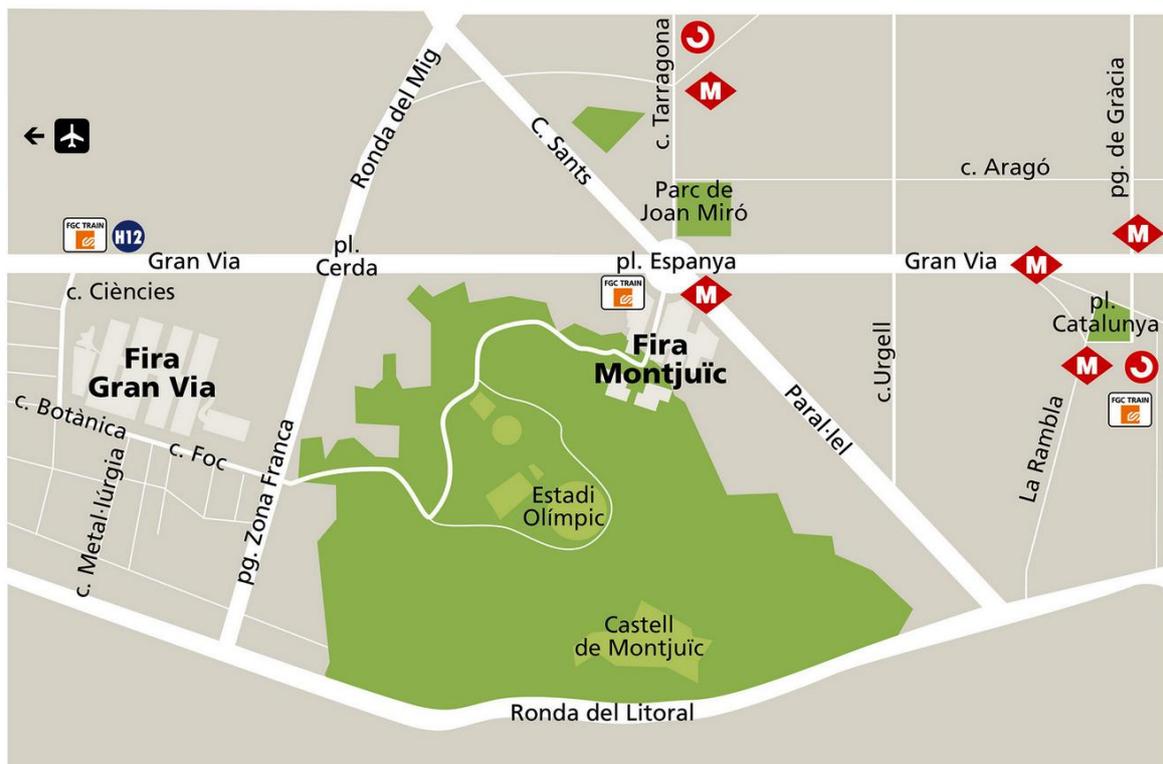


## Mobile World Congress – Barcelone, 22-25 Février 2016

Le Mobile World Congress est le salon emblématique de l'industrie des Télécommunications et de la téléphonie mobile depuis plus de 20 ans. Il est organisé par la GSM Association, association internationale qui regroupe 250 industriels et 850 opérateurs de téléphonie mobile, et s'est appelé GSM World, puis 3GSM avant de prendre son nom actuel de MWC. Né à Cannes et après y avoir séjourné une dizaine d'années, il a élu domicile à Barcelone depuis 2006. Fort de quelques 2000 exposants, pas loin de 100000 visiteurs et 4000 journalistes, le Mobile World Congress rivalise avec le Consumer Electronics Show de Las Vegas. On peut donc légitimement se poser la question de la pertinence d'un tel salon pour Minalogic et ses adhérents.

En 2016, le MWC s'expose sur deux zones distantes d'une petite dizaine de km et reliées par métro, bus et navette dédiées : la Fira Monjuïc et la Fira Grand Via. La majeure partie de l'exposition se situe à présent à la Fira Gran Via, alors que La Fira Monjuïc est la zone dédiée aux start-ups.



### Fira Gran Via :

Cette partie de l'exposition constitue la pièce de choix du salon et est divisée en pas moins de 9 Halls d'exposition.



