

INTERNET

Avec trouverlebontureau.com, les vaches ont enfin leur Meetic

« Blond », « musclé » et « de bonne famille » : en deux clics sur Internet, Sylvain Frobert a trouvé un prétendant pour Anita : Bariton, un taureau charolais et géniteur parfait pour agrandir son troupeau de vaches allaitantes. Sur la plate-forme « trouverlebontureau.com », après avoir entré le profil de sa vache (âge, race) et les critères sur lesquels il souhaite améliorer son troupeau, l'éleveur accède à une dizaine de photos de taureaux au torse bombé et au flanc vigoureux. Quel avenir !

BEAUTÉ

Kristina, considérée comme la plus belle petite fille du monde

« De grands yeux bleus, de longs cheveux châtain et un visage d'ange : la jolie mannequin russe Kristina Pimenova, 9 ans, est considérée par de nombreux médias étrangers comme « la plus belle petite fille du monde ». Mais elle a beau poser pour Armani, Roberto Cavalli et avoir plus de 2,5 millions de fans sur Facebook, elle ignore complètement sa popularité. Fille du footballeur Ruslan Pimenov, « Kristina est une fille très modeste », raconte sa maman...



PEOPLE

Malgré l'interdiction, Nabilla fait passer un tweet codé

Libérée il y a peu après avoir passé cinq semaines en détention, Nabilla est soumise à plusieurs règles strictes. Parmi elles, l'interdiction de parler de l'affaire aux médias et de contacter son petit ami. Pourtant, vendredi, son compte Twitter a été rouvert. Elle souhaite un joyeux Noël à ses fans. Et termine en écrivant : « Je t'aime ma vie éperdument ». Pour de nombreux internautes, pas de doute, elle s'adresse bien à Thomas qu'elle est soupçonnée d'avoir poignardé.

FRANCE-MONDE



LA CHRONIQUE

DE BRUNO FRAPPAT

Un conte à dormir debout

Le plus stupide des contes de Noël vient d'être imaginé dans la bonne ville d'Angoulême. La capitale de la Bande dessinée nous a offert une histoire en trois temps que la chronique mérite de conserver dans sa mémoire. Car ce conte cruel, bête et méchant, illustre plusieurs dérives de nos sociétés. C'est l'histoire d'une série de bancs publics (neuf au total) qui, quotidiennement, sont investis par des marginaux, des SDF, des désœuvrés et sans-logis de tous âges et de toute allure... Les commerçants du centre commercial voisin se sont plaints de ce voisinage et ont obtenu que ces bancs, de publics, deviennent interdits au public. La municipalité UMP d'Angoulême, attentive aux intérêts prioritaires du commerce, n'a rien imaginé d'autre que de faire placer des grilles de bonne hauteur pour interdire l'accès des bancs, les transformant en forteresses impenables et éloignant, de ce fait, les indésirables. Mal lui en prit cependant d'avoir choisi la veille de Noël pour avoir procédé à ce bouclage spectaculaire. La France entière, aussitôt informée de cette absurde décision, ne manqua pas de tempêter, de s'offusquer ou de rire à gorges déployées. On vit alors la municipalité se raviser soudain et libérer nuitamment les bancs qui redevenirent ce qu'ils n'auraient jamais dû cesser d'être : des espaces d'accueil pour les personnes qui n'ont guère d'autres endroits que les bancs publics pour poser leur séant... Dérive de notre société que cette absence de jugeote qui fait prendre à des élus des décisions dont ils ne mesurent pas le tort qu'elles leur feront une fois connues. Courte vue d'une équipe qui a oublié que la capitale de la BD, à quelques jours du célèbre Festival, risquait de devenir la risée de tous et que l'affaire des bancs interdits était caricaturale et se serait prêtée à des sarcasmes sans fin. Dérive d'une société sans cœur, surtout, qui ne prend même plus la peine, au moment des fêtes, de mettre une sourdine aux intérêts purement mercantiles et à la dictature du commerce triomphant pour chasser de la vue des « braves gens » (autrement dit les consommateurs dont on lorgne le porte-monnaie) ces dépenaillés, ces poivrots, ces jeunes qui vivent aux marges de nos opulences. On veut croire que la mairie d'Angoulême, avant de récidiver, tournera trois fois sa langue dans un peu d'intelligence et d'humanité.

le dauphiné...

