L'entreprise
Septembre 2010

Dossier Spécial
« La révolution du Tag »
Pages 58-61

N° 292 SEPTEMBRE 2010

maire

ÇA BOUGE

Innovation
Ces entreprises qui se réinventent 48

Communication
La révolution du mobile tag 58

Vente
Le nouvel eldorado marocain s'ouvre aux PME 74

Francky Trichet a imaginé les étiquettes intelligentes qui ont donné naissance à Tagdevin.

LES ESSENTI

Juridique
Travailler avec son co
Organiser le vote à d
dans une SARL
Les indemnités de ru
de l'agent commerci

International
Faire des affaires au Danemark

Gestion
Acheter une entrep
sans risque

Mémento

Jurisprudence

CAS D'ÉCOLE

Innovation
Ils réussissent dans le bien-être 92

Gestion
Cap sur le monde

SAVOIR-FAIRE

Gestion
Comment sécuriser ses crédits bancaires 102

Innovation

Management
pour repenser
gement 110

Questions

PERSO

Voyages
La Réunion au so

Street marketing

La révolution du mobile tag

Pratique et facile à utiliser, le code 2D permet de stocker un grand nombre d'informations sur une toute petite surface. De quoi booster la communication via l'internet mobile. A condition que les normes soient compatibles.

QU'Y A-T-IL DERRIÈRE CE CODE ?

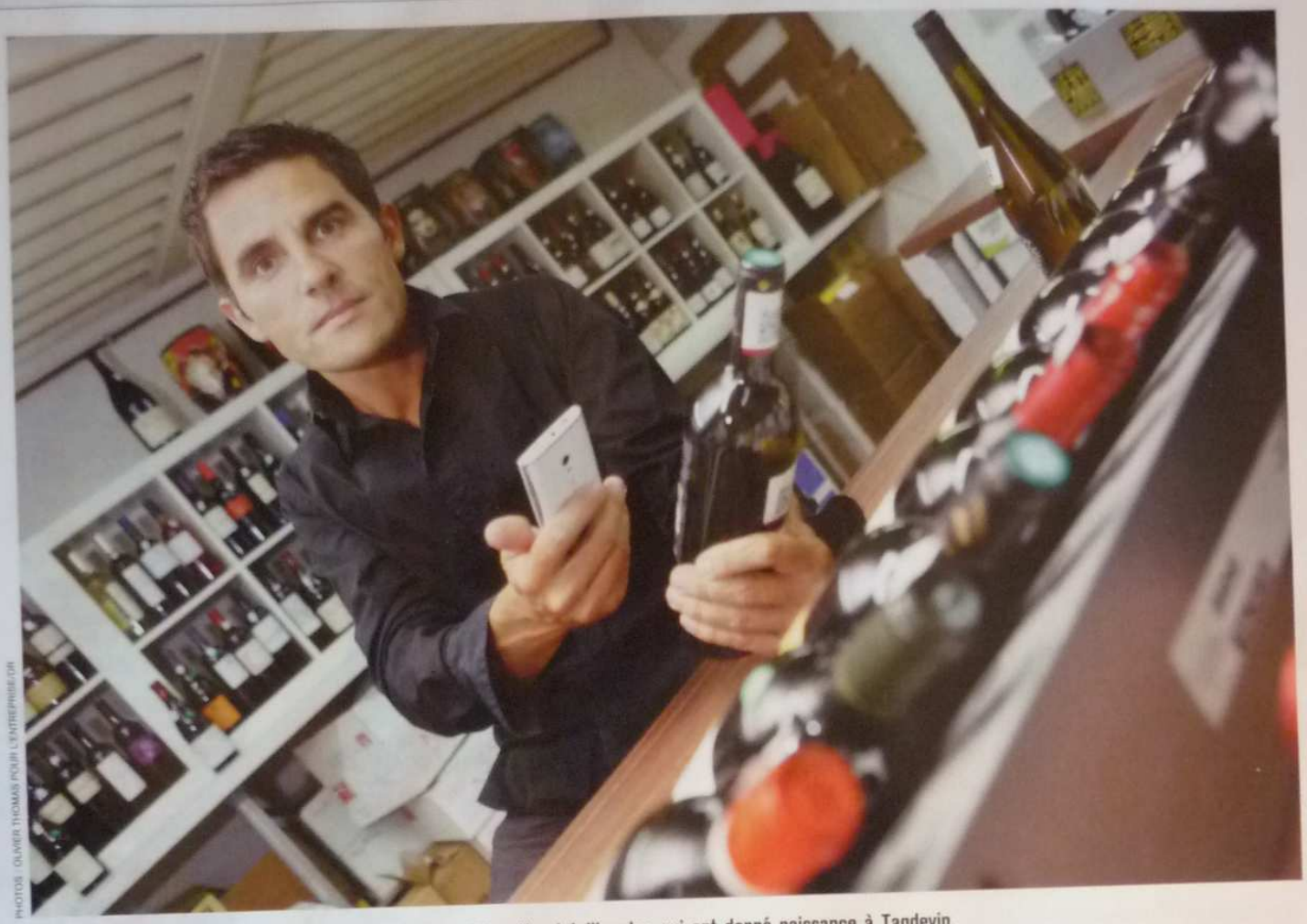
1. TÉLÉCHARGEZ gratuitement le lecteur via le portail d'applications de votre smartphone.
2. ACTIVEZ le lecteur depuis le menu de votre mobile.
3. PLACEZ l'appareil photo de votre mobile de manière à cadrer le tag à l'écran.
4. CAPTUREZ le code. Vous pouvez lire directement en internet mobile les contenus cachés derrière ce code (à condition de vous trouver dans une zone couverte par la 3G).

