



Le kaléidoscope d'innovations d'Orange

J'ai assisté jeudi 7 novembre pour la première fois au second "Hello Show" annuel d'Orange faisant un tour d'horizon des nouveautés de l'opérateur.

Entre le keynote et les présentations dans le showroom ouvert après, il y avait plus d'une trentaine de nouveautés présentées : aussi bien de nouvelles offres, internes comme issues de partenaires, que d'évolutions d'offres existantes. Cela faisait beaucoup de matière. La plus marquante et originale était le **Bloc**, un projecteur vidéo mobile. L'autre concernait le paiement mobile sans contact avec **Orange Cash**.

L'audience mixait des VIP comme Maurice Levy (Publicis/Omnicom), l'écosystème numérique autour d'Orange (chaines TV comprises) et des médias et autres bloggeurs. C'était assez impressionnant !

J'ai regroupé ces nouveautés en trois catégories : ce qui relève de l'open innovation et d'offres partenaires, ce qui touche au mobile et enfin, ce qui a trait à la vidéo. A la fin de cet article, je traiterai de l'aspect symbolique et de la forme de cet événement sous l'angle de la communication. Le dossier de presse complet sur les annonces est disponible sur le [site d'Orange](#). La vidéo du keynote est évidemment disponible sur [DailyMotion](#).



Open innovation

Dès les premiers mots de son keynote, Stéphane Richard a annoncé l'ambition d'être le meilleur opérateur Internet et mis sur la table les thèmes clés du moment : les APIs, l'innovation ouverte et l'open data. Cela arrivait avant les offres d'Orange, une posture intéressante, mais finalement compréhensible pour tout opérateur télécom qui se doit d'être ouvert sur son écosystème.

Orange a bien compris une leçon bien connue du numérique : toute entreprise se doit de se transformer en plateforme et d'exposer ses services sous forme d'API (Application Programming Interfaces, des interfaces de programmation utilisables par les développeurs de logiciels externes). On n'a pas eu de détails sur la panoplie proposée par Orange mais son illustration par divers exemples d'applications tierces-parties :

- L'application freemium **Wevideo** (d'origine norvégienne et établie dans la Silicon Valley), un logiciel de montage vidéo pour smartphone qui stocke les vidéos sur le Cloud d'Orange et les rend disponible sur l'ensemble des écrans du foyer.
- Le Pocket Scanner du taiwanais **Kdan Mobile Software** qui est aussi connecté au Cloud d'Orange et sera disponible sur le premier semestre 2014.
- La balise **Wallet TrackR** de l'américain Phone Halo qui permet de retrouver ses objets comme un trousseau de clés ou ses valises. Ce type de solution existe depuis des années et a déjà alimenté plusieurs de mes **Rapports du CES**.
- L'intégration de la solution de communication unifiée **Joyn** d'Orange avec **DailyMotion**. Un bouton Joyn est ajouté dans ce dernier pour partager un film avec des amis de son carnet d'adresse et sans devoir passer par les réseaux sociaux. C'est présenté comme un partenariat entre Orange et DailyMotion. Mais bon, on parle d'une de ses filiales ! Joyn s'appuie sur le standard GSMA RCS 5.1
- Même topo pour **Viadeo** qui s'enrichit de fonctions de chat, email et visio-conférence via les APIs de Joyn. La solution est prévue, comme pour celle de DailyMotion pour l'été 2014. C'est un peu curieux de faire une annonce plus de six mois en amont de la disponibilité pour une simple version de logiciel !

Hors APIs, on pouvait voir la startup **Weezic** dans le showroom. Je les avais découverts via Scientipôle en 2011. Ils proposent un système de partition augmentée qui permet de jouer de son instrument et d'être automatiquement accompagné par les autres instruments de sa partition. On peut choisir le tempo, la tonalité et les instruments d'accompagnement. La solution accède à des milliers de partitions en ligne, surtout dans le classique. Le logiciel qui tourne notamment sur tablette peut suivre automatiquement le musicien et tourner la page au fur et à mesure !



