

# High-Tech NEWS N°01

LE MAGAZINE DE LA DISTRIBUTION HIGH-TECH ET DES LOISIRS NUMÉRIQUES MARS / AVRIL 2010



**CHARLES  
LELONG**

CHEF  
PRODUITS  
TÉLÉVISION  
SAMSUNG

**SAMSUNG** ////////////////



**PHILIPPE  
CITROËN**

DIRECTEUR  
GÉNÉRAL  
DE SONY  
FRANCE

**SONY** ////////////////



**JEAN-PIERRE  
THIEBLEMONT**

DIRECTEUR  
COMMERCIAL DIVISION  
GRAND PUBLIC  
PANASONIC FRANCE

**PANASONIC** ////////////////



**ALAIN  
APPROU**

DIRECTEUR  
MARKETING  
DE TOSHIBA  
SYSTÈMES FRANCE

**TOSHIBA** ////////////////

Changez de dimension

Samsung  
LED TV

**SAMSUNG**

TURN ON TOMORROW™

[www.samsung.com/fr/3d](http://www.samsung.com/fr/3d)

## CES LAS VEGAS



La TV 3D, vedette  
des produits grand public

## MWC DE BARCELONE



Android, Symbian, Windows Mobile 7...  
la guerre des plate-formes

## LA CHRONIQUE DE VICTOR

LA 3D,  
C'EST PARTI !



**DISTRIBUTION:** ouverture de deux magasins Euronics France en février 2010  
**MATÉRIEL:** Medion dévoile son nouveau PC Gamer Medion® Erazer® X7703D  
**JEUX VIDÉO:** *Mass Effect 2*, le retour du Commandant Shepard · *Assassin's Creed II*...





Sommaire

- Édito / sommaire 05
- Les acteurs 06
- La chronique de Victor 08
- News produits 12
- Dossier CES Las Vegas 2010 16
  - Samsung ..... 20
  - Sony ..... 24
  - LG Electronics ..... 28
  - Panasonic ..... 32
  - Toshiba ..... 36
  - Funai ..... 40
- Toshiba à l'IT Partners 44
- Dossier MWC Barcelone 2010 46
  - Samsung ..... 50
  - LG Electronics ..... 52
  - Sony ..... 54
  - Research In Motion ..... 56
- Distribution 58
- Jeux vidéo 62

## AVEC ASTRA, VOTRE CLIENT EST TOUT DE SUITE BIEN ORIENTÉ !

### VOS CLIENTS SATISFAITS...

- + DE CHAÎNES GRATUITES**
  - > TNTSAT, toute la TNT gratuite, dont la HD et toute l'offre en clair
- + DE LIBERTÉ POUR S'ABONNER**
  - > Sans changer de parabole ni d'orientation
  - > Sans changer de terminal pour vos clients équipés TNTSAT CANAL READY
- + D'INNOVATIONS**
  - > La meilleure qualité de diffusion
  - > Le + large choix de chaînes HD et déjà prêt pour la prochaine révolution 3D

### VOTRE CHIFFRE DÉVELOPPÉ...

- + DE PRODUITS À VENDRE**
  - > Avec plus de 30 modèles de terminaux TNTSAT : SD, HD, avec PVR, CANAL READY
- + D'INSTALLATIONS**
  - > À forte valeur ajoutée pour équiper tous les postes de la maison
- + DE COMMISSIONS**
  - > Avec les ventes d'abonnements LES CHAINES CANAL+, CANALSAT et INITITAL
- + D'AIDE À LA VENTE**
  - > Avec toujours plus d'outils mis à votre disposition gratuitement sur [www.astrapro.fr](http://www.astrapro.fr)

**+ DE 5 MILLIONS DE FOYERS EN FRANCE ONT UNE PARABOLE SUR ASTRA**



**VOUS AVEZ ENTRE LES MAINS UN NOUVEAU MAGAZINE** et nous espérons que vous prendrez du plaisir à sa lecture.

**NOTRE OBJECTIF :** que *High-Tech News* soit, pour vous, une mine d'informations et qu'il devienne un de vos outils de travail préféré. Notre équipe est composée de personnes d'origines professionnelles différentes, de la presse pro et grand public bien sûr et de la distribution.

**RELAIS DE L'ACTUALITÉ** de l'industrie du high-tech au sens large (que nous côtoyons depuis de nombreuses années), notre magazine se veut exhaustif et ouvert. Au fil des numéros nous vous parlerons de l'évolution technique et marketing des produits de l'ensemble des fabricants. Nous vous présenterons également les futures tendances et enfin les appareils qui seront demain dans vos magasins.

**DANS CE PREMIER NUMÉRO** de *High-Tech News* :

- Victor Jachimowicz dans sa chronique reviendra sur la technologie qui fait le « buzz » actuellement : la 3D et vous en exposera les promesses et les limites, à ce jour.
- Au niveau produits, beaucoup de nouveautés vous seront présentées : les netbooks (qui représentent aujourd'hui 20 % du marché des notebooks); les smartbooks (bientôt dotés de fonctionnalités téléphoniques); l'e-reader (évolutions annoncées pour 2010 chez Asus et MSI) et enfin les Tablet PC (et la riposte pour « contrer » l'*Ipad* d'Apple).
- De retour du CES Las Vegas, nous vous présenterons beaucoup de nouveautés et aussi quelques innovations. Les principaux fabricants (Samsung, LG Electronics, Sony, Panasonic, Toshiba) vous parleront de leur produits et de ce qui est, à nos yeux, la vraie grande promesse de 2010 et des futures années : à savoir, la télévision connectée.
- Nous reviendrons, dans le dossier du Mobile World Congress de Barcelone, sur une autre révolution, celle des applications. Chacun cherche sa voie... en commençant par copier l'autre! Beaucoup de trouble au final pour le consommateur, car tous les systèmes d'exploitation – bien que dits « ouverts », ne sont pas obligatoirement compatibles entre eux!