Le Hall 4 est dédié aux conférences. Ces conférences sont de très haut niveau, et présente un fort intérêt malgré leur cout élevé (2000 à 3000 €). A noter qu'un « full congress pass » est inclus dans le pack exposant.

Les Hall 1 et 2 accueillent les géants du domaine : tous les grands opérateurs et les équipementiers télécoms. En général – et cette année n'a pas dérogé à la règle – les pavillons de ces acteurs sont gigantesques, mais leur accès est exclusivement réservé aux clients et aux prospects de l'exposant. Il s'avère impossible d'obtenir un accès sur place, et il ne faut donc pas compter y accéder sans avoir auparavant pris contact avec les exposants. Sont dévoilés dans cette partie de l'exposition les plans stratégiques et les futurs produits des acteurs. C'est également dans ces zones privatives que se signent les plus gros contrats.

Les Hall 3, 5, 6 et 7 regroupent les grands exposants du domaine : Nokia, SK Telecom, HPE, HP inc, Microsoft, Telecom Italia, Orange, Samsung, HTC, ST, Safran Morpho, Obertur, Visa, Mastercard, etc... La plupart des stands présentent une partie publique et une partie privée à laquelle il est quasiment impossible d'accéder sans sésame obtenu avant le salon. La partie publique de ces stands permet aux exposants de présenter leur nouveauté de l'année et les grandes tendances. Hormis du côté « device », le monde des télécoms n'évolue que relativement lentement et les annonces sont la plupart des évolutions de gammes existantes plutôt que de véritables révolutions.



Au milieu de ces grands acteurs, il est difficile aux plus modestes de faire entendre leur voix. C'est pourquoi ces halls font la part belle aux pavillons nationaux et régionaux : Belgique, Canada, Israël, Allemagne, etc... et bien entendu French Tech. Même si les acteurs exposants sur ces pavillons perdent en visibilité car ils ne figurent pas toujours dans le catalogue des exposants, ils bénéficient d'un effet de volume de par leur regroupement...

Enfin, les Hall 8 et 8.1 accueillent les technologies émergentes, les apps mobiles et les contenus. Dans ces halls, la plupart des acteurs sont de taille moyenne à petite et il est certainement possible pour une PME de tirer son épingle du jeu. A noter tout de même l'éloignement relatif de ces halls, qui impose au visiteur de faire un détour de quelques centaines de mètres, toujours coûteux en fin de journée après 10 km de marche et de piétinement ... 😊

## Quelques tendances :

Voici quelques tendances qui m'auront surpris, étonné ou auxquelles on ne pouvait échapper lors de cette édition du Mobile World Congress. Bien entendu cette section n'a absolument aucune vocation à être exhaustive ou impartiale et ne représente que ma perception après 3 jours de visite du salon ...



Le visiteur 2016 du MWC n'aura pu échapper au lancement des derniers mobiles en vogue comme le Samsung Galaxy S7, le HTC AXION et consorts... Plus surprenante, l'entrée de Lenovo sur le marché des équipements mobiles avec le lancement d'une gamme de tablettes, de phablettes et de téléphones mobiles.

De manière quasi-symétrique, mais toute aussi surprenant, le lancement chez Huawei de notebooks, qui rendent le constructeur chinois de plus en plus hégémonique et à l'inverse des tendances suivies par ses concurrents qui séparent leurs activités (cf IBM-Lenovo et plus récemment HPE et HP inc).



L'autre tendance incontournable de cette édition est l'omniprésence sur TOUS les stands des technologies immersives : lunettes 360° étaient en effet présentes sur la plupart des stands. Hormis Samsung qui investit dans sa technologie « Samsung Gear 360 », c'est l'Oculus Rift qui semble pour l'instant truster les plateformes matérielles, aux côtés de « bricolages » plus au moins ingénieux à base de téléphone portables...



