

▼ LA START-UP DE LA SEMAINE

WizTiVi fait son nid dans la télévision connectée

La start-up développe des nouvelles applications TV pour des sites de contenus et des chaînes de télévision.

WIZTIVI SURFE sur la télévision connectée, qui consiste à brancher le petit écran à Internet, soit directement sur un téléviseur adapté, soit via une box ADSL. La start-up propose aux chaînes de télévision, aux sites Internet ou aux services de vidéos à la demande de s'adapter à ce nouvel univers. En France, 7 millions de foyers ont la télé par ADSL, et WizTiVi prévoit de pouvoir toucher tous les foyers en 2016.

« Nous faisons une adaptation éditoriale des contenus que nous amenons vers les téléviseurs, sachant que la navigation est très différente de celle d'un PC », indique Daniel Scolan, le PDG de WizTiVi. Si nécessaire, WizTiVi développe un système de paiement.

Fondée en novembre 2007, la start-up a développé les services de télévision connectée d'Allociné, de Dailymotion, de l'INA ou des éditions Marc Dorcel. « Nous avons aussi développé pour Toshiba une plateforme d'échanges multi-équipements, qui propose des applications de diffusion vi-

déos, photos, connectée avec les réseaux sociaux », explique l'ancien responsable des relations investisseurs de Vivendi.

Côté chaîne de TV, WizTiVi a notamment conçu des services interactifs associés au JT de France 2. Les téléspectateurs étaient conviés à un vote dont le résultat apparaissait en surimpression du direct du journal. La société, en collaboration avec IBM, a développé une série d'applications au tournoi de tennis de Roland-Garros. Le téléspectateur pouvait par exemple faire apparaître pendant les matchs une série de statistiques et des fiches sur les joueurs. Il pouvait aussi choisir d'autres angles de vue, basculant ainsi sur d'autres caméras côté banc de touche ou adversaire. L'an passé, WizTiVi a enregistré un chiffre d'affaires de 2,2 millions d'euros, et compte plus que le doubler cette année. SFR dispose d'une large majorité du capital, mais WizTiVi, qui emploie 50 collaborateurs à temps plein, n'exclut pas de faire entrer de nouveaux partenaires. SANDRINE CASSINI

▼ ÉLECTRONIQUE

Garmin, le fabricant de GPS, se diversifie en rachetant l'allemand Navigon

L'américain va commercialiser ses logiciels de navigation auprès des fabricants de smartphones, qui le concurrencent. Navigon édite des applications pour iPhone et Android.

LES FABRICANTS de GPS (systèmes de navigation par satellite) tentent de s'adapter à la nouvelle donne d'un marché assailli par les smartphones. L'américain Garmin, qui détient encore 65 % du marché mondial des GPS avec son concurrent néerlandais TomTom, vient de racheter l'allemand Navigon auprès du fonds General Atlantic Partners. Navigon est bien connu des conducteurs européens pour son application MobileNavigator Europe, commercialisée 60 euros dans l'App Store d'Apple. La société propose également des « applis » GPS pour les smartphones équipés d'Android, le système d'exploitation de Google.

Cete acquisition témoigne de la volonté de diversification de Garmin, confronté, comme TomTom, à la concurrence des smartphones depuis l'avènement de l'iPhone en 2007. La plupart d'entre eux proposent en effet une application de navigation automobile, souvent gratuite, alors qu'un GPS coûte

en moyenne 146 euros en France, selon le cabinet GfK.

Face à cette concurrence, qui a débouché sur une guerre des prix, Garmin et TomTom voient leurs bénéfices chuter. Le groupe américain a clos l'exercice 2010 sur un plongeon de 17 % de son résultat net, à 585 millions de dollars, pour un chiffre d'affaires en recul de 9 %, à 2,7 milliards. Garmin, qui réalise encore 60 % de son activité dans l'automobile, a donc commencé à se diversifier dans les GPS pour les activités de plein air, le sport, l'aviation et la marine.

■ CHANGEMENT DE STRATÉGIE

De plus, après avoir tenté de percer dans les smartphones en lançant la gamme Nüvi en partenariat avec le constructeur informatique Asus, le groupe avait renoncé et décidé à l'automne 2010 de commercialiser ses logiciels de navigation auprès des fabricants de mobiles, à partir du second semestre 2011. D'où le ra-



BLOOMBERG NEWS

Garmin détient 65 % du marché mondial des GPS avec son concurrent TomTom.

chat de Navigon. Cette opération permettra aussi à Garmin de chasser davantage sur les terres de TomTom, en Europe, où il ne réalise que 30 % de son chiffre d'affaires. Le montant de la transaction n'a pas été dévoilé mais la presse allemande évoque le chiffre de 50 millions d'euros.

CHRISTINE LEJOUX