

Comment Geomatic Ingénierie rivalise avec Google Maps

Informatique Face à la concurrence, la PME vaudoise prépare son développement alémanique pour cette année encore



Visite virtuelle à Yverdon-les-Bains. L'outil de Geomatic Ingénierie se veut convivial et instructif à la fois, puisqu'il permet de découvrir l'histoire des lieux également. ARCHIVES

«En janvier 2005, j'ai rencontré les directeurs de la société Keyhole qui venait d'être rachetée par Google à Londres. Cette PME américaine comptait alors une quinzaine d'employés et cherchait un partenaire européen pour se développer. Les négociations ont échoué avec nous et ils ont racheté une boîte lucernoise.»

Lorsqu'il raconte comment le futur Google Maps lui est passé sous le nez, Thierry Pilet ne s'émue guère. C'est pour lui une anecdote parmi d'autres dans la vie de Geomatic Ingénierie, la société qu'il a fondée via «un management buy out» à Epalinges en

1996 avec ses deux compères Jean-François Henzelin et John Girard – parti à la retraite depuis.

«A l'époque, nous étions les trois mousquetaires de la géomatique», se souvient l'ingénieur, un milieu restreint en Suisse, qui ne compte que quelques sociétés. Son collègue Jean-François Henzelin et lui-même restent actionnaires de la société dont s'est emparée Ringier (actionnaire du *Temps* à hauteur de 44,7%) en 2005 via media swiss. Le premier projet de la PME vaudoise? Informatiser l'ensemble des plans réseaux du canton de Genève. Gaz, électricité, eau, etc., tout a été fini d'être nu-

mérisé... l'an dernier seulement!

Du réseau de gaz... à Swissgeo

Dès le départ, outre les collecti-



vités publiques et les sociétés énergétiques, Geomatic a eu la conviction qu'Internet serait le média de diffusion des données cartographiques. En 1999, la société décroche un grand prix d'innovation avec Swissgeo, le portail de consultation des données géographiques pour la Suisse visité quotidiennement par 8000 personnes. Geomatic s'appuie sur le monde de l'open source pour déployer sa stratégie. Les premières solutions mobiles voient le jour dès 2002 puis la montée en puissance de Google va changer la donne.

«Nous apprécions aujourd'hui la liberté que nous avons, mais pour faire face à cette concurrence nouvelle, nous avons dû travailler sur la qualité des données», explique le directeur. Dans ses bureaux d'Epalinges, il montre en parallèle deux plans de ville et nous explique les différences, comme les points d'intérêt. «Vous voyez, là, à Oron-la-Ville, que le complexe scolaire se trouve ici. Une précision possible grâce à nos clients initiaux, les communes et les offices du tourisme, qui nous fournissent des informations très précises», poursuit-il.

C'est pourquoi Geomatic Ingénierie soigne ses clients histori-

ques, en leur offrant des services toujours plus complets. Une régie immobilière peut être intéressée à avoir des données telles que la situation des pharmacies par rapport aux objets qu'elle souhaite vendre. La question de la stratégie future de Google, également confronté à la question économique, reste en suspens. «Peut-être que demain, ils trufferont leurs cartes de publicités pour générer des revenus. Ce sera alors à notre avantage», estime Thierry Pilet.

Marché de 500 millions

Société d'ingénieurs reconnue, qui compte 17 collaborateurs, la PME vaudoise vient de mettre noir sur blanc ses forces et ses faiblesses par rapport à ses concurrents helvétiques, Novasys (également basée dans le canton de Vaud) et PTV, ainsi que Google. «Nous avons de grosses lacunes en communication et notre présence nationale n'est pas bonne non plus», poursuit Thierry Pilet. Trop estampillé romand, donc, et un déficit marketing à combler pour capter une plus grande part d'un marché de la «géo information» estimé à environ 500 millions de francs, selon le rapport élaboré avec un consultant alémanique. La plani-

fication (espace, trafic, etc.) constitue la plus grosse part du gâteau avec 160 millions de francs, suivie de la catégorie loisirs et tourisme avec 125 millions. **M.-L. C.**

D'ici à la fin de l'année, Geomatic doit s'étendre en Suisse alémanique. L'étude doit encore préciser la manière. Via l'ouverture d'une filiale ou via un achat, aucune possibilité n'est écartée. «Nous gardons notre force de production en Suisse romande, précise le patron, mais nous devons également accroître les synergies avec le groupe Ringier. Innover, Geomatic sait le faire (lire deux solutions en complément). Maintenant, elle doit apprendre à se vendre.

Pour y parvenir, Thierry Pilet s'est retiré de la direction technique depuis le début de l'année pour passer à la stratégie, à la commercialisation, et à la communication. Pour gagner en visibilité, l'entreprise s'occupera du suivi du Tour de Romandie – elle a présenté les cartes 3D des étapes lors d'une conférence de presse hier – et participera à Orbit, grande foire de l'IT et de l'Internet qui se déroulera du 12 au 15 mai à Zurich.

Geolives.com, l'iTunes de la géographie

Si la Suisse s'avère un bon laboratoire pour Geomatic Ingénierie, la PME d'Epalinges a compris que, avec des solutions innovantes – et donc coûteuses en termes de développement, – il fallait capter un plus large marché. Donc sortir du pays. C'est pour cela qu'elle s'est associée avec une société belge pour créer au Luxembourg Geolives, dont elle est l'actionnaire majoritaire. Cet outil en ligne permet aux amateurs de randonnées de créer leurs cartes sur

mesure sur leur ordinateur ou leur portable. «Le principe? C'est l'iTunes de la géographie. Vous achetez des petits ou des grands morceaux de carte», explique Thierry Pilet, directeur.

En une année d'existence, Geolives compte 200 000 membres à travers l'Europe. Neuf pays, dont la Suisse, sont actuellement disponibles. L'Allemagne et l'Espagne devraient à leur tour fournir les droits cartographiques dans les mois à venir. **M.-L. C.**

Thevirtualcity.ch, la promotion par l'image

Yverdon, Morges ou Gruyères ont déjà adopté la technologie de Geomatic Ingénierie pour des visites virtuelles. Grâce à des images panoramiques, le visiteur peut se déplacer et glaner, au fil de sa découverte, des renseignements précis sur le lieu. Une vitrine pour attirer le «vrai» touriste en d'autres termes. Des solutions concurrentes existent, comme Streetview. Les images sont actuellement tournées et l'outil de Google devrait être disponible d'ici à

quelques mois pour les grandes villes de Suisse. «Notre qualité est bien meilleure», assure toutefois Thierry Pilet. La PME développe d'autres projets, comme Genève, Montana ou la vallée de Joux, avec des panoramas de haute qualité. Dans ce modèle, la publicité pourrait constituer des rentrées intéressantes. Sur la place Pestalozzi à Yverdon-les-Bains, par exemple, on peut admirer Georges Clooney en train de déguster son Nespresso. Pour de faux, donc. **M.-L. C.**