

Le mot de passe? C'est vous!

KeyLemon. La société valaisanne a développé un logiciel de reconnaissance faciale par le sourire pour se connecter à son ordinateur. Les Asiatiques plébiscitent.

FRANÇOIS PRAZ

Sur l'île de Jeju, j'avais un quart d'heure pour présenter notre solution informatique. Je venais de commencer quand le public coréen s'est mis à applaudir durant plusieurs minutes. Dans leur tradition, c'est la marque d'un vrai enthousiasme», se souvient Gilles Florey, cofondateur de KeyLemon, revenu récemment d'un voyage d'affaires en Corée du Sud organisé par la plateforme sectorielle des TIC (technologies de l'information et de la communication), nouvellement nommée AlpicT. Le produit qui a suscité cet engouement est un logiciel de reconnaissance faciale qui rend inutiles les mots de passe quand on veut se connecter à son ordinateur.

Concrètement, une webcam est liée à un programme dans lequel le visage de l'utilisateur a été préenregistré. De façon ultra-rapide, le système reconnaît les traits de la personne et débloque l'accès à sa machine. Le login se fait avec un simple sourire, comme le met en avant la start-up valaisanne créée en mai 2008, au sein de l'incubateur de la Fondation TheArk. Cette technologie a été mise à disposition par l'Idiap, le centre de recherche indépendant lié à l'EPFL

qui est spécialisé, entre autres, dans l'authentification biométrique (100 chercheurs à Martigny).

Après avoir obtenu les droits de licence, KeyLemon l'a implémentée et l'a améliorée pour la rendre facile d'utilisation. Le résultat ne s'est pas fait attendre. En Corée, les prises de contact avec les participants locaux, toujours hyperréactifs, ont été nombreuses. Plusieurs d'entre eux ont engagé des pourparlers pour obtenir des conditions d'achat.

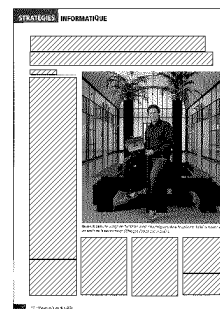
«J'ai été un peu pris de court par ces demandes. Je ne disposais encore que d'une démo à ce moment-là. Mais il est bon de savoir que si le marché suisse se montre trop frileux, nous aurons des opportunités là-bas», se réjouit Gilles Florey.

TECHNOPHILES. Les Asiatiques n'ont pas été les seuls à plébisciter cette solution originale. Disponible en ligne gratuitement sur www.keylemon.com depuis un peu plus d'un an, la version bêta a été téléchargée par plus de 300 000 internautes. Un tiers d'entre eux sont Européens, un autre tiers est issu du continent américain et environ 15% viennent d'Asie. Le forum du site rassemble une communauté de 25 000 technophiles. Ceux-ci ont assuré

un important feedback qui a débouché sur des améliorations continues du software. Et tel était bien le fondement du business model.

La seconde étape qui débute maintenant consistera à construire une relation B2C avec des solutions proposées par la communauté existante. La troisième étape, prévue pour le moyen terme, tendra à construire une relation B2B. Des contacts avec des concepteurs de webcams et avec des fabricants d'ordinateurs ont été pris afin qu'ils proposent le software à leurs clients. Le prix de lancement du logiciel pour les particuliers se situera entre 20 et 30 dollars. Il n'y aura pas de ventes dans des magasins physiques. Tout devrait transiter par le site.

«J'ai réalisé mon travail de diplôme à la HES-SO sur la viabilité de notre offre. Grâce à Internet, j'ai pu consulter 70 000 utilisateurs. Le marché existe. Notre objectif est d'atteindre un million d'utilisateurs ces prochains mois», annonce Gilles Florey. Cette ambition pourrait sembler excessive, mais les 300 000 téléchargements enregistrés à ce jour ont été atteints sans aucune opération marketing d'appoint. Ce sont des blogueurs qui ont répercuté l'exis-



tence de KeyLemon. Cette voie va d'ailleurs continuer à être privilégiée. Dans la pratique, des journalistes du Net sont approchés pour amplifier le buzz.

