

Huawei a expédié plus de 10 millions de smartphones en région EMEA au 3^e T 2016

Huawei connaît une croissance rapide en région Europe Middle East & Africa (EMEA). Ses performances se sont poursuivies au troisième trimestre 2016, avec une croissance annuelle de 70% des livraisons de téléphones intelligents. C'est la première fois que Huawei a expédié plus de 10 millions d'unités dans la région EMEA en un seul trimestre. Il a représenté 14% des expéditions de smartphones dans la région, derrière Samsung (37%) et Apple (15%). Huawei a déjà livré un peu plus de 26 millions de smartphones en EMEA cette année, dépassant l'ensemble des expéditions réalisées en 2015. Par ailleurs, Huawei reste un acteur clé dans les marchés en développement au Moyen-Orient et en Afrique, où ses dispositifs bas de gamme contribuent à accroître la pénétration des smartphones. Mais sa récente envolée est impulsée par l'Europe, où Huawei a progressé de 33% séquentiellement à partir de Q2 2016 pour expédier près de 7 millions d'unités. Son objectif d'améliorer le design a été un facteur important derrière son succès, et l'a aidé à déplacer les préférences pour Sony, LG et HTC vers ses propres smartphones. Ses appareils intermédiaires et premium, tels que le P9, lui ont permis de consolider cette position. Il est maintenant en mesure de lutter contre Apple pour la place de numéro 2 en EMEA l'année prochaine. «Huawei devient beaucoup plus intelligent en Europe», a déclaré Ben Stanton, analyste de recherche chez Canals. «Mais Huawei n'est pas parfait. Il a encore des problèmes avec le chevauchement des spécifications entre les différentes lignes de produits, bien qu'il soit certainement dans une position forte pour continuer à croître», a ajouté Stanton.

L'iPhone 7 et 7 Plus boostent la part de l'iOS aux Etats-Unis

Les dernières données sur les parts de marché des systèmes d'exploitation pour téléphones intelligents de Kantar Worldpanel ComTech affichent une solide hausse de 5,2% de l'iOS d'Apple aux États-Unis au troisième trimestre de 2016 passant à un total de 34,2%. Les deux systèmes d'exploitation mobile iOS et Android ont réalisé des gains dans la plupart des cinq principaux marchés de l'Union européenne (UE5). Toutefois, Android de Google a affiché une baisse de 3,3 points de pourcentage aux États-Unis passant de 66,7% à 63,4%, tandis que la part de l'iOS d'Apple a chuté en Allemagne de 17,5% à 15% et en Chine urbaine de 18,7% à 14,2%, selon les mêmes données.

Les cinq grands marchés européens comprennent la Grande-Bretagne, l'Allemagne, la France, l'Italie et l'Espagne. «Aux États-Unis, les nouveaux modèles iPhone 7 et 7 Plus ont eu un impact immédiat, devenant ainsi les smartphones les plus vendus au mois de septembre à 17,1%», a déclaré Lauren Guenveur, directrice du Consumer Insight pour Kantar Worldpanel ComTech. «Les ventes fortes de l'iPhone 7 et de l'iPhone 6s à bas prix, le deuxième produit le plus vendu aux États-Unis en septembre, ont contribué à une croissance globale de l'iOS à 34,2% au troisième trimestre de 2016». De son côté, «Samsung a affiché une baisse d'année en année de 36,9% à 33,8% des ventes de smartphones aux États-Unis au troisième trimestre» en raison des retombées du fiasco du Galaxy Note 7, a poursuivi Guenveur. «En Grande-Bretagne, les iPhone 7 et 7 Plus ont été les plus vendus au cours du mois de septembre, représentant 15,1% des ventes», a déclaré Dominic Sunnebo, Business Unit Director pour Kantar Worldpanel ComTech Europe. Dans la Chine urbaine, Android a représenté 85,3% des ventes de smartphones au troisième trimestre de 2016, soit sa deuxième plus forte part jamais atteinte dans ce marché.

● Lancé le samedi 19 novembre 2016, le site marchand Algérie Market a eu la surprise d'enregistrer sa première commande le jour même. C'est une cliente qui a acheté pour plusieurs milliers de dinars des produits cosmétiques, une théière traditionnelle et un livre. Ça commence bien.

Par Abdelkader Zahar

Algérie Market est le nouveau venu parmi les plateformes de vente en ligne en Algérie. Lancé par l'agence Webdispo de conseil en communication spécialisée dans le développement et la création de sites web dont le siège est situé à Oran, le site «démarré bien». Au bout d'une semaine, «quinze ventes» ont été enregistrées pour «une trentaine de produits au total», affirme Bekhti Issam, CEO de l'agence Webdispo. «Nous avons été franchement étonnés par le nombre de commandes réalisées durant la première semaine, et surtout celle du premier jour du lancement. On s'attendait à ce que les premiers acheteurs soient des proches, une manière de nous faire plaisir et nous encourager. On a eu des commandes de Annaba, Alger et Tlemcen. C'est une femme qui a inauguré les commandes en achetant plusieurs produits cosmétiques, une théière traditionnelle et un livre», ajoute notre interlocuteur. La page Facebook d'Algérie Market y est pour quelque chose. Les annonces d'ouverture du site et les différentes promotions sur les produits publiés sur cette page ont vite permis de capter.

