

GARMIN RESTE CONNECTÉ



Pionnier de la navigation GPS, Garmin est également l'un des pionniers et leaders du sport connecté. Il dispose en effet d'une profondeur de gamme unique de bracelets d'activité, de trackers et de montres de sport adaptés à chaque discipline (running, vélo, trail, natation, golf...) et pratique (experts ou adeptes du sport bien-être).

Dominique Gerber, directeur marketing et communication de Garmin France, nous présente les dernières nouveautés de la société.

Quelles sont vos dernières nouveautés ?

Nous avons lancé en fin d'année dernière le Vivosmart HR, notre premier bracelet d'activité avec cardio-fréquencemètre et smart notifications. Doté d'un écran tactile haute résolution, ce nouveau bracelet fournit des informations précises sur le suivi quotidien de son rythme cardiaque, des calories brûlées et l'analyse des cycles et de la qualité du sommeil. Un produit qui a été récompensé lors du dernier CES. CES 2016 où nous avons dévoilé plusieurs évolutions de notre montre phare, la Fenix 3, dont la version HR, une montre multisports avec capteur de fréquence cardiaque au poignet, boussole intégrée ou encore altimètre. Nous y avons également présenté le système Varia Vision, un afficheur tête haute, façon Google Glass, qui permet aux cyclistes d'obtenir des informations instantanées (suivi des performances et de la navigation, avertissement des véhicules en approche...) sans avoir à détourner les yeux de la route. Enfin, parmi nos autres nouveautés, nous sortons également sur le premier semestre, la Garmin Quatrix 3, une montre connectée spécialement destinée aux sports nautiques.

Vous venez de mettre à jour l'application Garmin Connect Mobile. Pouvez-vous nous en parler ?

Nous avons en effet procédé en début d'année à une refonte complète de l'application. Plus intuitive et communautaire, cette nouvelle version permet aux utilisateurs de gérer, en toute facilité, les données et fonctionnalités de leurs appareils Garmin en fonction de leurs centres d'intérêts, de leurs activités et de leurs objectifs. L'application propose ainsi une navigation simplifiée avec des aperçus instantanés, un calendrier, un flux d'actualités, des classements... et permet aux utilisateurs d'organiser leurs propres tableaux de bord pour mieux se focaliser sur leurs objectifs. Cette nouvelle version assoit ainsi davantage notre volonté d'épauler les utilisateurs dans la pratique de leurs activités sportives. Dans cette même logique d'accompagnement, nous venons de lancer le service Garmin Connect Insights qui permet d'enrichir l'expérience du suivi et de l'analyse des données en proposant aux utilisateurs des éléments de motivation sur mesure et des recommandations personnalisées, grâce aux nombreuses données collectées auprès de la communauté Garmin depuis plus de 10 ans.

Quelle est votre stratégie en termes de distribution ?

A l'heure actuelle, les montres et autres trackers de sport sont principalement distribués dans les magasins de sport spécialisés (running, cyclisme, golf...), mais également auprès des grandes enseignes de sport comme Decathlon ou Go Sport. De leur côté, les bracelets d'activités et les montres de sport bien-être ont également trouvé leur place dans les grandes enseignes de produits High Tech du type Fnac, Boulanger ou Darty. On voit également apparaître avec le développement du sport santé, un troisième type de distribution, celui des horlogers et bijoutiers. Un secteur sur lequel nous souhaitons élargir notre distribution dans un futur proche.



Fenix3 HR



Vivosmart HR



Fenix3 Sapphire