



Raphaël de Perlinghi, Directeur général
Division Grand Public de LENOVO France

Smartphone, tablette, notebook,
les frontières sont en train de disparaître

Entretien des sols, les aspirations du consommateur
Eco-Systèmes, vers une filière encore plus exigeante
Le rangement, une opportunité pour les cuisinistes



Éditorial

par Monique Caralli-Lefèvre

neo Domo, revue mensuelle, est éditée par Les Éditions de Péramos Elysée Center Centre d'Affaires Paris 8 11 Av Myron Herrick 75008 Paris SIRET : 753.192.699.00019

Directrice de la publication Monique Lefèvre Rédactrice en Chef : Monique Caralli-Lefèvre

CONTRIBUTIONS : Pierre Lagrange, Eliane de Dorlodot et Geneviève Beauvarlet

Photo couverture : Emmanuel Robert Espalieu

Direction artistique : CVReal

Publicité : au journal 06 07 17 22 23 neo-domo@neo-domo.fr www.neo-domo.fr

Imprimerie FRAZIER : 36, rue Chabrol 75010 PARIS

Abonnement : 150 € Prix au numéro : 20 € CPPAP: 0115T91629



Ce dernier numéro de 2014 termine l'année sur une note sinon optimiste (les seules hausses auxquelles nous assistons sont celles du chômage et de la dette !) mais tout au moins positive car c'est un hymne à la valeur travail, à l'entrepreneuriat et à l'entreprise, tous trois créateurs de richesses et d'emplois. À cet égard, la remise des insignes de la Légion d'Honneur à Gérard Salommez par le Président du Medef est hautement symbolique. Et aux nostalgiques qui regrettent le temps où la Légion d'Honneur récompensait des services militaires on rétorquera que nous vivons actuellement une guerre économique et que ceux qui vouent leur vie à une entreprise avec abnégation, courage et souvent passion pour faire triompher l'industrie française sont des héros qu'il convient d'honorer. Valeureux également celui qui abandonne le confort d'un poste commercial stable pour se lancer avec succès dans l'aventure du commerce de proximité en PEM et Arts de la Table en centre ville alors que ce format ne cesse de perdre des parts de marché, valeureuse aussi cette PME familiale normande qui porte haut les couleurs du « made in France » dans le rangement en privilégiant l'innovation et la montée en gamme. Et comme la mondialisation n'est pas un gros mot mais une réalité économique qu'il faut prendre en compte, saluons également ce groupe chinois aussi connu pour sa culture d'entreprise basée sur la diversité culturelle et son management qui laisse une grande autonomie à ses filiales régionales que pour son leadership mondial en PC et ses ambitions. Oui, ce dernier numéro se veut délibérément positif car en dépit des blocages et des postures dogmatiques qui paralysent la France, il y a et il y aura toujours des initiatives individuelles et collectives pour faire avancer les choses.

n° 18 Sommaire

En bref

P.4

ARNAUD ASSOUMANI DEVIENT L'AMBASSADEUR DE BOULANGER



UN NOUVEAU CFA DUCRETET EN RHÔNE-ALPES



Où vous voulez, quand vous voulez, retrouvez **neo Domo** sur internet : www.neo-domo.fr



2



En couverture P.8

Raphaël de Perlinghi, Directeur général Division Grand Public de LENOVO France

HOMMAGE

P. 11

Gérard Salommez
fait Chevalier dans l'Ordre
de la Légion d'Honneur



ENQUÊTE

P. 12

Les Séniors
et les nouvelles
technologies

Distribution

P. 14

Cuisine Plaisir à Marseille,
une success story



CONCEPT

P. 15

Electrolux,
les concepts
de demain

ENVIRONNEMENT



P. 16

Eco-Systèmes,
vers une filière
encore plus
exigente

Industrie

P. 18

le rangement,
une opportunité
pour les cuisinistes



Dossier

PEM

P. 20 - **ENTRETIEN DES SOLS,**
les aspirations des consommateurs



Brun

P. 24 - Evolution
du marché du
SMARTPHONE



Raphaël de Perlinghi fait partie de cette génération de jeunes managers brillants (il a 38 ans) qui mènent leur carrière tambour battant avec un enthousiasme qui fait plaisir par ces temps de morosité. Ce natif de Saint-Tropez a fait ses études de Droit en Belgique et c'est sur le campus universitaire où il bénéficie d'une des premières connexions internet qu'il contracte le virus de l'informatique !

