Nokia

Sur tous les fronts

Musique, photo, GPS et jeux, Nokia est présent dans tous les secteurs pour s'imposer comme le leader mondial de la téléphonie mobile. Au-delà des terminaux, le constructeur s'investit dans l'offre de contenu et de services pour conforter ses positions et développer de nouveaux axes de croissance. par Driss Abdi

Entretien avec

Xavier Sautereau
Directeur Marketing Produits et Services, Nokia France

JDLI : Quelle est la position de Nokia aujourd'hui ?
Xavier Sauterau : Nokia est le leader sur le marché mondial de la téléphonie mobile. Nous avons récemment communiqué des résultats qui montrent que nous continuons de nous imposer de façon générale quelle que soit la gamme de produits. Nous développons également d'autres axes de croissance autour des services et la société a été réorganisée au mois de janvier dernier pour adopter une structure plus adaptée dans cette optique. D'ailleurs, il ne se passe pas un mois sans que nous fassions une annonce dans le monde des services et du contenu. La France est encore un marché à part sur lequel Nokia n'est pas encore leader. L'ensemble des équipes travaille dur pour reconquérir cette position. Nous avons récemment annoncé des produits qui sont plus en phase avec les attentes des consommateurs avec des terminaux dont le design est plus séduisant et un retour au format à clapet très prisé. Ce sont des facteurs clefs pour réussir sur le marché français.

Est-il plus judicieux de proposer un téléphone multifonction ou au contraire privilégier un usage spécifique ?
Il est important de faire les deux. Aujourd'hui, Nokia développe ses produits après avoir réalisé des études consommateur très poussées dans 80 pays avec une large base de clients afin d'identifier au mieux leurs attentes. Certaines cibles ont un usage spécifique, une attente précise comme par exemple la photo ou tout simplement téléphoner. D'autres plus friands de technologie veulent des terminaux multi-fonctions, ces concentrés de technologie pour profiter de toutes les fonctionnalités qu'un mobile peut offrir.

Pourquoi laissez-vous le design aux autres constructeurs ?
Le calendrier de lancement des produits grand public s'étale sur l'ensemble de l'année et nous lançons en moyenne 45 terminaux par an. Les annonces récentes et notamment celles du World Mobile Congress de Barcelone étaient axées sur des produits à forte connotation technologique, comme les Multimedia Computers de la série N ou encore les terminaux qui disposent du GPS, qui est la fonction d'avenir sur le téléphone mobile. Nous sommes d'ailleurs leader sur ce marché et nous allons conforter cette position. Nous avons complété ces annonces avec des produits pour l'entrée de gamme sur lesquels le design a été travaillé pour offrir des terminaux colorés et fins. Enfin, nous venons d'annoncer les Nokia 3600 et Nokia 6600 qui sont non seulement aboutis en termes de technologie mais aussi dotés d'un design très séduisant.

Comment voyez-vous évoluer le smartphone grand public à la fois en termes de marché et de terminal ?
Le smartphone grand public va évoluer parallèlement aux offres des opérateurs car le développement de l'usage va de pair avec la tarification associée. Les opérateurs proposent maintenant des offres illimitées qui permettent de développer l'Internet mobile par exemple. Chez Nokia, nous ne parlons plus de smartphones mais carrément de « Multimedia Computer » qui permettent d'accéder à son contenu, à l'information ou au divertissement où que l'on soit. Les caractéristiques autrefois réservées aux terminaux haut de gamme deviennent accessibles au grand public. C'est notamment le cas de l'email par exemple.

La vente de musique via un portail, est-ce un nouvel axe de développement majeur pour Nokia ?
La musique fait partie de l'offre de divertissement, tout comme le jeu que Nokia développe également beaucoup. Notre objectif est d'offrir la possibilité au consommateur de retrouver le même univers musical sur son mobile que sur son PC. L'expérience est donc la même.

Le contenu prend une part de plus en plus importante, de simple constructeur êtes-vous en train de devenir développeur de contenu ?

" N-Gage est une application qui offre le meilleur du jeu sur mobile. Nous avons gardé cette marque car elle bénéficie d'une forte reconnaissance mondiale. "

© NOKIA

Nous le sommes depuis longtemps en ce qui concerne le jeu avec N-Gage et nous allons continuer à développer cette gamme. C'est différent pour la musique. Nous ne sommes pas producteurs mais nous avons des partenariats très forts avec les majors et les spécialistes du monde de la musique qui font très bien leur métier. Il y a eu récemment une signature avec Sony BMG et nous travaillons étroitement avec les labels indépendants.

