

COGENIE 2013

**par Pauline Brière, Antoine Dupré, Jean Baptiste
Mac Luckie et Antoine Henry**

**Etudiants en Master 1 Intelligence Economique et
de Communication Stratégique à l'IAE de Poitiers**

Sommaire

Introduction

I- Un État de la situation nécessaire

A- Une utilisation des “assistants d’aide à la conduite”
controversée

B- Un marché français mature

II- La mise en place de comportements pro-actifs de
récoltes et de traitement de l’information

A- Un cycle du renseignement à l’affût des évolutions
à venir

B- Un marché Américain très fort mais indépendant

Conclusion

Introduction

La théorie de la reine rouge de Leigh van Valen nous enseigne que deux forces antagonistes essaieront toujours de se surpasser l'une - l'autre en créant un cycle de l'évolution.

Cette théorie s'applique particulièrement bien à notre sujet, en effet, les radars peuvent être vus comme une attaque contre les automobilistes. Ces derniers, pour s'en prévenir, utilisent des détecteurs de radars. S'engage alors une course de moyens, techniques, législatifs, comportementaux pour l'une et l'autre partie. Les détecteurs de radars sont donc un segment de marché important, né en réaction face à l'augmentation des radars fixes et mobiles ainsi que des textes de lois. Ceci est le cas en France, mais aussi à l'étranger. Depuis le 4 janvier 2012, un décret français interdit ces détecteurs de radars, ou du moins sous cette dénomination. Toutefois, une parade existe déjà, puisque les anciens "détecteurs de radars" sont devenus des "assistants d'aide à la conduite". Mais comment comprendre cette technologie embarquée dans les automobiles ? Les "assistants d'aide à la conduite" comme nous l'entendrons dans notre étude sont des boîtiers installés sur le tableau de bord avertissant des "zones de dangers" et des "zones à risques". Ils conjuguent donc deux idées. D'une part, il y a une technologie assez sophistiquée de construction du boîtier GPS et de cartographie et d'autre part le concours des utilisateurs. En effet, ces derniers avertissent les autres conducteurs en précisant la zone où l'on peut trouver un radar *via* le boîtier embarqué. Les utilisateurs sont à la fois consommateurs et fournisseurs d'informations. En découle la création d'une communauté utilisant des boîtiers se heurtant souvent à l'État et aux associations de lutte contre la violence routière. Ces boîtiers, parfois avec une interface graphique cartographiée type GPS, sont donc différents des "brouilleurs de radars" (*laser jamming*) et différents des applications mobiles existant actuellement sur les smartphone.

Considérant que la société Clic&Go est spécialisée seulement dans les technologies d'aide à la conduite, nous nous attellerons à étudier l'environnement informationnel de l'entreprise dans le cadre d'un développement de ces produits sur le marché français et américain.

La société Clic&Go n'est pas la première entreprise à proposer ce type de produits ce qui suppose une certaine maturité du marché mais aussi une profusion d'informations utiles.

Deux parties nous ont paru alors, fondamentales : un état de la situation existante est nécessaire (I) en vue d'une mise en place de comportements pro-actifs de récoltes et de traitement de l'information (II).

Traduction de l'introduction

The Red Queen's hypothesis of Leigh Van Valen teaches us that two antagonists' strengths will always tried to excel themselves creating a evolution cycle.

This theory applies specifically to our subject. Indeed the radar can be felt like a attack by drivers. In order to be forewarned of the presence of radars, drivers used to have radar detectors in their cars. Technology, legislation and society have become a battlefield for the war between radars and radar detectors. Radar detectors represent a huge market segment which appeared because of the increase of fixed and mobile radars and the legislation. It's true for France, but also for foreign countries. Since the 4th of January 2012, a French decree prohibited those radar detectors or at least its designation. However a retort already exists, in fact, the old "radar detectors" became the "driver assistant systems". But how to understand this technology embedded in cars? "Driver assistant systems" that we mention in our study are devices installed on the dashboard warning of the "danger zones" and "risk zones". It conjugates two ideas: On the one hand, there is a technology sophisticated enough for the construction of the GPS device and the cartography; on the other hand the participation of the users. Indeed the latters warn the other drivers by specifying the zone where we can find radar via their device. The users are consumers and information producers. It follows from the creation of a community using the device, which often collides with the government and the associations against road rage. This device, sometimes with a graphic interface, quite GPS-like, are different from "laser jammers" and different from mobile applications existing on smartphones.

Considering that the firm Clic&Go is only specialized in the "driver assistant system" technologies, we will tackle to study the informational environment of the firm in the context of a development of this product on the French market and American market.

The firm Clic&Go is not the first firm to propose this kind of products this suppose a real maturity of the market but also a profusion of useful information.

Two parts appear to us very essential : a state of the existing situation is necessary (I) in order to establish the pro-active behaviour of collect and treatment of information (II).

I- Un État de la situation nécessaire

Les évolutions législatives de plus en plus contraignantes sont le fruit d'une volonté politique et d'une partie de la société civile (A). De plus, le marché français connaît déjà plusieurs leaders du marché (B).