A la fin des années 90, il commence sa carrière professionnelle chez Systemat, un intégrateur belge avant de rejoindre Packard Bell pour s'occuper des PC privés. Deux ans plus tard il est en charge des ordinateurs portables pour l'Europe, puis du développement international Russie et zones émergentes. Il passe sa vie dans les avions : « Varsovie était le

vol le plus court » se souvient-il en riant. Lorsque Acer rachète Packard Bell il prend la direction de Packard Bell en France et acquiert l'expérience du marché français.

Aussi, quand en 2012, l'opportunité de créer la division Grand Public de Lenovo en France se présente, il relève le défi avec enthousiasme. En cinq trimestres, il a multiplié par cinq la part de marché de Lenovo en grand public pour atteindre 15,8%.

Engagé, passionné, c'est un meneur d'hommes qui raisonne collectif. Doté d'une grosse capacité de travail, il se défoule dans le sport et la cuisine. Le week-end c'est lui qui officie aux fourneaux pour la famille. Ses plats préférés sont les pâtes et le risotto aux fruits de mer, réminiscence sans doute de ses ancêtres italiens ! Ouvert, équilibré, tolérant il apprécie l'humilité qui à ses yeux est une qualité qui n'est pas suffisamment valorisée mais il ne supporte ni l'arrogance, ni la mauvaise foi.



Raphaël de Perlinghi,
Directeur général
Division Grand Public
de LENOVO France

Smartphone, tablette, notebook, les frontières sont en train de disparaître

Par Monique Caralli - Lefèvre

Neo Domo : LENOVO fait partie de la légende de ces entreprises nées dans un garage.

Quel est l'historique du groupe ?

RdeP : Oui, c'est d'autant plus amusant que l'entreprise s'appelait LEGEND lorsqu'elle a été créée en 1984. L'histoire de Lenovo est étroitement liée à la division « Personal Computer » d'IBM créée en 1981. C'est en 1988 que LEGEND a enregistré son premier gros succès en créant une carte électronique qui permettait de traduire le chinois en langage informatique. LEGEND est devenu LENOVO au moment du rachat de la division « Personal Computer » d'IBM en 2005 mais l'histoire du groupe se poursuit bien appuyé sur ses deux jambes avec par exemple deux sièges sociaux, l'un à Pékin et l'autre à Morris ville et Raleigh en Caroline du Nord. L'outil de production est en Chine mais le marketing est plutôt basé aux Etats-Unis.

Neo Domo : Comment devient-on le 1^{er} fabricant mondial de PC en trente ans ?

RdeP : En mixant croissance organique et croissance externe. Le Groupe a toujours eu une stratégie très claire : on protège les acquis, ceux de LEGEND, plus gros fabricant d'ordinateurs en

Chine et ceux d'IBM et on sélectionne des pays à forte croissance (Russie, Brésil, Allemagne...) pour se développer, souvent en rachetant le leader local. C'est ainsi que LENOVO a racheté CCE au Brésil qui était le leader informatique ou Medion en Allemagne. Aujourd'hui LENOVO vient de racheter MOTOROLA car le groupe a de fortes ambitions en téléphonie. MOTOROLA nous apporte la relation avec les opérateurs et une expertise technique car les ingénieurs de Motorola ont beaucoup travaillé avec Google.

Neo Domo : Quels sont les clés de votre succès ?

RdeP : L'innovation. Pour être numéro 1, il faut apporter de l'innovation. Or, depuis 20 ans, l'ordinateur portable avait peu évolué même si il est plus léger et plus fin. Mais le YOGA lancé par LENOVO il y a plus de deux ans apporte une vraie innovation car il peut être utilisé dans toutes les positions, même avec 30 cm de recul. Avec 18H d'autonomie, c'est un vrai produit nomade. Depuis tous les concurrents se sont lancés mais LENOVO a deux ans et demi d'avance. Notre table de divertissement numérique est également unique sur le marché, même si ce n'est pas à proprement parler un produit mass market.

