'où le développement des géo-services comme ceux proposés par Lonely Planet sur Iphone : via géolocalisation ce service permet au touriste de connaître les hôtels, les restaurants et les visites à effectuer dans son environnement proche. Pendant les visites, un parc de tags « Lonely Planet » disséminés dans des lieux emblématiques permet également l'accès aux informations du célèbre guide sur son mobile. Dans l'espace temps touristique, le m-tourisme confère un prolongement des services aux internautes pendant le séjour, comme une possibilité



d'accompagnement ininterrompue du voyageur par des outils de contextualisation, d'interprétation du réel et d'agrégation de souvenirs géo-référencés.

Accompagner le touriste/consommateur « sur place » ouvre des perspectives de marketing individualisé sans précédent. La géolocalisation du mobile permet à une agence ou une collectivité territoriale d'adresser ainsi une information (publicitaire, culturelle, pratique) selon une méthode de tracking affiné. Si le risque d'intrusion publicitaire existe et inquiète aujourd'hui la CNIL (intrusion du web marketing sur mobile et essor des technologies NFC et Bluetooth à des fins publicitaires), la géolocalisation du mobinaute permet d'envisager des services sans commune mesure délivrant l'information au bon moment et au bon endroit.



Partager en direct son voyage avec son réseau

Le tourisme infiltre le web 2.0 et les réseaux sociaux. Bénéficiaire de l'avis de milliers d'utilisateurs pour préparer son séjour, se renseigner sur une destination, sur le sérieux d'une agence ou d'un hôtel, déguster des bons plans, la masse de renseignements et d'avis disponibles sur les plateformes sociales dédiés aux voyages devient importante (Mon voyageur du magazine Géo, le francophone Montrip.com, iDTGV, Trivago, Mobifriend de Mobissimo).

Conjointement, les applications mobiles des réseaux sociaux se développent doucement mais sûrement comme celle de Facebook. L'appropriation d'une convergence mobile/géolocalisation/réseaux sociaux est en cours au sein des stratégies touristiques.

En situation de mobilité, la connexion du touriste à son réseau social offre un filtre à la surabondance d'informations et de sollicitations. Cette attache permet de sélectionner ses points de vue. D'où la nécessité, pour les voyageurs, les offices de tourisme et les collectivités territoriales de développer leur espace de visibilité ou des applications sur ces réseaux sociaux (à l'instar de Lonely Planet qui propose une application sur Facebook permettant de partager instantanément ses impressions et ses photos avec son réseau).

Prochaine étape

Le développement du paiement sans contact via NFC et le m-ticketing (lire p.16) permettront d'asseoir les futurs portables comme un terminal indispensable aux mobilités touristiques (certes dans un nombre restreint des pays du monde !). Mais on peut aussi penser que beaucoup continueront d'envisager les voyages comme un temps de déconnexion du quotidien et de ses outils associés (mails, écrans, publicité, actualités...) et ce même si la possibilité d'être alerté et géolocalisé à tout moment peut à contrario être perçue comme une sécurité supplémentaire pour d'autres.

M-Commerce

NFC, RFID, Code Barre 2D : le mobile pour consommer... mieux ?

Les technologies NFC (Near Field Communication) et RFID (Radio frequency identification) sont des technologies radio courte distance qui permettent les échanges de données sans fil entre un lecteur et un terminal mobile ou entre plusieurs terminaux, situés à quelques centimètres l'un de l'autre. Ces technologies émergentes intéressent de près les acteurs du commerce et du marketing, comme le prouve le lancement en décembre, en France, du projet Ergosum par les principales marques de la grande distribution, des services bancaires et les opérateurs de téléphonie. Il vise à définir le fonctionnement des services mobiles « sans contact » dans les points de vente, parmi eux le NFC et les codes barres 2D.

La technologie NFC, et à l'avenir la RFID, permet d'utiliser le téléphone mobile comme carte de paiement (M-paiement), de fidélité ou comme ticket (mobile-ticketing) de transport, de cinéma, d'avion, etc. Elle est réputée non intrusive car nécessite une action volontaire de la part du mobinaute qui doit accepter le déclenchement automatique d'un échange. Cette solution est utilisée à Paris dans les transports (Pass Navigo). Orange étudie la possibilité de la déployer à Bordeaux pour transformer les mobiles en tickets de tramway notamment.

Les codes barres 2D, baptisés également tags, sont lus par la fonction appareil photo de certains téléphones. Détecté par le mobile, le tag renvoie vers un site distant où l'utilisateur trouvera des informations complémentaires en texte, audio ou vidéo : par exemple des informations sur les produits, leur provenance ou des offres promotionnelles.

Il n'est pas acquis que tout cela profitera au consommateur. Au Japon, le prix moyen du panier de la ménagère a tendance à augmenter dans les enseignes de grande distribution équipées de ces technologies.



Demain.

Dans la société ubiquitaire du futur, les téléphones mobiles seront, avec les PC et la télévision, un des maillons de l'internet des objets. Interconnectés avec l'environnement, ils pourront agir sur lui et le contrôler à distance. Démonstration par l'exemple, en domotique et dans le domaine de la santé

Domotique

- Le programme de recherche européen Estia développe un nouveau système de contrôle des appareils électroménagers et multimédias de la maison. Ils sont automatiquement connectés à un logiciel qui permet de les contrôler depuis le terminal choisi par l'utilisateur : PDA, télévision, téléphone fixe ou encore PC.