Intéressante également l'approche de Microsoft qui s'évertue toujours à capturer le marché mobile, malgré ses nombreux échecs... Cette année la stratégie s'articule autour de deux technologies phares : la tablette surface et Windows 10 Continuum. On connaît déjà Surface, alors que Continuum me semble beaucoup plus intéressant... C'est à la base un Windows 10 mobile qui est furieusement dopé (car capable de supporter écran externe + clavier + souris et jusqu'à 2 Tb de stockage). La promesse est d'offrir à l'utilisateur professionnel

un environnement UNIQUE sur lequel il aura toutes ses applications office + un confort de bureau lorsqu'il n'est pas en situation de mobilité. Le concept est séduisant et les démos auxquelles j'ai pu assister convaincantes. Comme toujours, Microsoft s'est assuré le concours de partenaires matériels pour assurer le succès de sa stratégie, en l'occurrence HP et Acer qui lancent deux mobiles supportant Continuum. Restent à voir les tarifs pour voir si l'offre est effectivement alléchante ou pas et si ces 3 acteurs rencontrent enfin le succès sur le marché de la mobilité après tant des années d'échecs répétés... (cf la saga HP avec Palm et WebOS par exemple...)

Le Mobile World Congress n'échappe pas non plus à la tornade « internet des objets ». Chaque constructeur y va de sa plateforme (HP, IBM, SAP, Ubuntu, etc...), plus ou moins différenciée (plutôt moins que plus il me semble...), à ceci près que certains commencent d'offrir une offre de bout en bout offrant non seulement la gestion de la connectivité au objets, mais également la gestion et la facturation de ces mêmes objets, ainsi qu'une plateforme de plus haut niveau pour traiter les données. Le data analytics et le machine learning est clairement là où la différenciation entre ces différents acteurs se fera.

Un fait notable en ce qui concerne l'internet des objets est que les acteurs du Mobile World Congress (à la différence de ceux du Consumer Electronics Show) s'intéressent beaucoup plus aux cas d'utilisation « entreprises » qu'individuels. Ceci n'est bien entendu qu'une demi-surprise car les opérateurs savent plus pénétrer un marché B2B que B2C au-delà de leur offre de communication traditionnelle. Ainsi, les use cases IoT présentés ne sont pas autour de la gestion de la maison ou d'une voiture connectée et intelligente, mais plutôt une gestion des cultures pour améliorer les rendements et la dépense en ressources rares (eau, engrais, pesticides...) ou encore la gestion des villes (trafic, parking, pollution...) A noter à ce propos une véritable inflation en nombre de start-ups espagnoles dans ce domaine des smart cities – peut-être un effet post-Santander ?...

J'ai également été surpris par l'omniprésence de SigFox : tous les opérateurs déclarent offrir une connectivité SigFox dédiée IoT, alors même que la start-up Française a un positionnement concurrentiel par rapport à ces mêmes opérateurs et que sa technologie est somme toute limitée (bande passante, pas de communication descendante, etc...) Le succès de SigFox semble s'installer dans le monde des télécoms et le déploiement opérationnel de LoRa m'a semblé plus en retrait, ce qui était moins évident au CES par exemple. SigFox a apporté une solution à une problématique qui n'en avait pas jusqu'alors et les opérateurs de communication sont à présent bien obligés de composer avec. A moins que cette stratégie d'alliance ne soit qu'un moyen d'amener leurs clients sur d'autres solutions technologiques plus favorables pour eux... Comme il m'a été impossible de trouver le moindre chiffre concernant le nombre d'objets connectés chez chacun d'entre eux en SigFox, il est difficile de réellement en juger. Cependant, la start-up Toulousaine semble plutôt bien partie...

### **Fira Monjuïc :**

La Fira Monjuïc est le lieu « historique » du Mobile World Congress. Depuis 5-6 ans, la majeure partie du salon ayant déménagé à la Fira Gran Via, la Fira Monjuïc accueille des expositions « parallèles ». Cette année, c'était l'exposition « 4YFN » (« 4 Years From Now ») qui accueillait les start-ups en devenir. Cette zone, réservée aux start-ups, a également hébergé un concours FabLab sur les 4 jours, ainsi que de nombreux speed meetings avec des Venture Capitaux.

On pourrait lire dans cette partie du salon des similitudes avec l'Eureka Park du CES.

Malheureusement, les visiteurs m'ont paru plus curieux qu'orientés « business » et la fréquentation m'est apparue faible. L'ambiance était par contre beaucoup plus ouverte et détendue que sur la partie principale du congrès.

Les quelques sociétés que j'ai interrogées sur le sujet ont confirmé mon impression, en la nuancant toutefois par la qualité des contacts qu'ils y ont noués.