Une autre clé du succès est la maîtrise de l'outil industriel. La très grosse majorité de nos produits sont fabriqués dans nos usines, ce qui nous

permet d'être plus compétitifs, de conserver la confidentialité et de contrôler la qualité. Enfin parallèlement aux marchés grand public très volatiles et plutôt déflationnistes, LENOVO s'appuie sur une Division Professionnelle puissante et très stable en termes de marché avec un prix de vente moyen plus élevé qu'en grand public.

Neo Domo : LENOVO est une entreprise étonnante. Son PDG figure depuis deux ans parmi les 30 meilleurs PDG du monde, il a été élu l'Homme d'affaires asiatique 2014 et l'on fait souvent référence à votre culture d'entreprise. Quels sont les points forts de cette culture d'entreprise ?

RdeP : Ce qui caractérise notre PDG, Mr Yang Yu-anqing, c'est sa vision de l'avenir et une stratégie claire et maîtrisée de croissance et d'acquisitions. Notre culture d'entreprise se caractérise, elle, par une grande diversité culturelle. Sur les neuf membres du Comité de Direction Mondial, il y a 7 nationalités, c'est une vraie richesse et c'est ce qui nous différencie de bien des entreprises asiatiques. Par ailleurs, les entités locales bénéficient d'une réelle autonomie. Bien sûr il y a des process mais les décisions sont laissées au niveau local, ce qui est également assez atypique. Autre point fort de notre culture d'entreprise : l'engagement. L'engagement individuel bien sûr ...

- mais également le respect des engagements que nous prenons vis-à-vis de nos partenaires et de nos clients finaux.

Neo Domo : Quelle est la place de LENOVO sur ses différents marchés ?

RdeP : LENOVO est leader en Chine avec plus de 30% de part de marché, mais également dans un certain nombre de pays stratégiques. Au niveau mondial LENOVO détient 20% de part de marché en ordinateurs.

Dans la zone EMEA, jusqu'à présent, c'était le PRO qui tirait le marché mais au dernier trimestre pour la première fois, le Grand Public est passé devant le PRO et ce n'est pas encore le cas en France, mais presque ! LENOVO détient 16,2% de part de marché en PRO et 15,8% en Grand Public, nous sommes le 4^{ème} acteur à ½ point du troisième !

Neo Domo : Comment se situe la filiale française en Europe ?

RdeP : Le premier marché est la Russie, le second l'Allemagne et nous sommes au coude à coude avec l'Angleterre avec la ferme intention de prendre l'avantage ! En France, LENOVO est le 2^{ème} acteur au total et le 4^{ème} en grand public mais nous voulons nous installer durablement sur le Podium.

Neo Domo : comme beaucoup de marques chinoises ne souffrez-vous pas d'un déficit de notoriété ?

RdeP : c'était vrai la première année mais nous avons fait de gros progrès depuis ! La première année, l'objectif était la formation de la distribution, puis nous avons participé aux salons d'enseignes, nous sommes passés sur les catalogues, nous avons fait des campagnes en co-partenariat puis nous sommes passés à une communication plus institutionnelle avec un ambassadeur Ashton Kutcher en affichage, le sponsoring d'un programme court sur M6 « Fallait le faire » et maintenant nous sommes à fond dans une communication interactive avec les réseaux sociaux. On s'engage, nous les collaborateurs, on engage des vendeurs de magasins et on engage nos fans car les clients satisfaits deviennent les meilleurs ambassadeurs de la marque. Même Ashton Kutcher n'est pas un ambassadeur potiche, il est réellement engagé !

Neo Domo : Votre leadership en PC ne risque-t-il pas d'être mis à mal par l'extraordinaire développement des Smartphones et des tablettes ?