**POUR FINIR, UN MOT.** Tous ces bruits, ces salons, ces nouveautés, ces innovations, n'ont, en réalité, qu'un seul et même but : celui de vendre. Et pour vendre longtemps, il faut vendre bien (et vendre mieux si possible!). Pour cela il faut être bien informé, cela tombe bien, c'est exactement l'objectif de *High-Tech News* : tout simplement bien vous informer... pour mieux vendre.

**BONNES AFFAIRES À TOUS!**

Philippe Le Goff – Victor Jachimowicz

HIGH-TECH NEWS N° 01 - PARUTION MARS / AVRIL 2010

**ÉQUIPE DE RÉDACTION :**  
**Rédacteur en chef :** Philippe Le Goff.  
 Mail : p.legoff@groupe-plc.fr  
**Direction artistique et création :** Philippe Cartault.  
 Mail : philippe.cartault@gmail.com  
**Rédacteurs :** Victor Jachimowicz, Philippe Elme, Pierre Lagrange, Nicolas Kalogeropoulos, Dimitri Willem.  
**Secrétaire de rédaction :** Muriel Le Gonidec.  
**Maquettistes :** Philippe Cartault, Frank Lega.  
**Chef de rubrique jeux vidéo :** Nicolas Kalogeropoulos.

**SERVICE PUBLICITÉ :**  
 Chef de publicité : Philippe Le Goff

**SERVICE ADMINISTRATION & ABBONNEMENTS :**  
 Directeur de Publication : Philippe Le Goff  
 S.A.R.L. PLC : 86, rue Jean Weber – 76600 Le Havre  
 Mail : p.legoff@groupe-plc.fr

Magazine édité par la société S.A.R.L. PLC  
 Siège social : 86, rue Jean Weber – 76600 Le Havre  
 Code NAF : 5814Z - R.C.S. Le Havre : 509 099 214  
 T.V.A. intracommunautaire : FR 62505099214  
 Imprimé en France.  
 N° ISSN en cours.

I am listed here! →



# MOBILE WORLD CONGRESS 2010

## MWC DE BARCELONE

Jusqu'alors très orienté matériel et constructeurs, nous avons vu cette année un salon mondial du mobile plutôt dédié aux systèmes d'exploitations et fournisseurs de contenu. Malgré la crise, le hall « App Planet » a permis à de nombreux développeurs de toutes tailles de présenter leurs solutions à l'ensemble du marché mobile.

La Catalogne a accueilli durant quatre jours son cinquième salon international de l'industrie du mobile, dénommé Mobile World Congress, au Fira de Barcelone. Par ces temps de crise, qui nous tombait dessus il y a un an pour le même événement, nous étions assez dubitatifs sur le succès d'un tel événement. En effet, des grands noms du secteur, comme Nokia et LG Electronics, ont décidé de ne pas participer à la fête, sans pour autant être totalement absents, organisant leurs propres manifestations dans la ville. De manière globale, malgré les

centaines de communiqués de presse reçus ces dernières semaines, cette édition 2010 n'a pas été le fait d'annonces exceptionnelles, même si certains aient décidé de faire parler d'eux, alors que le timing ne correspondait pas à leurs annonces. Un aperçu global du lieu d'exposition pouvait faire penser que le nombre de stands aient diminué par rapport à l'an passé, avec un étage complet du hall 2 réduit à la peau de chagrin, mais en réalité ce sont plutôt les styles des stands qui ont évolué. En effet, le parcours du hall 7, avec son App Planet, montrait que mieux que les constructeurs, les

sociétés de service étaient réellement présentes. Une excellente initiative du GSMA, organisateur du salon, qui a vraisemblablement permis à de nombreuses petites startup de se faire connaître.

### Des systèmes d'exploitation...

En premier lieu, nous avons maintenant une offre multiple en terme de systèmes d'exploitation mobiles. La prise de position de grands noms comme Microsoft avec *Windows Mobile* et Nokia avec *Symbian*, ou encore RIM avec le *Blackberry* (mais avec un axe plus professionnel) pouvait faire penser que les systèmes propriétaires deviendraient réservés aux petits constructeurs asiatiques, ne désirant pas payer de royalties. Mais les nouveaux acteurs que sont Apple avec l'*iPhone* (bien que propriétaire et toujours réservé à la marque à la pomme, mais surtout éternellement absent du salon), puis Google avec *Android* (qui avait au passage raté son arrivée l'année dernière), et très récemment Samsung avec *Bada*, montrent que le marché va avoir tendance à se segmenter, mais d'une autre manière. Nokia, de son côté, avec l'annonce de MeeGo en



partenariat avec Intel, a rajouté un peu plus à la confusion. Enfin, mais un peu plus discrètement, Qualcomm et HTC nous ont parlé de Brew. Pour les initiés, la nouvelle donne avec les systèmes d'exploitation risque de désorienter les stratégies, mais il ne faut pas oublier que le consommateur lambda achète généralement un téléphone, voire un smartphone, avec les fonctions générales qui lui conviennent. Il n'a que faire du système qui pilote le mobile, du moment qu'il répond à ses besoins. Il suffit de constater le succès d'Apple avec son *iPhone*, qui n'incorpore pas obligatoirement les toutes dernières technologies, mais sait offrir une interface réellement intuitive et simple d'emploi.

### ... trop nombreux?

Va-t-on à nouveau vers une bataille rangée de systèmes, où chaque constructeur défendra son choix, voire ses choix, sans pour autant fermer la porte aux autres? Qui sera gagnant? Le consommateur? Peut-être pour les prix, mais il ne sera pas d'accord pour négliger la qualité. Aujourd'hui, tous ces systèmes mobiles sont hyper complexes, plus que les systèmes pour nos ordinateurs. En plus d'être un ordinateur, un smartphone est un téléphone (à ne pas oublier tout de même!), un appareil photo, une caméra vidéo, un lecteur mp3, une visionneuse multimédia, un GPS parfois avec navigation embarquée, une manette de jeu dans l'espace, etc.