Second axe de l'open innovation : l'open data. Ici, il s'agissait de montrer comment les données de connexion (macros...) géolocalisées pouvaient être exploitées par des tiers. Avec deux exemples :

- L'un dans la région PACA et Marseille pour faire le croisement entre usages mobiles et moyens de transports utilisés. Cela a donné lieu à l'organisation d'un **hackathon** en septembre 2013 basé sur l'exploitation des volumes d'appels reçus par les antennes de communications mobiles. Le gagnant était un guide de voyage amélioré permettant de sélectionner son hôtel selon l'animation du quartier.
- L'autre en Côte d'Ivoire avec le projet "**Data for Development**" (D4D) lancé en 2012 et terminé en juin 2013 qui faisait appel à la communauté scientifique pour exploiter le même genre de données. Le tout en collaboration avec l'Université de Louvain en Belgique et le MIT à Boston.

Ils n'en sont qu'aux débuts dans l'open data. L'opérateur dispose de plein d'autres données macros, notamment dans l'Internet fixe et qui pourraient avoir plein d'applications.

Troisième axe de l'open innovation sauce Orange, les relations avec les startups. L'incubateur **Orange Fabs** a été lancé en mai 2013 par l'Orange Labs de San Francisco sous la responsabilité de Georges Nahon. Il a sélectionné six startups dans un premier batch qui sera suivi d'une nouvelle promotion. L'annonce du 7 novembre 2013 portait sur la création d'un Orange Fab à Paris, plus précisément au siège d'Orange France à Arcueil, à deux pas de la Porte d'Orléans et donc à proximité des business unit d'Orange France qui y sont installées. Et hop, un incubateur de plus ! C'est la mode à suivre même si ce n'est pas la première fois qu'Orange s'intéresse aux startups. L'annonce portait aussi sur la création d'un incubateur équivalent en Asie, piloté par l'Orange Lab de Tokyo et d'un autre en Pologne.

En illustration de ce programme, Orange mettait en avant **Soil IQ**, basé dans la Silicon Valley, qui propose une sonde pour le suivi des plantes avec des capteurs divers : ensoleillement, humidité, et fertilité. Et évidemment associée à une application mobile. On peut juste regretter que cela fasse oublier le Flower Power du français **Parrot**, même si cette technologie est le résultat de l'acquisition d'une startup canadienne.

Qu'en est-il de l'open innovation chez les autres telcos français ? SFR et Bouygues Télécoms ont tous deux un programme startups. Ils investissent même dedans. Orange le fait indirectement via les fonds Innovacom et IRIS Capital. Orange, Bouygues Télécom et SFR ont tous les trois organisés des concours de startups, notamment autour de la 4G. Free n'investit pas dans les startups, mais son fondateur Xavier Niel est le plus grand business angel au monde et il va ouvrir le **plus grand incubateur au monde** en 2017. Côté APIs, il y en a un peu chez Free mais je ne sais pas trop ce qu'il en est chez les deux autres. Et côté open data, les trois concurrents d'Orange n'ont pas l'air encore bien actifs. Orange est une entreprise très compliquée à comprendre pour son écosystème. Mais sur le papier, elle est plutôt bien placée au jeu de l'open innovation.

Mobile

Une fois inscrit à cet événement, Orange vous envoyait une carte NFC devant servir de badge. Cela annonçait un peu la couleur ! En effet, les annonces côté mobile étaient dominées par les solutions de paiement.

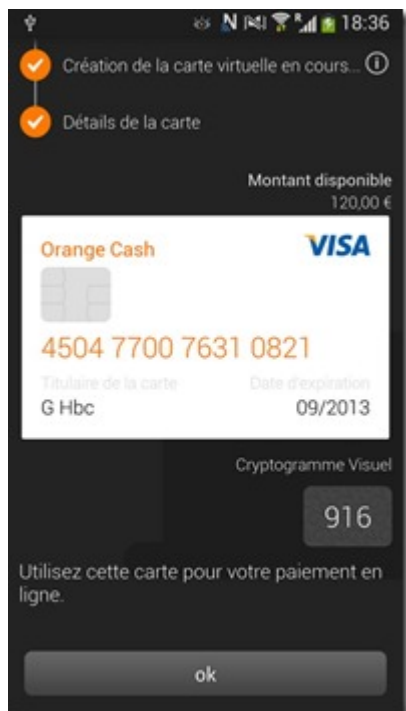
L'histoire était plutôt bien amenée et démarrait par les initiatives d'Orange en Afrique, notamment pour le paiement "peer to peer" mobile, qui a déjà généré environ 240m€ de transactions financières mobiles. Un partenariat a aussi été lancé avec Visa pour la création de la carte de crédit Orange Money intégrant le NFC... au Bostwana.