### **Présence Française :**

La France était présente au travers de 3 pavillons French Tech : le principal dans le Hall 5, un secondaire dans le Hall 8.1 et une grosse visibilité sur le village 4YFN au travers du fab lab et d'un

affichage (presque too much...) en tant que sponsor principal des speed meetings Start-Ups – VC toujours au 4YFN.



Chaque pavillon hébergeait des entreprises. Cette formule semble la bonne et chaque région avait une délégation plus ou moins fournie. A noter l'espace SCS toujours très bien fourni et très bien placé. L'offre Business France est intéressante car elle combine des pass d'entrée (~700€ chaque) et un pass full conférences (~2300 €). Sans parler de l'espace d'exposition, la valeur totale des passes dépasse le montant facturé par Business France... Certains avaient d'ailleurs fait le choix judicieux de ne pas exposer et de ne bénéficier que des rdv Business France et des passes...

### **Opportunité pour Minalogic et ses adhérents :**

On ne peut parler du MWC sans évoquer le CES.

Ces deux salons ne sont comparables que par leur taille, leur ampleur et leur impact sur leur industrie respective, car ils sont en fait très différents.

Le CES est très orienté Nouvelles Technologies, Distribution et Grands Volumes, B2C et B2B2C (avec un peu de B2B à la marge). L'Eureka Park offre une visibilité mondiale aux technologies émergentes, même si elles ne concernent pas directement un produit Consumer.

Le MWC est clairement un salon B2B Télécom, de visibilité moindre auprès du grand public, mais sur lequel les start-ups et PME du domaine doivent pouvoir trouver leur voie.

Le CES est beaucoup plus ouvert que le MWC en terme de contact avec les exécutives et senior exécutives, à moins d'avoir déjà ses entrées.

### **Tips & Tricks :**

Voici quelques petites ficelles qu'il peut être intéressant de connaître pour assister au Mobile World Congress.

## Transports :

Il existe des vols LYS-BCN assez bon marché (100€ AR pour peu que l'on s'y prenne suffisamment à l'avance – 200€ sinon), notamment chez EasyJet ou Vueling. Attention au coût des bagages en soute qui peut devenir rapidement prohibitif...

Sur place, il y a plusieurs moyens pour se rendre de l'aéroport au centre ville :

- Taxi
- AeroBus – 11€ l'A/R jusqu'à la Place de Catalogne
- Ligne 9 du Métro

A noter que le pass MWC donne accès à l'intégralité du réseau de transport public de la ville de Barcelone (Bus, Métro, Train à l'exception des bus touristiques) les jours de salon. Attention à l'affluence extrême aux heures de début et de fin de salon qui fait rapidement perdre 1 bonne heure...

Les jours de salon, préférer les trains et métro aux bus et taxi – notamment aux heures d'ouverture et de fermeture du salon : les rues sont alors saturées et la circulation plus que compliquée...

## Badges

Le jour d'ouverture du salon il y a une énorme affluence pour récupérer son badge. Penser à le récupérer en arrivant à l'aéroport, vous éviterez de perdre 2h...

Attention il vous sera demandé une pièce d'identité en plus de votre badge pour accéder au salon.

Pas de restriction particulière sur les bagages pour accéder au salon – hormis un passage au scanner, qui m'a semblé opéré de manière échantillonnée et aléatoire...

## Hotels

En période de MWC, les tarifs hôteliers s'envolent pour atteindre des sommets aberrants. Quelques solutions pour éviter que le budget hébergement ne crève le plafond :

- S'y prendre très tôt
- S'éloigner du salon
- Air BnB

Qu'elle que soit la solution retenue, vous serez loin d'un rapport qualité-prix correct. En d'autre terme, votre hébergement à Barcelone pendant le salon sera soit loin, soit inconfortable, à moins d'y laisser une petite fortune (500 à 1000€ / nuit).

## Restauration

Là encore les prix s'envolent sur le salon ! Une 20aine d'euros vous permettra de manger un sandwich-boisson-dessert, alors qu'un repas plat-dessert vous coutera dans les 50 € !

Le soir les tarifs sont plus acceptables en ville et on trouve tapas plus plat pour une 20aine d'euros.