### SOMMAIRE MWC

INTRODUCTION :	PAGE 46
MOBILE WORLD CONGRESS 2010.	
SAMSUNG :	PAGE 50
DAVID EBERLÉ, DIRECTEUR DE LA DIVISION TÉLÉCOM ET JEAN-PHILIPPE ILLARINE, DIRECTEUR MARKETING.	
LG ELECTRONICS :	PAGE 52
DENIS MOREL, DIRECTEUR DE LA DIVISION TÉLÉPHONIE MOBILE ET WILLIAM GIRARD, DIRECTEUR MARKETING PRODUITS.	
SONY ERICSSON :	PAGE 54
ESTELLE GIBERT, DIRECTRICE MARKETING.	
RESEARCH IN MOTION :	PAGE 56
CHRISTOPHE DUCAMP, ORANGE RETAIL SALES DIRECTOR.	

Qualcomm et HTC nous ont présenté la plate-forme Brew.



01  
Partenariat  
Nokia/ Intel :  
l'annonce  
de MeeGo  
au MWC 2010.



Sony Ericsson Vivaz :  
un smartphone tactile  
utilisant la plate-forme Symbian,  
devenue aujourd'hui open source.



### ... Android fait du bruit...

Le nom que l'on a le plus entendu à Barcelone, c'était *Android*. Nous connaissons tous la puissance marketing de Google, qui sait actionner les pompes au bon moment. Avec des partenaires constructeurs de plus en plus nombreux, exclusifs ou non (Motorola, Sony Ericsson, Samsung, LG Electronics, HTC, Alcatel, Huawei, pour citer uniquement des grands noms), cela ne passe pas inaperçu. Sans compter les 8 sessions de développeurs, et un Nexus One offert à chaque participant (100 par session), cela a fait 800 heures de plus, sachant qu'il n'y avait pas 800 développeurs Android sur le site. Mais il y aurait eu deux fois plus de sessions, toutes auraient été remplies.



© Avec l'aimable autorisation d'Apple.

// Il apparaît clairement que cette pléthore de systèmes est la réponse au succès et à l'hégémonie en terme de trafic, mais aussi en terme de résultats, de l'AppStore d'Apple. //

nalité dans tout cela, toutes les plate-formes autres proposant la même chose, même Bada, annoncé il y a peu de temps, et qui proposera ses premiers modèles en avril. Avec *Windows Phone 7*, il faudra patienter jusqu'en septembre... mais ce sera peut-être trop tard.

#### Le succès de la Pomme...

Il est apparaît clairement que cette pléthore de systèmes soit la réponse au succès et à l'hégémonie en terme de trafic, mais aussi en terme de résultats, de l'AppStore d'Apple (encore lui). Car en marge des systèmes mobiles, les boutiques mobiles ne se gênent pas pour pousser comme des champignons depuis un peu plus d'un an. Il faut ajouter à cela les opérateurs

qui craignent que les constructeurs ou les éditeurs ne cassent le système de fidélité de leurs clients (nouvellement historiques), car après tout, ce n'est plus l'appareil ni le transfert radio qui ont de l'importance, c'est le contenu. Cela fait bien plus longtemps que l'on trouve des offres de téléphones mobiles à 1 €, soit au même prix que de nombreuses applications parmi les 100 000 actuellement proposées sur l'AppStore. Donc, dans le désordre, nous avons l'*OVI Store* de Nokia, le *Samsung Apps*, l'*Orange App Shop*, *Android Market* de Google, le *Windows Market Place* de Microsoft, l'*App World* de RIM, le *Palm Software Store* ou encore le *PlayNow Arena* de Sony Ericsson. Et ce n'est pas fini! Cela étant, les résultats de toutes ces plate-formes sont loin de prouver qu'elles atteindront le retour sur investissement. Une initiative intéressante chez Samsung, qui, avec sa plate-forme *Bada*, propose de partager les revenus avec les opérateurs. Avec *Android* et *Windows Mobile*, Samsung supporte donc trois OS. Attendons quelques mois pour voir comment vont se répartir les ventes des mobiles sur ces plates-formes.



Un Nexus One offert à chaque participant des sessions développeurs Google.

#### Microsoft en retard?

Reste l'annonce de Microsoft, avec *Windows Phone 7*. Tombé un peu comme un cheveu sur la soupe, mais sûrement poussé par l'avancée des concurrents, nous avons découvert un système sympa, sans pour autant transcender l'usage d'un mobile, orienté vers l'utilisateur, ses réseaux sociaux et ses données multimédia. Quelle origi-