LE 10 NOVEMBRE, CHACUN AURA SON TAG. Les quelque 250 entrepreneurs et partenaires qui se rendront à la soirée des lauréats du réseau Entreprendre de Savoie porteront un drôle de pictogramme imprimé sur leur badge. Il suffira à chacun de placer son smartphone devant son interlocuteur pour accéder à son profil complet via l'internet mobile. « Jusqu'à maintenant, l'activité de chaque adhérent était résumée dans un guide papier, précise Cécile Prost, fondatrice d'ABC Projets, une société spécialisée dans la création de concepts d'événements. Désormais, nous jouons l'interactivité. Pour cette opération, j'ai voulu que le tag intègre toutes les informations nécessaires à la présentation de l'entreprise dans un simple carré de 2 cm sur 2. »

L'avantage? Celui qu'on appelle aussi « tag 2D » contient plus de mille fois plus de données qu'un code-barres traditionnel, dont la lecture ne se fait qu'horizontalement, et il est dix fois moins encombrant. Très rapide à scanner, ce pictogramme fait d'une mosaïque de petits carrés blancs et noirs pourrait bien être la clé de voûte des prochains modes de communication de l'internet mobile. Inventé en 1994 au Japon, le tag 2D, ou QR Code, a mis près d'une dizaine d'années avant de devenir l'un des codes-barres les plus populaires en Asie et aux Etats-Unis. Initialement utilisé pour identifier les pièces détachées dans l'industrie automobile, il contient des données rangées de manière mathématique sous forme de modules carrés, le plus souvent noirs sur fond blanc. Les informations (7 089 caractères numériques, 4 296 caractères alphanumériques) peuvent être aussi bien du texte simple qu'un lien internet, et elles se décodent extrêmement rapidement (QR signifiant Quick Response) à l'aide d'un lecteur spécifique, en l'occurrence un téléphone mobile équipé d'un appareil photo.

La France en avance

« Aujourd'hui, les Japonais scannent plus de QR Codes qu'ils n'envoient de SMS », affirme Guillaume Bochart, le dirigeant de QR Mobile. Longtemps boudé en France, le carré de hiéroglyphes n'y a fait son apparition qu'en 2009. Première raison : la multiplication des smartphones. Près de la moitié des Français disposent maintenant d'un abonnement permettant de surfer sur internet à l'aide de leur mobile.



PHOTOS : OLIVIER THOMAS POUR L'ENTREPRISE.FR

Francky Trichet, enseignant-chercheur, a imaginé les étiquettes intelligentes qui ont donné naissance à Tagdevin.

