

Archos, le petit poucet français qui défie Apple

Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 02-10-2007 21:04:23

Archos, PME française qui s'est bâtie une solide réputation dans le domaine des baladeurs numériques multimédia, cherche à se défaire de son image élitiste et à élargir son public pour mieux résister à l'américain Apple et à son populaire iPod.

Inventeur du premier lecteur MP3 à disque dur en 2000, puis du premier baladeur vidéo en 2003, avant de lancer le premier modèle se connectant à internet par wifi, Archos a "tiré son épingle du jeu grâce à son avance technologique", explique son fondateur et PDG Henri Crohas.

D'ailleurs Archos, anagramme de Crohas, signifie "leader" en grec, rappelle cet ancien ingénieur pétrolier de Total qui cultive la discrétion.

Avec 200 personnes, 124 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2006 et un million de baladeurs vendus par an (contre près de 40 millions pour Apple), l'entreprise, qui a vu le jour en 1988 dans un garage de la banlieue parisienne, n'a pas la force de frappe de la firme à la Pomme.

"En marketing, nous ne faisons pas le poids, d'autant plus qu'Apple est un maître du genre", répond M. Crohas aux critiques sur son absence de politique de communication. De même, face aux géants de l'électronique, comme Philips ou Samsung, partis à l'offensive sur le marché des baladeurs, l'acteur français fait figure de petit poucet.

Archos a donc fait le choix d'un positionnement différent, très haut de gamme, privilégiant la vidéo. "Les consommateurs d'Archos sont des aficionados, à la pointe de la technologie" et prêts à déboursier 250 euros en moyenne pour un baladeur, contre 90 euros sur l'ensemble du marché, souligne Sébastien Rosbo, analyste chez Gfk.

"C'est ce qui fait qu'Archos existe et se bat. Tous les acteurs qui ont tenté un combat frontal avec Apple ont disparu ou se sont retirés", témoigne le président d'Archos, qui a frôlé la faillite en 2004, victime de la déferlante iPod, et a encore connu un premier semestre 2007 difficile.

Le récent lancement par Apple d'un baladeur wifi doté d'un écran tactile, l'iPod Touch, qui concurrence directement les modèles d'Archos, pose un nouveau défi au pionnier français.

Optimiste, Henri Crohas parie sur "un effet stimulateur", observant que le "marché est en train de remonter vers le haut". Une tendance qui ne peut que lui profiter, estime l'entrepreneur, mettant en avant les atouts de sa gamme.

Archos attend notamment beaucoup de sa nouvelle offre de vidéos à la demande qui permet de télécharger des films, programmes télévisés et titres musicaux directement sur son baladeur, depuis des sites partenaires comme la Fnac. "Je pense qu'avec ce portail, nous sommes en passe de trouver l'effet de levier qui nous manquait", affirme M. Crohas.

Cela suffira-t-il pour conquérir le grand public? Souvent jugés trop cher, à l'interface compliquée et à l'apparence austère, les baladeurs d'Archos ont été relookés et le fabricant vient de réduire considérablement leurs prix.

Hélène, 36 ans, inconditionnelle d'Archos dont elle salue les "prouesses technologiques", regrette encore "le manque de couleurs et de personnalisation". Loin du gadget branché d'Apple, "Archos a toujours fait dans le sobre et le fonctionnel", dit-elle.

Mais "les ingénieurs se sont rendus compte qu'une partie de leur travail consistait à faire joli et Archos a beaucoup progressé dans le design", note Rémi Durand, responsable marketing produits de la société. Un impératif pour transformer longueur d'avance technologique en succès économique.

AFP