



Aston

Produire en France pour être plus compétitif!



M. Stéphane Nitenberg,
Directeur général, Aston France.

Aston a entrepris une certaine évolution industrielle en délocalisant une partie de sa production en France! Entretien avec Stéphane Nitenberg, Directeur général d'Aston France, qui nous explique la mise en œuvre de cette idée surprenante et intéressante.

« Pouvez-vous présenter Aston en quelques mots? »

- Aston est un acteur assez atypique dans l'électronique grand public en France: c'est un véritable industriel, totalement indépendant sur le plan financier. À ce titre, il conçoit lui-même ses produits. Notre cœur de métier est la réception numérique par satellite, avec une gamme s'étendant à l'Internet et à la vidéo à la demande. Depuis 17 ans, Aston possède sa propre usine à Séoul, le seul actionnaire étant son fondateur Monsieur Kabouya.

Aujourd'hui, comment se présente la situation?

- Contrairement à certaines prédictions qui avaient été faites il y a trois ou quatre ans, de grands changements se sont opérés et le marché du satellite a explosé, en France comme à l'export. Aston propose actuellement deux offres: la première est dédiée à la télé

Des volumes de vente en forte croissance:
70 % entre 2009 et 2010,
35 % prévus en 2011.

payante, avec sa gamme labellisée Canal Ready (compatible avec les diverses offres de Canal+); la seconde concerne la télé numérique gratuite, par le biais de l'offre Fransat (le satellite Atlantic Bird opéré par Eutelsat) et de l'offre TNT Sat (le satellite Astra opéré par Canal+), pour les foyers en zone blanche et privés de TNT par voie hertzienne.

Toutes ces évolutions vous ont-elles amené à vous réorganiser industriellement?

- Avec des volumes de vente en forte croissance (70 % entre 2009 et 2010, et 35 % prévus en 2011), nous sommes désormais en mesure d'accéder à des marchés grand public.

Il fallait donc réfléchir à une évolution de notre organisation et compléter le dispositif industriel, sans pour autant remettre en cause les acquis, essentiellement l'usine coréenne, clé de notre indépendance.

Qu'avons-nous mis en œuvre pour obtenir un tel résultat? Une nouvelle ligne de production a été créée en France. Elle répond à la croissance d'activité et se trouve proche de nos plus gros marchés, qui sont extrêmement volatiles car ils subissent des phénomènes cycliques avec des pics et des creux. Pour cette raison, nous avons besoin d'une très grande réactivité de livraison; en effet, en 2010, il nous fallait encore six à huit semaines pour acheminer des produits venant de Corée.

Ce n'est pas un certain « chauvinisme économique »,
mais un réel intérêt stratégique
qui a dicté ce choix d'implantation.





← Packaging

Simba® HD Premium,
TNTSAT Canal Ready.

Ce n'est pas un certain « chauvinisme économique », mais un réel intérêt stratégique qui a dicté ce choix d'implantation. Nous avons actionné trois leviers :

1. Fabriquer en France nous dispense des taxes douanières, contrairement à un produit fabriqué en Asie, où celles-ci peuvent représenter 20 % du prix de revient. Malgré le surcoût de la main-d'œuvre française, nous sommes gagnants.

2. En concertation avec notre partenaire industriel, le prix d'achat de chaque composant a été optimisé, en faisant jouer la concurrence. Cela nous a permis de profiter de gains substantiels.

3. Le processus industriel lui-même a été énormément retravaillé, tout particulièrement les étapes d'assemblage et de tests qui nécessitent du personnel : elles sont automatisées dans notre usine alsacienne, tandis qu'elles sont encore manuelles à Séoul. ▶▶

Nous n'avions donc pas le choix : soit nous implantions une production plus proche, soit nous faisons du transport aérien, ce qui nous aurait obligés à vendre sans profit, compte tenu des marges.

Pour faire de la qualité, il était donc nécessaire de revenir en France ?

– Oui ! Cela peut paraître incroyable, surprenant ; face à des marques leaders dans l'électronique grand public,

où la pression des prix et la concurrence sont fortes, c'est un beau challenge. Aston, PME animée d'un esprit positif et dynamique, a choisi le territoire français en raison de plusieurs questions essentielles : une meilleure maîtrise du processus industriel, davantage de qualité, et plus de proximité, notre usine se trouvant en Alsace. Depuis ce changement, nous avons amélioré la compétitivité de façon significative.

↳ Dédié à l'offre Canal+, le Simba® HD Premium TNTSAT avec sa télécommande.





Le récepteur Diva® Premium HD Fransat est également 3D Ready.

Nous travaillons actuellement sur un quatrième levier, l'intégration en amont des contraintes de production française dans les produits futurs, alors que ceux distribués jusqu'à présent étaient fabriqués et assemblés en Corée.

Depuis quand cette usine est-elle fonctionnelle ?

– Elle l'est depuis février 2011. La montée en puissance se fait de façon progressive, et l'objectif mensuel de 4 000 produits représentera à terme la moitié des volumes commercialisés. Actuellement, Aston est confronté à des difficultés classiques de mise en route. Notre cadence augmente régulièrement, et nous sommes aujourd'hui aux alentours de 2 500 pièces.

Peut-on parler déjà des premiers résultats ?

Vous suscitez un buzz sympathique et important.

– Je crois que l'initiative surprend la profession. Aston, dont les volumes de vente ne se comptent pas en millions de pièces, cherche avant tout à obtenir un très bon rapport qualité/prix, et pas forcément le meilleur prix. Nous aurions implanté notre usine en Hongrie ou en Roumanie, en bénéficiant toujours du dégrèvement des taxes douanières, si telle avait été notre volonté. Concrètement, depuis le début de l'année, nous constatons une baisse de nos prix de cession aux réseaux de distribution, ainsi qu'un réaligement des prix publics.

Nous avons lancé deux nouveaux produits, le Diva® HD Easy et le Diva® HD Premium, respectivement à 239 et

259 euros (gamme Fransat), alors que le modèle précédent, le Simba® HD Fransat, était à 299 euros. Nous avons également repositionné notre modèle TNTSAT Canal Ready de 279 à 249 euros. En conclusion, cette évolution industrielle nous a permis de gagner des parts de marché.

Votre objectif est donc de faire de la valeur ?

– Oui. La stratégie est de conserver cette capacité d'innovation, grâce à l'investissement dans la recherche et le développement. Nous pouvons en conséquence réinjecter les gains de productivité dans les prix publics et accroître nos volumes. Ainsi, nous gardons des niveaux de marge compatibles avec ceux d'une PME.

Êtes-vous présents au MedPi ?

– Bien sûr. Nous avons considérablement élargi notre gamme de produits depuis 2010 en doublant notre offre Fransat/TNT Sat Canal Ready : nous proposons un récepteur MPeg-4 pour le bouquet Bis Télévisions ainsi que deux modèles destinés aux clients d'Outremer, également concernés par le passage à la télé numérique. Le site de production en France servira nos ambitions à l'export, à destination de l'Union européenne. »

Le pack Diva® Premium propose en plus l'enregistrement sur disque dur externe.



Le pack Diva® HD Easy, compatible avec le bouquet Bis Télévisions.



Le pack Diva® HD Easy (gamme économique).

