

SÉLECTION START-UP

INTERNET MOBILE

Cosmobilis

Fondateurs : Pascal Thomas et Muriel Provost
135 rue de Billancourt 92100 Boulogne
Web : www.cosmobilis.com
Tél. : 01 41 22 13 27
E-mail : p.thomas@cosmobilis.com

■ CHIFFRES-CLÉS

Premier tour de table
Capital : 40 000 €
Fonds levés : 2,5 MF
Besoin de financement : 5 M€
Point mort : 2002
Création : juillet 2000
CA prévisionnel 2000 : NA
CA prévisionnel 2001 : 10 M€
Effectif actuel : 6

■ PROJET

Cosmobilis construit un bouquet de services adapté à l'Internet mobile. Celui-ci devrait tout d'abord se concrétiser dans une application grand public, Wizzme.com. Celle-ci contiendra 11 bouquets thématiques de services composés à partir de contenus de partenaires pour lesquels Cosmobilis réalisera une version WAP de leur site. Des applications d'agenda, de *to do list* et WAP/web *mail* compléteront le service. Cosmobilis se différencie de ses concurrents par son *business model* : Wizzme proposera à ses membres une messagerie unifiée qui sera facturée *via* un abonnement mensuel dont le prix n'a pas encore été déterminé. Cosmobilis prévoit d'avoir séduit 350 000 membres en 2001, dont 10 % qui opteront pour l'offre payante. À cette date, la société diversifiera ses revenus par une offre ASP à destination des sociétés désireuses de mettre à disposition de leurs clients ou employés un bouquet de services mobiles.

■ MARCHÉ

Forrester Research prévoit 4,4 millions d'utilisateurs réguliers de l'Internet mobile en France dès 2001 et qu'un Européen sur trois accèdera à Internet *via* un téléphone mobile en 2004. La messagerie unifiée est, elle, promise à un avenir encore plus radieux. Selon Probe Research, le marché de la messagerie unifiée tarifée devrait passer de 7 M\$ en 1999 à 1,5 Md\$ en 2004. Pour l'instant, 50 % de ce type de services pratiquent des tarifs élevés (entre 10 et 25 \$ par mois) selon Jupiter Communications. Cependant, les opérateurs télécoms restent les mieux placés pour capter une bonne partie de cette audience.

■ L'AVIS DE LA RÉDACTION

Cosmobilis est pour l'instant la seule à avoir construit un véritable *business model* basé sur un bouquet de services Internet mobile. La société s'assure des revenus stables avec sa messagerie unifiée, relayés à terme par un modèle ASP. Reste maintenant à parier sur la réalité de ce marché pour l'heure encore (trop ?) décrié.

Positionnement	3,5/5
Facteurs de différenciation	4/5