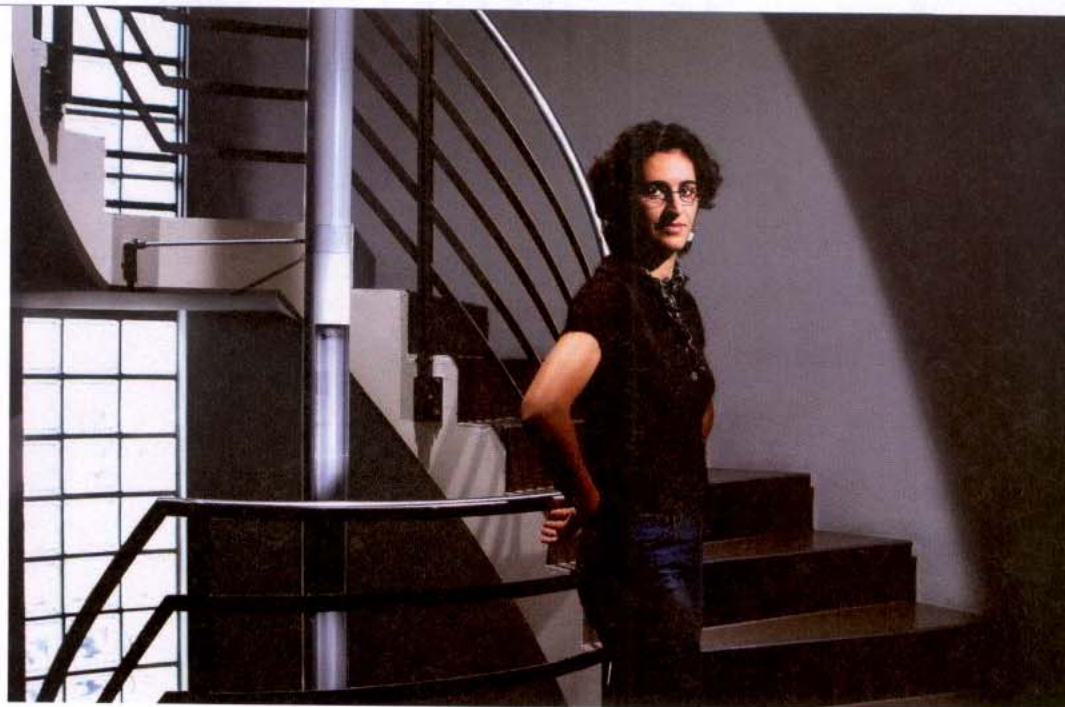


Le Skype helvétique

Dans l'ombre de Skype et de ses 100 millions d'utilisateurs, une petite start-up suisse se lance elle aussi dans les communications via Internet. Créée en 2003 par Sonia Gabriel, Switzernet mise sur la convergence entre Internet et la téléphonie fixe. Comme Skype, elle propose de communiquer à bas prix via la Toile, mais par contre sans passer par un ordinateur. Le téléphone analogique traditionnel se connecte à la prise classique par l'intermédiaire d'un petit boîtier, qui fera transiter les communications via Internet. Switzernet vend différents adaptateurs, et propose un abonnement mensuel de 9 francs. Les tarifs des communications? Gratuites vers la Suisse, les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne, et très bon marché vers les autres pays. «Nous avons négocié directement les tarifs avec près de 900 opérateurs dans le monde, explique Sonia Gabriel. Et contrairement à Skype, nos appels sont facturés à la seconde, pas à la minute.» Switzernet fournit un numéro de téléphone local (par exemple le 021 555 11 12), numéro qui peut par ailleurs être utilisé partout dans le monde.

Grâce au bouche-à-oreille, Switzernet compte aujourd'hui un millier de clients. Un nombre qui devrait rapidement croître via une présence toute récente sur les rayons de Media Markt, Darty et Steg Computer. «Nous allons bientôt lancer un service de répondeur téléphonique, et le message sera délivré par e-mail, poursuit



Sonia Gabriel mise sur la convergence entre Internet et la téléphonie fixe. Résultat: des communications gratuites vers plusieurs pays.

Sonia Gabriel. A l'avenir, nous pourrions aussi proposer un service de visiophonie.» Switzernet compte aujourd'hui quatre collaborateurs. La société, basée au Parc scientifique d'Ecublens, se finance exclusivement via la taxe mensuelle de 9 francs – toutes les communications sont proposées à prix coûtant,

et même à perte pour celles qui sont gratuites. Le business model est relativement fragile, mais Sonia Gabriel y croit: «Même si les grands opérateurs baissent leurs prix, nous pourrions de toute façon les suivre. De plus, notre service est très simple à utiliser, ce qui est un atout important.»

■ ■ ■ et au Canada, explique Jean-François Genoud, responsable de la téléphonie pour l'Europe.

La Suisse est un pays très important pour nous: comme des technologies y sont introduites tôt, nous avons un rôle de veille sur ce marché.» Pour Logitech, le salon recèle un grand potentiel. «L'on effectuera des appels vidéo via une caméra connectée à son téléviseur, l'on accèdera à Internet: et comme ces appareils seront plus loin de l'utilisateur, nous développerons de nouveaux périphériques», poursuit Daniel Moyano, responsable produit Internet et téléphonie chez Logitech.

Selon les deux spécialistes, la plupart des appareils du futur sont déjà là, mais ils vont évoluer. «Vodafone teste par exemple en Espagne et au Portugal des conversations vidéo entre un téléphone mobile UMTS et un ordinateur, relève Jean-François Genoud. A l'avenir, tout deviendra possible partout.»

«Mais attention, il n'y aura sans doute pas un appareil qui fera tout, poursuit Daniel Moyano. Votre téléphone classique à la maison ne va sans doute pas intégrer un écran pour effectuer des appels vidéo, simplement parce que le prix des écrans reste élevé. L'on va utili-

ser les écrans existants.» Pour l'heure, Logitech surfe avec bonheur sur la vague de la vidéo sur le Net: il est devenu partenaire de Skype et de YouTube pour ses caméras.

Kudelski est aussi au cœur de la révolution de la vidéo: non seulement via ses systèmes d'accès pour la télévision numérique classique, mais aussi pour la télévision sur téléphones mobiles (via sa filiale Abilis) et sur Internet (IPTV). «Lorsque l'on parle de convergence, je ne crois pas à l'existence d'une boîte unique qui résoudra tous les problèmes, avance son directeur André Kudelski. Le contenu, notamment télévisuel, devient disponible sur

une multitude de supports et de «devices», et via plusieurs réseaux, que ce soient Internet, le satellite ou la téléphonie mobile.»

Or Kudelski investit sur tous ces fronts: «Nos systèmes d'accès évoluent constamment, poursuit le directeur. Le développement de la vidéo à la demande, mais aussi de services interactifs, nous pousse à investir fortement. En 2006, notre budget recherche dépassera de loin les 165 millions de francs suisses investis en 2005». Et pour Kudelski, la recherche et le développement de produits se poursuivent majoritairement à Cheseaux-sur-Lausanne. ■