L'annonce de ce Hello Show portait sur le lancement en France de **Orange Cash**, un système de paiement mobile en mode prépayé servant à régler ses achats dans le retail via la puce NFC intégrée dans son mobile (comme certains Galaxy de Samsung) et s'appuyant sur des terminaux de paiement du français **Ingenico**. Orange prélèvera 75c à chaque alimentation du compte.

Dans la même veine que le lancement de la 4G en 2012, Orange Cash va d'abord être disponible de?but 2014 a? Caen et a? Strasbourg et dans quelques milliers de points de vente. Le déploiement national enchainera sur le second trimestre 2014 à la vitesse de l'équipement des commerces. Il s'effectue en partenariat avec la BNP Paribas, Crédit-Mutuel CIC, La Banque Postale et la Société Générale. Il en manque encore quelques-unes comme le Crédit Agricole et LCL. Le système Orange est assez voisin de la carte SUICA lancée au Japon par la compagnie ferroviaire JR East en 2001. Cette carte est disponible en standalone et est aussi intégrée dans les mobiles avec la puce **FeliCa** de Sony qui la fait fonctionner. Elle est supportée dans le métro et le train, dans tous les distributeurs automatiques de boissons ainsi que dans les supérettes.

Orange Money est un autre service qui permet de générer un numéro de carte de crédit à usage unique pour les achats en ligne. Déjà lancé dans treize pays avec huit millions d'utilisateurs, il va arriver en France en 2014. On s'y perd un peu dans le branding !



Autre offre grand public, le **Transfert d'argent International** de mobile à mobile qui a été lancé en Afrique (Sénégal, Mali et Côte d'Ivoire) va être déployé en France en juin 2014. C'est une sorte d'alternative à MoneyGram ou Western Union.

Dans le même temps, Orange lançait son offre **Paiement pro** pour les commerces et basée aussi sur un terminal de paiement Ingenico de carte de crédit. L'histoire ne dit pas si ce terminal supporte le NFC. On supposera que oui.

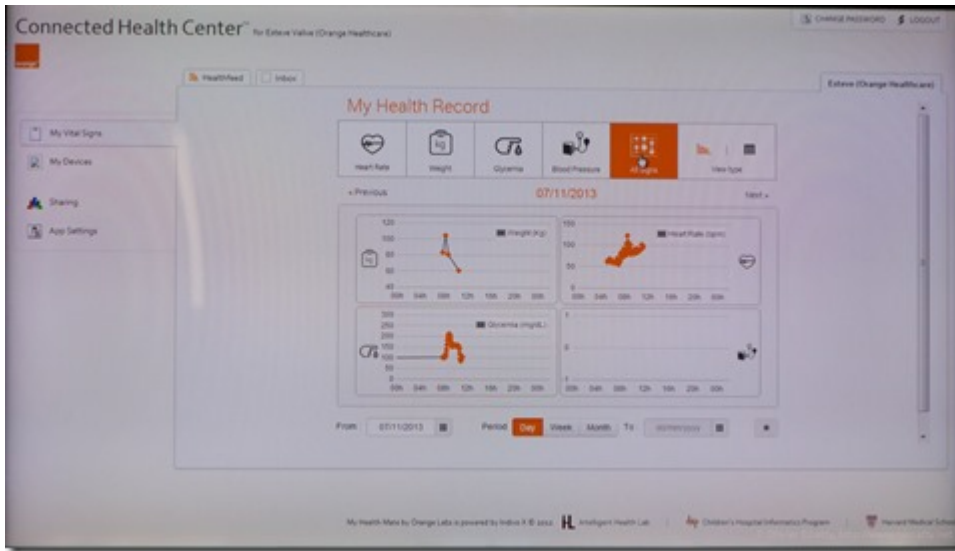
Toutes ces initiatives illustrent les migrations de valeur déclenchées par le numérique. Un opérateur télécom peut devenir un intermédiaire financier. On verra ce que cela va donner à l'expérience. Curieusement, Orange n'a pas été très loquace sur la standardisation. Il serait bon que le paiement mobile NFC soit interopérable, vu des terminaux de paiement, avec les solutions de l'ensemble des opérateurs télécoms ou tierces-partie (on dira "over the top") du marché !