A- Une utilisation des "assistants d'aide à la conduite" controversée

Les "assistants d'aide à la conduite", particulièrement Coyote, sont apparus depuis 2005 en parallèle de la volonté du gouvernement et des associations contre la violence routière de limiter le nombre de tués sur les routes. Les boîtiers sont donc devenus un enjeu humain et économique. En effet, les radars obligent les conducteurs à baisser leur vitesse, limitant le risque d'accident mais c'est aussi une manne financière pour l'État. Ces mêmes radars ont représenté tout de même près d'un milliard d'euros de recettes en 2011. Nous avons donc constitué une matrice PESTEL afin de mettre en exergue les différentes tendances, parfois antagonistes affectant le marché des "assistants d'aide à la conduite".

	Opportunités	Menaces
Facteurs politiques	→ En 2011, Coyote a mis en place un fort lobby contre la suppression des technologies d'aide à la conduite avec l'appui de l'agence de communication Euro RSCG (devenue Havas en septembre 2012), c'est dans ce cadre que s'est créée l'Association Française des fournisseurs et utilisateurs de technologies d'aide à la conduite (AFFTAC). Cette association va mettre en avant les "2.500 emplois que comptent le secteur" pour convaincre les pouvoirs	→ Depuis des années le gouvernement a pour volonté d'être actif sur le thème de la sécurité routière en communiquant sur plusieurs thèmes : l'alcool au volant, l'incitation à la baisse de la vitesse de conduite etc. tout cela dans le but de réduire le nombre de décès sur les routes. C'est pourquoi, le législateur s'empare de ce thème et n'hésite pas à édicter des décrets comme celui de janvier 2012. → Armand Jung se positionne contre l'utilisation

	<p>publics et elle va rassembler les entreprises concurrentes autour de sa cause. Seuls le néerlandais TomTom et l'américain Garmin vont regretter de ne pas être devenu membre de l'association lorsqu'on leur avait suggéré. En effet, en moins de 10 jours l'AFFTAC est devenu l'interlocuteur officiel des pouvoirs publics. Par ailleurs, la communauté autour de l'AFFTAC s'est vue augmenter de manière exponentielle, elle est maintenant composée en grande majorité de professionnels exaspérés par la perte de points sur leur permis de conduire. Fin 2011, une décision a été retenue après une discussion entre l'AFFTAC et le ministre de l'intérieur Claude Guéant qui a finalement autorisé les industriels à signaler les "zones de danger" et non les radars.</p> <p>Source : <i>Les avertisseurs de radars n'ont pas disparu, mais on fait comme si</i>, Jean-François Arnaud, février 2012, en ligne, http://www.challenges.fr/</p>	<p>des technologies d'aide à la conduite privilégiant un autre type de produit développé par l'entreprise Lavia. Il s'agit d'un limiteur s'adaptant à la vitesse autorisée. C'est un "système qui permet au conducteur d'adapter sa vitesse aux changements de limitation de vitesse qui rythment sa route"</p> <p>Source : <i>LAVIA : Limiteur s'adaptant à la vitesse autorisée</i>, janvier 2007, en ligne, http://www.ponts-formation-edition.fr</p>
<p>Facteurs économiques</p>	<p>→ Coyote rassemble une communauté de 2 025 421 d'utilisateurs et le prix de ces</p>	<p>→ L'État craint le développement de ce type d'appareil dans la mesure où</p>

	<p>appareils montent jusqu'à 199 euros avec un abonnement de 12 euros par mois.</p> <p>Source : http://www.moncoyote.com/ → La société Coyote emploie 80 salariés (+45 personnes dans l'usine de fabrication des boîtiers) et son chiffre d'affaires réalisé s'élève à 75 millions d'euros, dont 30% à l'exportation.</p> <p>Source : <i>Coyote, principal fabricant d'avertisseurs de radars, a évolué pour survivre</i>, AFP, janvier 2012, en ligne, http://www.lexpress.fr/</p>	<p>les recettes des radars peuvent en être impactées. En effet, de 2003 à 2011 les radars ont rapporté 3,5 milliards d'euros en 9 ans de quoi être inquiété par les systèmes de technologies d'aide à la conduite.</p> <p>Source : <i>Le juteux marché des infractions routières</i>, Gilles Lockart, juillet 2012, en ligne, http://lexpansion.lexpress.fr/</p>
<p>Facteurs sociologiques</p>	<p>→ Les citoyens sont réactifs face aux problématiques législatives liées à l'automobile, la récente interdiction des "détecteurs de radars" a été perçue comme une manière de "remplir les caisses de l'état" avec l'argent que rapporte les amendes (641,9 millions euros en 2011). En outre, l'État n'a pas réussi à mettre en œuvre sa volonté de réduire le nombre de décès dûs aux excès de vitesse en interdisant les détecteurs de radars.</p> <p>Source : <i>Sécurité routière : infantilisme, lobbying et</i></p>	<p>→ En 2012, on constate que les citoyens ont des difficultés à comprendre les changements opérés dans le domaine des technologies d'aide à la conduite, ils craignent donc souvent d'être dans l'illégalité lorsqu'ils achètent ce genre de produit. C'est la raison pour laquelle Coyote appuie sa communication sur l'aspect 100% légal de ses boîtiers. Par ailleurs, il a mis en place un système de FAQ sur son site internet.</p> <p>Source : - <i>Les utilisateurs d'avertisseurs de radars n'ont pas grand-chose à craindre,</i></p>