RdeP : Non, car le PC fait partie de l'ADN de LENOVO et il n'y a aucune raison de rester à 20% de part de marché au niveau mondial, mais il va évoluer. Les frontières entre un smartphone de 6,8 ou 7", une tablette et un notebook sont en train de disparaître et la segmentation se fera en fonction des usages. Le PC n'avait pas évolué, il avait du mal à être tactile mais il a été bousculé par la tablette. Notre ultra-book convertible, le

YOGA 3 Pro (6,3mm d'épaisseur ouvert !) est ce qui se fait de mieux en termes de performance et de légèreté et ne ressemble pas aux premiers ordinateurs portables ! La catégorie PC va évoluer vers l'ultra-mobilité et la performance. Nous avons lancé un ordinateur « Gamer » avec des matériaux comme le carbone qui parlent à cette cible qui s'engage sur les réseaux sociaux. Les tablettes vont se positionner sur la mobilité et vont concurrencer les Smartphones, les lecteurs de DVD voiture... Les nouvelles tablettes sont 4G compatibles et on pourra même recharger son smartphone dessus ! La dernière née, équipée d'un vidéoprojecteur intégré se positionne même clairement sur le secteur du Brun. Ce sont des appareils de consommation de média alors que le PC est plus axé sur l'édition et la productivité.

Neo Domo : Quelle est votre politique de distribution ?

RdeP : Nous sommes multi circuits. Les spécialistes sont prioritaires pour démontrer certaines technologies et nous développons des « Zones d'Expérience LENOVO » dans certaines enseignes pour mettre en valeur l'écosystème qui existe autour de nos produits. Mais nous travaillons également avec des GSA et le e-commerce. L'important est de mettre les bons produits dans les bons magasins ou sur les bons sites.

Neo Domo : Quels sont vos axes de croissance et vos objectifs ?

RdeP : Au niveau du groupe, c'est clairement la téléphonie. Mais avec le rachat de la division « Serveurs » d'IBM, c'est la possibilité de pouvoir attaquer le marché des très grosses entreprises ou les marchés d'état en proposant des solutions complètes.

En ce qui concerne nos objectifs en France : nous sommes actuellement dans le peloton mais nous allons monter en gamme avec des produits différents. Nous avons encore une marge de croissance organique à réaliser car nous ne sommes pas assez présents chez certains grands distributeurs. Notre objectif est de monter sur le podium pour être n°1 en PC à moyen terme et... En Smartphones, plus tard !

LENOVO vient de racheter MOTOROLA. Quelles sont vos ambitions en téléphonie mobile ?

Le marché de la téléphonie mobile est aujourd'hui dominé par deux leaders. En rachetant MOTOROLA nous devenons clairement le 3^{ème} fabricant mondial. En effet LENOVO a lancé des Smartphones en 2012 sur une sélection de marchés en forte croissance : Chine bien sûr, Russie, Vietnam, Thaïlande, Moyen Orient... Ces produits n'avaient pas été commercialisés en France car l'achat de Motorola était déjà programmé. C'est la division Motorola Mobility que LENOVO a rachetée (Smartphones, relations avec les opérateurs, montres connectées...). Notre ambition est d'arriver sur le marché avec une offre complète pour bousculer l'ordre établi avec un objectif de leadership à terme.

Evolution du marché du

La 4G a commencé à se déployer dans l'hexagone il y a de cela un peu d'un an, permettant de parcourir la toile à des vitesses vertigineuses, mais est-ce que cela a révolutionné le marché du Smartphone et de la tablette ? Il n'est en effet pas sûr que pouvoir regarder un film en qualité HD en streaming a décuplé les ventes.

Les deux ténors du marché doivent désormais faire face à une concurrence de plus en plus sévère, avec d'une part l'arrivée de plus de 50 nouvelles marques sur le marché français dont les offres sont de plus en plus agressives, mais surtout les fabricants chinois dont le poids est de plus en plus conséquent.

Les ventes de Noël selon l'institut GfK

Selon une étude GfK parue début décembre, qui révèle les 10 produits stars de Noël 2014, le Smartphone arrive en tête loin devant. Cela est principalement dû à une accélération de la migration du parc existant, avec l'essor des offres sans abonnement. L'institut GfK anticipe près de 2.8 millions de Smartphones vendus sur le seul mois de décembre, ce qui représente 30% des quantités du top 10. Avec des gammes élargies et des écrans plus grands, les prix publics commencent à environ 100 € TTC jusqu'à dépasser 700 € TTC pour les modèles les plus sophistiqués. La 4G, le NFC, les processeurs de plus en plus puissants, de meilleurs capteurs photo/vidéo sont les éléments qui assurent la montée en gamme.