Le paiement n'était pas seul au menu côté mobilité dans ces annonces. Nous avions en bonus :

- Une nouvelle solution de **roaming mobile** 4G/3G et Wi-Fi qui permettra de sélectionner automatiquement le meilleur réseau pour communiquer au niveau data. Avec la possibilité de choisir pour la meilleure performance ou le meilleur coût, les deux étant parfois contradictoires. Je n'ai pas vu si les hotspots Wi-Fi reconnus étaient seulement ceux d'Orange ou tous les hotspots ouverts ou déjà utilisés.



- Le lancement semble-t-il exclusif pour quelques temps du **LG FLex G**, ce smartphone Android à écran incurvé verticalement. L'équivalent Samsung, le Galaxy Round, est incurvé horizontalement, nous en reparlerons au moment du CES 2014.
- Une application mobile **Ma Livebox** qui permet de gérer les services de sa box et de son réseau. Elle sert d'outil de diagnostic et d'administration sur l'ensemble des services de l'opérateur (réseau, TV, téléphone). La solution fait un peu écho au lancement en juin 2013 de Freebox OS (interface web) et Freebox Compagnon (interface mobile) pour gérer sa Freebox. Ces outils de Free sur plus orientés administration et gestion de contenus que sur le diagnostic des pannes, une spécificité de l'offre Orange.
- L'application **Parker** qui permet de trouver une place de parking et est proposée par la startup américaine Streetline. On peut encore regretter ce choix alors que plein de startups françaises se sont lancées dans créneau. Certes avec des solutions différentes, basées sur la collaboration entre les usagers. Alors que la solution de Streetline s'appuie sur l'installation d'infrastructures : des détecteurs magnéto-optiques installés sur les places de stationnement en voirie et s'appuyant sur un réseau sans fil. Le déploiement devrait commencer en France en avril 2014.
- Un système d'identification mobile pour les **médecins** qui leur permet d'accéder en toute sécurité au dossier médical de son patient. Le service est en pilote au CHU de Clermont-Ferrand. Cela ne semble pas relever du fameux serpent de mer du "Dossier Médical Personnalisé". C'est juste de l'accès en cloud aux données qu'un médecin conserve sur son patient, mais pas une mutualisation de ces données entre praticiens. La solution a été créée par **Almerys**, une filiale d'Orange basée à Clermont Ferrand et **Morpho**, une filiale de Safran. Le système est en test et devinez où ... au CHU de Clermont Ferrand.



- Le **Connected Health Center** d'Orange, une **solution** en temps réel pour le suivi par les médecins des maladies chroniques comme le diabète. L'histoire d'Orange dit que les médecins souhaitent disposer en temps réel des données sur leurs patients ! On se demande quels médecins ils sont allés interroger. Dans les maladies chroniques, l'objectif des médecins spécialistes est de faire en sorte que les patients fassent de l'auto-surveillance. Dans les CHU, il faut attendre plusieurs mois avant d'avoir un rendez-vous. Les spécialistes n'ont pas de temps pour s'occuper en temps réel des centaines de patients qu'ils suivent dans l'année, ce d'autant plus qu'ils doivent souvent, en plus des consultations, aller s'occuper des patients hospitalisés ! Le truc a été testé sur des cyclistes diabétiques. C'est un *use case* qui a du sens car le suivi temps réel peut être nécessaire, mais pas pour les diabétiques dans leur vie courante. L'offre est disponible depuis l'été 2013. On relèvera les compteurs dans un an... et il y aura probablement un pivot dans l'air sur d'autres pathologies.