Quels sont les avantages du GPS sur mobile par rapport aux systèmes de navigation autonomes ?
Le plus évident est qu'il tient dans la poche. Aujourd'hui, la notion de GPS est généralement associée à un usage en voiture. Grâce à Nokia Maps, la localisation et le guidage se conçoivent aussi pour le piéton. Nous avons pour volonté de développer le GPS connecté qui est différent du simple GPS de voiture, grâce aux interactions avec l'Internet pour chercher des points d'intérêt dans une démarche touristique ou professionnelle par exemple. Quelqu'un qui part en week-end dans une ville européenne peut préalablement télécharger gratuitement une carte sur notre site mais aussi sélectionner un guide pour s'informer.

Peut-on envisager une généralisation du GPS même en entrée de gamme à l'instar de la photo ?
Nous avons déjà segmenté notre offre avec les Nseries qui offrent la navigation tout comme le Navigator commercialisé depuis déjà un an. Nos gammes sont complémentaires. Il est évident que le marché du GPS connaît une explosion depuis deux ans maintenant et les progrès de la technologie permettent d'offrir une expérience plus aboutie. Toutefois, nous n'avons pas encore d'informations précises que nous pouvons dévoiler au sujet de notre roadmap en développement.

Comment faire payer un abonnement pour la navigation quand tout est compris dans le prix d'achat d'un GPS autonome ?
Aujourd'hui, la navigation vocale est un service payant sur Nokia Maps, même si certains terminaux l'intègrent pré-activée. Nous avons pris le contrepied des fabricants traditionnels qui facturent la mise à jour de leurs cartes ou qui enferment le consommateur dans une zone géographique bien précise avec une carte pour un pays donné. L'usage en mobilité permet de partir n'importe où dans le monde et de télécharger gratuitement la carte dont on a besoin. Ensuite, l'activation de la navigation vocale est optionnelle surtout qu'elle n'est pas indispensable pour un usage piéton par exemple. La promesse de Nokia est donc d'offrir gratuitement des cartes mises à jour tous les trois mois en utilisant l'expertise de la société pour offrir au consommateur l'expérience la plus aboutie et la plus fiable qui soit.

Vous relancez la marque N-Gage, quel est le positionnement ? Pourquoi garder cette marque qui a qui n'a pas été un grand succès ?
N-Gage est une application qui offre le meilleur du jeu sur mobile. Nous avons gardé cette marque car elle bénéficie d'une forte reconnaissance au niveau mondial grâce à la première génération N-Gage QD. Certes le succès n'a pas été phénoménal en France mais il y a eu un meilleur acceuil autres pays européens. N-Gage est une marque associée au jeu en mobilité et la valeur ajoutée est telle que le consommateur sera absolument convaincu. D'ailleurs on peut même dire que comparer un jeu Java à un jeu N-Gage revient à comparer la première PlayStation à la PS3. La qualité graphique est incomparable avec une excellente fluidité. C'est un nouvel univers.

La distribution se fera-t-elle uniquement par téléchargement ?
Oui, les jeux seront uniquement disponibles en téléchargement soit au travers du téléphone mobile, soit à partir du site Web. Avant même le lancement du service, nous avions pré-installé une application Discover N-Gage dans les terminaux compatibles. Par ailleurs, la communauté N-Gage Arena permet de créer un compte et de jouer en réseau avec des adversaires aux quatre coins du monde. C'est un véritable réseau communautaire.

Quelle est la politique éditoriale ? Allez-vous développer autre chose que des jeux basiques ?
Le planning est colossal, nous avons signé des accords avec les principaux éditeurs comme Gameloft ou EA par exemple et tous les titres seront présents sur N-Gage. Notre catalogue sera fort de plus de 320 jeux d'ici la fin du semestre. La ligne éditoriale est de développer des jeux plus aboutis, plus qualitatifs. Toutefois, l'usage reste plus ponctuel dans la durée d'utilisation et les jeux doivent être adaptés dans ce sens. Néanmoins, certains terminaux sont capables de se connecter sur un téléviseur pour bénéficier d'une expérience proche d'une console de jeu de salon.

Quels sont les prix et peut-on utiliser les jeux sur d'autres terminaux ?
Les jeux N-Gage fonctionnent exclusivement sur les cinq terminaux déjà commercialisés et les produits Nokia à venir. Les prix varient de sept à 10 euros pour un usage illimité et en fonction de la complexité et de la notoriété du titre. Pour plus de flexibilité, le consommateur peut également acheter une license limitée dans le temps pour un à sept jours.

La protection de l'environnement est-elle une préoccupation majeure aujourd'hui pour Nokia ?
Tout à fait, et lorsque notre CEO prend la parole, il n'oublie jamais l'environnement. De nombreuses annonces significatives ont été faites dans ce sens. En France par exemple, nous allons lancer un terminal qui fait partie de la promesse de Nokia sur l'environnement. Le Nokia 3110 Evolve est un produit dont la coque est constituée de matériaux naturels non polluants et de matériaux issus du recyclage. Nokia va également plus loin avec des emballages plus petits qui nécessitent moins de matériaux. Dans le même temps, il est possible d'optimiser le transport car ce sont moins de camions qui sillonnent les routes.