La tablette est arrivée sur le marché français il y a quatre ans, et malgré une petite érosion de ses ventes en 2014, cela ne l'empêche pas de prendre la deuxième place du top 10 avec une prévision de vente de 1.8 millions d'unités durant le mois de décembre. Que ce soit pour les Smartphones ou les tablettes, il s'avère donc que les quantités de ventes prévues pour Noël 2014 seront assez similaires à celles de Noël 2013.

Evolution du marché mondial du Smartphone

En 2017, plus de 2/3 de la population mondiale utilisera un Smartphone, soit plus de 5 milliards d'internautes mobiles. Selon les chiffres publiés par l'institut GfK, les ventes de Smartphones haut de gamme (prix à partir de

500 \$) ont augmenté de 24% en 2013, soit 2.5 fois plus que la croissance du marché sur la même période. Il faut constater que cette explosion des ventes s'est principalement effectuée dans les régions émergentes, dont le pouvoir d'achat a augmenté. La Chine est en effet en tête des prévisions d'achat, déplaçant ainsi les ventes des terminaux haut de gamme auparavant tenues par l'Amérique du Nord et l'Europe. Malgré cette progression, l'institut GfK prévoit une légère baisse des ventes de Smartphones, principalement dans les modèles haut de gamme, qui a profité d'un taux de croissance exceptionnel de +48% sur les trois dernières années. Cela signifie-t-il que le marché arrive à un point de saturation ? En effet, GfK prévoit que sur l'année 2015 cette croissance passera à un rythme annuel de +8%. Cela est dû à deux facteurs qui se croisent, avec un marché qui arrive à maturité d'une part, et une arrivée massive d'appareils de moins en moins chers, particulièrement attractifs dans les régions émergentes. A la fin 2014, les terminaux à moins de 200 € TTC représenteront en France près de trois quarts des ventes. Cela étant, les prix des appareils haut de gamme devraient rester assez stables. Et l'année prochaine le marché des appareils entre 100 et 250 \$ risquant d'arriver à saturation, les fabricants devront trouver d'autres segments à développer. Le plus fort potentiel restant dans les régions émergentes, où le coût reste le premier élément dans la décision d'achat, ils seront donc poussés à produire des Smartphones dont le prix se situe en-dessous de la barre des 100 \$.

A la poursuite du podium

Depuis plusieurs années le marché du Smartphone, et d'ailleurs de la tablette, est principalement tenu par deux marques qui se font une concurrence sans merci. L'un, Apple, a son propre système d'exploitation, avec iOS, et annonce une révolution à l'arrivée de chaque nouveau modèle. Son marché reste dans le haut de gamme, et malgré une perte de part de marché non négligeable



Le Moto X de Motorola est le nouveau fleuron de la marque légendaire qui est désormais la propriété de Lenovo

chaque année, les résultats annoncés trimestre après trimestre sont en hausse significative. En face, le coréen Samsung, qui a choisi de s'associer à Google pour proposer des appareils sous Android, met toute son énergie à combattre le fabricant californien, et met sur le marché de manière continue de nouveaux modèles dans des gammes de plus en plus diversifiées. On note cependant que Samsung a annoncé pour la première fois une érosion de ses ventes, car la concurrence arrive à toute vitesse. Et les challengers ne sont pas des moindres. Tout d'abord, ils sont chinois, et quand on sait que presque 100% des Smartphones et tablettes toutes marques confondues sont produits en Chine, il n'y a pas de quoi s'étonner. On constate en effet le même phénomène qu'il y a un peu plus de 10 ans, lorsque la Corée a réussi à prendre le pas sur le Japonais dans la haute technologie. Mais les fabricants chinois ont de nouveaux atouts. Le premier est leur marché interne. En effet, la population locale assure déjà une base d'acheteurs énorme, permettant de générer des revenus conséquents, et qui ne peuvent qu'aider à l'expansion mondiale. C'est par exemple le cas de Huawei qui développe ses propres processeurs et propose désormais des modèles haut de gamme comme la phablette Ascend Mate 7, un Smartphone à écran de 6 pouces et double carte SIM. D'autres, comme Lenovo, ont choisi une expansion externe, en rachetant la division mobile de Motorola. C'est ainsi que l'on trouvera deux marques de Smartphones chez ce constructeur, avec Lenovo pour la Chine (et les