- «**Home Control Center**» est le nom de la nouvelle plate-forme mobile que Nokia ajoute à son éventail de solutions communicantes. Ouverte aux développeurs d'applications, cette nouvelle solution de domotique sera accessible sur le net ou à partir d'un téléphone portable. Elle permettra de gérer sa consommation d'électricité, d'allumer et d'éteindre divers équipements. Mais aussi de contrôler sa température, une webcam ou un détecteur de mouvements, etc.

- Dans le même esprit, le **service de vidéosurveillance sur mobile baptisé Homelook**, annoncé par Orange Vallée pour début 2009, permet de connecter à son téléphone une ou plusieurs webcams, installées à son domicile. En cas d'alerte, le service envoie un SMS ou un email au propriétaire.

Santé

- Le constructeur japonais **NTT DoCoMo** développe un concept de « **communication moléculaire** » à l'aide de téléphone hybrides. Ils combineront les technologies de diffusion actuelles, permettant la transmission de la voix, du texte et de la vidéo, et des systèmes de prélèvements et de communication d'informations biochimiques. Le constructeur évoque l'intégration « d'analyseurs biochimiques » ou encore de biopuces dans des téléphones portables. Outre la télésanté et la médecine préventive, les domaines de l'environnement et du marketing pourraient être également concernés.

- En 2007, deux chercheurs de la Faculty of Information Technology de Sydney créaient le **Personal Health Monitor, un dispositif personnel permettant d'établir son propre électrocardiogramme**, de façon autonome. Il prend la forme d'un logiciel adaptable sur le téléphone portable du patient et s'accompagne d'un jeu de capteurs lié au combiné par Bluetooth. Il permet au patient de s'informer en temps réel sur l'activité de son cœur et de transmettre ces données à un praticien spécialiste.



Japon et Corée : laboratoire mondial de la mobilité

A la fois porte monnaie, clé électronique, console de jeu, lecteur audio-vidéo, radio, télévision mobile personnelle ou moyen d'accès privilégié aux réseaux sociaux communautaires, le mobile constitue, au Japon et en Corée, l'outil indispensable de la vie quotidienne. Ces nouveaux usages font de ces deux pays un laboratoire mondial de la mobilité et un terrain d'observation privilégié pour le reste du monde. En octobre dernier, AEC et l'IDATE ont permis à 19 élus et décideurs aquitains de prendre le pouls des sociétés ubiquitaires de Séoul et Tokyo, grâce à une mission d'étude sur les thèmes du haut débit et de l'internet mobile.

Retrouvez tous les enseignements de cette mission dans le rapport de huit pages qui accompagne cette lettre d'information L'Aquitaine Numérique n°19.

Réseaux télécoms L'inévitable montée en puissance

La croissance des flux de données enregistrée sur les réseaux mobiles 3G et 3G+, notamment liée aux échanges de contenus multimédia, impose un renouvellement de l'architecture de ces réseaux de télécommunication. En cause, une bande passante trop limitée pour permettre un usage massif de l'internet mobile. Plusieurs technologies sont en concurrence pour devenir les prochains standards des réseaux mobiles : confrontée au Mobile WiMAX et à l'UMB (Ultra Mobile Broadband), la technologie LTE, pour Long Term Evolution, a l'avantage d'avoir la faveur des industriels. Ce nouveau type de réseau mobile, dit aussi « 4G » ou « tout IP », devrait fournir des débits descendant de l'ordre de 100 Mbits/s et montants de 50 Mbits/s. Il ne commencera à exister en Asie qu'en 2010 (lire aussi le rapport d'étude AEC/IDATE sur le haut débit et l'internet mobile en Corée et au Japon) et n'arrivera en Europe que dans 4 ou 5 ans.

La « sélection conso 2009 » d'AEC par David Jouson - dj@aecom.org



A l'assaut de l'iPhone ! Le Nokia N97



Prévus pour le premier semestre 2009, les nouveaux téléphones mobiles de la marque Nokia sont annoncés comme « les terminaux mobiles les plus avancés au monde », rien de moins !

Il faut dire que Nokia n'a pas fait les choses à moitié avec ce nouvel appareil polyvalent aussi doué en connectivité - quadri-bande GSM / GPRS / EDGE, bi-bande UMTS / HSDPA, wifi, bluetooth - qu'en multimédia - écran 3.5' de diagonale, résolution de 640*480, 16 millions de couleurs, 32Go de mémoire interne extensible, appareil photo 5M pixels, clavier coulissant sous l'écran, etc. Bien souvent, sur ce genre d'appareil, l'autonomie reste le maillon faible de la chaîne. Mais ici Nokia annonce 4h30 de batterie en lecture vidéo et près de 37 heures en lecture audio.

Le système d'exploitation est la nouvelle version S50 de Symbian qui concurrence (mais encore de loin) Windows Mobile. Il permet de tirer profit de l'écran tactile disponible sur le N97 et d'évoluer vers de nouveaux usages des smartphones.

L'avènement du Blu-Ray



Bridé par la concurrence du HD-DVD de Toshiba, le Blu-ray de Sony a mis du temps à émerger et c'est grâce à l'abandon de son concurrent que Sony a pu inonder le marché de son nouveau support numérique.

