

Archos, qui se positionne à la deuxième place du marché français des baladeurs numériques, exporte dans le monde entier et s'impose un rythme échevelé de lancements et d'innovations. Sans aucun complexe face au leader Apple.

Archos rêve de croquer la pomme

Rien n'est jamais assez innovant pour Archos. Cette entreprise française, qui détient 20 % du marché très concurrentiel des baladeurs numériques dans l'Hexagone, a choisi pour devise "On the Go", qui illustre bien la course en avant dans laquelle elle s'est lancée depuis 1988. C'est à cette époque qu'Henri Crohas fonde l'entreprise et la baptise avec une anagramme de son nom. Comme dans toutes les heureuses légendes de l'informatique, la naissance d'Archos a pour décor un garage. L'activité de départ, les périphériques type graveurs ou disques durs, va rapidement laisser la place à la conception de matériel nomade miniaturisé. Le siège d'Archos s'installe à Igny, dans l'Essonne, site où il se trouve encore aujourd'hui.

Dans plus de 40 pays

Depuis 2000, Archos lance une nouvelle génération de baladeur par an. 2002 signe l'avance technologique des petits Français avec le tout premier baladeur vidéo du marché, prouesse technologique qui s'enrichira au fil des générations d'un tuner TNT, du wifi, de l'enregistrement de la télévision...

« Nous réalisons aujourd'hui un chiffre d'affaires de 130 millions d'euros, dont 25 % en France et le reste dans plus de 40 pays, souligne Didier Grychta, directeur général France Benelux export d'Archos. Notre organisation est simple : Archos compte 230 salariés dont une moitié est basée à Igny. Ce sont pour l'essentiel des ingénieurs R&D, les autres

étant répartis dans nos filiales en Allemagne, Italie, Chine, Etats-Unis. » La production ne s'effectue pas en France, mais en Chine. « Toutes les pièces nécessaires à la fabrication de nos baladeurs viennent de Chine, mais nos produits sont assemblés en France, dans l'usine Canon de Rennes, à raison d'environ un million d'unités par an. »

Une offre d'abonnement inédite

Les baladeurs Archos sont commercialisés en GMS, mais surtout en distribution spécialisée. « La Fnac est notre premier client, le niveau technologique de nos produits demandant un discours de spécialiste en matière de vente », explique Didier Grychta. Pour le 3^e trimestre 2007, Archos a publié des chiffres en recul de 15 % (24 M€) et les analystes ont anticipé un exercice déficitaire. C'est mal connaître la réactivité de l'entreprise. Outre le fait que la fin d'année constitue, avec Noël, une opportunité de redresser la barre, la marque annonce une petite révolution dans le monde du baladeur multimédia.

Le dernier modèle lancé en juin, le 605, est assorti d'un prix de vente qui s'échelonne de 199 à 299 euros selon sa capacité de stockage. Un niveau de prix qui n'est pas accessible au plus grand nombre. D'où l'idée d'Archos de démocratiser son produit grâce à un concept qui a déjà fait ses preuves en téléphonie. « Nous allons proposer, dès décembre sur archos.com et dans le courant du 1^{er} trimestre 2008 en distribution, une offre d'abonnement inédite. Pour 1 euro



au départ puis 19,99 euros par mois pendant 24 mois, le client bénéficiera d'un baladeur Archos dernière génération 605 wifi 4 Go, d'une station DVR et d'un abonnement pour télécharger deux films par mois au choix », annonce Didier Grychta. Archos Média Club, c'est le nom de cette offre, permettra aux abonnés de télécharger des films sur un site web et de les visionner à la télévision. Selon NPA Conseil, le marché de la vidéo à la demande (VOD) devrait dépasser les 339 millions d'euros en 2011, contre 16,9 millions en 2006. A cette date, la VOD via la télévision (câble, satellite) et l'ADSL devrait peser quelque 335 millions d'euros, contre 4 millions pour la VOD sur ordinateur. Le projet d'Archos est donc de venir infléchir cette tendance en développant la VOD via l'ordinateur, de façon accessible et conviviale. D'après Didier Grychta, l'accueil des distributeurs est

Depuis 2000, la société Archos lance une nouvelle génération de baladeurs numériques chaque année. Le dernier modèle, le 605, est porteur de toutes les innovations de la marque : téléchargement de films en wifi, enregistrement télé en direct ou en différé, guide des programmes... A l'occasion du 30^e anniversaire de la mort de Charlie Chaplin, Archos s'associe à MK2 pour proposer une série limitée du 605, qui contient une sélection de dix films du maître.



positif. Archos Media Club leur donne la possibilité de mettre un pied sur le marché de la VOD, un marché très prometteur si on en croit les projections. « En magasin, l'abonnement se fera comme pour la téléphonie ou Canal+. Les distributeurs seront rémunérés par une commission sur les abonnements, et sur les éventuels achats de films. »

Le lancement de ce package donnera lieu à une campagne de communication sur le web dans un premier temps, puis un matériel de promotion spécifique sera développé dans les points de vente. L'offre devrait être déployée en Europe au 2^e trimestre 2008, puis aux Etats-Unis dans le courant du 3^e trimestre. Et pour que son concept soit irrésistible, Archos est en pourparlers avec Warner, afin de construire un partenariat qui ouvrirait aux abonnés d'Archos Média Club les portes d'une des plus grandes bibliothèques de films du monde, riche

de plusieurs milliers de références. A terme, Archos espère proposer à ses clients un catalogue de 5 000 films, avec des titres adaptés à chaque pays. Mais Archos Media Club n'est pas la seule innovation de cette fin d'année.

Ergonomie de programmation

A la fin du mois de novembre, la marque va proposer Archos TV+, qui sera disponible dans un premier temps sur internet et dans les circuits de distribution spécialisés. Il s'agit d'un boîtier qui permet à l'utilisateur d'enregistrer ses émissions télé à partir d'un guide des programmes intégré, de surfer sur internet grâce au wifi ou à une connexion ethernet, de regarder des web vidéo, de visionner sur un écran télé les photos contenues dans un PC... Le tout grâce à une télécommande équipée d'un viseur et d'un clavier. « C'est un bouleversement pour Archos. Après avoir investi

le monde "nomade" pendant plusieurs décennies, nous entrons dans le "statique" », s'enthousiasme Didier Grychta. Il est vrai qu'Archos TV+ ouvre considérablement le champ des activités possibles sans quitter son canapé. Et en cas d'absence, il n'est plus question de se passer de sa série télé favorite. L'appareil, qui peut stocker jusqu'à 450 heures de vidéo, est là pour enregistrer, le tout avec une ergonomie simplissime de programmation : il suffit de sélectionner le film ou l'émission sur le guide des programmes.

En résumé, Archos se bat et entend bien continuer à venir chatouiller son principal concurrent, Apple (40 % de part de marché des baladeurs numériques en France). C'est pourquoi la génération 6 occupe déjà toute l'énergie et la créativité des ingénieurs d'Igny. Mais patience, le lancement est prévu en juin prochain. ■ Caroline Maréchal