

En France le e-commerce
dopé par les achats
mobiles en 2016



Les achats effectués à partir de smartphones ont dopé la croissance du e-commerce en France en 2016. Selon les chiffres de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), cités par Reuters, les ventes en ligne ont progressé de 14,6% l'an dernier totalisant 72 milliards d'euros, après une hausse de 14,3% en 2015. En moyenne, un acheteur sur internet a dépensé 2 000 euros en 2016, contre 1 780 euros l'année précédente. Cette hausse s'explique par une offre en ligne très dynamique des enseignes traditionnelles. A fin 2016, le marché français comptait plus de 200 000 sites actifs, «soit dix fois plus qu'il y a dix ans», affirme Reuters. Les achats réalisés à partir de terminaux mobiles ont grimpé de 30% en 2016 représentant 15% du marché des ventes en lignes. A la fin 2016, le e-commerce représentait 8% des ventes de l'ensemble du commerce de détail en France.

Cisco rachète AppDynamics pour près de 4 milliards de dollars

Cisco Systems a annoncé le rachat de l'éditeur de logiciels d'entreprise AppDynamics pour environ 3,7 milliards de dollars. Cité par Reuters, le vice-président du développement de Cisco, Rob Salvagno, explique que l'acquisition d'AppDynamics s'inscrit dans la stratégie à long terme de l'équipementier réseaux de migrer vers le logiciel. Cisco Systems, qui fait face à une réduction des investissements des opérateurs de télécommunications et des entreprises dans les routeurs et les commutateurs, renforce donc ses activités dans les secteurs de la sécurité informatique, les data centers et le cloud. Fondée en 2008, la société AppDynamics, basée à San Francisco, édite un logiciel de gestion et de surveillance des performances applicatives dans les entreprises. Elle compte environ 2 000 clients payants, parmi lesquels l'opérateur du Nasdaq, Nike, Kiabi, Expedia, T Systems, et Cisco Systems. AppDynamics sera intégrée à la division «internet des objets et applications» de Cisco.

Safaricom du Kenya oriente son financement vers l'internet fixe

L'opérateur Safaricom du Kenya a réaffecté des fonds pour construire son réseau internet fixe pour connecter les particuliers en raison de la hausse de la demande pour les services de streaming en ligne comme Netflix, a déclaré son DG Bob Collymore à Reuters. Le marché de l'internet fixe au Kenya est dominé par l'opérateur Zuku du Groupe Wananchi et Jamii Telecoms. Safaricom, la plus grande entreprise de télécommunications au Kenya, détenue à 40% par Vodafone, s'est, jusque-là, concentrée sur l'accès à l'internet mobile. L'activité de services internet de Safaricom a augmenté d'environ 40% au cours du premier semestre se terminant à la fin de septembre. Ce résultat est bien en dessous du taux de croissance de 52% pour les autres opérateurs africains et de 62% dans le reste du monde. Les dépenses d'investissement de Safaricom à mars 2016 ont atteint 310 millions de dollars, dont une grosse partie en fibre optique. Collymore a déclaré que Safaricom avait déjà connecté 6 000 foyers à son nouveau réseau de données fixes, utilisant des fibres et des pôles. Safaricom a dépensé 25 millions de dollars pour une licence 4G dont le réseau a été déployé dans les principaux centres urbains du Kenya.

«FanZone.dz» établit le 1^{er} palmarès des pages Facebook algériennes les plus suivies



● **Inédite l'étude FanZone.dz qui a recensé 58 pages Facebook algériennes dépassant un million de fans, parmi 500 pages, et a aussi confirmé le retard des institutionnels et de beaucoup d'entreprises dans la construction de communauté sur les réseaux sociaux.**

Par Lynda Abbou

Les développeurs et les journalistes de l'agence de presse Interface Médias ont lancé le premier classement des pages Facebook de contenu algérien intitulé «FanZone.dz». Un classement qui apporte de la visibilité sur les grandes tendances au sein des 17 millions de facebookeurs en Algérie. FanZone.dz est un classement basé sur des données statistiques et sur les moteurs de recherche disponibles sur le web. Ce baromètre prend en considération les 500 pages Facebook de contenu algérien les plus consultées par les Algériens résidant en Algérie et à l'étranger. Il établit également des classements par catégories (entreprises, politique, sport...). La romancière Ahlem Mostaghanemi est la personnalité algérienne la plus populaire sur Facebook. Sa page comptait plus de 11 millions de fans à la

mi-janvier 2017. Elle est suivie par Khadidja Benguenna, la célèbre journaliste algérienne d'Al Jazeera avec plus de 9,2 millions de fans. Le top des 10 du classement FanZone.dz est dominé par des célébrités algériennes établies à l'étranger.

Cependant, le classement des pages Facebook algériennes les plus aimées à partir de l'Algérie donne une hiérarchie différente. C'est le rappeur Lotfi Double Kanon qui en est le leader avec 3,92 millions de fans, suivi par le média *El Bilad* avec 3,52 millions de fans, l'opérateur de téléphonie mobile Djezzy avec 3,39 millions de fans, et le journaliste de Beln Sport Hafid Derradji dont la page comptait 3,26 millions de fans.