Smartphone

Par Pierre Lagrange



La tablette Acer Iconia Tab 8 W a un écran de 8 pouces et se transporte partout



Google a développé avec HTC la Nexus 9, qui tourne sous Lollipop, dont le prix démarre à 399 € TTC



Huawei non seulement propose des Smartphones très bien conçus et au design parfait, ici l'Ascend Mate 7, mais conçoit ses propres processeurs



Le Monaco 47 de Yezz est fourni avec plusieurs coques interchangeables



Avec l'iPhone 6 et l'iPhone 6+ Apple répond enfin à la demande de terminaux à grand écran



Le ZenFone 5 d'Asus est proposé avec un choix de coques de toutes les couleurs

pays où cette marque est déjà implantée) et Motorola dans les autres pays, dont la France. Cela permettra à Lenovo de se placer sur le marché avec une marque historiquement prestigieuse, avec l'ambition de rapidement prendre la troisième place du podium, tout au moins pour commencer. Asus qui a su se diversifier afin d'être présent dans de nombreux segments de marché propose le ZenFone 5, un smartphone 4G à écran 5 pouces Full HD et son interface maison ZenUI. Proposé en noir et blanc au prix public de 249 € TTC, il peut être recouvert d'une coque rose, blanche, noire, jaune, verte ou rouge.

De plus en plus d'acteurs

Ce sont plus de 50 marques qui sont apparues ces deux dernières années sur la scène de marché de l'hexagone. De quoi y perdre la tête, mais cela est la conséquence de l'arrivée de Free avec son offre sans engagement, que d'ailleurs tous les opérateurs ont suivi. Le pourcentage d'équipement s'en ressent d'ailleurs, étant passé de moins d'un quart il y a un an à près de la moitié des achats actuels. Pour beaucoup cela consiste à rechercher des produits déjà fabriqués et de les habiller de manière cosmétique et marketing pour générer une marque en tant que telle.

Pour d'autres, il y a cependant une réelle équipe de recherche & développement, afin de proposer des produits maison. Ainsi Mobiwire, une émulation de la marque Sagem, propose une toute nouvelle gamme parfaitement adaptée aux offres sans engagement.

Et Windows Phone ?

Vous pourriez vous dire que l'on ne parle que d'Android et iOS, mais cela reflète la réalité des ventes. Cependant Windows n'a pas dit son dernier mot, et avec Windows Phone 8 arrive à progresser dans sa part de marché. Il faut dire que le rachat de la division mobile de Nokia par le géant américain lui permet d'assurer une certaine présence. Cependant, on trouve souvent quelques modèles WP8 chez la plupart des fabricants, même s'ils représentent une faible part dans leurs chiffres de vente. Ainsi de petites marques se font remarquer, comme par exemple Yezz avec son Monaco 47, un Smartphone très léger équipé d'écrans au toucher cuir, trois caches batterie et un étui portefeuille, permettant de l'habiller dans toutes les circonstances. Distribué par Avenir Telecom, son prix public est de 249 € TTC.

Côté tablette, Acer propose l'Iconia Tab 8 W, fonctionnant sous Windows 8.1, parfaite aussi bien pour jouer que pour travailler. Son design très fin permet de la transporter facilement et de la ranger partout, sans retirer ses capacités multimédia. Son prix d'achat comporte un an d'abonnement à Microsoft Office 365 ?

