

Tendances 2007



## TENDANCE TECHNOLOGIES & INFORMATIQUE

### Initiative n° 1 : Chip chick, la technologie au féminin

<http://x2usa.com/html/stylebook.html>

LA TENDANCE = féminisation par le design.

LE FAIT = de plus en plus d'appareils « *high tech* » se voient enrichis et complétés par un design, des accessoires ou fonctionnalités visant à séduire les femmes.

L'INITIATIVE = X2 Laptop, Nokia Haute couture, accessoires GSM et baladeurs...

### Descriptif

Produits informatiques et de télécommunication, au sens large, se féminisent : téléphone lipstick ou poudrier, souris d'ordinateurs ludiques, écouteurs et appareils photo plus légers, décorés, housses griffées ou en peluche...

### Opportunités pour le créateur d'entreprise

Il y a quelques années, l'industrie automobile s'est aperçue que plus de la moitié des conducteurs... étaient des femmes ! Et que les conductrices intervenaient plutôt deux fois qu'une dans les décisions d'achat : soit pour s'offrir leur propre véhicule, soit avec leur moitié dans l'achat d'une voiture familiale. Les constructeurs ne se sont alors pas fait prier pour évoluer vers un design plus rond et rassurant et doter leurs véhicules de nouvelles fonctionnalités, ou en prenant en compte des demandes plus spécifiques [confort pour les enfants, etc.].

Les nouvelles technologies sont elles aussi confrontées à cette nouvelle évolution : les femmes sont au moins autant consommatrices de téléphones portables ou de baladeurs que les hommes. Et elles sont d'autant plus attentives aux avancées de la technologie qu'elles sont plus à la recherche de solutions pratiques pouvant les aider à se simplifier la vie, à cumuler différentes tâches, etc. Les consommatrices sont donc très demandeuses de produits à forte personnalisation, faisant l'objet d'un design plus élaboré. Elles aiment y inclure ou y trouver une dimension affective, choisir des produits « *impliquants* ». L'esprit « *doudou* », à la limite de l'objet transitionnel est d'ailleurs très prisé !

Perdus ou en mal de repères, certains consommateurs, hommes ou femmes, ont aussi un besoin accru de conseils et de services simples et pédagogiques : un aspect à ne pas négliger !

## **Initiative n° 2 : [www.milliondollarhomepage.com](http://www.milliondollarhomepage.com)**

LA TENDANCE = spéculation sur les territoires virtuels.

LE FAIT = un anglais de 21 ans commercialise un million de pixels, au prix de 1 \$ l'unité, sur une même page web.

L'INITIATIVE = réunir des centaines de marques au même endroit en rendant le rendez-vous obligatoire.

### **Descriptif**

Alex Tew, étudiant anglais de 21 ans, s'était mis en tête de devenir rapidement et simplement millionnaire, sans bouger de chez lui. Personne n'y croyait, il l'a pourtant fait ! Et les mille derniers pixels de sa Million Dollar Homepage ont même été mis en vente sur eBay.

Sous prétexte de récolter des fonds pour financer ses études, Alex Tew a eu l'idée de réserver pendant cinq ans un nom de domaine, [milliondollarhomepage.com](http://milliondollarhomepage.com), et l'espace web lié chez un hébergeur. Il a installé sur cet espace une grille composée d'un million de petits carrés, et décidé de vendre ces petits carrés à des annonceurs pour que ces derniers y placent leurs publicités.

Le principe est simple : un pixel égale 1 \$, achat minimum de 100 pixels. Timidement, la Million Dollar Homepage a fait ses premiers pas grâce aux proches d'Alex Tew. Quelques temps après, une coupure de presse a mis le feu aux poudres et les annonceurs ont commencé à s'arracher ces petites parcelles. Casinos en ligne, amateurs amusés, disquaires, vendeurs de jeux vidéo, hébergeurs ou agences de pub se sont rués sur la Million Dollar Homepage et ont fait la fortune d'Alex Tew, qui ne s'attendait pas à une telle réussite. Le bouche-à-oreille et les médias ayant bien fait leur travail, le site d'Alex Tew connaît aujourd'hui plus de 200 000 visites par jour !

### **Opportunités pour le créateur d'entreprise**

Il ne faut pas hésiter à une le pionnier de nouveaux territoires, même virtuels ! Des produits ou services *a priori* destinés à une cible particulière peuvent trouver de nouveaux débouchés en les adaptant à une autre cible. Par exemple, des produits ou services destinés aux professionnels, ou seulement à certains, peuvent être adaptés pour les particuliers, ou étendus à d'autres professionnels.

### **Initiative n° 3 : IBM's Millipede**

[www.research.ibm.com/journal/rd/443/vettiger.html](http://www.research.ibm.com/journal/rd/443/vettiger.html)

LA TENDANCE = plus de limites aux mémoires portables ?  
LE FAIT = ce qui freine aujourd'hui les appareils portables multifonctions [GSM, palm, MP3, vidéo, PC de poche...], c'est principalement leur mémoire.  
L'INITIATIVE = IBM prévoit de lancer une nouvelle technologie permettant de stocker sur la taille d'un timbre un téraoctet [mille milliards de bits, soit plus de 25 DVD-Rom !].

### **Descriptif**

L'américain IBM vient de présenter une solution qui risque de révolutionner les problèmes de stockage de données, le système Millipede, sur lequel planchent leurs chercheurs suisses à Zurich. Ce procédé de stockage de données haute densité permet de condenser près d'un téraoctet par pouce carré. Plus de 4 000 petites pointes de silicone sont chauffées avant d'être mises en contact avec un très fin film de polymères. Les petites « pattes » du Millipede mesurent 10 nanomètres de largeur et impriment les données en créant de petits puits.