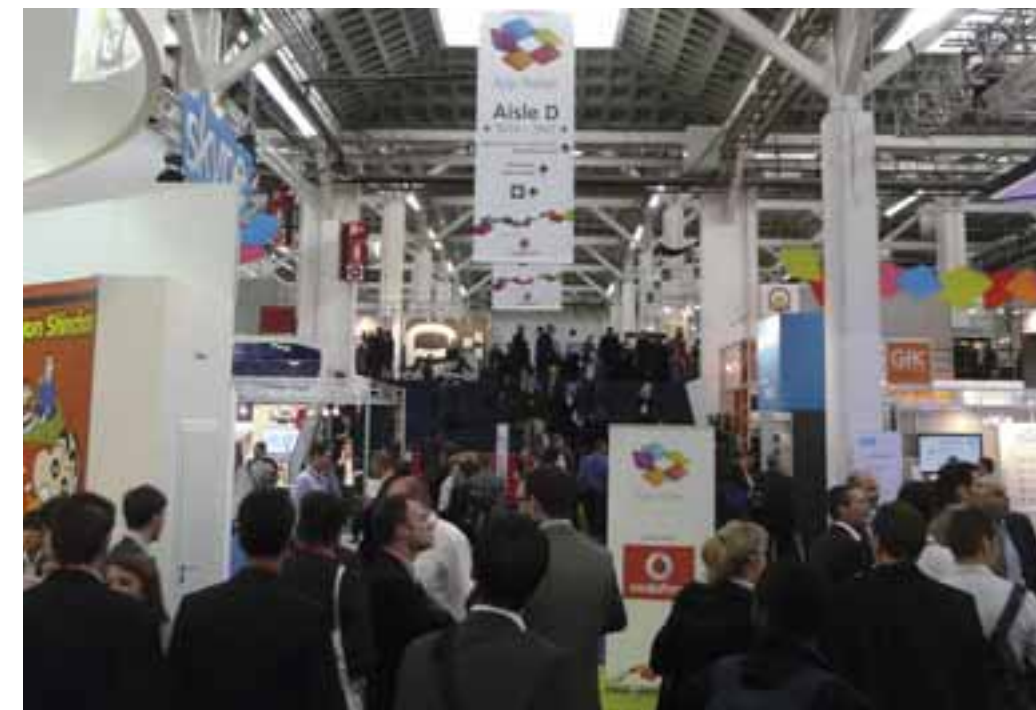


### La réponse des bergers

Faire et défaire, c'est toujours travailler. Pourquoi pas, mais dans notre monde des hautes technologies qui court à toute vitesse, nous n'avons pas le temps de digérer, ni de tirer l'expérience du vécu. Après une année pleine d'annonces multiples de boutiques mobiles, il s'est produit un événement pour le moins surprenant. 24 des grands opérateurs mondiaux, se sentant oubliés, ont décidé de s'associer pour créer la « Wholesale Applications Community ». En effet, après avoir essayé de démarrer pour certains leurs propres boutiques mobiles, l'ampleur de l'App Store d'Apple les a fait réagir, et leur désir est de ramener à eux la manne que rapporte la vente de logiciels. Mais là aussi la bataille sera serrée et nous allons assister à un duel entre constructeurs, éditeurs et opérateurs. Sans oublier que ces 24 opérateurs sont pour certains en concurrence directe sur le terrain. Espérons cependant que cette initiative ne ralentisse pas la mise à disposition des applications pour les utilisateurs.



Samsung propose de partager les revenus avec les opérateurs...



Hall 7 du MWC: bonne humeur et optimisme au rendez-vous de l'App Planet...



#### L'App Planet tout sourire

Alors qui sont les plus gagnants aujourd'hui? Peut-être les développeurs d'applications. En effet, nous n'avons rencontré que bonne humeur et optimisme lors du parcours de l'App Planet, qui remplissait une petite moitié du hall 7. Même les fournisseurs de contenu GPS et navigation s'orientent vers la fourniture de services à valeur ajoutée. Evidemment, la multiplicité des boutiques mobiles en ligne ne peut que leur apporter du support pour les ventes. Il faut savoir que l'App Store d'Apple est la première plate-forme mobile qui a permis aux développeurs d'applications pour les mobiles de trouver un retour sur investissement, voire gagner de l'argent, beaucoup pour certains. Mais attention, que cela ne soit pas un feu de paille, il ne sera pas possible de renouveler à volonté le succès d'Apple, avec ses presque

trois milliards de téléchargements réalisés en moins de deux ans. On en oublie presque les sites historiques, comme *Handango*, qui continuent à survivre, par rapprochements et fusions successifs.

#### Les technologies pas en reste

Le salon comportait aussi de nombreux stands totalement dédiés à l'électronique, dont quelques sociétés françaises à la pointe de la technologie, aux offres de commerce en ligne, et évidemment tout ce qui peut se rapporter aux accessoires pour mobiles. Une amorce vers les réseaux 4G (opérateurs, solutions de diffusion, mais aussi mobiles) semble aussi se dessiner, avec de grandes chances que ce secteur décolle réellement l'année prochaine. À noter que la France était bien représentée, sous l'égide d'Ubifrance, avec plus de 100 entreprises qui avaient fait le déplacement. Pour conclure, moins d'exposant, presque autant de visiteurs, plus de services, moins de matériels, mais un éclatement des systèmes et des offres de diffusion des contenus. ■



# ////// Samsung //////////////////////////////////////

## DAVID EBERLÉ DIRECTEUR DE LA DIVISION TÉLÉCOM ET JEAN-PHILIPPE ILLARINE DIRECTEUR MARKETING

Après une bonne année 2009, Samsung arrive avec le Wave, son premier smartphone sous *Bada*, qui s'annonce comme capable de se battre contre le meilleur de ses concurrents.

### Quel est le bilan de l'année 2009 ?

Samsung a démarré l'année 2009 avec 35 % de part de marché, pour la finir à 40 % (en volume), ce fut donc une bonne année. Les objectifs ont été atteints avec près de 10 millions de mobiles vendus, sur un total de 23,5 millions. Nous avons cependant un peu souffert en part de marché valeur, cela pour deux raisons. En premier parce que l'augmentation de volume n'a pas compensé la baisse des prix, en second, dans le segment des smartphones, par la prédominance de l'iPhone. Nous rappelons que ce dernier est fortement subven-

tionné par les opérateurs, ce qui n'est pas toujours visible, mais nous avons aussi été peu présents avec un peu plus de 400 000 appareils vendus. Nous n'y incluons pas les produits tactiles, qui ont été vendus à 4,5 millions d'unités, pour un objectif de 4 millions, ce qui représente 45 % des ventes de la marque.