Au Japon, les chiffres du mois de novembre 2008 révélaient que les ventes de lecteurs-enregistreurs de Blu-Ray Disc ont dépassé celles des enregistreurs DVD. Une révolution est en marche. Ce chiffre doit

tout de même être relativisé car le marché japonais est tout acquis à la cause de ce nouveau format et la haute-définition est déjà déployée depuis des années. Par comparaison, les chiffres en Europe sont bien inférieurs à ceux annoncés puisque des cabinets d'étude comme Parks Associates tablaient sur 8.3 millions d'unités alors que seules 5 millions ont été écoulées. Loin d'être refroidi, le FutureSource consulting prévoit une forte hausse du marché en cette année 2009 et estime que 1,8 millions d'appareils devraient être vendus.



L'année 2008 a vu les ventes de ces nouveaux appareils exploser avec une hausse de 160% sur l'année ! Le marché a été lancé par Asus qui a su profiter de cette niche pour proposer un produit innovant. Alors que les plus grands analystes ne promettaient pas vraiment d'avenir à ce type de produit, les consommateurs leur ont donné tort en le plébiscitant et ce ne sont pas moins d'une douzaine de constructeurs qui ont emboîté le pas à Asus. En fin d'année 2008, Acer s'est même emparé de 38% des parts du marché.

Les courbes des ventes laissent présager un engouement tout particulier des consommateurs pour les netbooks et l'année 2009 devrait être une consécration pour ceux qui se positionnent maintenant en dignes remplaçants des ordinateurs portables pour certains usages connectés. L'intégration des cartes SIM dans les appareils à venir n'en est qu'un exemple.



La miniaturisation de la vidéoprojection

Qui n'a pas un jour rêvé de réaliser à la sauvette une projection de fichier multimédia provenant d'un baladeur numérique, d'un téléphone portable ou d'un ordinateur portable ?

C'est ce que permettent de faire les nouveaux appareils miniaturisés de la marque PICO. Basés sur une technologie LED, ces appareils offrent une qualité de projection que ne laisse pas présager leur taille puisqu'ils tiennent dans la paume de la main ! La diagonale de projection peut aller, en fonction des conditions, de 70cm à 1,50m grâce à une lampe de 15 lumens ayant une durée de vie de 20 000 heures, ce qui est bien au dessus des vidéoprojecteurs classiques.

L'autonomie est d'environ deux heures sur batterie et le très faible encombrement du système amène les concepteurs à réfléchir à une possible intégration dans les téléphones portables et les ordinateurs.

L'explosion des NetBooks

L'Aquitaine Numérique vous propose de découvrir, dans le cadre d'un partenariat éditorial, un article d'InternetActu.net. Ce site d'information en ligne sur les technologies, les services et les usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication est édité et réalisé par l'Association pour la Fondation Internet nouvelle génération (Fing).

Evolution de l'informatique et des réseaux : gérer l'abondance de l'offre

Par Jean-Michel Cornu, directeur scientifique de la Fondation internet nouvelle génération (Fing).



A l'occasion de la parution de *ProspecTic, nouvelles technologies, nouvelles pensées ?* par Jean-Michel Cornu, directeur scientifique de la Fing - un ouvrage pédagogique et de synthèse sur les défis des prochaines révolutions scientifiques - il nous a semblé intéressant de revenir sur les enjeux que vont nous poser demain nanotechnologies, biotechnologies, information et cognition.

Quelles sont les prochaines révolutions technologiques à venir ?
Quels défis nous adressent-elles ?

Trois nouveaux paradigmes

La loi de Moore et les lois équivalentes (croissance de la capacité des disques durs, débit des fibres optiques) ont permis une évolution exponentielle des moyens disponibles. Le nombre de transistors inclus dans un même circuit intégré a été d'abord suffisant pour y placer le coeur d'un ordinateur simple adapté au traitement des caractères (un microprocesseur 8 bits), puis un coeur plus élaboré capable de traiter plus facilement des nombres et donc des interfaces graphiques (un microprocesseur 32 bits). Il a ensuite été possible de créer des mémoires - permanentes grâce à la technologie flash - d'une capacité suffisante pour y stocker une dizaine de photos, donnant naissance au marché des appareils photo numériques. La taille des mémoires a permis ensuite d'y placer un album musical complet, puis un film, ouvrant la porte aux baladeurs musicaux puis vidéo.

Aujourd'hui, une mémoire flash de quelques gigaoctets est suffisante pour y placer des programmes et des données. Nous en sommes à l'arrivée des miniPC sans disque dur. Demain, c'est l'ensemble de l'ordinateur qui pourra tenir sur une seule puce. L'évolution technologique est donc exponentielle avec parfois

même des décrochages lors de l'arrivée de technologies de rupture - la possibilité de stocker deux bits, puis quatre dans un seul transistor dans les mémoires flash.

Nous franchissons ainsi des seuils d'usage ouvrant la porte à de nouvelles possibilités et de nouveaux marchés. En deçà du seuil, la réalisation d'un appareil permettant cet usage est possible, mais complexe et onéreuse. Au-delà du seuil, nous pénétrons dans le domaine de l'abondance qui modifie profondément notre façon d'utiliser la technologie. Le domaine du traitement est déjà en très grande partie dans un paradigme d'abondance. C'est le cas également des communications et prochainement des communications mobiles à haut débit.

Nous entrons actuellement dans l'abondance de la mémoire. Nous devrions arriver prochainement dans une ère d'abondance d'objets intelligents et connectés, mais aussi de robots.

Il nous reste à franchir les seuils nécessaires pour faciliter l'interface entre l'homme et la machine.

