

Téléphonie mobile

Modelabs s'appuie sur les grandes marques

Le distributeur français en produits GSM se lance dans la conception de téléphones "sur mesure".

Un nouveau téléphone à la marque de l'agence de mannequins Elite pour séduire les lolitas de 11-17 ans ; un portable Airness, ligne de vêtements pour jeunes adeptes de sport et de mode, mis sur le marché en octobre dernier... Le distributeur GSM Modelabs multiplie les lancements de téléphones portant la griffe de partenaires renommés. Convaincu que les grandes marques font vendre, il négocie un accord avec le fabricant de montres de luxe Tag Heuer. Modelabs reverse à ses partenaires des royalties inférieures à 10% des ventes réalisées.

Pour accélérer ses projets, la petite société de Saint-Thibault-des-Vignes (Seine-et-Marne), qui a réali-



sé l'an dernier 151 millions d'euros de chiffre d'affaires, s'est introduite en Bourse ce 5 avril, pour lever jusqu'à 69 millions d'euros en échange de 36% de son capital.

200 000 euros pour développer un téléphone

En recherchant la clientèle des grandes marques, ce distributeur mise sur les portables produits en

séries de quelques dizaines de milliers de pièces. Pas question en effet de se lancer sur le marché des mobiles classiques, sur lequel Alcatel et Siemens se sont cassé les

dents. Par ce positionnement, son président, Stéphane Bohbot, 31 ans, évite la concurrence frontale des Nokia, Motorola et autre Samsung. « Les fabricants traditionnels ne peuvent se positionner sur les petits volumes du fait de leur structure de coûts trop élevée. Par contre, Modelabs peut être profitable avec des contrats de quelques milliers de pièces », explique-t-il.

Comment ? La société dépense le minimum en R&D et fabrication, et se concentre sur la personnalisation. Avec seulement 20 ingénieurs sur 134 salariés, elle s'appuie sur les plates-formes GSM existantes. Côté fabrication, elle sollicite des sous-traitants taiwanais et chinois. Le téléphone Airness s'est vendu à plus de 14 000 unités en deux mois, pour un coût de développement d'environ 200 000 euros.

Mais pour conforter son modèle, Modelabs doit encore convaincre les opérateurs mobiles, avec lesquels la PME ne réalise que 10% de ses ventes contre près de 60% avec les revendeurs indépendants. ●

HASSAN MEDDAH