### Et les projections pour 2010 ?

En 2009 ce sont les tactiles qui ont été les produits à valeur, alors que 2010 sera l'année des smartphones. Le marché 2009 a vu 3,9 millions de smartphones vendus

sur 23,5 millions de mobiles ; la projection sur 2010 est de 8 millions de smartphones, ce qui représente plus du double, et cela sera dans une fourchette de prix comprise entre 300 et 350 €. Notre objectif pour 2010 est de vendre 4 millions de smartphones, ce qui représente 40 % de nos ventes 2009, mais aussi 50 % des ventes total projetées en 2010. Cela multiplie aussi par 10 notre performance de l'année dernière, sachant que les tactiles ont connu le même boom chez Samsung en 2009.

### Quid des gammes de smartphone sous Android ?

Notre premier smartphone a été le Galaxy, sous plate-forme *Android*. Ses ventes ont eu un succès d'estime, mais il n'était pas positionné correctement. Il a été suivi par le Galaxy Spica, qui se vend déjà mieux. Une campagne de communication est programmée pour le mois de mars, avec un focus sur les services google (*Maps, Gtalk, Street View, Gmail, Search*), complété d'une personnalisation par des applications d'*Android Market*. Ce concept est nouveau et a pour but de compenser la non-communication de *Google* dans ce



David Eberlé,  
directeur de la division télécom.



Jean-Philippe Illarine,  
directeur marketing.

Premier smartphone sous *Bada* : le Wave.



sens. Si nous comparons nos appareils sous *Android* avec le Nexus One de *Google*, celui-ci n'est qu'un *Google Phone* de plus. Avec ses 40 % de part de marché en 2009, Samsung a en plus la légitimité de la marque, qui va être complétée par la légitimité software. De plus, comment *Google* pourra-t-il arriver en France à vendre ses smartphones sans passer par les opérateurs ?

### Comment se différencier ?

Avec *Android*, c'est le même soft dans tous les appareils supportant cette plate-forme, et quelle que soit la marque. Samsung a décidé de se différencier avec *Bada*, notre propre OS avec 4 composants : l'*Open OS*, les *Samsung Apps*, le *Touch Plus 3* et le *Social Hub*. Le système d'exploitation de *Bada* est une évolution du système propriétaire de Samsung, qui devient complètement ouvert, et complété par un SDK et des API. *Samsung Apps* est le pendant de l'*App Store* ou de l'*Android Market*. Les premières applications référentes arriveront entre mai et juin. L'interface *Touch Plus 3* est l'évolution de l'interface tactile existante de Samsung. Le *Social Hub* est un nouveau service donnant accès à l'ensemble des ser-

vices de messagerie en push (*Mail, MSN, GTalk, Yahoo Chat, Facebook, MySpace, Twitter...*).

### Votre premier smartphone sous *Bada* est donc le Wave ?

Samsung a profité du MWC pour annoncer son premier smartphone sous *Bada*, le Wave. Son écran est un Super AMOLED – N.D.L.R. : déjà beau quand il est éteint, avec son reflet noir – qui est la version 2 de l'*Amoled*, technologie propriétaire de Samsung, et en exclusivité pour la marque sur une partie de l'année 2010.



« Les premières applications référentes arriveront entre mai et juin 2010. »

De diagonale 3,3 pouces, en résolution WVGA (800x480 pixels), il est plus brillant et plus lumineux, tout en étant plus fin, avec une dalle tactile rapprochée de l'écran. Ses noirs sont plus profonds, et ses couleurs plus lumineuses, tout en consommant moins d'énergie. Le processeur du Wave est un Samsung tournant à 1 Ghz, muni d'un accélérateur 3D dédié aux applications. Sa coque est tout alu et sa batterie de 1600mA est amovible. Il peut filmer en HD, et reproduire les vidéo via la sortie



Campagne de Galaxy Spica : une volonté de compenser la non-communication de *Google*.

HDMI ou en DLNA. L'APN a un capteur de 5 megapixels, et il est muni d'un slot Micro SD. Enfin, il est 3G, HSDPA, Wi-Fi et Bluetooth 3.0. Nous n'avons pas encore de statistiques sur l'auto-nomie, mais notre objectif est de tenir une bonne journée en utilisation intensive.

### Le Wave arrive en mai... et après ?

Le Wave sera lancé courant mai avec tous les opérateurs, et surtout une campagne sans précédent. Celle-ci sera focalisée sur le *Social Hub* et les applications. C'est le premier produit d'une gamme qui sera complétée en juin, puis septembre. Nous prévoyons de sortir entre cinq et six produits sous *Android*, pareil sous *Bada*, d'ici la fin 2010, sur un total de 35 nouveaux mobile Samsung.

### Quid des développeurs ?

Les futurs smartphones sous *Bada* auront des écrans variant entre 3 et 3,7 pouces, avec deux résolutions différentes. Mais le SDK (disponible durant la deuxième quinzaine de février) comporte un module d'upscale adaptant la résolution d'écran, ce qui n'existe pas sous *Android*. Le langage de développement est en C++, ce qui a plutôt tendance à rassurer nos développeurs. ■



# LG Electronics

## DENIS MOREL DIRECTEUR DE LA DIVISION TÉLÉPHONIE MOBILE ET WILLIAM GIRARD DIRECTEUR MARKETING PRODUITS

Après une année 2009 globalement bonne, LG prend le pas des smartphones, et ambitionne pour 2010 une part de marché estimée entre 12 et 15%. Pas d'OS ouvert spécifique à la marque, les efforts seront portés sur la personnalisation avec des applications maison, et l'apparition de smartphones *Android*, puis *Windows Phone 7*.



Denis Morel,  
directeur  
de la division  
téléphonie  
mobile.

réseaux non couverts par GFK, LG estime que sa part de marché est supérieure, avec les neuf premiers mois qui furent très bons, le dernier trimestre ayant subi le retour des «sur-subsventions» des opérateurs, qui ont eu pour effet une baisse en valeur. LG termine alors troisième en volume, et quatrième en valeur. 2010 verra apparaître une nette remontée de la marque.