Nous entrons actuellement dans l'abondance de la mémoire. Nous devrions arriver prochainement dans une ère d'abondance d'objets intelligents et connectés, mais aussi de robots.

Le deuxième paradigme est une conséquence du premier. La virtualisation est rendue possible par l'abondance de capacités de traitement et de communication. On peut désormais faire tourner n'importe quelle machine virtuelle au-dessus d'une machine physique. De même, il devient possible de créer pratiquement n'importe quel réseau logique au-dessus d'un réseau physique pour expérimenter de nouveaux protocoles, d'exploiter différents réseaux étanches entre eux pour des usages différents.

À l'inverse, il est possible d'assembler de façon transparente la puissance de plusieurs machines ou de plusieurs types de réseaux. L'innovation sur les machines et les réseaux – et non plus seulement sur les logiciels et les données – devient à la portée de celui qui a accès aux machines et aux réseaux physiques et non plus seulement de ceux qui peuvent les fabriquer.

À une phase de grande innovation technique s'est ajoutée une nouvelle phase d'innovation d'usage, qui est bien illustrée par l'arrivée du web et surtout du web 2.0. Nous entrons dans une nouvelle phase où il faudra également ajouter l'innovation sur les modèles économiques. L'économie est entrée dans une logique d'abondance avec les possibilités de mutualisation de la virtualisation, mais aussi de réplique des données grâce à la numérisation.

Demain, nos biens matériels deviendront peut-être aussi faciles à répliquer. **Cette abondance de l'offre ne signifie pas automatiquement une abondance de richesses, mais elle doit nous inciter à repenser profondément nos modes de régulation.** L'arrivée de la musique en ligne, par exemple, ne nous limite plus aux transactions économiques anciennes, et elle a été l'occasion de nombreuses innovations économiques. L'importance de cette innovation économique, en complément des innovations techniques et d'usage, constitue un troisième changement de paradigme pour le domaine numérique.

Plusieurs risques à considérer

Comme dans le cas des nanotechnologies et des biotechnologies, il est possible de décomposer les risques et débats selon quatre grandes familles.

> Sanitaire

Il comprend bien sûr le débat sur l'innocuité ou non des ondes radioélectriques, mais aussi des champs électriques et magnétiques produits par les différents équipements électriques et électroniques. Dans cette catégorie pourraient également entrer les risques environnementaux et les débats sur le recyclage de certaines matières.

> Pour les libertés individuelles

Ce risque est alimenté par les possibilités de connexions ubiquitaires et permanentes, avec le débat sur le droit à la déconnexion et celui sur le droit à l'oubli. Les virus, publicités non sollicitées (spam) et logiciels espions (spyware) posent également des questions mal résolues.

D'autres problématiques concernent la traçabilité en ligne et hors ligne, la télédétection et les différents moyens d'authentification des personnes. La technologie devient de plus en plus invisible au fur et à mesure de son évolution et l'internet « sort de l'écran » pour s'intégrer à nos objets de tous les jours. Il devient difficile de connaître les capacités d'identification, de localisation ou de récupération d'information des objets les plus usuels – comme les emballages des produits commerciaux qui commencent à intégrer des étiquettes à radiofréquence : les tags RFID.

Certaines puces sont d'ores et déjà implantées en sous-cutané pour identifier des personnes aux États-Unis ou encore en Espagne.

> La dérive des usages

Le manque de transparence de certaines technologies peut induire des utilisations déviantes ou frauduleuses. Cela peut être le cas dans le commerce électronique, mais également au sein même de notre processus démocratique avec les machines à voter.

C'est le cas des objets intelligents et communicants, ce que l'on appelle l'informatique ambiante, mais aussi des robots. L'Europe, avec le projet European Roboethics, et la Corée du Sud réfléchissent à une « éthique des robots ».

> La défiance des utilisateurs

Le manque de transparence dans les choix opérés amène une défiance des utilisateurs qui pourraient rejeter en bloc aussi bien les côtés positifs que ceux négatifs des TIC.

Des facteurs aggravants

La difficulté à traiter ces différents domaines est amplifiée par deux facteurs aggravants :

Rentabilité Versus gestion des risques

La question des conflits d'intérêts est centrale avec, par exemple, la question des brevets ou bien la structure du débat public sur les libertés individuelles entre les différentes parties. On rencontre de nombreux conflits d'intérêts dans les technologies de l'information. C'est le cas par exemple du débat, fortement développé aux États-Unis, sur la neutralité du réseau : faut-il ou non permettre aux acteurs des réseaux de faire passer en priorité certains flux au détriment d'autres, considérés comme moins importants ?

Une grande diversité de disciplines

Même à l'intérieur des seules technologies de l'information et de la communication, il existe une grande diversité de disciplines. Développer des approches innovantes nécessite de croiser les savoir-faire et les connaissances.

Il s'agit bien sûr de favoriser les échanges pluridisciplinaires et ceux entre les différents acteurs impliqués (chercheurs, industriels, politiques, associations d'utilisateurs). Mais il ne s'agit pas seulement d'une question d'information. Les approches sont ainsi différentes entre ceux qui s'intéressent aux mécanismes élémentaires, par exemple les protocoles réseaux, aux comportements globaux des réseaux (théorie des graphes) et à l'influence des caractéristiques environnementales. De leur capacité à travailler ensemble dépendra l'évolution vers de nouveaux systèmes intelligents et communicants de plus en plus complexes.

