

## **les derniers mohicans de la high-tech française**

**Archos, Parrot, Bookeen, Focal, LaCie... Alors que l'électronique grand public est dominée par les géants asiatiques et américains, certains acteurs français parviennent à survivre. En abandonnant toute fabrication dans l'Hexagone...**

Une société française leader sur le marché des tablettes tactiles, le produit high-tech le plus en vogue cette année. C'est le tour de force qu'a réussi à accomplir Archos. Depuis le début 2011, cette PME de moins de 200 salariés pointe à la deuxième place du marché français en volume de ventes, derrière l'iPad d'Apple, mais devant Acer, Samsung ou Asus, les géants asiatiques. Archos se positionne même dans le trio de tête européen ! « *Cette réussite montre qu'il n'y a pas de fatalité dans l'électronique grand public pour les acteurs français. Même si c'est dur, il est possible de se faire une place au milieu des mastodontes américains ou asiatiques* », se réjouit Henri Crohas, fondateur et PDG d'Archos. Les résultats du groupe en témoignent : après cinq trimestres d'affilée de croissance, le chiffre d'affaires d'Archos a encore bondi de 101 % au troisième trimestre, à 34,5 millions d'euros.

L'exemple d'Archos est porteur d'espoirs nouveaux pour les rares représentants français de l'électronique grand public. Le spécialiste des enceintes acoustiques Focal, le constructeur de liseuses électroniques Bookeen, le fabricant de disques durs LaCie, la start-up Withings, dont la balance connectée connaît un certain succès outre-Atlantique... Mais aussi les spécialistes d'avertisseurs de radar Coyote, Inforad et Wikango, le concepteur d'enceintes en verre Waterfall, le vendeur de baladeurs Memup, ou encore BigBen Interactive, fabricant d'accessoires pour consoles de jeux et téléphones portables. Sans oublier Parrot, spécialiste des produits sans fil - autoradios, systèmes Bluetooth embarqués, cadres numériques - qui a lancé l'année dernière un produit à sensation, le Drone, un quadricoptère piloté depuis un iPhone ou un smartphone Android.

### **Concurrence asiatique**

Ces sociétés sont les dernières représentantes du Consumer Electronics à la française. Au cours de ces dix dernières années, la plupart des champions nationaux ont jeté l'éponge face à la concurrence asiatique. En 2004, Thomson, ancien leader mondial des téléviseurs dans les années 1990 - devenu Technicolor en 2010 -, cédait son activité de téléviseurs au chinois TCL. La même année, Alcatel abandonnait son activité de téléphones portables - Alcatel

Mobile Phones -au même constructeur. Destinée identique pour l'activité grand public de Sagem : le fabricant - qui était encore leader du marché français des téléphones mobiles en 2004 -a disparu à la suite de son absorption dans Safran, né de la fusion avec Snecma. Depuis, ses activités de communication et de téléphonie mobile ont été filialisées, au travers de deux sociétés : Sagemcom (qui produit des décodeurs, fax, téléphones résidentiels, compteurs intelligents), racheté cette année par le fonds Carlyle. Et Sagem Wireless, devenu depuis Mobewire, qui a déposé le bilan en juin dernier après avoir tenté de s'imposer comme fabricant de téléphones en marque blanche. « *C'est un beau gâchis. On avait des leaders reconnus sur le secteur et, maintenant, il n'y a plus que quelques PME* » se désole un analyste. Le mal n'est pas que français. Au cours des dernières années, des groupes comme l'allemand Siemens - qui a revendu sa division téléphonie au taïwanais BenQ en 2005, puis celle de matériel informatique à Fujitsu -, le hollandais Philips - qui a cédé en novembre au chinois TPV sa branche téléviseurs -se sont également retirés de ces marchés de masse. Et, actuellement, c'est le dernier géant du Vieux Continent, Nokia, qui est en difficultés : le groupe finlandais, concurrencé par les smartphones d'Apple, de Samsung ou de HTC, est en perte depuis plusieurs trimestres et enchaîne les plans de restructuration.

Les raisons de cette déroute sont nombreuses. Concurrence de nouveaux acteurs coréens, taïwanais puis chinois aux capacités financières et manufacturières gigantesques, différentiel de coût du travail... Des paramètres qui expliquent le recul de l'industrie française en général.

La question du soutien de l'Etat, qui n'a pu empêcher l'écosystème de se déliter, est aussi posée. Certes, les industriels peuvent profiter de différents leviers publics, comme le crédit d'impôt recherche, les aides classiques à la création, les pôles de compétitivité (Systemic, Cap Digital...), et plus récemment le grand emprunt, qui prévoit d'allouer 4,5 milliards d'euros au numérique... Mais ces outils sont souvent jugés insuffisants dans la profession. « *A un moment donné, si on veut s'imposer dans un secteur, notamment technologique, il faut une vaste politique publique d'investissement et d'aide, comme cela se fait aux Etats-Unis, à Taiwan, ou en Israël* », juge le patron d'un de ces industriels.