### Quelles sont les objectifs pour l'année 2010 ?

– 2010 sera accompagné d'une multiplication de lancements de produits smartphones. LG se diversifie de son propre OS, en supportant deux systèmes d'exploitation mobiles ouverts, *Android* et *Windows Phone 7*. Notre ambition est d'offrir l'accès aux smartphones au plus grand nombre, avec une entrée dans les segments plus grand public, et donc des modèles de milieu de gamme. L'objectif de cette année est de vendre un million de smartphones en France (sur un total estimé entre 7 et 8 millions, avec une grosse partie des volumes à partir du deuxième trimestre. Nous voulons couvrir l'ensemble des segments du mar-



William Girard,  
directeur marketing produits.

ché, et rester très fort sur les tablettes tactiles en entrée et milieu de gamme. Le marché global va augmenter grâce aux smartphones qui arrivent pour remplacer les modèles plus simple, avec donc un tirage du marché vers le haut.

### Quid du GT540 sous Android ?

– Fin 2009 est apparu le premier modèle *Android* sous la marque LG, avec le GW620. Il est complété par le GT540, dans un form factor un peu différent, positionné en milieu de gamme, donc accessible aux petits abonnements. Proposé au départ en *Android Donut*, il pourra être mis à jour en *Éclair*



Le GT540  
arrivera  
chez les 3  
opérateurs  
à partir  
du mois  
de mai.

(*Android 2.x*.) Il sera livrable en quatre couleurs (gris, noir, blanc, rose), et son design est dans la ligne du Viewty, qui a eu un véritable succès. Avec un capteur de 3 Mpx, un écran de 3 pouces, le 3G+, le Wi-Fi, la connectivité DLNA, rien n'est laissé de côté. Le GT540 arrivera chez les trois opérateurs à partir du mois de mai.

### Cette année 2010 verra-t-elle une nouveauté sous votre propre OS ?

– Notre deuxième nouveauté est un produit icône, qui est notre LG mini. Son écran à technologie capacitive couvre presque toute la surface. Il a un capteur de 5 Mpx, la 3G+ et le Wi-Fi. Il intègre nos logiciels *Linkbook* et *Link Air*. Nous le considérons comme le plus emblématique de l'A.D.N. LG.

### Link Air est-il la symbiose entre votre ordinateur et votre mobile ?

– *Link Air* a pour originalité de relier les actions faites sur votre ordinateur avec celles de votre mobile. Vous désirez par exemple aller au restaurant. Vous faites chez vous

une recherche sur *Google Maps* sur votre ordinateur, puis vous prenez votre voiture pour vous y rendre. Vous n'aurez alors pas besoin de saisir à nouveau les informations sur le mobile, car l'accès à votre historique sera automatiquement accessible sur le mobile. Dans un autre domaine, vous consultez une recette sur le navigateur de votre PC, il suffit de sélectionner une partie de la page, faire un clic droit, et envoyer le texte choisi (par exemple la liste des ingrédients qui devient une liste de courses) en tant que mémo vers le mobile, au format texte. Toutes ces opérations fonctionnent après avoir effectué une première synchronisation avec le mobile.



Modèle LG mini.

### Et la personnalisation logicielle ?

– Le socle logiciel *Android* est complété par certains raccourcis spécifiques à LG, qui négocie des partenariats de contenus, que ce soit dans le domaine du cinéma ou du jeu. LG est un acteur majeur en France dans le domaine de la TV plasma, et nous désirons établir la symbiose entre nos lignes de produits. Ainsi, il suffira de glisser du contenu sur l'icône TV du smartphone pour qu'il soit affiché sur l'écran TV. Nous proposons *Linkbook*, qui correspond à une gestion du répertoire plus riche et plus intelligente, par l'intégration des réseaux sociaux. Le design seul ne suffit pas, et LG travaille sa différenciation par le logiciel. De plus, nos logiciels spécifiques



Modèles LG KM570 «Cookie» et LG GT400.

comme *Linkbook* et *Link Air* sont développés sur *Android* et *Windows Phone 7*, mais aussi sur notre propre OS.

### Le GT400 est-il en quelque sorte le successeur du Viewty ?

– Oui, nous introduisons avec le GT400 comme successeur du Viewty, qui sera dénommé Viewty Smile. Muni d'un capteur de 5 Mpx, un écran tactile, connecteur Micro SD, et fourni en quatre livrées (blanc, rose, silver et noir), ce modèle arrivera en avril chez *SFR*, puis chez les autres opérateurs un peu plus tard. Son prix de vente conseillé sera inférieur à 200€, et il entre donc directement dans le segment volumique.

### Au niveau des tablettes, une nouveauté pour 2010 ?

– Le mois prochain verra apparaître notre nouveau mobile dans le segment des tablettes, le KM570, pour faire suite au KP501. Dénommé *Cookie Live*, il fait enfin apparaître en France le nom de *Cookie*, déjà exploité dans d'autres pays. Son design est spécifique, avec une face avant à la finition métallique et un dos de type aluminium brossé. Il dispose de 4Go de mémoire interne, mais aussi d'un connecteur Micro SD, embarque le Dolby Mobile, et un jack 3,5 mm. Le KM570 se différencie de la concurrence par ses couleurs multiples (noir, silver, violet et bleu), et sera disponible dès le mois d'avril en packs chez *Orange* et *Bouygues*. ■



# //// //// Sony Ericsson //// ////

## ESTELLE GIBERT DIRECTRICE MARKETING

Sony Ericsson veut devenir la marque de divertissement et de communication sur mobile et a profité du Mobile World Congress de Barcelone pour dévoiler ses nouvelles gammes de smartphones, sous plate-forme *Android* et *Symbian*.