Extrait de *ProspecTic, nouvelles technologies, nouvelles pensées ?*, FYP Editions, 2008.

Page réalisée en partenariat avec :



A venir

Un avenir de médiateur pour les avatars attentifs



Vous connaissez tous les avatars, ces représentations virtuelles des internautes adeptes de Second Life, du jeu en ligne ou bien ces personnages animés vous guidant dans les méandres d'un site web. **Dans un futur proche, leur rôle sur le web ne se limitera plus à ces fonctions mais se rapprochera d'une entité distincte et intelligente : un agent conversationnel, outil de médiation entre individus, organisations et/ou entreprises.**

Discuter avec un de ces AVI (Agents Virtuels Intelligents) est rendu possible par les progrès des recherches en intelligence artificielle et en analyse des émotions humaines même si d'importantes barrières technologiques et sémantiques restent à lever avant l'apparition publique de ces agents.

Ces avancées préfigurent une tendance sur laquelle la Communauté européenne parie : le système informatique sur lequel s'est penché le projet européen SEMAINE (coordonné par DFKI, centre de recherche pour l'intelligence artificielle) devrait permettre à un avatar de comprendre par lui-même l'état émotionnel de son interlocuteur et d'interagir avec lui en conséquence.

Tel des « médiateurs » (concept développé par Concept SL), les agents sont voués à investir la place d'un tiers dans une relation de dialogue. Ces entités « sensibles » pourront s'adapter à l'humeur de l'individu en adoptant des réponses raisonnées ainsi qu'un ton adapté. Elles permettraient ainsi de limiter les conflits liés à l'affect, inhérents à toute relation socialisée tout en informant et en accompagnant les individus dans leurs démarches commerciales, administratives, sanitaires ou de loisir.

antoine.chotard@aecom.org

Le site

Le chiffre

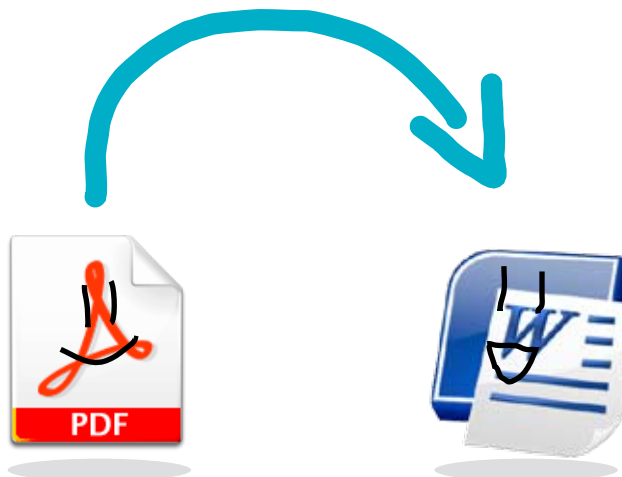
32h15...

C'est, selon Médiamétrie/Netratings, **le temps moyen passé en ligne chaque mois par les internautes.**

Ce temps de connexion a doublé depuis 2004 et progressé de + 39,5 % depuis 2007.

Les **sites d'information et de vidéo** captent de plus en plus l'attention des internautes. Une surprise en revanche, la stagnation du temps passé sur les blogs et sites communautaires depuis 2005.

(source Journal du net)



Convertir des documents PDF en Word

Récupérer du texte provenant d'un document en format PDF est souvent une opération qui ferait passer les courses de Noël un dimanche de décembre, pour une promenade de santé : le texte se copie mais la plupart du temps façon puzzle. Les paragraphes se mélangent, les titres n'apparaissent pas à la bonne place.

Le site du mois vous offre de manière on ne peut plus simple, de sélectionner votre fichier PDF stocké sur votre machine et de récupérer sa conversion en format Word, propre, net et sans bavure, reprenant les mises en pages, les images, pieds de pages, etc.

<http://www.convertpdfword.net/>

Des solutions numériques pour une justice sociale

Du 30 novembre au 2 décembre derniers se tenait à Vienne, en Autriche, sous Présidence française de l'Union, la troisième conférence ministérielle européenne pour la lutte contre la fracture numérique. Les lauréats d'un appel à projets sur ce thème ont été présentés à cette occasion. Focus sur deux innovations

Aboutissement de la longue et fructueuse campagne lancée par la Commission Européenne auprès de porteurs de projet de tous les pays de l'Union (voire au-delà), 469 initiatives, réparties dans sept catégories, ont concouru aux E-inclusion Awards.

Les lauréats furent désignés le 1er décembre dernier dans le cadre de la conférence interministérielle de Vienne pour la lutte contre la fracture numérique⁽¹⁾.

Les sept catégories retenues dans ce concours, traitant toutes du rôle bénéfique positif que peut jouer le numérique, abordaient les thèmes suivants, considérés comme facteur d'exclusion : vieillissement, jeunesse marginalisée, barrières géographiques, diversité culturelle, illettrisme électronique, accessibilité, services publics.

Trente cinq finalistes sélectionnés par un jury international ont présenté leurs travaux. Cette fois-ci encore, le lieu commun selon lequel « il aurait fallu tous les récompenser » fut sur bien des lèvres, tant le niveau de ces projets était élevé. Pour départager les ex-aequo, le critère de « l'impact » des projets a été choisi comme déterminant. Un peu injuste, bien sûr, pour les projets venant juste de démarrer, mais les meilleurs d'entre eux ont reçu la distinction un peu rock'n roll du « WOW factor ! » venant saluer une initiative particulièrement novatrice et prometteuse, mais devant encore se frotter au principe de réalité, et faire ses preuves.

