Mio se réorganise en Europe

Mio Technology est un acteur majeur sur le secteur de la navigation automobile. Après le rachat de Navman par sa maison mère Mitac, Mio a décidé de se réorganiser en Europe pour mieux atteindre ses objectifs. Paul Notteboom, Président de Mio Technology, nous explique les tenants et les aboutissants à l'occasion de l'inauguration du nouveau siège social à Bruxelles. par Roland Marianna

© DR/MIO

Entretien avec
Paul Notteboom
Président de Mio Technology

JDLI : Comment s'organise Mio en Europe ?
Paul Notteboom : Mio compte trois succursales à travers l'Europe : Bruxelles, Londres et Varsovie. Le nouveau bâtiment que nous venons d'inaugurer en Belgique est révélateur des ambitions de Mio au niveau du développement local et symbolise l'accomplissement de son développement stratégique en Europe. Mio a atteint des niveaux extraordinaires de performances alors que nous sommes entrés sur ce marché il y a seulement quatre ans. Ce nouveau siège est une illustration de notre croissance et notre succès. Cela signifie aussi que nos trois succursales européennes pourront répondre de façon plus efficace aux besoins locaux des marchés et que nous pourrons offrir un service après-vente exceptionnel.

Et en France ?
Depuis le début de l'année, notre but est de créé des filiales dans les pays de l'Europe à fort potentiel. Nous souhaitons décentraliser notre activité afin de mieux répondre à chaque marché. En effet, s'il y a de grandes tendances européennes, il faut aussi être capable de répondre à des spécificités régionales. La France bénéficiera donc d'une filiale à part entière. A terme, nous souhaitons employer une dizaine de personnes. En plus de Samuel Vals, il y aura ainsi des Sales Manager, Key Account et Marketing Manager.

Où en êtes-vous avec Navman ?
Cela diffère selon les pays. En effet, dans les territoires où la marque Navman est en forte position, elle va perdurer comme en Angleterre ou en Nouvelle-Zélande, son pays d'origine. En France, Navman va à terme complètement disparaître au profit de Mio. Bien entendu, si Navman s'efface, nous gardons les technologies à fort potentiel comme le Navpix pour les photos géo-localisées et le logiciel de navigation SmartST.

Quelles sont vos ambitions ?
Selon les chiffres annoncés par Canalys pour le premier trimestre 2008, Mio Technology est le numéro trois des ventes d'appareils de navigation satellite mobiles avec GPS intégré pour l'ensemble de la zone EMEA avec une part de marché qui s'élève à 9,5 %. Avec le rapprochement avec Navman, nous avons globalement perdu des parts de marché. Mais nous nous sommes également implantés sur de nouveau pays, comme la Nouvelle-Zélande. En résumé, au niveau Monde et Europe, l'entité Mio/Navman est numéro trois sur le marché des GPS autonomes au premier trimestre 2008. Avec une répartition des parts de marché de 7,2 % pour Mio et 2,3 % pour Navman, en sachant que le marché européen représente 45 % du marché total des GPS. Notre but est de devenir le numéro deux voire un sur les principaux pays européens comme, la France, le Royaume Uni ou l'Allemagne dans les trois années à venir. Ces deux derniers pays représentent à eux seuls 50 % du marché européen.

" A terme, Navman va totalement disparaître au profit de Mio Technology. "

Quels moyens allez-vous mettre en place pour atteindre ces objectifs ?
Pour atteindre notre objectif des dix points dans les trois prochaines années, il faut tout d'abord proposer des produits innovants. Nous allons donc continuer à investir massivement dans la recherche et le développement. Il faut également proposer une gamme cohérente, c'est

pourquoi nous proposerons toujours des produits qui adressent l'entrée, le milieu et le haut de gamme. Ensuite, nous avons décidé de décentraliser l'activité de Mio en créant des filiales pour mieux suivre les tendances de chaque marché. Nous pourrons ainsi mieux développer les canaux de distribution en allouant de nouveaux budgets. Enfin, nous allons apporter une attention particulière à la marque Mio. Nous avons désormais une identité visuelle mondiale unique avecle slogan "Explore More". En 2008, nous devrions vendre sept millions de GPS dans le monde.