Pas facile, alors que l'opinion et les politiques ignorent parfois même l'existence d'acteurs français dans ce secteur. L'exemple d'Archos est à ce titre révélateur... En octobre dernier, le fabricant n'avait pas été retenu par Orange et le gouvernement dans une offre visant à proposer une tablette aux étudiants au prix de 1 euro par jour. L'absence du seul acteur français du secteur, alors que ses concurrents - Apple avec l'iPad, Samsung avec la Galaxy Tab -ont été retenus, avait alors déclenché une vaste levée de boucliers, incitant Archos à monter une offre concurrente avec Bouygues Telecom.

## **Des freins culturels**

Plus profondément, les raisons du repli français tiennent à des facteurs culturels, liés notamment à la difficulté de percer dans les produits grand public. Le cas d'école est bien sûr le Minitel, qui a régné pendant des années dans les foyers français, sans jamais dépasser nos frontières. Mais on peut en dire autant du baladeur numérique : dès 2000, Archos lançait le premier lecteur MP3, le Jukebook 6000, un an avant l'iPod, mais à un prix trop élevé (3.500 francs à l'époque) pour espérer se vendre en masse. « *L'industrie française a toujours eu une culture beaucoup plus "B to B" que grand public. Cela rejoint notre culture d'ingénieur très pointue, mais pas toujours très adaptée à l'évolution du marché, qui veut des produits toujours plus simples d'utilisation* », juge Olivier Ezhratti, consultant en stratégie de l'innovation.

Autre faiblesse de la culture française : sa réactivité. « *Dans l'électronique grand public, on raisonne sur des cycles très courts. Il faut être capable d'anticiper, d'adapter ses structures et ses produits très rapidement aux nouveaux besoins. Ce qui, en France, n'est pas toujours facile* », juge Benoît Flament, directeur général d'IT Asset Management. C'est pourtant ce qu'a réussi à réaliser Archos : passé tout près de la faillite en 2009, le groupe a entièrement revu son modèle industriel - il sous-traite l'intégralité de sa production à un partenaire chinois - et s'est depuis positionné sur des produits d'entrée de gamme, alors que ses produits étaient jusqu'ici réservés à une clientèle de geeks passionnés. Désormais, ses tablettes sont vendues à moins de 300 euros, contre plus de 500 euros pour la plupart de ses concurrents...

Cette faculté à prendre des risques est fondamentale. Apple, Microsoft, [Google](#), Facebook... L'histoire de la high-tech est peuplée de visionnaires qui ont su s'affranchir des chemins tracés. En France, les exemples sont plus rares. « *On a moins cette culture de l'entrepreneuriat, laissant la possibilité aux gens de se tromper. Nos groupes sont bridés par une culture des indicateurs qui limitent in fine la prise de risques* », juge Eric Carreel, fondateur de Withings et cofondateur d'Inventel, l'ancien fabricant de la Livebox d'Orange. Sans compter que les petits génies scientifiques vont plus volontiers vers des secteurs très en vue dans l'Hexagone, comme l'aéronautique ou l'énergie, voire la finance. Les passionnés de technologie, eux, ont tendance à s'exiler à l'étranger. Soit pour rejoindre des groupes stars du secteur, soit en lançant directement leur structure à l'étranger. L'univers d'Internet a déjà montré la voie : de nombreux entrepreneurs français ont choisi de s'installer directement dans la Silicon Valley. Loïc Le Meur, patron de Seismic, et Jean-Baptiste Rudelle, de Criteo, y ont implanté leur société, tout comme Viadeo. Le réseau social va plus loin : son fondateur, Dan Serfat, s'est lui-même installé... en Chine. De fait, outre l'écosystème, les investissements sont souvent plus aisés à trouver dans ces régions. L'an dernier, les sociétés européennes n'ont reçu que 4,9 milliards de dollars en capital-risque, quand leurs cousines américaines obtenaient 22 milliards, selon l'Association européenne du capital-risque.

Pour les patrons restants en France, les moyens de se différencier sont rares. Et, sans surprise, ils reposent avant tout sur l'innovation. « *C'est la clef dans ce secteur, sans cela, on ne peut pas grand-chose* », juge Henri Seydoux, le PDG de Parrot. Avec un bac pour tout cursus, l'homme, considéré comme un geek invétéré, est un autodidacte. Créé en 1994, le groupe est parti de la reconnaissance vocale puis des composants de traitements du signal pour finalement se lancer sur des marchés grand public (AR. Drone, cadre numérique...) où il peut se différencier grâce à ses technologies. Le groupe consacre chaque année 15 % de ses dépenses de R&D à l'invention de nouveaux produits. De fait, le groupe est une société « *fabless* », sans usines - il sous-traite l'ensemble de sa fabrication à des partenaires -, ce qui lui permet de se concentrer sur l'innovation, le design et le marketing. Un modèle choisi par la plupart des acteurs. Archos, Bookeen, Withings, Coyote : tous, à de rares exceptions près - comme Focal, qui conserve sa production sur son site stéphanois -, n'ont aucun outil industriel. Le modèle est devenu classique dans le secteur : Apple ou encore le spécialiste des puces pour téléphones Qualcomm ne possèdent aucune usine en propre. Reste que la situation française est différente. « *Le problème, c'est qu'on a laissé partir toute une filière de sous-traitants, de fabricants de composants, qui ne pourra pas revivre de sitôt* », juge Philippe Spruch, directeur général de LaCie. C'est un risque : en renonçant à la production, les fabricants high-tech risquent de creuser un peu plus la tombe de l'industrie française...