



Philippe Martineau

Responsable de la ligne de produits NFC Inside Contactless

INTERVIEW

“Les fabricants de téléphones vont dénouer le problème de poule et d’œuf du NFC”

Un des axes applicatifs pour le NFC (Near Field Communication) est celui du paiement: bancaire ou privé, transfert d’argent, ticketing, voire solutions de paiement light, prépayé. Mais ce seront les fabricants de téléphones et l’intérêt qu’ils ont à se différencier qui vont créer la dynamique.

■ **À l’heure où beaucoup s’interrogent sur les grands déploiements commerciaux d’applications NFC [1] dans le mobile, quelle est votre perception de ce qui est déjà décrit comme une histoire de poule et d’œuf?**

On voit bien aujourd’hui se dessiner trois grands axes applicatifs pour le NFC. Le premier est celui qui est tracé par le besoin pur de connectivité: lecture de tags, capacité à faire dialoguer deux téléphones mobiles entre eux d’un simple geste. Cela est devenu un fort élément différenciateur pour les fabricants de téléphones. Il n’y a pas de véritable modèle économique pour ce type d’application: il s’inscrit dans une tendance lourde qui se banalise visiblement dans les usages de la culture “mobile” et Internet.

Le second est beaucoup plus lié à la création de services qui s’appuie sur des tags, un navigateur dans les mobiles et des serveurs en ligne. Ce type d’applications est tiré par les bénéfices apportés par une

amélioration et un enrichissement de l’interface du mobile. Il suppose l’adoption de modèles économiques simples entre des opérateurs et des fournisseurs de services, voire pas de modèle du tout lorsque ces services sont proposés par les opérateurs eux-mêmes. L’un des intérêts de ce type de service est sa capacité à être automatisé, et la simplicité de sa mise en place et de son déploiement.

Le dernier axe applicatif est celui du paiement qui comprend aussi le ticketing pour le transport. Ce domaine revêt de multiples aspects: le paiement bancaire, le paiement privé et la fidélité, le transfert d’argent, le ticketing, et déjà des solutions de paiement light, prépayé, grâce à des stickers apposés sur le téléphone mobile ou sur des badges, etc. Il est encore trop tôt pour dire quand ces applications seront déployées commercialement. Par contre, les deux premiers types d’application vont rapidement se développer. Ce sont les fabricants de téléphones et l’intérêt qu’ils ont à se différencier grâce à leur expertise de l’interface qui vont créer une dynamique. Ce sont eux qui vont résoudre le problème de la poule et de l’œuf. On attend ainsi les premières plateformes de téléphones NFC pour la mi-2009.

■ **Ces téléphones seront-ils tous centrés sur l’utilisation de la SIM comme élément sécurisé et prêt pour les applications NFC?**

Ces téléphones sont en train d’être développés. Ils seront équipés de circuits NFC dotés de l’interface SWP (Single Wire Protocol) pour communiquer avec la carte SIM, et disposeront par défaut des couches basses

logicielles pour router et exploiter les informations contenues dans les tags. Cela a été spécifié par le NFC Forum. Nous fournissons tous ces éléments avec nos circuits et parfois plus s’il faut apporter des solutions de sécurité pour certifier les tags, de façon à contrôler les actions qu’ils engagent via le téléphone mobile. Ces téléphones utiliseront aussi SIM comme élément de sécurité. Ils n’offriront pas des alternatives du type élément sécurisé séparé quand on sait que le développement d’une nouvelle plateforme de téléphonie se décide au centime près et suppose un travail d’évaluation très précis des caractéristiques qui doivent être implémentées. Il ne faut pas oublier que la fonction NFC n’est qu’une part de la définition des plateformes lancées en 2009.

■ **Le déploiement de ces applications “basiques” suppose néanmoins que le taux d’équipement des utilisateurs potentiels de ces services en téléphones NFC soit élevé. À nouveau un problème de poule et d’œuf?**

Pour les applications grand public, évidemment, il faudra attendre que la masse critique de mobiles NFC soit là pour qu’elles puissent avoir un sens économique. Au début, on peut imaginer des applications déployées pour des flottes d’entreprise et sans doute verra-t-on des téléphones mobiles “brandés” commercialisés par des grandes marques de magasins utilisés pour des opérations de fidélisation ou de couponing et à terme de paiement. Le téléphone mobile NFC pourrait ainsi être commercialisé par la grande distribution comme une carte de fidélité. ■

[1] NFC Forum: association professionnelle à but non lucratif destinée à promouvoir la technologie sans contact NFC.