Deux des projets lauréats démontrent la façon dont les technologies et services numériques peuvent aujourd'hui apporter de vraies solutions à de vrais problèmes :

Robobracille⁽²⁾

Ce projet venu du Danemark, lauréat de la catégorie « Accessibilité », offre aux déficients visuels un service de traduction via e-mail, automatique et gratuit, de tous les types de documents (texte) électroniques de toute taille (la version en format pdf du livre « Le Nom de la Rose », d'Umberto Eco, a servi de démonstration des capacités du système) dont l'intéressé peut avoir besoin ou envie. D'une simplicité renversante, à partir d'un jeu d'adresses e-mail représentant le format de sortie souhaité (Braille ou fichier audio au format mp3), l'utilisateur reçoit en retour le fichier traduit correspondant au document envoyé en pièce jointe.

Par exemple, pour obtenir le fichier mp3 (synthèse vocale) correspondant au document xyz.pdf, il suffit de l'envoyer comme pièce jointe à « parlefrançais@robobracille.org » en précisant, le cas échéant, si l'on souhaite accélérer ou ralentir la vitesse à laquelle le fichier audio sera lu en indiquant « + », « ++ », « +++ », ou « - », « -- » ou « --- » dans le champ « objet ». Disponible en danois, anglais, français, grec, lithuanien, italien et portugais, ce service est l'aboutissement d'un travail entamé dès 2004 par la région danoise de Sjælland, qui a bénéficié en 2006 et 2007 d'un financement communautaire dans le cadre du programme eTen, ce qui lui a apporté une notoriété internationale du fait de sa simplicité et de son efficacité.

« VARJOMAILMA », le monde obscur⁽³⁾

Ce projet apporte aux enfants vivant dans un environnement familial destructeur, du fait de l'état de dépendance de leurs parents à telle ou telle « substance », un ensemble de services rendus, entre autres, par l'internet. Le problème est d'importance, les études indiquant qu'un enfant finlandais sur 10 est confronté dans son quotidien familial à ce type de situation, et donc à un son cortège bien connu de conséquences pour pénalisant son avenir : perte de confiance envers les adultes, isolement, échec scolaire, reproduction des mêmes mécanismes d'addiction, etc. Conséquence positive du taux de pénétration d'internet en Finlande et de la présence dans chaque foyer, souvent même dans chaque chambre, d'un accès aux services en ligne, la fondation « A-Clinic » a pu développer un ensemble de services adaptés à ce public très particulier, avec l'appui de centaines d'adultes volontaires (enseignants, parents, éducateurs, ...), destinés à cette « enfance fragile ».

Ainsi résumés en quelques lignes, ces projets peuvent paraître anodins, naïfs, voire relevant d'une nature « angéliques ». Et pourtant, le jury n'eut aucune difficulté à les plébisciter, tant leur impact, mesuré, vérifié, est réel et apporte des solutions numériques à des problèmes humains que rencontrent toutes nos sociétés.

L'intérêt de l'édition 2008 de la conférence fut d'illustrer la complémentarité des trois secteurs (public, privé, société civile) dans la lutte contre toutes les sources de fractures numériques qui représentent, plus que jamais, autant une question de justice sociale que d'opportunité économique.

Par Hervé Le Guyader, directeur général d'AEC
hlg@aecom.org

- (1) : www.e-inclusionawards.eu/
- (2) : www.robobracille.org
- (3) : www.varjomailma.fi/english

Ressources en ligne

Les 35 projets présentés lors de cette conférence ministérielle sont en ligne sur le site internet de l'événement (<http://tinyurl.com/5dt8t2>).

Retrouvez également sur ce site l'ensemble des discours, des exposés, des présentations faites par des représentants des secteurs privé, public, de la société civile, ainsi que la déclaration ministérielle finale. Ils représentent en quelque sorte une mise à jour des éléments et des prises de position qui avaient été présentés lors des deux précédentes éditions (Riga en 2006, Lisbonne en 2007).

La génération **internet** changera le monde du travail



Quelles sont les valeurs des jeunes issus de la génération internet ? Quel regard portent-ils sur le monde de l'entreprise ? Sont-ils une menace ou une chance pour les organisations ? Voici les premiers enseignements du Débat Numérique organisé à Bordeaux, le 18 novembre dernier, par AEC et l'IJBA :

Selon Benjamin Chaminade qui a utilisé cette expression, les « Y » seraient « des branleurs » aux yeux des chefs d'entreprise français. Ils se mettent en danger en exposant leur vie privée sur les plateformes comme Facebook.

La génération internet participe à un « lissage » des cultures à travers le monde.

On se dirige vers un monde dans lequel le savoir n'est plus le pouvoir. On partage tout, mais Google ne partage pas du tout.

La « génération Y » nous fait entrer dans l'ère de l'émotion.

Ces jeunes changent le rapport au temps.

Il est pertinent de se servir des nouveaux outils de communication (réseaux sociaux, flux RSS, etc.) mais être parcimonieux sur les informations qu'on y fait circuler.

Le Débat Numérique est sur www.aecom.org : vidéo des temps forts, photos, bibliographie, interview de professionnels et réactions du public.