Quels sont les produits de cette année ?
Nous avons commencé à renouveler par l'entrée de gamme avec les Moov 200, 330 et 370. Ce sont des GPS dotés d'écran de 3,5 et 4,3 pouces avec un design moderne. Du fait du rapprochement avec Navman, nous avons intégré le logiciel SmartST qui remplace MioMap. Nous proposons une meilleure ergonomie de l'interface utilisateur. A la rentrée, nous proposerons de nouveaux produits pour le milieu et le haut de gamme.

N'avez-vous pas peur d'embrouiller le consommateur avec ces changements de logiciel ?
Nous avons fait appel à une société hongroise, iGo, pour développer une interface commune à notre gamme de produits, le logiciel MioMap. Notre partenariat a été très fort et nous avons fait évoluer l'application jusqu'à obtenir une version stable et très efficace. Avec l'acquisition de Navman et pour des produits entrée de gamme comme les Moov 200, 330 et 370, il nous fallait réduire le coût au maximum. Sur ce genre de volume, chaque euro économisé permet de mieux se positionner. Nous avons donc opté pour SmartST. Notons que tous les distributeurs qui ont essayé les produits ont accepté sans soucis la nouvelle interface. Pour créer une cohérence dans la gamme, nous allons proposer une mise à jour des anciens produits (moins d'un an) pour passer de MioMap à SmartST. On devrait pouvoir mettre en place cela au quatrième trimestre de cette année pour un tarif compris entre 80 et 100 euros.

Quelles sont les nouvelles fonctionnalités à venir ?
La marché du renouvellement atteindra les 30 à 40% cette année. Aujourd'hui de plus en plus de consommateurs ne recherchent plus simplement un appareil qui les amène d'un point A à un point B mais davantage un compagnon de navigation. Mais pour autant, il faut que les fonctionnalités de navigation soient parfaites. C'est pourquoi nous avons développé en partenariat avec SiRF, la technologe InstanfFix 2. Elle permet de capter plus rapidement (en moins de cinq secondes) les satellites grâce à un calcul avancé des éphémérides. De la même manière, nous avons créé des alliances avec des sociétés de renseignements téléphoniques afin de proposer des points d'intérêt spécifiques. En France, nous avons opté pour les Pages Jaunes. L'avenir passera également par des GPS connectés. Nous prévoyons que dans les cinq années à venir 40 % le seront. Tout d'abord via un téléphone mobile en Bluetooth, puis en intégrant directement une carte SIM. Par ailleurs, les opérateurs proposent déjà des offres avec cartes SIM jumelles. Le contenu pourra alors s'enrichir à l'infini. Il sera dynamique et mis à jour en temps réel. On pourra imaginer un véritable service de trafic info avec des GPS qui communiquent ensemble. Toutes les routes seront ainsi informées et pas seulement les axes principaux. L'utilisateur pourra également rechercher les places de parking disponibles, les stations services les moins chères ou des guides touristiques.

Que pensez-vous du rapprochement entre les GPS autonomes et la navigation embarquée ?
Tout comme les vitres électriques ou la climatisation, dans les deux à trois ans qui viennent 70 % des véhicules embarqueront un GPS à un prix plus attractif que maintenant. En parallèle, il existera également des solutions intermédiaires. Un connecteur filaire ou non, pour relier le GPS portable au système embarqué. Mio travaille avec des constructeurs automobiles sur ce genre de projets.

Envisagez-vous de réitérer l'expérience du téléphone mobile GPS ?
Nous croyons fortement à ce type de produit. Il s'agit de l'outil idéal pour la navigation piétonne. Mais pour développer de nouveaux produits et services, il faudra d'abord passer par le marché asiatique. En effet, en Europe, les opérateurs sont saturés d'offres. Nous allons lancer tout d'abord des solutions en Asie et lorsque les produits et services seront matures, nous les adapterons pour le marché européen.

© DR/MIO

Mio Technology en chiffres

Date de création	2002
Nombre d'employés monde	1 500
Nombre d'employés R&D	700