### Un seul mot d'ordre : « redonner le sourire à vos utilisateurs » ?

– En effet. Le Mobile World Congress 2010 a été un salon très important pour Sony Ericsson, en ce qui concerne les nouveautés dans les gammes, la marque, qui s'oriente vers le divertissement et la communication. Ces nouveaux mobiles sont beaux, avec un gros travail apporté sur le design, des plates-formes revues et beaucoup plus ouvertes, et une interface graphique conviviale.

Le X10 est le premier smartphone sous *Android* de Sony Ericsson, il est muni d'une surcouche avec des applications à signature exclusive, comme *Timescape* et *Mediascape*. *Timescape* organise de manière chronologique, sur un même écran, toutes les informations du téléphone, que ce soit les appels, la musique, les réseaux sociaux comme *Twitter*, *Facebook* ou *Myspace*, les SMS, les mails, les photos, etc.

Une touche dénommée *Infini* permet même d'aller plus loin dans l'expérience, comme par exemple accéder à une fiche contact. Le concept est très centré sur l'humain, sous la forme d'une agrégation de tout ce qui concerne la personne.



Estelle Gibert,  
directrice  
marketing.

*Mediascape* se charge de tout le contenu multimédia, que ce soit l'audio, la photo ou la vidéo embarqués, mais aussi d'autres types de contenus accessibles via Internet. Cela comporte *PlayNow* pour la musique (la plate-forme de téléchargement de Sony Ericsson), *Youtube*, *Picasa*, *Facebook*, etc. Un ensemble de services choisis par l'utilisateur. *Mediascape* a aussi sa touche *Infini*, qui, par exemple, à partir du morceau écouté, permet d'en savoir plus sur l'artiste, comme ses autres musiques ou ses concerts. Nous rappelons que le X10 inclut un partenariat avec *John Paul*, un service de conciergerie offert pour une durée de 1 an. D'autres applications seront poussées via la plate-forme clients de Sony Ericsson.

### D'autres modèles sous plate-forme Android vont-ils voir le jour ?

– Oui, le MWC a donné l'occasion de montrer d'autres produits de la gamme X10, avec l'apparition des X10 mini et X10 mini pro. Ces deux smartphones sont aussi sous *Android*, et bien qu'ultra compacts (pratiquement de la taille d'une carte de crédit) offrent la même richesse d'utilisation, sans compromis sur les services.



Le X10, premier smartphone Sony sous *Android*.

“ Ces nouveaux mobiles sont beaux, avec des plates-formes beaucoup plus ouvertes, et une interface graphique conviviale. ”



L'intégration de *Timescape* est faite à l'identique du X10, ainsi que l'accès à internet vers *PlayNow™* ou *Youtube* par exemple. Leur interface graphique a été retravaillée, particulièrement en exploitant les quatre coins de l'écran, qui représentent des touches de raccourcis, paramétrables. Les X10 mini sont personnalisables à l'infini, et il suffit de deux clics et d'un glissement d'icône pour placer les applications de son choix dans chacun des coins. Le X10 mini est 100 % tactile, alors que le X10 mini pro est muni d'un clavier coulissant, pour suivre la tendance qui en Europe de l'Ouest est demandeuse de smartphones munis d'un clavier (+ 250 % selon GFK), particulièrement pour les gourmands du chat, du sms, des emails, etc.



Le X10 mini est 100 % tactile, alors que le X10 mini pro est muni d'un clavier coulissant.

### Et pour les « digital entertainment junkies » ?

– L'écran est utilisé au maximum de sa taille, afin de naviguer d'une information à l'autre, sans avoir besoin de quitter une application pour lancer la suivante, cela se faisant tout seul. Les cibles visées sont évidemment le mainstream, les 20 à 40 ans, avec une tendance vers les utilisateurs toujours connectés, ceux qui désirent accéder à l'information n'importe où n'importe quand, avec toujours plus de contenu, et via un produit nomade répondant à toutes leurs envies. Le divertissement passe par la compacité du produit, une seule main étant nécessaire. Les modèles mini sont les premiers dans ce format compact sous *Android*, et avec autant de fonctionnalités.



### Est-ce un nouveau chapitre de l'histoire de Sony Ericsson ?

– On peut voir ça comme cela, en effet. L'accueil des nouveaux smartphones a été très positif au MWC de la part de la presse internationale. Cela crée un nouveau segment de marché, mais aussi le retour de Sony Ericsson sur trois axes principaux, avec des produits design, innovants, sur une plate-forme ouverte, et une interface graphique complètement revue. Le X10 a été annoncé début décembre 2009, et sera lancé à la fin du premier trimestre de cette année. Ses petits frères X10 mini et X10 mini pro suivront à la fin du deuxième trimestre 2010. Les offres seront disponibles chez les trois opérateurs français.



Le Vivaz pro, petit frère du Vivaz, intègre un clavier.

### Et concernant la plate-forme Symbian ?

– Et bien, Sony Ericsson a aussi profité du salon de Barcelone pour annoncer le Vivaz pro, petit frère du Vivaz, qui avait été présenté à la presse le 21 janvier dernier. Ce modèle compact sera lancé au courant du mois de mars. Comme pour la gamme X10, la dénomination pro signifie que ce smartphone intègre un clavier. Son capteur a une résolution de 5 Mpx, et il peut filmer en HD. ■



# Research In Motion

## CHRISTOPHE DUCAMP ORANGE RETAIL SALES DIRECTOR

BlackBerry, avec l'arrivée du Curve 5280 a vu son marché glisser de l'entreprise au particulier, et d'une part les Super Apps, d'autre part BES Express, ajoutent au rapprochement entre une utilisation personnelle et professionnelle.

### Quel est le bilan de l'exercice 2009 ?

Notre année fiscale se termine fin février, donc nous pouvons parler des résultats du troisième trimestre, qui s'est déroulé de septembre à novembre 2009.