Intervenants : Yves Eude, journaliste au Monde et Benjamin Chaminade, architecte Ressources humaines

Animation : Suzanne Galy, AEC

L'actu du Pasi

Cinq projets soutenus par l'Europe, l'Etat et la Région

Le Pôle Aquitain pour la Société de l'Information est un espace de partage d'information, de concertation, d'émergence de projets innovants et de mise en place d'outils de gouvernance pour les acteurs aquitains du numérique.

Liste des projets sélectionnés par le Comité Régional de Programmation pour l'obtention de contributions au titre de l'axe 2 (TIC) du Fonds Européen de Développement Régional 2007-2013 CRP du 1er octobre 2008 :

- RIP du Lot-et-Garonne :

Etablissement et exploitation d'un réseau de communication « alternatif » pour l'accès généralisé au Haut débit des entreprises et populations isolées, localisées en zones blanches et grises.

Maître d'ouvrage : Conseil général de Lot et Garonne. FEDER : 1 625 340 €

- PIGMA, Plateforme de l'Information Géographique Mutualisée en Aquitaine :

Achat mutualisé de couches basses de données géographiques, mise à disposition auprès des acteurs d'intérêt publics et animation de la dynamique de mutualisation. (lire aussi p4)

Maître d'ouvrage : GIP Atgeri (Aménagement du Territoire et Gestion des Risques). FEDER : 2 980 600 €

- CapSciences.num :

Déploiement d'un service global de visite interactive et de partage de savoirs, du site internet aux supports de visite.

Maître d'ouvrage : Cap Sciences. FEDER : 330 520 €

- Le Rocher de P@lmer, Pôle Culturel et de Spectacles dédié aux cultures du monde :

favoriser la diffusion de spectacles interactifs hautement technologiques, développer la création multimédia, créer un réseau professionnel international, sensibiliser les publics à la création numérique.

Maître d'ouvrage : Ville de Cenon. FEDER : 1 631 424 €

- RAUDIN, Recherches Aquitaines sur les Usages pour le Développement des Dispositifs Numériques :

5 projets de recherche thématiques et 1 projet transversal pour accompagner le développement des usages des dispositifs numériques, initialiser la constitution d'un pôle aquitain de compétences en recherche dans ce domaine.

Maître d'ouvrage : Université Bordeaux 3. FEDER : 1 300 000 €

A NOTER :

Agen, 22 janvier, 18h : réunion d'information à destination des TPE/PME sur la contribution des fonds FEDER aux projets qui utilisent le numérique, à la Préfecture du Lot et Garonne.

Inscription : <http://www.pasi.fr/numerique47>

Premier Carrefour des Possibles en Aquitaine



Sur 38 projets candidats, 10 ont été mis en valeur lors de la soirée organisée à Cap Sciences, le 15 décembre dernier. Ce premier Carrefour des Possibles en Aquitaine a réuni 150 participants. Retrouvez la liste des projets présentés en supplément de cette lettre d'information.

Découvrez sur www.aecom.org toutes les photos de la soirée et les 10 projets présentés en vidéo par leurs créateurs.

Appel à projet

AEC poursuit son action de soutien aux porteurs de projets innovants en étant membre du jury du Concours Jeunes Talents Innovation lancé par SFR en décembre :

SFR se veut agitateur d'innovation !



Bordeaux a choisi le thème de l'écologie urbaine, au sens du développement durable appliqué à la vie en ville : réflexions environnementales, sociales ou économiques. Nantes a opté pour la création et la culture. Toulouse se tourne vers sa jeunesse, étudiante et non étudiante.

Autour de ces trois thèmes, un défi : imaginer des projets innovants, réalisables à l'échelle des villes partenaires et faisant appel aux technologies de l'information et de la communication.

Avec le concours « Jeunes Talents Innovation - Mes idées se réalisent pour la ville », SFR se veut agitateur d'innovation. **L'opérateur ne se contentera pas de réaliser concrètement les projets lauréats dans les villes partenaires. Il accompagnera aussi leur créateur sur les plans technique, marketing, financier.**

Le concours est ouvert à tous les porteurs de projets (étudiants en dernière année d'études, entrepreneurs, start-up...) partout en France. **Les candidats ont jusqu'au 15 janvier 2009 pour déposer leur dossier sur le site**

www.jeunestalentinnovation.fr

Un nouveau veilleur à AEC !

Antoine Chotard, 30 ans, a intégré Aquitaine Europe Communication fin novembre pour assurer la mission de veille tendancielle au sein de l'association.

Il prend la suite d'Eric Culnaërt, désormais directeur du service Accompagnement d'AEC. Titulaire d'un Master pro « Chargé d'analyse spatiale et de prospective territoriale », Antoine Chotard animera notamment la journée publique *Tendances Numériques* organisée traditionnellement par AEC fin juin, à Bordeaux.



Etude



Aquitaine AnalyTIC n°5 :

Séniors et numérique en Aquitaine

> Accès internet

39% sont équipés en ordinateur (65% pour l'ensemble de la population).

32% ont une connexion internet (53% pour l'ensemble).

> Education

Ils sont 4 fois plus équipés et 6 fois plus connectés lorsqu'ils possèdent un diplôme du supérieur.

Formation :

Ils sont 2 fois plus équipés et 3 fois plus utilisateurs d'internet lorsqu'ils ont reçu une formation informatique/internet.

Consommation

Moins de 10% des séniors n'ayant jamais reçu de formation pratiquent le e-commerce (plus de 30% pour ceux formés).

