

TELECOMS

Le concepteur-distributeur de téléphones mobiles parie sur une plus grande importance de l'image dans le choix du consommateur.

ModeLabs prépare sa cotation

ModeLabs a détaillé hier son introduction sur l'Eurolist d'Euro-next Paris. Objectif : lever jusqu'à 69 millions d'euros en introduisant 35,7 % du capital, afin de financer son développement futur. Le prix d'introduction devrait se situer entre 8,88 et 10,32 euros. A l'issue de l'opération, la part des fondateurs descendra de 76,9 % à 49,4 %. L'opération est menée par Cazenove et Calyon, qui ont remplacé ABN AMRO.

ModeLabs conçoit et distribue des téléphones mobiles, la fabrication et le service après-vente étant sous-traités. Son idée est que le mobile va devenir un accessoire de mode : « *La différenciation devrait se faire de moins en moins sur les fonctionnalités technologiques, et de plus en plus sur l'image* ». Le mobile connaîtra

ainsi une évolution « *similaire* » à la montre : même si une montre de base ne coûte quasiment rien, certains sont prêts à en acheter de très chères. A l'appui de cette vision est citée une étude d'Arc, selon laquelle l'utilisateur change de modèle tous les 18 mois en moyenne, plus de 90 % des ventes étant des renouvellements d'appareil.

Partenaires dans la mode

D'où plusieurs conséquences. D'abord, les mobiles pourraient être vendus dans des lieux tels que des joailleries, des sites Web... Ensuite, chacun pourrait avoir plusieurs mobiles, selon l'occasion. Surtout, « *les marques fortes des segments jeunes, sport, etc., devraient pouvoir s'étendre avec succès dans le mobile* ». La start-

up pense avoir sa place, car, selon elle, les grandes marques auront du mal à s'entendre avec celles de téléphonie mobile (opérateurs ou constructeurs) en raison d'un « *risque de conflit de marque* ». Elle a d'abord lancé sa propre marque MyWay puis conclu plusieurs accords avec des partenaires du monde de la mode (Elite), du sport (Airness), du luxe (Tag Heuer) et de la télévision (MTV).

Prometteurs, ces mobiles « à la demande » restent pourtant embryonnaires avec 5,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2005 et une marge brute de 20 %. L'essentiel des revenus provient pour l'instant de la distribution de téléphones mobiles d'autres constructeurs et des accessoires.

J.H. ET R.M.