E-Ten

Le smartphone autrement

Acer rachète E-Ten pour 290 millions de dollars

Début mars, le fabricant d'ordinateur Acer annonçait le rachat d'E-ten. Selon le groupe taïwanais, l'opération a été approuvée à l'unanimité par les deux conseils d'administration et devrait être bouclée dans le courant du troisième trimestre 2008. La transaction serait montée à 290 millions de dollars.

Entretien avec

Teresa Chou
Director International Sales & Marketing Department
Charlotte Lee
Sales Manager

Spécialisée dans les smartphones équipés de Windows Mobile, E-Ten tente de se démarquer de ses concurrents en intégrant notamment des écrans à la définition élevée et le GPS. A l'occasion du World Mobile Congress de Barcelone, le JDLI a rencontré Teresa Chou et Charlotte Lee pour faire un point sur la stratégie du constructeur en Europe. par Driss Abdi

JDLI : E-ten a une longue expérience en matière de systèmes d'exploitation. Comment êtes-vous arrivés à la téléphonie mobile ?
Teresa Chou et Charlotte Lee : E-ten est une société basée à Taiwan qui a été créée il y a plus de 20 ans. A l'origine, nous avons développé le tout premier système d'exploitation en langue chinoise jusqu'à ce que Windows arrive. Dans les années 90, E-Ten a ensuite développé des solutions pour PDA, notamment pour les milieux boursiers. Nous fournissions d'abord les logiciels avant de proposer des terminaux. Il y a sept ans, nous nous sommes lancés sur le marché du smartphone sous Windows Mobile uniquement. E-Ten compte 500 employés et nous développons intégralement nos téléphones.

" Le smartphone doit rester un vrai téléphone, simple à utiliser avec un accès rapide aux contacts. "

Comment voyez-vous évoluer le marché du smartphone ?
Ce marché s'ouvre aujourd'hui au grand public et nous disposons d'ailleurs de modèles à moins de 300 dollars. Ainsi, de plus en plus d'utilisateurs peuvent s'offrir un téléphone vraiment complet. Ajoutez à cela un design attrayant ainsi que de nombreuses fonctionnalités multimédia et on comprend aisément le succès du smartphone au-delà du monde professionnel. Dans le même temps, il doit rester un vrai téléphone, simple à utiliser avec un accès rapide aux contacts. L'interface doit également être attrayante et les fonctions tactiles en facilitent l'usage. Le Glofiish V900 qui sortira en juillet prochain est équipé de notre nouvelle interface intuitive qui allie simplicité d'emploi et design moderne. Il sera également équipé de la DVB-H pour recevoir la télévision sur mobile.

Quelle est votre position sur le marché et en quoi vos modèles se différencient-ils de la concurrence ?
Nous sommes numéro deux à Taiwan juste derrière HTC. Nos terminaux sont pratiquement tous équipés d'un GPS et d'un écran VGA avec une résolution quatre fois plus élevée que les produits concurrents. D'autres innovations suivront en gardant toujours le grand public au centre de nos préoccupations. Nous allons lancer sept nouveaux smartphones cette année.

L'iPhone est-il une bonne ou une mauvaise chose pour vous ?
C'est une très bonne chose, cela génère de l'intérêt pour ce type de produits et le marché est suffisamment important pour tout le monde.

Croyez-vous que le GPS est une fonction essentielle ?
En Europe, le GPS est très prisé et il s'agit pour nous d'un marché très important. Ainsi, pratiquement tous nos terminaux intègrent un GPS. D'ailleurs, pourquoi emporter deux appareils quand un seul peut tout faire ? En revanche, nous laissons le choix du logiciel au distributeur car chaque pays a ses préférences.

Quelles sont vos prochaines innovations technologiques ?
Avec le V900 qui sera disponible au mois de juillet, nous allons proposer notre nouvelle interface tactile, un appareil photo haut de gamme et la DVB-H, une norme dérivée de la TNT qui permet de regarder la télévision sur mobile.

Quelle est l'importance du marché européen ?
L'Europe est notre principal marché mais nous sommes aussi présents au Moyen-Orient, en Inde et dans une moindre mesure aux Etats-Unis. En Europe, nous doublons notre croissance chaque année. Dans chaque pays, nous avons un ou plusieurs distributeurs sans contrat d'exclusivité. Nous travaillons avec eux pour faire la promotion de nos terminaux.