	<p><i>démagogie</i>, Patrick Aulnas, Mai 2011, en ligne, http://rivagedeboheme.e-monsite.com</p> <p>→ De plus en plus de communautés se créent via les réseaux sociaux, notamment Twitter et Facebook (exemple : @msrdl aux États-Unis)</p>	<p>D.Noqueira, A.Charnay, et B.Lepesqueur, Octobre 2012, en ligne, http://www.01net.com - http://www.moncoyote.com/</p>
Facteurs technologiques	<p>→ Les technologies sans fil ont beaucoup impacté le domaine des technologies d'aide à la conduite (GSM, GRPS, UMTS, Wifi, WiMax) et la vitesse de transfert est aujourd'hui importante ce qui permet d'avoir une réelle qualité de service d'aide à la conduite.</p>	<p>→ L'environnement technologique évolue continuellement comme le montre la loi Moore qui pose le problème de l'évolution continue des ordinateurs et de la complexité du matériel informatique</p> <p>→ On note également la concurrence des mobiles Android et des iPhone, en effet, on dénombre beaucoup d'applications utilisées dans le même cadre que les appareils d'aide à la conduite.</p>
Facteurs environnementaux	<p>→ Dans un objectif de préservation de l'environnement, la France s'attelle à réduire ses émissions de gaz à effet de serre, or plus la vitesse de conduite est élevée plus le CO2 est important. Ainsi, inciter à baisser la vitesse de conduite permet de préserver l'environnement.</p>	
Facteurs légaux		<p>→ L'article R.413-15 du code</p>

		de la route interdit de détenir ou de transporter un détecteur ou un dispositif “visant à avertir ou informer de la localisation” des radars.
--	--	---

On peut retirer de cette matrice un accroissement des tensions au niveau du lobbying des assistants d'aide à la conduite. Que ce soit pour les radars et les boîtiers, les deux représentent des flux financiers importants. Il ne faut pas oublier que l'État n'est pas opposé aux entreprises produisant ces “assistants d'aide à la conduite”, en effet, si ces dernières fleurissent, le manque à gagner de l'État peut se récupérer *via* l'impôt sur ces sociétés. Mais L'État n'est pas essentiellement motivé par cet aspect pécuniaire mais bien par l'aspect humain puisqu'il souhaite préserver les citoyens de la violence routière.

B- Un marché français mature

Nous avons présenté dans la partie précédente les différents acteurs, notamment institutionnels opérant dans le monde des “assistants d'aide à la conduite”. C'est la matrice de Porter qui nous a semblé la plus pertinente pour analyser le marché français, ainsi nous allons pouvoir analyser l'environnement concurrentiel et le marché en France. Si l'on observe la situation actuelle, on remarque une situation assez complexe avec de nombreuses interactions entre les acteurs mais aussi une concurrence féroce entre les communautés (environ 2 millions pour Coyote System et plus de 3 millions pour Wikango). Les clients, qui composent ces communautés, sont en effet des sources d'informations essentielles, ils jouent un rôle fondamental dans l'économie de ce secteur que ce soit par les achats de ces boîtiers et l'apport de données. Les utilisateurs et les fournisseurs sont les mêmes personnes. On comprendra donc à travers la matrice de Porter, leur grande force de négociation. Ces communautés se sont notamment créées autour des acteurs majeurs du secteur qui sont déjà présents depuis un certain nombre d'année comme Coyote System qui date de 2005. Elles font la richesse de ces entreprises.

Les clients attendent des données fiables et des outils performants, c'est pour cela que les technologies utilisées et les données cartographiques sont extrêmement importantes, en effet, les producteurs de ces données et technologies vont influencer sur le produit final et ses possibilités.

