

Cosmobilis prépare l'ouverture de son portail mobile

Wizzme.com devrait proposer un bouquet de services thématiques dans quelques jours. En outre, le portail édité par Cosmobilis comprendra également une offre de messagerie unifiée qui sera ensuite déclinée dans une version ASP à destination des entreprises. La start-up recherche 5 millions d'euros pour démarrer son activité.

Cosmobilis achève en ce moment la mise en place d'une infrastructure capable d'héberger des applications mobiles. Sa première manifestation tangible devrait être l'ouverture dans quelques jours du portail Internet mobile Wizzme.com qui représentera l'offre commerciale grand public de la société et précédera la création d'une offre professionnelle. Wizzme permettra à l'utilisateur de recevoir des informations à travers plusieurs canaux : Web, WAP, PDA, SMS, Fax, e-mails et bientôt reconnaissance vocale. Cosmobilis se positionne donc comme un agrégateur de services, tout en développant deux points essentiels de l'Internet mobile : la personnalisation et la messagerie.

Navigation par reconnaissance vocale

C'est la partie My Wizzme qui permettra à l'utilisateur d'avoir accès à des fonctions d'agenda, de *to do list*, de gestion des codes secrets mais aussi de *wapmail* et de *webmail*. Ce sera également le lieu de configuration des services accessibles à partir des différents terminaux. Onze bouquets thématiques ont été mis en place, centrés sur les voyages ou la vie pratique par exemple. Ils seront entièrement composés à partir du contenu de partenaires.

En première année, la présence sur le bouquet Wizzme sera gratuite puis payante en année 2, aux alentours de 50kF. Cosmobilis se chargera alors d'adapter le site du partenaire au format WAP, afin de maîtriser la technologie et de pouvoir travailler sur le contenu éditorial. Si le partenaire dispose déjà d'une déclinaison WAP (créée par Aladdino par exemple), Cosmobilis prévoit d'en créer une nouvelle.

Toutefois, contrairement à Aladdino, le *business model* de Wizzme.com ne repose pas uniquement sur les traditionnelles sources de revenus que sont la publicité et le partage des revenus du m-commerce. Cosmobilis prévoit de faire payer à ses utilisateurs un service payant, le service premium dont la première version sortira en novembre. Pour un coût indéterminé pour l'instant, les utilisateurs de Wizzme pourront bénéficier d'une offre de messagerie unifiée permettant de recevoir des messages Fax, e-mails, SMS et vocaux et de les redispacher sur d'autres canaux. À ces services, devrait s'ajouter une option de navigation par reconnaissance vocale basée sur le lan-

gage naturel : « *Contrairement à certaines autres offres qui requièrent que l'utilisateur décompose sa demande en plusieurs mots et navigue dans une arborescence, notre offre lui permettra de dire une phrase complexe qui l'amènera directement à un service* », affirme Pascal Thomas, co-fondateur de Cosmobilis. Les partenaires présents sur les onze bouquets thématiques se verront également offrir la possibilité de développer une partie vocale.

Cosmobilis, qui espère séduire 350 000 personnes à la fin de l'année 2001, prévoit que 10% d'entre elles opteront pour l'offre payante. La société a réuni un fonds d'amorçage qu'elle ne tient cependant pas à préciser. Elle prépare désormais son premier tour de table qui devrait être bouclé, si tout va bien, à la mi-octobre. « *Nous recherchons 5 millions d'euros pour financer le lancement de la campagne de marketing et de communication de Wizzme en début d'année 2001* », précise Pascal Thomas. Cette campagne sera complétée par la création d'un « WizzPack », une offre complète comprenant un téléphone, un abonnement ainsi qu'un bouquet de service. L'objectif est de pouvoir proposer des offres verticales (positionnées sur des niches) afin de capter des populations qui ne sont pas connectées à Internet à l'origine.

Mais l'ambition de Cosmobilis ne s'arrête pas au seul modèle *B-to-C*. En effet, la société envisage de diversifier ses revenus rapidement en adoptant un modèle de type ASP (*Application Service Provider*) sur le marché du *B-to-B*. Les sociétés qui veulent mettre un bouquet mobile à disposition de leurs employés ou de leurs clients pourront alors faire appel à Cosmobilis. Les tarifs seront fixés soit au coût par poste (pour de l'intranet), soit en fonction de la bande passante consommée si le portail est accessible de l'extérieur. Pascal Thomas prévoit d'atteindre un équilibre avec un budget réparti de manière équivalente entre les activités *B-to-C* et *B-to-B* dès la fin de l'année 2001. ■

Prix pratiqués pour des services de messagerie unifiée aux États-Unis

