

REVUE DE PRESSE

Trend OOH
18 avril 2013



Développement du marché de la géolocalisation indoor

 18 février 2013

<http://trendooh.posterconseil.com/?p=1449>

Centres commerciaux, musées, aéroports... le 25 septembre dernier Google lançait son service de géolocalisation indoor en France.

Estimé à 6 milliards de dollars à l'horizon 2017, le marché de la géolocalisation indoor, qui permet aux utilisateurs de se repérer à l'intérieur de grands bâtiments, s'affiche comme une véritable toile de fond pour de multiples opportunités commerciales.



Christian Carle, CEO de la solution de géolocalisation **NAO Campus®** **éditée par Pole Star** (start-up toulousaine fondée en 2002 aujourd'hui également basée à Palo Alto en Californie) revendique **4 millions de mètres carrés indoor couverts dans le monde**. La société toulousaine a notamment déployé sa brique technologique **NAO Campus®** dans le centre commercial des 4 Temps à la Défense, à So Ouest, à la Cité des Sciences et de l'Industrie ou encore dans les aéroports Roissy CDG et Toulouse Blagnac (le 21 novembre dernier le Groupe Unibail –

Rodamco renouvelait en effet sa confiance dans le service de géolocalisation indoor de Pole Star pour tous leurs centres commerciaux).

L'arrivée de Google sur le marché français semble constituer une concurrence sévère pour Pole Star et son homologue Insiteo, mais on assistera davantage à une émulation des solutions et Google devrait jouer un vrai rôle d'évangélisation auprès des acteurs locaux. Christian Carle estime d'ailleurs que 2013 sera une année décisive : « **On devrait voir passer le marché du stade de l'adolescence à une certaine maturité** ».

Entre le principal acteur français et Google persistent quelques différences de stratégie de taille. Pole Star ne déploie pas une approche globale mais **une offre tournée vers le propriétaire de site** -par exemple et en l'occurrence ADP (Aéroports de Paris) ou encore Unibail-. De plus, la société toulousaine revendique une **précision des données plus poussée que celle offerte par l'application Google**. Enfin, la solution développée, **NAO Campus®**, est disponible aussi bien sur les **terminaux Android que sur les iPhones**, grâce au développement d'une technologie bien spécifique. Et par-dessus tout, **Pole Star permet aux clients de récupérer les nombreuses données issues de la géolocalisation de leurs clients** (ce qui est inenvisageable outre atlantique).

La démocratisation croissante des smartphones et l'équipement des lieux publics en Wifi aident largement au décollage de ce nouveau marché . « **Grâce la géolocalisation Indoor le smartphone devient un média en temps réel** », précise Anne Monié, Directrice Marketing chez Pole Star. Entre le guidage, les animations, et les services en réalité augmentée (etc...), la géolocalisation Indoor devrait donc constituer le **géo-marketing de demain directement intégré aux applications mobiles**. Les technologies imbriquées comme celle de **NAO Campus®** permettent, en effet, aux professionnels **d'envoyer le message au bon moment à la bonne personne et au bon endroit...** « **La géolocalisation indoor devient le clic de l'e-commerce** », résume Anne Monié.