Les données stockées correspondent environ à 25 DVD ou 600 000 photos digitales sur l'équivalent d'un timbre postal. Pour les technophiles et les professionnels intéressés, patience cependant ! Il leur faudra encore attendre un ou deux ans avant de pouvoir trouver de tels systèmes sur le marché.

### **Opportunités pour le créateur d'entreprise**

La recherche reste un des enjeux majeurs des entreprises. L'innovation est toujours censée apporter un leadership futur sur un marché. Si les technologies de pointe sont particulièrement concernées par ces problématiques, d'autres secteurs, comme ceux de la médecine ou de la pharmacie, de l'énergie, de l'aéronautique, etc., sont aussi concernés.

#### **Initiative n# 4 : Mobiluck**

[www.mobiluck.fr](http://www.mobiluck.fr)

LA TENDANCE = MoSoSo [Mobile Social Software].  
LE FAIT = l'univers des rencontres entre célibataires s'adapte au rythme de la vie moderne [rencontres en 7 minutes] et à ses outils [le Bluetooth].  
L'INITIATIVE = Mobiluck.

#### **Descriptif**

Mobiluck offre un service permettant d'échanger gratuitement des messages et des contenus autour de soi. L'utilisation la plus connue est le *bluejacking*. Le système détecte les mobiles compatibles autour de soi et sonne ou vibre dès qu'il détecte un autre appareil Bluetooth à proximité. On peut alors envoyer gratuitement des messages par Bluetooth à des amis ou à des inconnus sans connaître leur numéro de téléphone ! Le profil du possesseur de téléphone est diffusé [passions, coordonnées, photo...] et il est possible de voir celui des autres Mobiluckers

#### **Opportunités pour le créateur d'entreprise**

On peut ainsi proposer divers contenus [informations, publicités...] en réseau, que celui-ci soit lié ou non à son activité. Ce type de media alternatif peut colporter un buzz auprès d'une cible déterminée. Le créateur peut créer une thématique de contenus sur ses produits ou services, dans le lieu où il reçoit ses clients. Ceux-ci peuvent recevoir directement un dossier complet, un wap-link, une photo ou un fichier musical sur leur téléphone portable, et repartir avec pour le consulter à nouveau chez eux ultérieurement.

## **Initiative n° 5 : UnitedRooms**

[www.unitedrooms.com](http://www.unitedrooms.com)

[www.news.batiweb.com/a.asp?ref=05111604](http://www.news.batiweb.com/a.asp?ref=05111604)

LA TENDANCE = vente immobilière high-tech.

LE FAIT = tant que l'immobilier va, tout va... L'immobilier continue à bien se porter, notamment en France. Le patrimoine immobilier des Français a augmenté de 60 % depuis 1999 ! Et près de 60 % d'entre eux sont désormais propriétaires de leur logement. Les services immobiliers devraient continuer à se développer à vitesse grand V.

L'INITIATIVE = une société nipponne de services destinés aux promoteurs immobiliers leur propose un nouvel outil de promotion qui permet de visionner l'intérieur d'un appartement en vidéo sur un téléphone portable, simplement en photographiant une sorte de code-barres associé à la petite annonce. La société UnitedRooms a conçu ce système en s'appuyant sur les « *codes à barres en deux dimensions* », les « *QR codes* », que savent décrypter les téléphones portables japonais.

### **Descriptif**

En photographiant avec son téléphone un QR code, imprimé sur les prospectus ou à côté de chaque petite annonce immobilière, l'utilisateur accède automatiquement à un site Internet mobile spécifique qui diffuse alors une séquence vidéo de l'appartement proposé. La quasi-intégralité des téléphones portables nouvellement mis en vente au Japon sont compatibles avec les QR Code, et parmi le parc installé [90 millions d'unités], environ un tiers est capable de lire les QR Codes, selon les chiffres du ministère des Télécommunications japonais.

Apposés sur les cartes de visite, ils permettent par exemple une saisie directe des coordonnées complètes d'une personne dans le répertoire d'un téléphone par simple photographie, sans rien saisir à la main. Pour pouvoir interpréter les QR Codes, les téléphones portables doivent être dotés d'un petit programme pré-installé ou téléchargé.

### **Opportunité pour le créateur d'entreprise**

Les services liés au secteur immobilier et destinés aux particuliers connaissent un essor croissant : package de fournitures de matériel de déménagement à acheter en ligne, chasseur d'appartement qui repère et sélectionne le logement idéal, etc.

Les Français investissent de plus en plus dans l'immobilier et surtout dans l'entretien de leur logement. Aussi se découvrent-ils de nouveaux besoins, ou cherchent-ils à résoudre plus facilement les éventuels problèmes rencontrés. Ainsi, Maisoning, [[www.maisoning.com](http://www.maisoning.com)], filiale de la Lyonnaise des eaux, propose une offre globale de services à l'habitat. Des techniciens-conseils formés et diplômés interviennent pour répondre aux besoins de dépannage dans le cadre d'une panne ou d'un sinistre. Maisoning propose également un ensemble de services de réparation, d'entretien, et de rénovation. D'autres modèles se développent, agissant comme une centrale de référencement pour les artisans, notamment dans le bâtiment, l'électricité, la plomberie, etc. Le point névralgique demeure la capacité à fédérer et animer un réseau d'artisans sérieux.