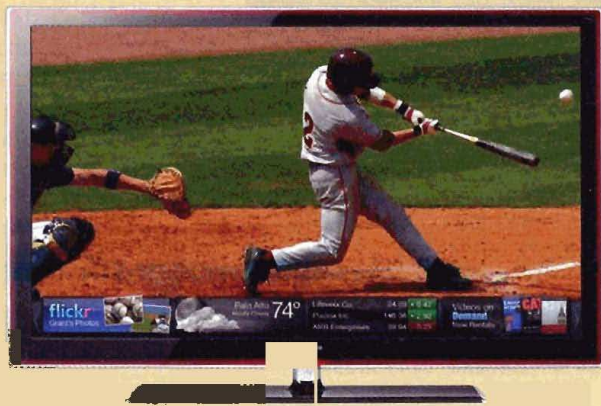


› LA VEILLE DE L'ÉCHANGEUR

ECHANGEUR

Le « tout connecté » révolutionne la relation client

Tivre, montre, radio, téléphone, appareil photo numérique, Caméscope, télévision... Tous les objets du quotidien sont désormais connectés au web en temps réel. C'est une des tendances fortes de l'édition 2009 du dernier Consumer Electronic Show, le salon international de l'électronique grand public qui se tient chaque année à Las Vegas. Avantage immédiat : la simplification des usages. De son Caméscope, l'utilisateur accède à des services de montage en ligne. Chez Panasonic, une fonction permet de télécharger rapidement ses vidéos vers YouTube. Il devient également possible de déposer directement les photos prises avec son numérique sur des sites en ligne de partage de photos, comme Picasa ou Flickr. Enfin, une nouvelle génération de téléviseurs est née, annoncée par les plus grands acteurs de l'électronique grand public. Intégrant la plate-forme Yahoo Widgets, la télévision devient interactive, et permet, tout en regardant son programme télévisé, d'accéder à divers services en temps réel et à des réseaux sociaux comme MySpace. Pour les marques, le « tout connecté » rend nécessaire de repenser les nouvelles possibilités offertes pour communiquer auprès du consommateur final et d'imaginer de nouveaux formats d'interactivité. Les premiers téléviseurs équipés sont prévus pour mi-2009 sur les marchés nord-américain et européen.



› L'AVIS DE

Xavier Dalloz, analyste, XDC

« Trois lettres résument le CES 2009 : ILS. Tout objet connecté a besoin d'être Identifié, Localisé (par son contexte) et attaché à une plate-forme de Services. Avec l'ILS, nous rentrons dans l'ère de l'implication des consommateurs/ citoyens et des services personnalisés (et anonymes). »