- Une offre de **Smart Home** pilotable à distance avec son mobile, essentiellement pour de la télésurveillance. Elle sera disponible l'été 2014. Il me semble en avoir vu une équivalente chez SFR en 2011...

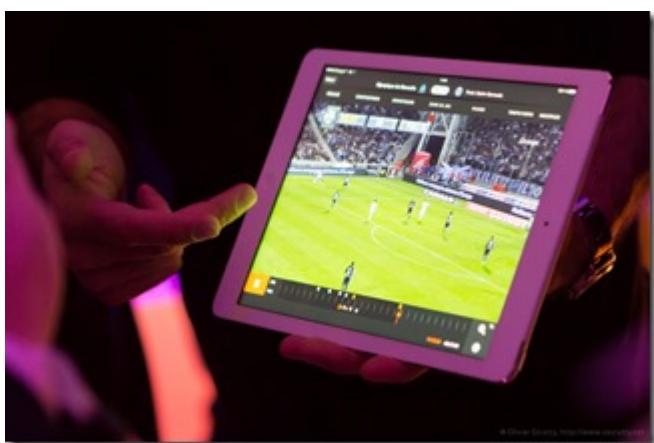
Vidéo

La grosse nouveauté présentée ce 7 novembre 2013 était l'**Orange Bloc**, un projecteur audio et vidéo mobile conçu pour s'adapter à toutes les pièces de la maison et pas seulement le salon : la cuisine et même la salle de bain. On suppose qu'il est plus ou moins waterproof ce qui est probable au vu de son look de matériel militarisé de 15 cm de côté. Le système est notamment relié à Deezer pour la consommation de musique, au Cloud d'Orange pour l'accès à ses contenus personnels et à la TV d'Orange of course. L'engin a été conçu en partenariat avec les français **AWOX** (Montpellier) et **Cabasse** (Bretagne).

Le Bloc utilise un pico-projecteur, probablement en technologie pico-DLP de Texas Instrument, de résolution non HD, et avec un éclairage LED. Le device est assez gros car il intègre un haut-parleur (ou plusieurs ?) Cabasse. Ce volume déçoit un peu mais est nécessaire pour couvrir convenablement l'ensemble du spectre sonore. Le device est doté d'une entrée HDMI pour se connecter à toute source vidéo externe, du Wi-Fi et du Wi-Fi Direct. Le support du Bluetooth permet d'activer une fonction téléphone main libre. Les vidéos projetées peuvent notamment provenir de la Livebox Play. Le produit sera disponible en février 2014 à un prix pas encore annoncé. Le scénario ? C'est finalement un Chromecast en plus gros. Et au lieu d'utiliser une TV, on utilise un mur. Si possible blanc. L'image projetée peut avoir jusqu'à un mètre de diagonale en environnement faiblement lumineux. Le produit pourrait très bien être détourné de son usage principal et servir par exemple dans les entreprises, notamment les PME.