Ab@aecom.org

Une étude réalisée dans le cadre du Système d'information et d'aide à la décision aquitain.

Aquitaine AnalyTIC n°5 est disponible dans son intégralité sur le site :

<http://siad.aecom.org/>

L'agenda numérique

Janvier

22 : Réunion d'information à destination des TPE/PME sur la contribution des fonds FEDER aux projets qui utilisent le numérique. A 18 heures, à la Préfecture du Lot et Garonne. Agen.

Février

3 Le Débat Numérique « Google : la mémoire court-circuitée ? », organisé par AEC et l'Institut de journalisme Bordeaux Aquitaine (IJBA). Avec Hervé Morin, journaliste au Monde. A 18 heures, à l'IJBA. Bordeaux.

6 Forum « Néo-Médias, Nouveaux Métiers » sur l'actualité des technologies et l'évolution des métiers. Toute la journée à l'IUT Michel de Montaigne. Bordeaux. Organisé par le département SRC (Services et Réseaux de Communication) de l'université de Bordeaux 3 et soutenu par AEC.

19 Table ronde Sciences-Médias-Société, « Le wifi, une innovation sans danger ? ». A 18h30, au Club Pernod de la Cité Mondiale. Bordeaux. Proposée par ISIC / Dealers de Science et soutenu par AEC.

Mars

11 : Journée « Le livre numérique », un partenariat AEC/Arpel, en présence de Bruno Patino, auteur du récent rapport sur le livre numérique. Au Conseil régional d'Aquitaine.

Progression de l'internet local citoyen

L'association Ville Internet a délivré, le 24 novembre dernier, son label saluant les initiatives en faveur d'un internet local citoyen. 203 villes ont été labellisées. En Aquitaine, Mérignac, Blanquefort (33) et Agen (47) décrochent une cinquième @. Anglet, Bayonne (64) et Saint-Médard-en-Jalles (33) affichent désormais quatre @.

<http://www.villes-internet.net/>



Coup de jeune pour le site de l'ALPI !

L'Agence landaise pour l'informatique (ALPI) vient de refondre son site internet qui présente désormais une nouvelle ergonomie et de nouveaux contenus, notamment : l'actualité du syndicat mixte, les marchés publics en cours, des trucs et astuces en matière d'informatique, des dossiers thématiques. Un espace est réservé aux collectivités adhérentes : contrats de maintenance, catalogue de formation, mises à jour de logiciels et plateforme de dématérialisation des marchés publics.

www.alpi40.org

Quoi de neuf en Aquitaine ?



Le Bassin d'Arcachon décoré

Le syndicat intercommunal du Bassin d'Arcachon s'est vu attribuer le label Territoire Innovant 2008 dans le cadre des Interconnectés 2008, le 1er décembre à Lyon, pour son application inédite de cartographie interactive permettant, grâce à une recherche très affinée, réactualisée et géolocalisée, d'obtenir des informations sur les hébergements, loisirs, services...proposés sur le Bassin d'Arcachon (33).

<http://www.siba-bassin-arcachon.fr/>

L'Aquitaine Numérique est une lettre d'information mensuelle éditée par Aquitaine Europe Communication, 23 Parvis des Chartrons 33074 Bordeaux. Téléphone : +33 (0)5 57 57 01 01 Fax : +33 (0)5 57 57 97 17 E-Mail : info@aecom.org Directeur de publication : Hervé LE GUYADER. Ont collaboré à ce numéro : Marcel DESVERGNE, David JOUSON, Laurent-Pierre GILLIARD, Antoine CHOTARD, Julie TOMAS, Hervé LE GUYADER, Suzanne GALY, Cécile PINCEAU.

UNE : crédit photo Suzanne Galy/AEC
Remerciements à la société Asobo
Ce numéro a été édité à 1000 exemplaires par AEC.

Tutotic, des vidéos qui enseignent le numérique

Accéder à internet en mobilité, le Czi en entreprise, bien référencer son site web, les réseaux sociaux, qu'est-ce que le web 2.0 ?, les flux RSS... Tutotic est le site idéal pour apprendre et comprendre les technologies numériques et leurs usages.

Ludique et instructif, il présente à l'aide de courtes vidéos, sur une foule de sujets très pratiques, les expertises de professionnels aquitains du web. Objectif : aider les professionnels, initiés ou non aux nouvelles technologies, à améliorer leur site internet.

Développé par des étudiants de l'Institut des sciences de l'information et de la communication (Isic-Bordeaux 3), avec le soutien d'AEC, Tutotic sera enrichi d'une douzaine de nouvelles vidéos chaque année.

Bon visionnage !

<http://www.tutotic.com/>

Le « new deal numérique » des Régions

Alain Rousset, président de l'association des régions de France (ARF), s'est prononcé en faveur d'une accélération et de la généralisation du déploiement du très haut débit (THD) sur tout le territoire français, lors du dernier congrès de l'ARF, le 9 décembre 2008.

A cette occasion, une étude indépendante commandée par les collectivités locales sur le déploiement du THD a été rendue publique. Elle préconise 3 scénarios à l'horizon 2020 : résignation, progression et ambition. Les besoins en termes d'aménagement du territoire, de compétitivité des entreprises, d'égal accès pour tous les citoyens et de relance de l'économie par des grands travaux d'infrastructure de communication électronique orientent indubitablement vers le scénario Ambition, soit un investissement public nécessaire d'1 milliard d'euros par an.

Plus d'infos sur <http://tic.aquitaine.fr>