Le marché des seniors

En 2020 la population en Europe sera composée de 20% de personnes âgées de plus de 65 ans et de 6% de personnes ayant plus de 80 ans. La demande des seniors est moins importante que les prévisions, car ils ne se sentent pas encore à l'aise avec un Smartphone. Ils demeurent

La Yoga Tablet 2 Pro de Lenovo est la première tablette intégrant un pico-projecteur



NVIDIA vient jouer dans le jardin des consoles de jeu avec la SHIELD Tablet et le SHIELD Wireless Controller



La batterie de secours Power Pouch d'EMTEC permet d'y ranger son Smartphone



la coque Lifeproof Fré rend l'iPhone 6 totalement étanche



••• plus confiants envers les mobiles classiques, ne se sentant pas au niveau pour les appareils plus sophistiqués, et le facteur de motivation principal demeure l'influence familiale, voire le cadeau technophile. Doro, leader du marché des téléphones mobiles dédiés au seniors, veut réduire le fossé du numérique, et propose son nouveau Smartphone Liberto 820. Muni d'un écran de 4.5 pouces et d'un appareil photo de 8 mégapixels, sa forme légèrement incurvée et ses boutons physiques rétroéclairés ont été étudiés pour en faciliter les manipulations. La règle des 60/35/5 a été respectée, en affectant la fonction la plus importante au bouton principal de couleur verte, les icônes situées en haut de l'écran étant dédiées aux fonctions secondaires, et le reste demeurant accessible via le menu.

L'application My Doro Manager vient compléter l'action du fabricant suédois, afin de permettre aux proches de configurer le Smartphone à distance, de donner des conseils à distance, ou encore de partager des photos et des contacts. Disponible dès aujourd'hui sous Android, elle arrive pour iOS début 2015.



Avec le Liberto 820, Doro veut réduire la fracture numérique des seniors

Quid de la tablette ?

Comme nous vous le disions plus haut, le marché de la tablette a subi une petite érosion cette année, malgré le fait qu'il sera le deuxième choix dans les achats High-tech de Noël 2014. Les fabricants n'ont cependant pas baissé les bras, et l'offre s'est plutôt développée vers une hausse de la qualité, avec des processeurs de plus en plus performants, des écrans encore plus lumineux et précis, et un retour de la mobilité complète avec l'intégration de la 4G pour certains modèles. Parmi les modèles qui se font le plus particulièrement remarquer il faut noter la YOGA Tablet 2 Pro de Lenovo, une tablette 13 pouces qui a pour particularité d'intégrer un pico-projecteur, une puissante section audio et une autonomie pouvant aller jusqu'à 15 heures.

Les gamers se pencheront plutôt vers la SHIELD Tablet de NVIDIA, une tablette 8 pouces Full HD munie du processeur le plus puissant du moment, le NVIDIA Tegra K1, avec ses 192 cœurs. Connectée à un grand écran, et complétée par le SHIELD Wireless Controller, une manette de jeu sans fil, elle rivalise sans complexe avec les consoles de jeu traditionnelles.

On remarquera aussi la Nexus 9 de Google, développée en partenariat avec HTC, et qui tourne sous Lollipop, la version 5 d'Android. Son écran de 9 pouces est encadré d'aluminium brossé et elle tient bien en main grâce aux dos soft-grip. La Nexus 9 est aussi équipée du processeur NVIDIA Tegra K1, complété d'un processeur graphique Kepler.

Et les accessoires...

Les accessoires représentent une part à ne pas oublier dans les revenus des commerçants, parfois plus faciles à vendre que les terminaux eux-mêmes. En effet, on a tous envie de protéger son beau Smartphone, et d'éviter de le rayer ou de casser son écran. Pour illustrer notre propos, nous proposons ici juste deux produits originaux.

Pour protéger votre iPhone 6 contre vents et marées, Life-Proof a ajouté à sa gamme deux coques étanches, avec les modèles Fré et Nüüd, disponibles chez FNAC, Carrefour, Darty et Boulanger au prix de 79.99 € TTC.

La Power Pouch d'EMTEC se distingue de tous les chargeurs mobiles par sa pochette intégrée qui permet d'y ranger son Smartphone. Disponible pour iOS (connecteur Lightning, 70-80 € TTC) ou Android (connecteur micro-USB, 60-70 € TTC), sa batterie de 6000mAh a une capacité de deux charges complètes. et peut même recharger un second appareil, y compris une tablette, via son port USB supplémentaire.