TRANSPORTS | Dès le 31 décembre

SNCF : la hausse des tarifs passe mal

La hausse moyenne de 2,6 % des tarifs SNCF, au 31 décembre, reste en travers de la gorge des usagers. À tel point que le secrétariat d'État aux Transports et son ministère de tutelle, l'Écologie et l'Énergie, ont chacun publié un communiqué, hier, pour justifier cette augmentation qui dépasse, de loin, le taux de l'inflation. « La SNCF va ainsi pouvoir poursuivre ses investissements en termes de maintenance », argue notamment le ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie. Et de souligner : « Cette hausse de 2,6 % s'avère nécessaire à l'amélioration de la qualité du service offert aux voyageurs, car, en 2014, seule la hausse de la TVA avait été répercutée sur le prix des billets ».



Distribution de chocolats à la gare Montparnasse. Le 31 décembre, la SNCF prépare un cadeau plus « musclé » pour les voyageurs. AFP

L'Association des voyageurs usagers des chemins de fer (Avuc) ne partage pas cette analyse : « Ce sont les voyageurs du quotidien, ceux qui utilisent le train pour aller travailler qui font les frais de cette augmentation », a-t-elle souligné dès vendredi.

« Effort financier limité »

Le gouvernement insiste pour sa part sur le fait que cette hausse, qui entrera en vigueur dès le 31 décembre – un jour de grande fréquentation –, ne s'appliquera pas

sur l'ensemble des tarifs, « mais uniquement sur les tarifs pleins ». « Les prix d'appels (Prem's) et celui des cartes de réduction notamment restent donc inchangés. La SNCF pourra ainsi proposer plus de tarifs réduits aux voyageurs les plus modestes, en contrepartie d'un effort financier limité demandé à la clientèle la plus aisée (plus d'un million de billets à tarifs réduits supplémentaires seront édités en 2015) », détaille le ministère.

La polémique n'a pas tardé à prendre un tour politique. Selon Marine Le Pen, présidente du Front national, « cette augmentation se fait au moment même où la SNCF abandonne de plus en plus visiblement sa mission de service public pour préparer l'ouverture à la concurrence du transport ferroviaire en 2019, sur injonction de l'Union européenne ».

TECHNOLOGIES | Le temps passé sur smartphone augmente, le marketing s'adapte

Applications mobiles : les grandes tendances pour 2015

De la banque aux jeux, en passant par le shopping, elles sont partout. Souvent gratuites, les applications mobiles attirent de plus en plus l'attention des grandes marques.

« La prise de pouvoir du mobile est d'ores et déjà entérinée, d'où la ruée des marques vers les applications », explique Renaud Menerat, président de la Mobile Marketing Association France (MMAF), qui regroupe les professionnels du secteur. Quelques chiffres pour mieux s'en rendre compte : 28 millions de smartphones en France, environ 30 applications utilisées en moyenne, pour un total de 30 heures passées par mois devant ces petits logiciels, si pratiques, que ce soit pour vérifier son compte en banque, payer ses impôts (impots.gouv), justifier ses retards au travail (Fake An Excuse) ou prêter ses toilettes (AirPNP).

Des écrans partout

Nouveauté de 2015, les applications vont sortir des smartphones et des tablettes. En effet, la vague des objets connectés gonfle discrètement : bracelets, montres, lunettes et casques. L'arrivée de l'Apple Watch, la montre connectée d'Apple, devrait marquer le grand essor de ce nouveau marché. Et chacun de ces écrans contiendra bien sûr... des applications. Connectées au web, mais aussi connectées entre elles. En ce domaine, le futur s'appelle Apple HomeKit, une application qui permet de contrôler tous les objets connectés de la maison : ouverture des portes, al-



Les Américains regardent déjà plus l'écran de leur smartphone que celui de leur ordinateur ou de leur télévision. En Europe, le basculement est probablement imminent. Photo J.-M. LAHIRE

lumage des lampes, réglage du chauffage, programmation de la cafetière...

L'essor du m-commerce

L'e-commerce lui-même est dépassé. Place au m-commerce.

Les smartphones vont se muer en terminaux de vente. La SNCF et les compagnies d'aviation ont déjà dématérialisé leurs tickets. Dans les hôtels, le « checking digital » et le key-less (les clés numériques) se développent. Plus étonnant encore, la multiplication des codes QR, ces codes barre renvoyant vers internet, en magasins. On ouvre son application, on flashe un code et l'on sort du magasin sans passer par la caisse ! La marque de véte-

ments Comptoir des Cotonniers est précurseur en ce domaine. Le service Apple Pay devrait bientôt permettre de généraliser le procédé.