Les deux opérateurs téléphoniques Djezzy et Ooredoo se livrent un duel sur Facebook. Ooredoo coiffe le classement général avec 3,64 millions de fans contre 3,63 millions pour son dauphin Djezzy. Mais les rangs s'inversent lorsqu'on ne compte que les fans d'Algérie. Djezzy passe à 3,39 millions de fans (3^e place), contre 3,158 millions pour Ooredoo (8^e place). Mobilis arrive à la 4^e place au classement général avec 2,159 millions de fans, et à la 11^e place avec 2 millions de fans exclusivement à partir de l'Algérie. La montée en puissance des entreprises privées algériennes dans

l'activité sur les réseaux sociaux est incarnée par la 5^e place de Amor Benamor avec 2,151 millions de fans. Rouiba Jus, une autre marque algérienne du secteur privé, intègre le Top Ten du classement business avec 1,261 million de fans loin devant Hamoud Boualem, réputé tout aussi actif dans sa communication digitale (35^e avec 482 000 fans). Les entreprises publiques restent timides. Air Algérie au 52^e rang avec 310 000 fans et Sonatrach à la 149^e place dans le classement Business.

Les acteurs technologiques

Dans le Top 50 figurent de nombreuses marques, algériennes et étrangères, de la technologie mobile. La page Wiko, la marque française de smartphones, arrive en 6^e place au classement général avec 1,665 million de fans, suivie par Oppo Algérie (8^e, 1,314 million), Huawei Mobile 1,044 million de fans (11^e), Samsung Algérie (12^e, 1,028 million de fans), et Sony Mobile DZ (23^e, 728.767 fans). La page Facebook de Condor Electronics arrive à la 28^e place avec 554.714 fans, loin devant celle de LG Electronics Algérie (34^e avec 502 983 fans).

Invitée à commenter ces résultats, la responsable des relations publiques chez Wiko

Mobile Algérie, Kahoul Nassima, estime que le classement FanZone.dz «va aider les opérateurs économiques à atteindre des cibles, comme il va faciliter la fluidité de l'information pour les entreprises». Selon Kahoul Nassima, le digital est le premier canal de communication qu'utilise l'entreprise notamment les réseaux sociaux. «Wiko Algérie est porté sur la réactivité de ses fans et de la communauté digitale», précise-t-elle. Wiko Algérie préfère communiquer avec ses clients «sur les réseaux sociaux» au lieu de «l'affichage ou les insertions de presse», bien qu'elle utilise ces canaux classiques. «C'est le classement Business qui m'intéresse, je veux plus d'analyses sur ça. Cette initiative nous facilitera l'investissement sur les réseaux sociaux», affirme de son côté Sghier Hassan, le responsable médias digital et relations publiques de Brandt Algérie (74^e place avec 161 397 fans). Selon lui, la communication digitale occupe 5 % de l'investissement budgétaire annuel de l'entreprise. «Nous comptons augmenter notre investissement surtout si le e-paiement se concrétise en Algérie. Nous devons communiquer pour pouvoir vendre sur notre site», estime Sghier Hassan.

L. A.

L'industrie high-tech au Canada veut des visas pour les personnes bloquées aux USA

Un groupe de fondateurs, de dirigeants et d'investisseurs de sociétés technologiques canadiennes a demandé, dimanche dernier, à Ottawa de donner immédiatement une résidence temporaire aux personnes, issues de sept pays à majorité musulmane, interdites d'entrée aux Etats-Unis. Dans une lettre ouverte signée par plus de 200 acteurs de l'industrie technologique au Canada, les entreprises affirment que «le talent et la compétence ne connaissent pas de frontières». «De nombreux entrepreneurs technologiques canadiens sont des immigrants, sont des enfants d'immigrants, emploient et ont été employés par des immigrants», ajoute la lettre ouverte. Le Canada veut attirer des travailleurs qualifiés en technologie de l'étranger tout en retenant les travailleurs et les étudiants qui sont souvent attirés par les entreprises technologiques mondiales. Plus de 300 000 Canadiens travaillent actuellement dans la Silicon Valley. Jim Balsillie, ancien dirigeant de BlackBerry, a déclaré dans le *Globe and Mail* : «De telles politiques (celle de Trump) mettent tout le monde dans la communauté des affaires sur le même bord car toutes les entreprises mondiales ont une main-d'œuvre multiculturelle.» Ajoutant : «Si le Canada peut rapidement mettre en œuvre le visa mondial de compétences pour les talents technologiques, nous pouvons renforcer notre pays en tant que lieu d'attrait pour les meilleurs talents.»

Le Nigeria appelle à investir dans des logiciels locaux

L'Institut des Software Practitioners du Nigeria (ISPON) a appelé à la Banque de l'industrie au Nigeria à créer un bureau d'affaires du logiciel avec un prêt renouvelable de 16,350 millions de dollars américains pour développer le secteur des logiciels dans le pays. Le président de l'ISPON, James Emadoye, a critiqué la dépendance «excessive» de son pays pour l'importation de produits logiciels par les secteurs public et privé de l'économie nigérienne. Emadoye estime «dangereux de permettre aux logiciels étrangers d'être dominants dans les entreprises du pays, le gouvernement, l'éducation et l'armée». Cité par le quotidien *The Vanguard*, Emadoye a ajouté : «Nous ne pouvons pas compter sur d'autres nations pour le faire à notre place et nous ne pouvons pas attendre de l'expérience d'effondrement ou de piratage sérieux qui peut écraser l'économie en quelques secondes parce que nous laissons l'information nationale aux mains des étrangers.» Le Nigeria a consacré plus de 50 millions de dollars (16 milliards de naira) en 2016 pour les licences de logiciels importés. Le président d'ISPON a souligné l'effet positif que pourrait avoir une industrie logicielle florissante au Nigeria en termes de création d'emplois et d'économies en devises. «Le gouvernement, par le biais de l'Agence nationale de développement de la technologie de l'information, NITDA, doit faire plus d'efforts pour s'assurer que tous les ministères, départements et agences, soutiennent l'industrie du logiciel au Nigeria.