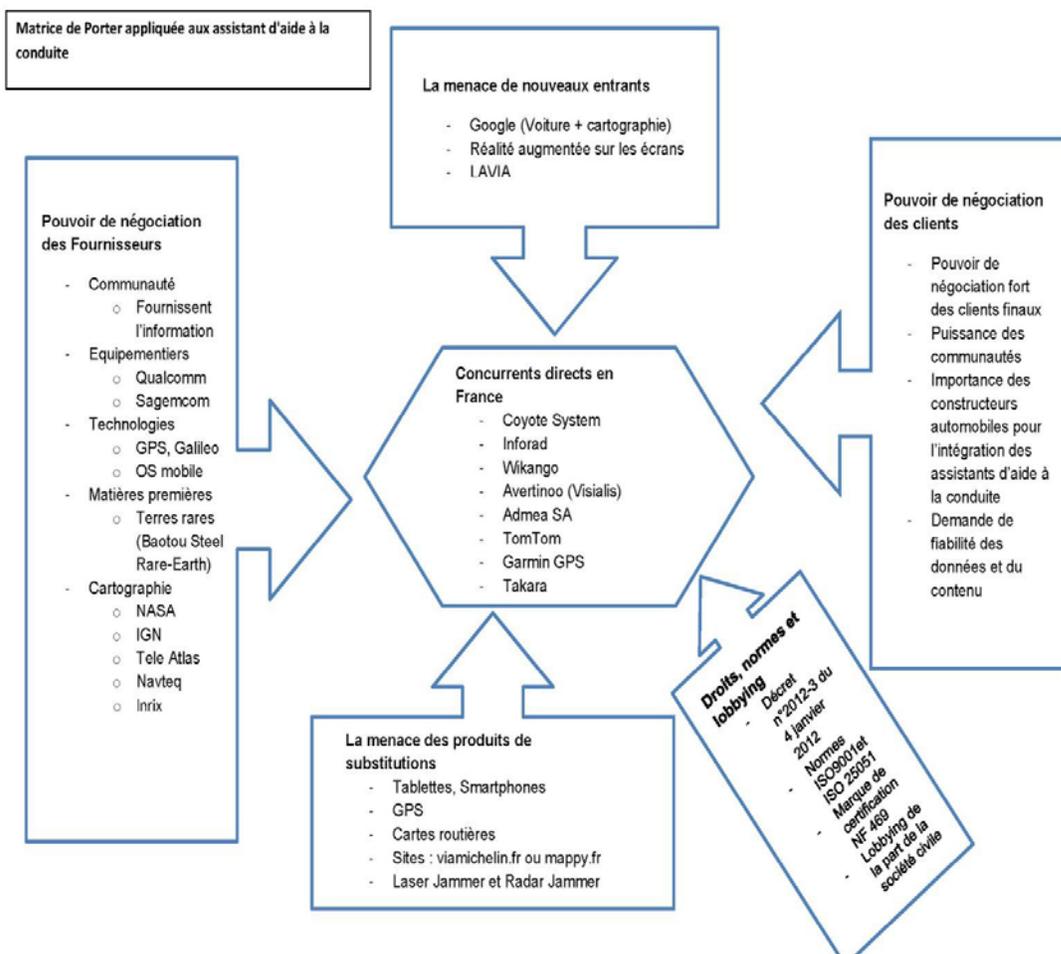
De plus en plus, un lien se crée entre les producteurs et les constructeurs automobiles. Ceux-ci, à l'image de Renault ou Peugeot, proposent des assistants

embarqués dans leurs voitures. Ces grandes sociétés sont alors des clients très exigeants et qui imposent des règles précises.

Les producteurs des “assistants d’aide à la conduite” sont de plus fortement dépendants des équipementiers et des nouvelles technologies qui sont bien souvent la propriété de grandes compagnies. Celles-ci vont pouvoir imposer leurs conditions en plus des communautés.

De plus, les producteurs d’assistants d’aide à la conduite doivent faire face à un écosystème technologique qui évolue fortement. On a donc de plus en plus de produits de substitutions qui apparaissent, notamment sur les plate-formes mobiles comme Android et iPhone. La différence la plus importante est alors liée à la qualité des informations proposées par les assistants comme celui de Clic&Go.

C’est un secteur qui est de plus fortement réglementé et sujet à des évolutions comme on l’a vu en 2011 et le décret n°2012-3 de janvier 2012. Il est aussi soumis à un fort lobbying de la part de la société civile (aussi bien par les pro-assistants que les opposants).



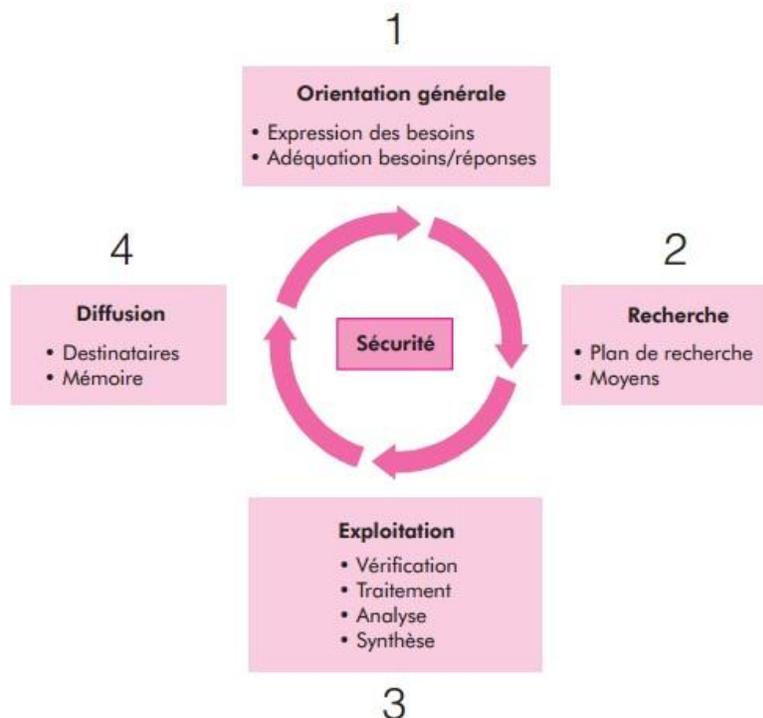
II- La mise en place de comportements pro-actifs de récoltes et de traitement de l'information

Une fois la situation informationnelle éclaircie, un cycle de renseignement alerte permettra d'être sensible à toute évolution, française comme américaine (A). Ce marché américain présente toutefois des particularités peu enclines à des arrivants étrangers (B).