Deuxième raison : l'application est téléchargeable gratuitement sur toutes les grandes plates-formes mobiles (Androïd, Blackberry, iPhone, Symbian, Windows Mobile). « Avec l'essor des solutions mobiles, le tag est devenu un outil de communication cohérent. Les entreprises commencent à l'utiliser et on en voit de plus en plus dans la rue, devant les boutiques ou sur les cartes de visite », constate Yannick Delsahut, consultant chez Orsys. A côté de la RATP, de France 2, du Crédit agricole ou des jeans Calvin Klein, on trouve aussi des PME comme Fauchon ou le vin du Château d'Arche et même des villes, telle Bordeaux, qui affichent des étiquettes communicantes renvoyant vers toutes sortes d'informations pratiques ou commerciales. Orange, quant à lui, développe des accords mondiaux avec les autres opérateurs et se dit prêt à équiper un maximum de téléphones de lecteurs ad hoc. « Le marché va décoller, affirme Manuel Gamon, chef de projet sur les offres de services mobiles chez Orange. Nous sommes le pays d'Europe le plus en pointe. »

Contact simple avec le client

Des multitudes d'applications se développent : sur les étiquettes des bouteilles de vin pour en apprendre davantage sur le cépage et savoir associer des mets, sur les parfums pour en découvrir la composition, sur les aliments en général pour assurer leur traçabilité ou proposer des recettes, sur une annonce immobilière pour en détailler toutes les caractéristiques, sur la vitrine d'une boutique pour apporter plus d'informations pratiques… Principal avantage : ce n'est pas de la communication intrusive. Et, même endommagé, le QR Code reste lisible grâce à un algorithme intégré de correction des erreurs.

Très simple à utiliser, le QR Code ne demande qu'à être… décodé. Pour cela, il faut disposer d'un téléphone mobile doté d'un appareil photo, même de qualité moyenne, et être abonné à l'internet mobile. Un logiciel spécial servant de lecteur de codes-barres est également nécessaire. Sur les tout derniers modèles de smartphones, il est déjà installé. Pour les autres, il faut le télécharger parmi l'une des 120 applications disponibles gratuitement sur les plates-formes des fabricants de téléphones. Il suffit ensuite de lire le tag en ouvrant l'application, autrement dit de le prendre en photo, en faisant le point si l'appareil n'est pas autofocus. Le logiciel décode immé- ▸▸

Le marché décolle

Même des PME commencent à s'y mettre

diatement le pictogramme et ouvre une page internet mobile sur laquelle s'affiche le contenu correspondant au code (tout type de données accessibles directement à partir d'un smartphone en mode 3G). C'est bien plus pratique qu'avoir à écrire des URL aux sigles compliqués. On peut même mémoriser le code pour le lire plus tard en wi-fi.

Pas besoin d'une licence

Comment créer son propre tag 2D ? Bien qu'étant une marque déposée par la société japonaise Denso, le QR Code ne requiert aucune licence. Il a été défini comme un standard ISO, ce qui explique qu'on puisse trouver des générateurs de codes gratuits sur internet (http://createqrcode.appspot.com). Mais, par souci de confort et de sécurité, certaines entreprises préféreront passer par un prestataire spécialisé dans la mise en ligne des contenus mobiles. « Nos tarifs s'échelonnent de 49 euros par mois pour une simple page de texte, à 8 000 euros par an pour faire tourner des données multimédias avec photos et vidéos », précise Guillaume Bochart, dont la société QR Mobile vend des packages autour de la licence QR Code en France. Sa plate-forme génère un code unique et délivre un mot de passe permettant à l'entreprise cliente de créer et de gérer librement ses contenus sur ordinateur avant de les visualiser sur le téléphone. Ensuite, il ne lui reste plus qu'à imprimer son tag sur ses cartes de visite, ses plaquettes publicitaires ou sur tout autre support. L'objectif ? Créer du trafic en renvoyant le mobinaute vers un minisite internet, qu'il s'agisse d'un jeu-concours, d'infos pratiques ou de coupons de réduction aux caisses des supermarchés. Et tous les excès sont permis : du micro QR Code utilisé pour marquer des références sur des bijoux, au tag géant comme celui de 20 m sur 20 créé par le constructeur automobile Audi pour son centenaire.

