



communiqué de presse  
Paris, le 5 décembre 2014

## Orange et les partenaires du Challenge Datavenue récompensent et accompagnent 6 projets autour des objets connectés et du big data

**Lancé en octobre dernier, le challenge Datavenue a mis au défi les entrepreneurs de mettre en scène pour la seconde phase du concours un concept autour des objets connectés et du big data.**

En lançant le challenge Datavenue avec ses partenaires Aleph1, Malakoff Mederic, Mars Petcare, Netatmo, Schneider Electric, Seb, Société Générale et Suez Environnement, Orange souhaitait initier un écosystème de premier plan facilitant l'émergence de nouveaux services autour des objets connectés et des données, en toute sécurité et dans le respect de la vie privée des utilisateurs.

### Le challenge a généré plus de 300 idées en phase 1 et plus de 30 projets en phase 2

Lors de la première phase du challenge, étudiants, consommateurs, start-ups, salariés des entreprises partenaires, étaient invités à imaginer le monde connecté de demain. 320 idées de nouveaux services ont ainsi été partagées sur la plate-forme « [Imagine with Orange](#) ». Durant la seconde phase, les start-ups et les entrepreneurs ont présenté au jury leur projet en s'appuyant sur un dossier technique et une vidéo.

Le jury a retenu 6 projets parmi les 33 proposés et les lauréats ont reçu un prix lors de l'événement « Osons la France ». Dans les semaines qui viennent, les lauréats seront invités à réaliser un prototype de leur concept avec le support des experts d'Orange et de ses partenaires. Par la suite, ils se verront également proposer un accompagnement dans leur démarche entrepreneuriale, ou commerciale, s'il s'agit d'entreprises. Les dotations financières du challenge représentent un montant global de 40 000 euros.

### Six lauréats accompagnés par Orange et ses partenaires pour développer un prototype

#### « Le Grand Prix Orange » : Team8

Le concept de "*The Odysseus Communication*" est une montre connectée pour les enfants de 5 à 10 ans leur permettant de créer leur propre super-héros, et de le confronter à celui de leurs amis. La montre, dotée d'un GPS et de différents capteurs, mesure l'activité sportive de l'enfant, laquelle est reflétée par l'énergie de son "super-héros", l'incitant ainsi à faire du sport. Par ailleurs, elle permet aux parents de suivre les activités de leur enfant, et de veiller à sa sécurité.

#### L'univers « le bien-être à la maison, la cuisine, la convivialité » : FLEXOMA

Flexoma, une start-up basée à Lyon, conçoit et fabrique des stores motorisés permettant d'améliorer le confort et l'isolation thermique des maisons. A terme, les données issues des capteurs de température et d'humidité de la pièce, permettront au système de prendre en compte le mode de vie des occupants mais aussi des informations extérieures (météo, pollution, ...). L'enjeu de ces stores est de rendre la maison plus intelligente et plus efficace énergétiquement.

#### L'univers « le bien-être et la santé au travail » : FITNEXT par Erwann Menthéour

L'ambition de Fitnext est de concevoir des programmes personnalisés stimulant une meilleure hygiène de vie alimentaire et sportive en fonction des habitudes, des disponibilités, de la motivation et de la morphologie de



chaque individu. Cette plateforme, qui associe séances de sport en vidéo, menus personnalisés et séances de relaxation, est désormais disponible pour les entreprises.

En reliant l'ensemble des données issues des bilans, des objets connectés, montre, téléphone mobile, jusqu'au feedback que le salarié fait sur ses menus, ses séances de sport, l'atteinte ou non de ses objectifs, le système propose chaque semaine un programme d'exercices physiques et de choix alimentaires visant à optimiser son bien-être.

#### L'univers « la ville, les transports, l'énergie » : VProject

Mr.Gabriel est un garde du corps virtuel fonctionnant sur les montres connectées et sur les smartphones associés. Mr.Gabriel permet à son utilisateur d'envoyer une alerte à des « anges gardiens » (famille, amis, services d'urgences, ...) d'un simple geste avec sa montre. Il dispose également d'une commande vocale « lancer l'alerte » permettant d'envoyer un SMS indiquant votre situation géographique aux « anges gardiens ». Dans le futur, Mr.Gabriel identifiera en temps en temps réel le danger et enverra alors automatiquement l'alerte.

#### L'univers « le shopping » : SHOTGUN

De nombreux produits et services sont gaspillés ou inutilisés pour n'avoir pas trouvé preneur : un restaurant avec des tables inoccupées, un spectacle, un cinéma où il reste des places disponibles, un fleuriste à qui il reste beaucoup de fleurs à 18h... Shotgun connecte en temps réel ces offres périssables aux bons consommateurs : ceux-ci reçoivent instantanément des offres qui leur correspondent à des prix très attractifs car elles ne profiteraient sinon à personne d'autre. Grâce au big data, Shotgun apprend à connaître ses clients au fur et à mesure de leurs déplacements et de leurs choix. Ils deviennent ainsi des clients uniques.

#### L'univers « ma forme, mon bien être » : PREDICARE

Predicare propose une approche novatrice du rapport à sa santé en permettant à chacun d'utiliser ses données biologiques pour développer une santé participative et personnalisée.

Sur cette plateforme intelligente, chaque utilisateur établit son profil biologique en publiant anonymement et régulièrement des données relatives à sa santé et son environnement. Grâce à ces données, Prédicare identifie des communautés anonymes d'utilisateurs présentant un profil biologique similaire permettant de prévoir l'évolution de la santé de chacun. L'objectif ? Anticiper et prévenir la survenue de pathologies.

Les visiteurs du stand Orange à Osons la France, ainsi que les internautes d'orange.com, ont la possibilité de voter pour leur concept favori pendant toute la durée de l'événement. Le Prix du public sera décerné à l'issue de l'événement et annoncé sur orange.com le 8 décembre.

#### à propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2013 et 159 000 salariés au 30 septembre 2014, dont 99 800 en France. Présent dans 30 pays, le Groupe servait 240 millions de clients dans le monde au 30 septembre 2014, dont 182 millions de clients du mobile et 16 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services.

Orange est coté sur le NYSE Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : [www.orange.com](http://www.orange.com), [www.orange-business.com](http://www.orange-business.com), [www.livetv.orange.com](http://www.livetv.orange.com) ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

*Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.*

**Contacts presse :** 01 44 44 93 93, [service.presse@orange.com](mailto:service.presse@orange.com)

Estelle Ode-Coutard [estelle.odecoutard@orange.com](mailto:estelle.odecoutard@orange.com) – Sylvie Duho [sylvie.duho@orange.com](mailto:sylvie.duho@orange.com)