A- Un cycle du renseignement à l'affût des évolutions à venir

Méthodologie détaillée

La méthodologie de veille stratégique se doit d'être un ensemble d'actions coordonnées et interdépendantes. Pour ce faire, le cycle du renseignement a été choisi. Ce cycle provenant du domaine de la Défense est un guide pérenne en matière de veille et de renseignement. Il est composé de quatre étapes principales : Orientation générale, recherche/collecte, exploitation et diffusion.



L'orientation générale, étape première du cycle, désigne l'expression des besoins, c'est à dire :

- L'identification du besoin informationnel
- La formulation de ce besoin informationnel en thématique générale
- La déclinaison de cette thématique en axes de veille
- La traduction de ces axes de veille en mots-clés permettant la recherche et la collecte ciblée des informations

La recherche / collecte désigne :

- La création d'équations de recherche
- L'identification des sources pertinentes pour la collecte automatisée d'information
- Le choix d'outils de collecte et de recherche d'informations

L'exploitation inclut :

- La vérification de la pertinence et de la véracité des informations collectées
- Le traitement de ces informations, par exemple un tri par mots-clés
- Une analyse, permettant d'associer des informations entre elles pour construire du sens
- Une synthèse des informations recueillies

La diffusion désigne :

- Le partage des informations synthétisées aux demandeurs d'informations
- La sauvegarde de ces informations

Cette dernière étape nécessite une réflexion sur le ou les destinataires des informations et la forme à utiliser pour transmettre ces informations.

Le principal atout de cette méthodologie est sa dimension itérative. Le cycle du renseignement permet de prendre en compte les modifications nécessaires dans une perspective d'amélioration de la qualité du système de veille.

Orientation générale

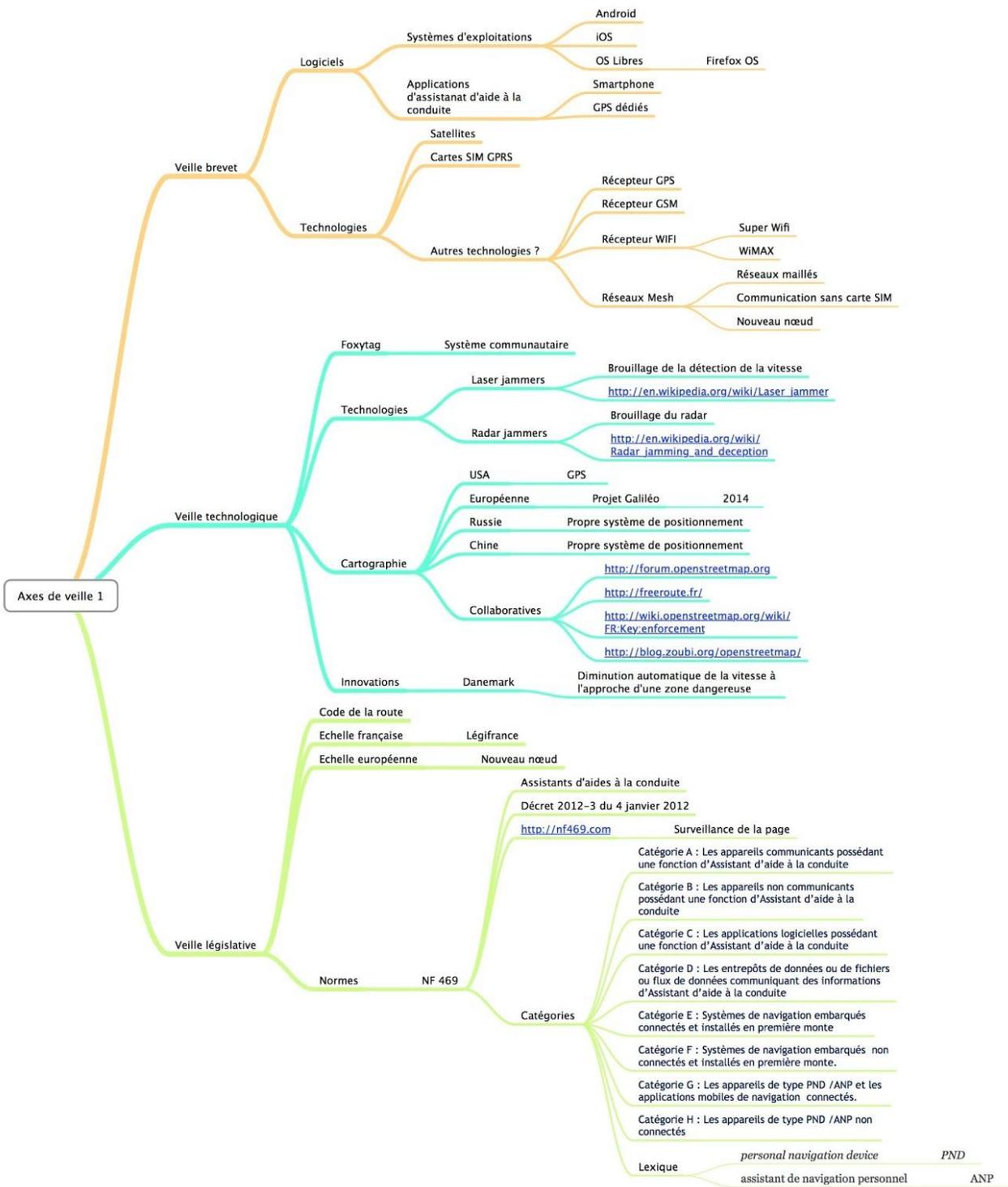
Le besoin informationnel est celui mentionné dans le sujet de COGENIE 2013 :
« Identifier et veiller sur l'ensemble des acteurs, parties prenantes, en France, dans l'environnement de votre client »