Des pushes tout le temps

Pour l'heure, seules les applications de la presse ou celles des réseaux sociaux envoient des notifications à leurs usagers. Bientôt, le « marketing prédictif » va en faire la règle. Exemple. Vous possédez l'application d'une marque bien connue de fast-food ? Vous recevrez un message push chaque fois que vous approcherez d'un de leurs restaurants. Et si vous en franchissez la porte, ce sera un push de bienvenue, puis un autre sur les menus disponibles, les promotions...

Mieux, les applications ambitionnent de se muer en « assistants personnels », et anticiper vos besoins.

Une expérience étonnante, que Google Now propose déjà. Grâce à l'agrégation des contenus de diverses applications Google, l'application sait ce que contient votre agenda. Dès lors, avant un rendez-vous, elle vous envoie une notification pour vous avertir de partir, calcule votre temps de trajet, anticipe les bouchons ; etc. C'est la magie de l'accumulation des données.

En 2015, votre smartphone voudra tout savoir sur vous, pour mieux vous guider. Effrayant ? Peut-être. En tout cas, bienvenue dans le futur. Et ça a déjà commencé...

Ryad BENAIDJI

LE CHIFFRE

28 C'est en millions le nombre de smartphones que possèdent les Français. Plus d'un utilisateur de téléphonie mobile sur deux en est équipé. Et le basculement s'accélère : en 2014, les trois-quarts des téléphones mobiles vendus étaient des smartphones.

Les « pros » y ont droit aussi

Incontournables, les applications se font aussi une place au travail. Là encore, il s'agit de conjuguer des ressources de la mobilité et du digital pour accélérer les flux d'information. C'est ce que l'on appelle les « applications métier ». Pour les commerciaux, les « applications métier » sont utilisées à des fins marketing à destination des futurs clients. Elles servent aussi à améliorer les outils de suivi. Pour les équipes techniques, elles offrent la possibilité de traiter en direct les alertes et urgences sur le réseau, sans repasser par un quelconque QG.

Mieux, le groupe Vinci utilise une application qui, grâce à un code QR, donne accès aux techniciens à toutes les informations antérieures sur la pièce qu'ils doivent réparer. Autre ressource précieuse, l'utilisation de photos pour signaler les dommages. Un système utilisé notamment par la SNCF. Enfin, les « applications métier » sont aussi utiles dans l'aide à la décision. Ainsi, demain avec les lunettes connectées, les techniciens auront accès à une notice... en 3D, avec couleurs différentes pour les pièces défectueuses et pictogrammes pour aider à la manœuvre.



QUESTIONS À

Bruno Doucende

Consultant, fondateur et PDG de Syneritic

« Les applications sont une révolution dans la révolution du web »

→ Les applications vont-elles vraiment changer notre quotidien en 2015 ?

« C'est une révolution qui est déjà en marche depuis un moment. Le mobile a bouleversé l'information, l'accès à l'information, la production d'information. Être en permanence connecté change le rapport au réel, mais aussi au web. L'information est contextualisée, filtrée, prescrite. Les applications sont une révolution dans la révolution du web. »

→ Nous serions donc déjà dans l'ère post-ordinateur ?

« Cela fait quelques mois déjà que le web mobile a dépassé le web « classique » sur bien des sites, dont nombre de sites de presse. Mais il faut penser selon les terminaux. Les objets connectés vont bientôt arriver en masse : lunettes, casques, montres. Ça va être un nouveau bouleversement. Le web mobile sera beaucoup plus diffus. »

→ Que pensez-vous du rapport de la Cnil sur les abus en termes de confidentialité ?

« N'oublions pas que le consentement de l'utilisateur est requis avant que nombre de tâches ne soient effectuées : géolocalisation, envoi de push, etc. Parfois, l'application ne demande le consentement qu'une seule fois, parfois celui-ci est implicite. Mais il faut sensibiliser les utilisateurs : combien lisent vraiment les conditions d'utilisation ? Il faut aussi se poser de bonnes questions : qui a fait cette appli ? En ai-je vraiment besoin ? Je pointe par ailleurs un vrai problème : l'arrivée des objets connectés va décupler la masse d'informations disponibles sur un utilisateur. Son poids, son rythme cardiaque, ses recherches web, son agenda, ses contacts. On saura à peu près tout sur tout le monde. Un des enjeux sera de savoir qui va contrôler ces informations. »

Propos recueillis par R. B.