Algérie Market propose plus de «400 produits» dans différentes rubriques : artisanat, beauté et bien-être, décoration et linge de maison, petit électroménager, plomberie et robinetterie, sport et téléphonie. «On vise à devenir un hypermarché proposant une large gamme de produits originaux», affirme M. Bekhti. Il insiste sur l'appellation «produits originaux» qu'il affiche sur le site. «Mis à part les produits de l'artisanat, nous ne faisons pas de produits de contrefaçon, ni de copies originales, mais uniquement les produits originaux des marques proposées», dit-il.

La nomenclature des produits «sera élargie à d'autres catégories». «Le menu des neuf rubriques devrait bientôt s'étaler sur deux lignes lorsqu'on rajoutera d'autres types de produits, comme les ordinateurs», affirme M. Bekhti. Le site Algérie Market est «responsif» (s'adapte à tous les supports comme tablettes, ordinateurs et smartphones). Par ailleurs, la société Webdispo, qui a à son actif la réalisation de plus de 15 sites Web, développe actuellement «une application mobile» qui sera disponible aussi bien



Algérie Market, Webdispo, Bekhti Issam, Android, iOS, Application, Site marchand, e-Paiement, Facebook

Algérie Market, l'hypermarché du web



pour les terminaux Android de Google que iOS d'Apple.

Un maximum de fournisseurs

Algérie Market ne détient pas en stock tous les produits proposés. «Pour certains produits, comme les cosmétiques nous en avons sur place. Mais pour d'autres produits, nous préférons s'approvisionner directement chez le fournisseur une fois la commande passée.» Le site s'engage sur un secteur assez sensible comme l'habillement et la chaussure où le client pourrait demander l'échange du produit vers une autre taille/pointure. «Le client a trois jours pour demander l'échange d'un produit», affirme notre interlocuteur.

A ce stade du lancement, Algérie Market a un seul fournisseur sur chaque type de produits. «On a bien expliqué à nos fournisseurs que la liste sera élargie à d'autres pour faire jouer la concurrence», explique Bekhti Issam. Sur les 400 produits proposés, la rubrique «beauté et bien-être» en contient une centaine. Mais c'est la rubrique «livres» qui arrive en tête avec environ 120 titres. «C'est très peu», avoue notre interlocuteur. «Une nouvelle base de données de livres, composée de 1 000 titres, sera bientôt implémentée sur le site. Nous avons un fournisseur qui a entre 25 000 et 30 000 titres. L'objectif, c'est de les proposer tous», précise-t-il. Par ailleurs, les produits proposés,

comme l'électroménager et la téléphonie, «sont sous garantie», assure-t-il.

Gagner la confiance du client

Sur le choix de passer d'abord par le paiement à la livraison, notre interlocuteur explique que le paiement en ligne «n'est pas encore disponible pour les sites marchands. Il ne concerne jusqu'à maintenant que les grands facturiers». Selon M. Bekhti, le «consommateur algérien préfère pour le moment la formule du paiement à la livrai-

son». «Mais dès que le e-paiement sera élargi aux sites marchands nous n'hésiterons pas à implémenter cette solution sur notre site. Nous laisserons le choix aux clients entre les deux formules de paiement, pour leur laisser le temps de se familiariser et de prendre confiance», ajoute-t-il.

«Les prix des produits sont tout au plus alignés sur ceux du marché. Mais généralement on arrive à proposer des prix moins chers que les fournisseurs. Mais certains nous imposent, dans leurs contrats, de vendre au même prix qu'eux», affirme le CEO d'Algérie Market. Quels que soient le montant et le volume de la commande, la livraison d'une commande coûte 700 DA dans les wilayas du Nord, 900 DA dans les wilayas du Sud, et 400 DA à Oran où est basée la société. «On est conventionné avec un société de livraison. Nous ne prenons aucune commission sur le transport. Les délais de livraison sont de 4 à 10 jours, «selon l'éloignement du client.» «Mais, pour le moment, nous sommes largement en dessous de la limite supérieure. Nous avons déjà livré en 48 heures sur Alger, par exemple.»

A. Z.

3,5 milliards d'individus connectés à internet



Selon l'Union internationale des télécommunications (UIT), 47% de la population mondiale, soit environ 3,5 milliards d'individus, sera connectée à internet d'ici à la fin 2016 grâce au développement des réseaux de téléphonie mobile et à la baisse des coûts. L'UIT précise toutefois que la connectivité profite aux pays développés dont le taux d'accès à internet atteint 80% des habitants, contre 40% dans les pays en voie de développement et moins de 15% dans les pays les plus pauvres comme c'est le cas en Afrique, où ce taux tombe en-dessous de 10%. Seule une petite minorité urbaine, jeune, aisée, éduquée et plutôt masculine ayant accès aux moyens de communication, constate l'UIT. Les 3,5 milliards d'individus connectés ça reste assez éloigné de l'objectif de 60% que les Nations-Unies se sont fixés pour 2020. «La diffusion des réseaux 3G et 4G a fourni internet à de plus en plus de monde», souligne le rapport de l'UIT. En raison des coûts importants de l'extension des services de télécommunications aux zones rurales et aux utilisateurs isolés, ainsi que par les prix élevés des communications mobiles, «les pays les plus pauvres ont 20 ans de retard», résume l'UIT dont le rapport a été rendu public lors du 14^e colloque sur les indicateurs des télécommunications dans le monde (WTIS) qui s'est tenu à Gaborone, la capitale du Botswana.