

# Les tribulations de

Technologie vieille d'une quinzaine d'années, relancée  
aujourd'hui vers la notion de multi-services. Sur un secteur.

Le marché mondial des bornes interactives compte des dizaines de petites sociétés. En France, certaines ont disparu (WebFinger), quand d'autres au contraire tirent leur épingle du jeu (Cyberdeck).

PAR LAURENT DUPIN

Is avaient un peu "pété un câble" comme l'on dit trivialement. Qui ça ? Les fabricants et revendeurs de bornes d'accès Internet. Il y a à peine deux ans, au zénith de la nouvelle économie triomphante, certains avaient rêvé de voir une borne web s'ériger à chaque coin de rue, dans les halls des gares, à l'entrée des cinémas, dans les allées des supermarchés... Mais la montagne n'a accouché que d'une souris. Les projets de bornes d'écoute et de gravage de disque MP3 à la demande ? Au placard. Le projet de rajouter des bornes dans le vaste réseau des cabines Photomaton ? Aux oubliettes. Toute une génération de start-up s'est plantée sur ce créneau, qui a souffert du rapprochement antinomique de deux phénomènes : le forcing sur un contenu web peu générateur de revenus et difficile à gérer et le rappel trivial la "vieille économie" (une boîte en fer enfermant un ordinateur). Des firmes comme WebFinger, lancé par le breton Jean-Luc Le Douarin, ou le parisien Tacticom ont dû jeter l'éponge. D'autres ont préféré se revendre à plus gros, comme R2S ou All Media.

## Gouffres financiers

Pire : les rares bornes Internet installées en France se sont avérées de vrais gouffres financiers, notamment au niveau de la maintenance matérielle. Pour preuve, le virage à 180° du business plan du plus fameux des jeunes acteurs de ce marché en France : Cyberdeck



(voir encadré page 30). Ceux qui sont restés présents (et vivants) sur ce terrain, ont été à l'origine les plus discrets : le réseau des 1 000 bornes Cyberposte, installées dans les bureaux de La Poste ; le réseau Netanoo, exploité par France Télécom. Ou des acteurs plus petits et spécialisés, comme Cybereasy, adressant les réseaux d'hôtels en leur louant des bornes web. Citons aussi le parisien Rhapsodis (fournisseur de bornes pour...

# la borne web

par Internet, la borne interactive évolue en pleine recomposition.



... France Loisir, Michelin, Tiscali...), le lyonnais Bornes System (les Job'Shop d'Adecco).  
Point commun à tous ces projets ? Ils tournent sur le modèle de la carte pré-payée (Cyberposte, Netanool), ou du paiement par pièces (Cybereasy, Rhapsodis) : c'est par exemple ce qui existe aux Etats-Unis, avec des bornes ATT, néanmoins vite gourmande en "cash" et permettant en fait juste le relevé de messagerie. Un

service quand même bien pratique quand on est en déplacement à l'étranger.

## Bornes ou cybercafés ?

Mais il faut quand même bien les chercher, ces bornes, dans les lieux publics, où elles sont d'ailleurs concurrencées par une autre forme de web "libre service" : les cyberespaces. Un marché disparate où l'on croise le petit cybercafé de quartier à une dizaine de poste, à 2 euros le "check'n mail" (vérification d'arrivée de mails) comme le vaste cyberespace à plusieurs centaines de postes. Un marché sur lequel s'est d'ailleurs imposé le mastodonte Easyeverything, fort de ses désormais presque mille ordinateurs connectés sur la capitale parisienne, depuis qu'il a repris son concurrent Clicktown situé à côté de la gare Saint Lazare (*lire Progiciel Expert n° 11*). Pourquoi le cybercafé a-t-il enterré la borne web de rue ? Il n'y a pas photo : on préférera toujours surfer sur le Web en étant assis sur une chaise, dans un endroit propre et bien chauffé, éventuellement avec une tasse de café à la main. Clientèle cible, telle qu'on peut la voir par exemple au cyberespace de Vivendi, avenue Hoche : des étudiants étrangers désirant correspondre avec papa-maman-les copines du pays, des chercheurs d'emploi, des cadres en déplacement.

En revanche, pratiquer la borne, c'est accepter dans la plupart des cas de rester debout, dans les courants d'air, avec du bruit autour de soi, des gens faisant la queue... Assommant. Certains modèles évoluent certes, intégrant un siège ou plutôt un "cale-fessier", mais rien de bien confortable !

## Service et business en plus

Une tendance perce néanmoins : l'évolution vers un concept plus étoffé et moins "full internet" : la borne de services. Celle qui conjugue la fourniture d'information (via web, réseau local ou contenu multimédia) et la délivrance d'un service commercial "facilitateur". Hier déjà, c'était le réseau Job'Shop chez le spécialiste du travail temporaire Adecco : cette borne permet d'entrer son profil de demandeur d'emploi et de missions.

Exemple récent, dans le champ commercial, avec les nouvelles bornes FastLane, conçues par NCR, le numéro un des automates bancaires. Elles s'adressent au secteur de distribution, permettent au chaland de scanner les codes-barres, voire de payer lui-même ses achats. C'est aussi les bornes de "couponing", résumant toutes les offres promotionnelles d'un supermarché et les éditant sur papier : on en trouve dans les Monoprix, ou chez Auchan (bornes signées ETO). C'est enfin les appa- ...