PROMOTION. La start-up de Martigny a exploité tout le potentiel du concept de «business experience». Après la phase initiale, le fonds Venture Kick lui a permis d'obtenir une bonne partie des fonds nécessaires. Cette structure, copilotée par l'agence de promotion de l'innovation CTI, a été créée par des bailleurs privés. Elle dispose d'une équipe de management expérimentée. Un conseil stratégique et des experts évaluent les projets tout au long de leur progression. La première étape de sélection a permis à KeyLemon d'obtenir 10 000 francs puis 20 000 lors de la seconde étape. Un autre organisme de promotion, le CCF de Sion, a également injecté des fonds dans la société. La crédibilité acquise avec le Swiss Techno-

logy Award 2006 a été renforcée par l'obtention d'un label de l'IMD Startup competition 2006-2007.

Qu'en est-il de la concurrence? «Il existe plusieurs entreprises qui exploitent la reconnaissance faciale pour des accès informatiques. La majorité d'entre elles vise la sécurité absolue. Ce n'est pas notre cas. Notre priorité est d'augmenter le confort d'utilisation entre l'homme et la machine.» Pour se démar-

«Nos concurrents visent surtout la sécurité absolue. Notre priorité est le confort d'utilisation.»

GILLES FLOREY

quer des logiciels alternatifs, le jeune entrepreneur consulte en permanence les membres de la communauté qu'il a

fondée sur Internet. Ceux-ci lui ont par exemple suggéré d'intégrer un login compatible Windows. Le fait d'afficher un écran noir lorsque le propriétaire de l'ordinateur est absent vient d'eux. Cette astuce permet de tromper un éventuel intrus qui ne serait pas conscient qu'un système de reconnaissance faciale est installé. Autre suggestion, la possibilité de régler le programme pour déterminer le nombre de secondes après lequel celui-ci vérifie que l'utilisateur est toujours présent.

Les quatre membres de l'entreprise (auxquels trois développeurs externes des logiciels prêtent main-forte) planchent maintenant sur des applications vocales. ■

Vingt secondes pour présenter sa start-up

Assurer la promotion de sa start-up peut parfois être très brutal. Dans le genre impitoyable, le TechCrunch Euro Tour semble être ce qui se fait de mieux (ou de pire). L'étape helvétique a eu pour cadre le bâtiment Swisscom Bluewin à Zurich. Le 17 juillet dernier, Gilles Florey avait fait le déplacement. Le principe? Présenter en un temps record son entreprise à un parterre de professionnels et d'investisseurs potentiels.

Après un mot d'accueil d'un des animateurs anglais du concept, les start-up avaient vingt secondes chacune pour se présenter! «Certains ne prononcent qu'une phrase alors que d'autres essayent d'utiliser cette tribune pour parler au maximum d'eux», se souvient le cofondateur de KeyLemon. Il existe tout de même une séance de rattrapage puisque les intervenants ont ensuite la possibilité de rencontrer ceux

qui désirent en savoir plus. Qui a eu l'idée de ce concept féroce? Michael Arrington, un avocat américain reconverti dans le business des technologies de pointe (il a collaboré avec Apple, Pixar et Netscape, entre autres). Il a créé en 2005 un blog sur son site *techcrunch.com*. Cet espace d'échanges a très vite pris de l'ampleur jusqu'à s'imposer comme un baromètre des développements

commerciaux du Web 2.0. Heather Harde est l'actuelle CEO de cette plateforme. Ancienne de Harvard Business School, elle a travaillé comme journaliste dans différents médias nationaux américains... avant de gérer les investissements d'une petite banque privée. Ceci pour ne mentionner que quelques entrées de son CV. La polyvalence comme gage de survie? La tribu TechCrunch en a fait son credo.