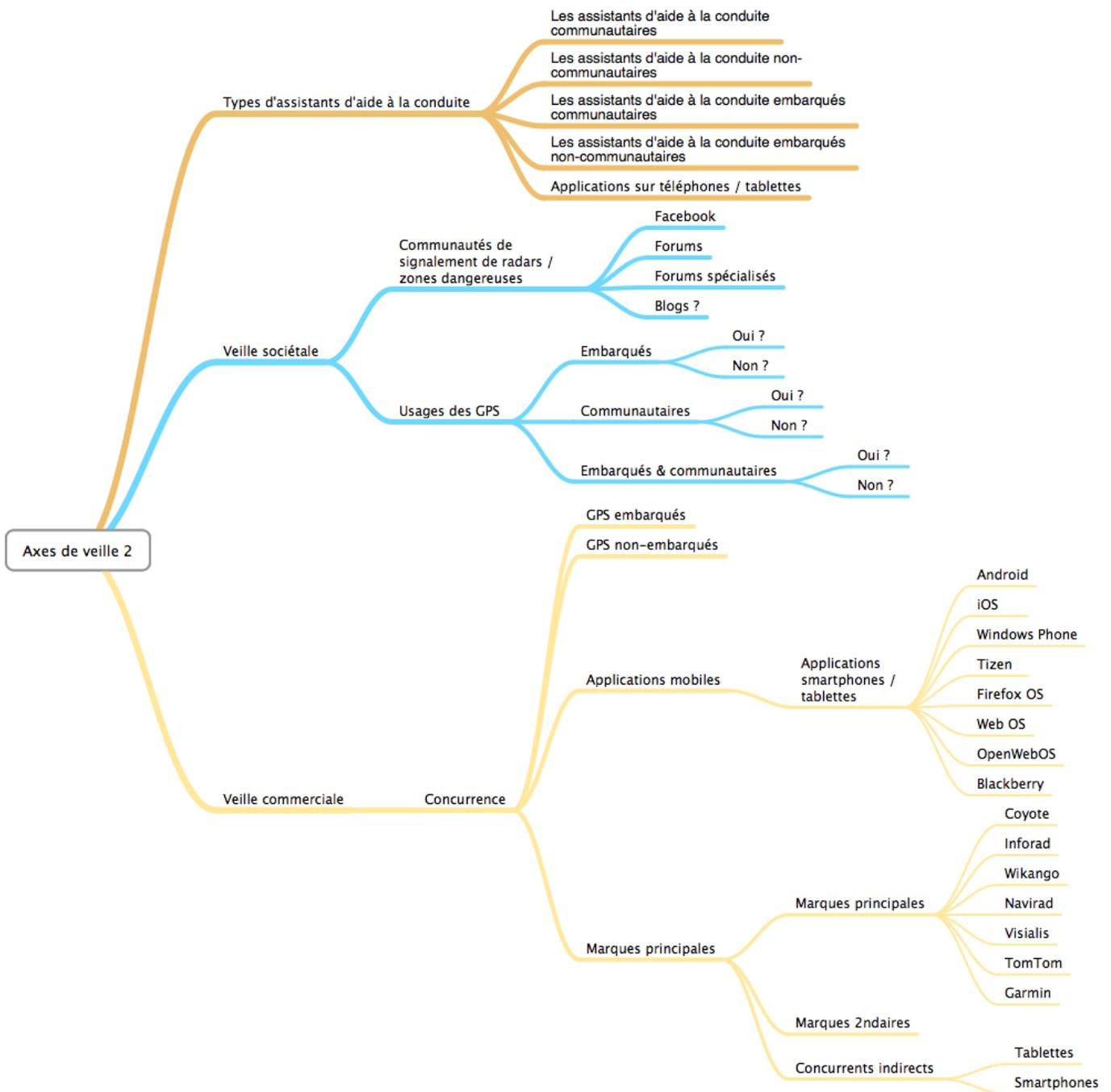
Si l'idée d'effectuer une veille ciblée uniquement sur les acteurs français peut sembler séduisante, il nous a semblé plus pertinent de formuler des axes de veille portant sur :

- Les acteurs français
- Les innovations, technologies et brevets liés aux assistants d'aide à la conduite
- Les réglementations françaises et européennes en matière d'assistants d'aide à la conduite ainsi que les normes qui sont liées

- La dimension sociétale des assistants d'aide à la conduite communautaire (catégorie dont fait partie Clic&Go)
- Les concurrents directs et indirects : fabricants d'assistants d'aide à la conduite, mais également créateurs d'applications smartphone d'aide à la conduite, ainsi que Google qui a également montré son intérêt pour l'aide à la conduite auparavant.

Les axes de veille sont détaillés ci-dessous :





Ces axes de veille une fois détaillés, nous avons ciblé notre démarche dans le cadre du concours COGENIE 2013 sur les assistants d'aide à la conduite d'un point de vue commercial, technologique, législatif et sociétal.