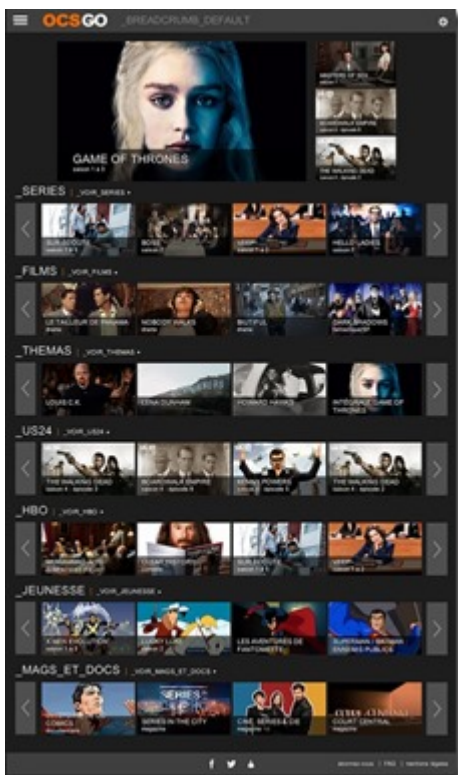


Seconde nouveauté, une nouvelle application second écran pour les matches de foot de la **Ligue 1**. Elle semble très bien réalisée (par **ATOS**) et tire notamment parti de la 4G. L'application permet de regarder les matches de foot en vidéo live et différé et de visualiser des résultats et graphiques divers. On peut naviguer dans le replay dans les parties importantes du match (même si le live prédomine largement dans la consommation de sports à la TV). Ce n'est pas une application play-along pour la TV car Orange n'a les droits sur ces matches que sur mobiles tandis que Canal+ et BeIn se partagent les droits TV traditionnels.



Troisième nouveauté, la Vidéo à la Demande est maintenant proposée en mode multi-écrans. On peut acheter son titre à la séance ou en download et le consommer sur smartphones et tablettes. On se constitue ainsi un catalogue de vidéos regardable sur tous les écrans (via une application Orange). Dans l'achat, le film est vendu à peu près au prix d'un DVD, soit environ 14€.

Quatrième nouveauté, **OCS Go**, une fonction de TV de rattrapage sur 30 jours des chaînes premium OCS avec une expérience utilisateur unifiée sur les écrans mobiles et sur sa TV via la box Orange. Disponible depuis le 10 octobre, cette application rappelle **Canal Touch** de CanalSat qui offre la même fonction pour l'accès au live et au rattrapage des chaînes Premium du bouquet satellite. Le choix des programmes semble cependant plus facile dans OCS Go que dans Canal Play au vu de leur interface utilisateur respective. Evidemment, le rattrapage n'est pas encore disponible de manière unifiée sur les chaînes de la TNT. Pour elles, on doit passer comme chez tous les telcos par une application de TV de rattrapage pour chaque chaîne ou groupe média. L'horizontalisation de la TV de rattrapage n'est pas encore au programme ! Un jour peut-être...



Enfin, last but not least, la démonstration de l'interface utilisateur de la TV Orange sur la nouvelle **XBOX One**, qui supporte la Kinect, une première mondiale selon Microsoft. La démonstration d'affichage d'une recherche sur navigateur web négligeait de montrer comment le texte de la recherche a été saisi ! Sans clavier et juste avec du gestuel, cela ne doit probablement être des plus facile. L'offre sera disponible dès la sortie de la XBOX One prévue le 22 novembre, qui est aussi la date d'anniversaire des 50 ans de l'assassinat de JFK !



La forme

Quelques mots sur la symbolique de ce Hello Show. Il avait lieu à la Mutualité, plus connu pour les meetings politiques et syndicaux qui y sont régulièrement organisés.



Le keynote était exclusivement un one man show du PDG d'Orange, Stéphane Richard, dans un style identique au lancement de la Livebox Play en novembre 2012 aux Docks de Paris à Aubervilliers. C'est un style curieux sans intervention d'autres personnes d'Orange ou de partenaires. Juste quelques startups ... américaines, en vidéo. Même Steve Jobs, qui était le mètre étalon du CEO-évangéliste-keynoter, faisait appel à ses équipes produit et marketing ainsi qu'à des partenaires en chair et en os dans ses lancements ! Le message de Stéphane Richard était très dilué. On ne percevait pas de focus clair. Il n'y avait même pas de démonstration. Le discours était monocorde et lu sur un prompteur. Cela manquait de spontanéité et d'humour. Il n'y en avait pas un gramme.

L'année dernière Stéphane Richard avait fait monter sur scène des équipes d'Orange à la fin de son intervention. Cette année, ils ont eu droit à une photo de groupe à l'extérieur (*ci-dessous*). L'événement était reproduit à l'identique dans l'après-midi pour 900 collaborateurs d'Orange impliqués dans les innovations présentées.



