

# P. Lagadec (Palm) : 'Nous misons fortement sur le marché européen'

Palm, le célèbre fabricant de PDA repasse à l'offensive. Le groupe américain n'avait pas lancé de nouveau smartphone depuis janvier 2005, alors que ce segment de marché est en pleine expansion. Les deux lancements qu'il a réalisés cet automne (le Treo 750 sous Windows et le 680 sous PalmOS) ont donc été observés de près. Mais au-delà de ces nouveaux modèles, c'est une nouvelle stratégie que met en place le constructeur. Une stratégie axée sur l'Europe où les smartphones se vendent comme des petits pains.

A l'occasion du salon Mobile Office, qui s'est tenu à Paris du 5 au 7 décembre dernier, nous avons rencontré Pascal Lagadec, directeur des ventes de Palm Europe afin qu'il nous en dise un peu plus.

## **Le Treo 750 a été conçu spécialement pour le marché européen, c'est une première pour Palm ?**

En effet. L'Europe représente une stratégie très importante pour nous. L'Europe est un marché en forte croissance pour la 3G et les smartphones, contrairement aux Etats-Unis qui n'ont pas encore passé le cap. Ce Treo constitue le plus important investissement jamais réalisé par Palm sur le Vieux continent. Par ailleurs, l'attente pour des terminaux permettant l'e-mail mobile est très forte ici. Nous avons donc créé un centre de R&D en Irlande dédié à ce marché. Nous voulons intégrer plus tôt les tendances européennes afin de mieux s'intégrer aux services des opérateurs.

## **Face à une concurrence qui multiplie les lancements et des résultats financiers difficiles (l'entreprise ne vient-elle pas d'émettre un profit warning ?), Palm ne réagit-il pas un peu trop tard ?**

Je ne pense pas. Le marché est encore émergent. Par ailleurs, notre partenariat exclusif de distribution avec Vodafone représente un atout considérable face à la concurrence. Leur réseau 3G est le plus grand d'Europe. Et le parc d'abonnés est le plus important.

## **Si le Treo 750 est sous Windows Mobile, le 680 reste fidèle à PalmOS. Ce double positionnement va-t-il perdurer ?**

Oui car nous voulons laisser le choix aux clients. C'est notre cheval de bataille. Windows Mobile est incontournable pour les entreprises et notamment pour ceux qui souhaitent utiliser du push e-mail. Mais ce terminal accepte aussi d'autres logiciels de messagerie mobile.

## **L'intégration d'applications métiers dans vos terminaux ne semble pas être votre priorité ?**

Il ne faut pas se tromper: seulement 3% des messageries professionnelles sont accessibles en mobilité, c'est donc ce marché que nous visons en priorité. D'un autre côté, notre système est ouvert et il existe des applications. Nous ne négligeons pas les opportunités en terme d'applications verticales mais nous voulons d'abord nous concentrer sur le mail mobile.

## **Quels sont les freins à l'adoption du bureau mobile ?**

La sécurité a longtemps fait office d'épouvantail mais c'est moins le cas aujourd'hui. Des efforts d'éducation ont été réalisés quant aux habitudes à prendre en situation de mobilité. A mon sens, les entreprises attendent plus de simplicité dans les applications et dans leur intégration. C'est le principal point à améliorer. Il y a aussi la question des tarifs data des opérateurs.