La pertinence des quatre axes de veille cités ci-dessus est en adéquation avec la réalité du marché des assistants d'aide à la conduite. Celui-ci est compétitif, propice à

l'innovation technologique et qui s'inscrit dans des changements sociétaux, notamment dans la logique collaborative dans laquelle est ancrée Clic&Go.

La déclinaison des axes de veille choisis en mots-clés donne les résultats suivants :

- Radar
- GPS
- Coyote
- Wikango
- Avertinoo
- Admea
- Navirad
- TomTom
- Garmin
- NF469

Il est convenu que cette liste de mots-clés est non-exhaustive et sera amenée à évoluer, dans la mesure où le cycle du renseignement est un cycle en perpétuelle amélioration.

Recherche / Collecte d'informations

Cette étape est cruciale pour le cycle du renseignement. L'identification des sources d'informations pertinentes à mettre en surveillance est en effet la condition nécessaire à l'efficacité d'un système de collecte d'informations automatisé. Afin d'identifier les sources pertinentes, nous avons choisi d'exploiter des listes de sources d'informations sur l'automobile préalablement qualifiées par des passionnés mais également par des professionnels de l'information.

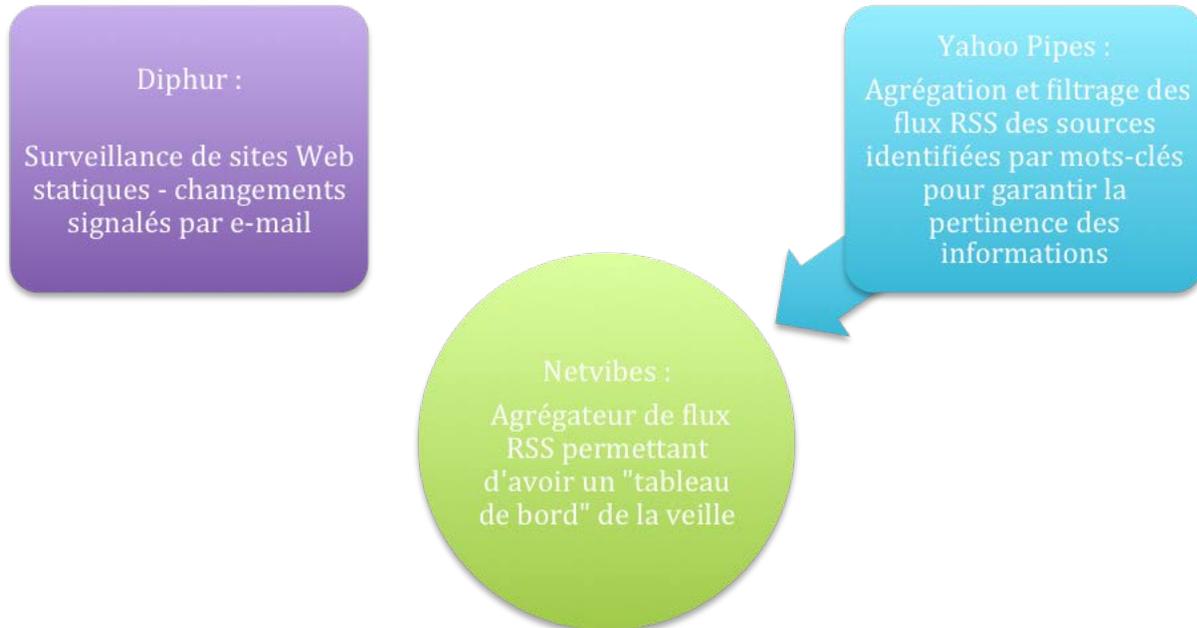
Ainsi, pour identifier les sources américaines riches en informations sur les innovations technologiques, nous avons choisi d'exploiter une sélection faite par le service de curation sociale Alltop.com, créé par Guy Kawasaki. Ce site recense des centaines de blogs différents sur des thématiques précises, allant de l'automobile au management, en passant par la santé. La section « Automobile » du site contient plus de 30 sources pertinentes sur le sujet. Pour y accéder : <http://autos.alltop.com>

37 sources anglaises et 30 sources françaises ont été sélectionnées.

Afin de collecter automatiquement les informations pertinentes, nous avons mis en place un système de veille basé sur l'utilisation de trois outils complémentaires :

- Diphur : Outil de surveillance de sites Web statiques. L'intérêt de cet outil est de permettre de surveiller les changements des sites Web qui ne possèdent pas de flux RSS et de signaler ces changements par e-mail ;

- Yahoo Pipes : Outil permettant d'agrégier les flux RSS des sources, de les filtrer par mots-clés et ainsi d'éviter le bruit informationnel lors de la collecte automatisée ;
- Netvibes : « Dashboard » de contenu, cet outil français permet de produire un tableau de bord centralisant les flux RSS créés par Yahoo Pipes et Diphur, donnant ainsi une vision globale du système de veille ;



Le système de veille crée par nos soins est accessible via les logins suivant :

Service	URLs et logins
Yahoo Pipes - France	http://tinyurl.com/clicandqofr Icomtec Cogenie cogenie.icomtec@yahoo.fr Pipes4Cogbylcom! 05/02/1980 Question 1 :Icomtec Question 2 : IAEPoitiers
Yahoo Pipes - USA	http://tinyurl.com/clicandgousa Même logins que le Yahoo Pipe France
Diphur	https://diphur.com cogenie2013 cogenie.icomtec@yahoo.fr Dip4Cogbylcom!