WILLAM COOP
wcoop@lentreprise.com

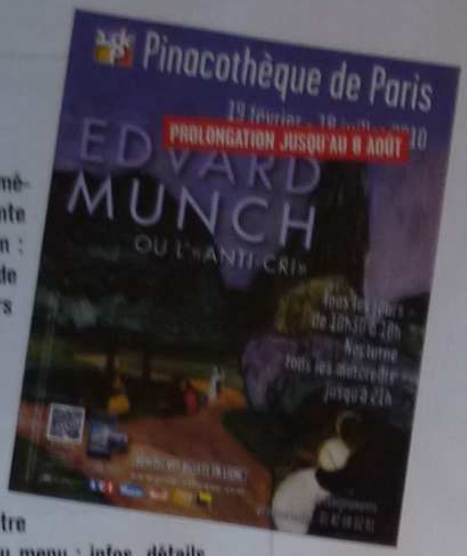
DESIGN CODES

Quitte à faire des petits carrés en noir et blanc, autant y ajouter de la couleur et même des dessins. Après Takashi Murakami pour Louis Vuitton, c'est au tour du musicien DJ Spooky de s'appuyer sur le QR Code pour promouvoir la protection des îles Nauru (Pacifique) et à celui de la chanteuse Kylie Minogue de l'intégrer dans le clip de son single *All the Lovers*. On a aussi vu un tag faire la une d'un magazine de design aux Pays-Bas (www.bright.nl/bright-33) et une marque de pastilles à la menthe utiliser ses bonbons pour dessiner un code 2D en volume (www.youtube.com/watch?v=M5iAT3gVzFc&feature=player_embedded#) !

FAUCHON LE CAFÉ

« Grâce aux codes 2D, un franchisé peut facilement organiser sa communication de manière autonome par rapport à la maison mère », souligne Sylvie Altier. C'est ce que la responsable de la communication du restaurant Fauchon Le Café a décidé de faire en intégrant depuis le mois de mai des QR Codes dans ses menus et sur ses cartes de visite. Au total, le tag ouvre sur sept pages d'un minisite mobile avec présentation du plat du jour du lendemain, module de réservation et autres annonces événementielles. Coût de l'opération : « Moins de 5 000 euros par an » et « la possibilité de modifier ses contenus soi-même ».

PHOTOS : FAUCHON/MACONNÉSIE PARISIEN



PINACOTHÈQUE DE PARIS

Flancs de bus, affiches dans le métro et bâche géante devant l'exposition : la Pinacothèque de Paris a eu recours au QR Code pour promouvoir son nouveau site mobile et son application iPhone dédiée à l'expo sur le peintre Edvard Munch. Au menu : infos, détails pratiques, horaires, nocturnes, mais malheureusement pas assez de contenus enrichis (vidéos, liens internet) sur l'artiste et ses œuvres. A quand un véritable web mobile ?

La guerre des codes

Le code Aztec, le GS1 de Carrefour, le QR Code, le Flashcode (Datamatrix) de la RATP ou d'Orange... autant de codes 2D aux sigles proches mais incompatibles entre eux. «En France, nous sommes dans un marché de transition et, aujourd'hui, c'est la guerre des codes», affirme Guillaume Bochart, le dirigeant de QR Mobile. Mais peut-être plus pour longtemps. «On nous a beaucoup reproché le fait que notre norme Flashcode soit fermée, admet Manuel Gamon, chef de projet sur les offres de services mobiles chez Orange. Jusqu'à récemment, nous pensions pouvoir la monétiser grâce à une plate-forme de redirection vers le mobile.» Vieux réflexe propriétaire. Mais l'opérateur a changé de stratégie et cherche désormais à ouvrir sa norme pour la rendre compatible avec le QR Code. «Nous sommes en discussion au sein de l'AFMM (Association française du multimédia mobile) pour développer un standard partagé par tous les opérateurs.» Ce qui n'empêche pas Orange de réfléchir à des contenus supplémentaires payants pour les annonceurs. En attendant, le ticket d'entrée du Flashcode est à 200 euros.

Contrats collectifs santé CNM

Construisez votre mutuelle d'entrepri en toute liberté !

De conception totalement novatrice, **la gamme standa modulaire CNM** vous permet :

- **de bâtir une garantie en "quasi sur mesure"** avec plusieurs centaines de combinaisons possibles,
- **de profiter de la mutualisation** de l'ensemble des entreprises adhérentes de ces contrats, entraînant diminution des frais de gestion et amélioration du pilotage technique,
- **de bénéficier d'une tarification très compétitive,** dès aujourd'hui et dans la durée.

Autant d'avantages avec, en plus, la possibilité de propos des **"sur-contrats facultatifs"** en complément du cont de groupe CNM **ou de tout autre contrat obligatoire existant dans l'entreprise !**

Appelez votre conseiller entreprises CNM au :

01 53 36 92 52

Du lundi au vendredi, de 9h à 12h et de 13h à 17h30

Ou envoyez lui un mail à :

entreprises@cnmsante.fr

www.cnmsante.fr

CNM prévoyance santé

Comptez sur la différence !