Le keynote se terminait avec un quatuor en liaison avec un pianiste à distance, histoire d'illustrer une caractéristique du très-haut débit en fibre optique, un temps de latence évalué à la milliseconde (il est d'environ 10 à 25 ms en 4G, l'opération réalisée avec Euro Media et Globecast est [décrite ici](#)). De la musique (classique) parce que Stéphane Richard aime cela, pas parce que les clients en demandent. Il aurait été passionné de voile, on aurait eu une liaison satellite en direct avec la Transat Jacques Vabre ! Cette fin était cependant chargée d'émotion, portée par la musique très bien interprétée. Et aussi par la vision de Stéphane Richard l'écouter. Les mauvaises langues diraient que c'est peut-être son dernier show de ce genre. Mais il a montré une capacité de survie plutôt bonne jusqu'à présent.



Autre bizarrerie : vers la fin de son intervention, Stéphane Richard signe une charte sur le respect de la vie privée liée à une autre annonce, celle de **Données Perso**, une solution logicielle qui permettra en 2014 de gérer les données personnelles qui sont partagées avec l'opérateur. Avec qui ? Que contient-elle ? On ne sait pas.

En tout cas, heureusement l'exercice singulièrement solitaire de Stéphane Richard était compensé par les différentes salles du showroom animées par les dizaines de collaborateurs de l'opérateur et de quelques partenaires.



Côté scénographie, le fond était blanc mais en relief et éclairé par 22 vidéo-projecteurs **Christie**. Enorme ! Le son était excellent avec des basses profondes à réveiller la marmotte en hibernation.



La prestation a été semble-t-il réalisée par **Havas**. La logistique était assurée par **GL Events**. J'aurai bien fait un tour des coulisses mais ce n'était pas possible. Il existe plein de solutions qui permettent de définir des zones d'affichage non rectangulaires assemblant des sources vidéo différentes (Encore de Barco, Watchout de Dataton, etc).



Les participants repartaient avec une borne mobile 3G/4G/Wi-Fi fabriquée par **Huawei** et alimentée avec un

compte valable un an. Histoire de faire goûter ce petit monde, moi-compris, aux délices de la 4G, là où elle est disponible (couverture de 32% à ce jour et 50% prévus d'ici la fin 2013).

Conclusion

Alors, déçu ou pas déçu ? Au final, il y a beaucoup de matière à dépiauter dans un tel événement. Il y a beaucoup de choses connues et parfois un peu nouvelles. De nombreuses solutions sont issues de partenaires. Il ne faut pas en être surpris : le rôle d'un opérateur télécoms est d'apporter des services qui correspondent à des usages très différents. La dilution du message est la conséquence de la grande variété des usages du numérique. On n'y coupera pas ! Ca va même empirer...

Comment comparer cela aux autres opérateurs ? Les concurrents français, **Free** en premier, se focalisent sur des lancements de produits clés, comme les nouvelles box. C'est bien plus efficace pour faire retenir des messages et marquer les médias. Mais sans nouvelle box, il faut bien s'appuyer sur les services et broder un peu dans l'innovation incrémentale !

Quid des grands opérateurs étrangers ? J'ai pu voir sur plusieurs années les grands stands de **DoCoMo** ou **KDDI** au CEATEC de Tokyo. Les démonstrations sont parfois un peu plus futuristes mais ce n'est pas forcément plus bluffant et pas moins défocalisé. Cette année au CEATEC, KDDI était absent et le stand de DoCoMo était particulièrement dépouillé voire... pauvre. Chez **Verizon** que l'on peut voir au CES de Las Vegas, ce n'est pas mieux que chez Orange. Et les innovations proviennent encore plus de l'écosystème de l'opérateur.

Doit-on avoir les mêmes attentes avec un opérateur télécom qu'avec un grand industriel des loisirs numériques ? Si on s'amusaient à comparer ce lancement à celui de l'iPhone 5S/C, on serait surpris : ce matin, il y avait plus de choses à se mettre sous la dent (NFC...) même si l'emballage était moins séduisant.

Cet article a été publié le 7 novembre 2013 et édité en PDF le 25 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>