Celui-ci a été excellent, avec un total de 36 millions d'utilisateurs et 75 millions de produits sur le marché. Le trimestre à lui tout seul a représenté plus de 10 millions de terminaux vendus, et 4,4 millions de solutions BlackBerry™ supplémentaires. Nos meilleurs vendeurs sont nos utilisateurs. Nous avons 55 % de part de marché aux U.S.A. – et nous sommes n° 2 mondial avec environ 20 % de part de marché – tout en ayant près de 50 % de croissance.



Christophe Ducamp,  
Orange Retail Sales Director.

### Pourquoi cette progression permanente ?

Notre plate-forme s'appuie sur deux concepts majeurs, le push et la compression. À utilisation équivalente, une solution BlackBerry™ consomme trois fois moins de bande passante que ses concurrents. Cela signifie que nous sommes prêts à supporter l'accroissement des flux. Demain, 100 % des utilisateurs auront des smartphones, et même si les réseaux actuels tiennent la charge, l'augmentation des flux impactera moins sur les BlackBerry™ que chez les autres. Par exemple, le transfert d'une pièce jointe passe directement par nos serveurs, et non de mobile à mobile.

### Consommer de la donnée, c'est utiliser de la batterie, non ?

Ce n'est pas le mode veille qui nous intéresse, mais l'autonomie en mode utilisation. Même si la sécurité est la première ADN de notre solution, nous estimons qu'une autonomie de deux à trois jours est un plus indéniable pour nos utilisateurs.

### Quelles sont vos annonces majeures au MWC ?

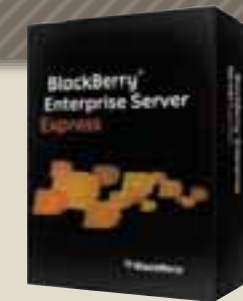
Nous avons présenté le développement des Super Apps (en Java). Ces applications sont intégrées dans la plate-forme (et donc bénéficient du push et de la compression). Elles dialoguent avec les autres applications (mail, SMS, GPS), et disposent d'une gestion des notifications (N.D.L.R. : à la mode de l'iPhone) et des mises à jour. Il n'est pas besoin de développer ce qui l'a déjà été, les applications vivent sur la plate-forme. Des études montrent que 99 % des applications ne sont plus utilisées au bout d'un mois si elles sont inertes. En deça de l'application, le développeur peut envoyer des informations personnalisées par notification, en fonction des goûts et des choix de l'utilisateur. À Barcelone, un stand BlackBerry™ était présent sur App Planet pour démontrer les avantages de notre plate-forme. BlackBerry™ ainsi permet aux opérateurs de porter leurs propres applications et services sur notre plate-forme...



BlackBerry® Bold™ 9700 et Storm 2™.

### BES / BIS : MODE D'EMPLOI

● Pour rappel, BES est destiné aux entreprises, alors que BIS s'adresse aux personnes achetant de manière individuelle un BlackBerry via un opérateur. Jusqu'à alors, BIS autorisait uniquement le mail en push, les autres synchronisations se faisant en filaire. Avec BES Express, tout peut se faire sans fil. C'est donc une solution pro mise à disposition du grand public. Les opérateurs intègrent maintenant cette offre. BES Express s'installe via un simple clic, et il est compatible avec Exchange Server 2003, donc satisfera la majorité des installations existantes. Un serveur Exchange peut dialoguer avec plusieurs BES, et réciproquement. Par exemple, il est possible de combiner un BES standard (utilisé par les employés d'une entreprise) et un BES Express pour une catégorie spécifique d'utilisateurs (des intervenants externes.) BES Express est une très bonne opportunité pour intégrer les BlackBerry acquis en offres opérateurs BIS dans un BES d'une société.



### Après BES et BIS, quid de la solution BES Express ?

RIM propose deux solutions. La première, BES (BlackBerry Enterprise Server) permet la connexion d'une flotte de BlackBerry™ sur un serveur sécurisé, pour la messagerie, un ERP (SAP, Siebel, Oracle). La deuxième, BIS (BlackBerry Internet Services), est destinée aux utilisateurs n'ayant pas de système de messagerie intégré (hébergée, webmail). Nous arrivons avec une offre intercalaire pour que les BIS puissent se connecter aux BES. C'est BES Express, qui consiste en un logiciel s'installant sur Exchange (sur le même serveur jusqu'à 75 utilisateurs, sinon un serveur dédié est préférable). BES Express est gratuit, et comporte 35 règles de sécurité (il y en a 450 dans BES). Notre certification sécurité est située juste en dessous du niveau militaire.

“ L'arrivée du Curve™ 8520 a changé la donne, puisqu'aujourd'hui, nous atteignons 85 % d'acheteurs non entreprise. ”

### Comment voyez-vous la segmentation de votre marché ?

Nos appareils se découlent en quatre gammes, avec Pearl, Curve, Bold et Storm. En 2009, nous avons lancé trois nouveaux modèles, avec le Curve 8520 fin août, et un Bold et un Storm à la fin de l'année. Jusqu'à alors, nous avions un parc existant composée à parts égales entre l'entreprise et les particuliers. Mais l'arrivée du Curve 8520 a changé la donne, puisqu'aujourd'hui nous atteignons 85 % d'acheteurs non entreprise. Cette offre est en effet accessible à tous les segments, y compris les comptes bloqués. Cela signifie que tous les âges ont maintenant accès au BlackBerry™. Les jeunes sont fous du push de la messagerie instantanée, et cela dans le monde entier. L'évolution du BlackBerry Messenger vers le social (il y a maintenant des

groupes de discussion, le partage de photos.) Et ils profitent aussi de la compression, car même si une photo a une taille à la source de 2 Mo, celle qui sera envoyée sera réajustée au format de l'écran, soit environ 15 Ko. ■

BlackBerry® Curve™ 8520.