Netvibes	http://www.netvibes.com cogenie2013 cogenie.icomtec@yahoo.fr Net4Cogbylcom!
----------	--

Traitement et analyse des informations collectées

Le traitement des informations est effectué en amont par le système de veille, et notamment par les filtres inclus dans Yahoo Pipes. Ainsi, ces filtres par mots-clés permettent de réduire le bruit documentaire.

L'analyse des informations nécessite l'intervention humaine des veilleurs et d'analystes, ces derniers vont associer des données et des informations afin de construire du sens. La synthèse des informations va permettre l'émission d'un bulletin de veille construit en fonction du / des destinataires et de leur besoin informationnel.

Diffusion

Cette étape justifie la démarche de veille stratégique entreprise, puisqu'elle permet de rendre compte aux décideurs des informations utiles qui ont été collectées. Etant donné que le système de veille mis en place est récent, les informations utiles captées sont peu nombreuses. Dès lors, il convient d'effectuer cette démarche de veille sur le moyen - voire long - terme afin d'obtenir des informations pertinentes en lien avec les axes de la veille.

Le système de veille est, encore une fois, inscrit dans une démarche itérative de perpétuelle amélioration. En ce sens, si les mots clés choisis ou les sources identifiées s'avèrent peu pertinentes, il est nécessaire d'effectuer des modifications afin d'améliorer la qualité de la démarche.

B- Un marché Américain très fort mais indépendant

La norme américaine de référence pour l'utilisation des "assistants d'aide à la conduite" est celle édictée par la *Federal Highway Administration* le 19 janvier 1994. Cette norme autorise les "assistants d'aide à la conduite" dans tous les États fédérés, sauf pour les poids lourds. Toutefois, deux États ont interdit ces fameux boîtiers, il s'agit de l'Etat de Virginie et de Washington DC. De même, ils sont interdits plus marginalement dans les bases militaires. Cette situation démontre une liberté encore très forte des "assistants d'aide à la conduite" à la différence de l'Union Européenne et de la France. Cette liberté se retrouve dans l'état du marché américain des assistants, en effet, on compte environ 5 entreprises de constructeurs en forte concurrence :

- Beltronics
- Escort
- Cobra
- Whistler
- Valentine One

Ces entreprises ont développé leur propre système propriétaire de géolocalisation de radars ou zones dangereuses, on citera parmi ces systèmes : *Trinity* ou encore *Defender*. Cette liberté législative a permis une implantation de longue durée de ces entreprises dans les habitudes d'achats américains. De plus, cet idéal de liberté, fait écho, selon nos études sur les différents forums américains, à une certaine "résistance" au gouvernement qu'incarnent les radars. C'est à dire que la communauté est très soudée et nombreuse. Cela pourrait être un débouché important pour Clic&Go, toutefois, il faut souligner que ces différents aspects n'ont fait qu'accélérer la maturité du marché américain, plus encore que le marché français et européen. Enfin, il faut noter qu'une implantation potentielle ferait face, en plus de la concurrence, à la nécessité de construction d'une communauté à elle pour maintenir les mises à jour des cartes de radars. Cette communauté, compte tenu de ses habitudes peut être sensible au syndrome du "*Not Invented Here*". C'est à dire que les consommateurs peuvent être réticents à utiliser une technologie étrangère.

Rappelons aussi que c'est aux États-Unis, et plus précisément en Californie que se trouvent les essais les plus avancés des nouveaux entrants, notamment la "*Google Car*". Ce développement se fait en parallèle avec une amélioration continue de la cartographie de *Google, Street View*. Clic&Go aurait alors à rattraper son retard pour gagner des parts de marché sur le sol américain, créer une communauté et faire face aux nouveaux entrants sur leur propre terrain.

Conclusion

Clic&Go n'est clairement pas la première entreprise sur le marché des "assistants d'aide à la conduite" en France, comme à l'étranger. Notre analyse tend à démontrer un certain "effet ciseau". C'est à dire que deux mouvements contraires assailliront Clic&Go, la concurrence actuelle et la concurrence des nouveaux entrants.

Clic&Go aura fort à faire pour contrer les concurrents existants (Coyote, Valentine One, etc.). L'entreprise s'aligne effectivement sur une technologie implantée depuis au moins 7 ans. A cela s'ajoutent de nouvelles technologies, bien que fortement capitalistiques et se développant rapidement, ces technologies peuvent être vues comme l'ouverture d'un "nouveau front" pour l'entreprise en plus de la concurrence avec les acteurs actuels. De plus, cette technologie est critiquée et battue en brèche, surtout en France, dans la mesure où Armand Jung est annoncé pour prendre la présidence du Conseil National et qu'il est notoirement opposé à cette technologie.

Cependant, on notera qu'il y a un réel marché visant à prévenir les conducteurs des zones de risques et les zones dangereuses. Concernant le marché américain, celui-ci est encore plus compétitif que le marché français comme nous l'avons vu.

La théorie de la Reine Rouge prouve que le marché reste fleurissant mais Clic&Go a tout intérêt à précéder l'évolution et non à la poursuivre.