

Samsung France, face à l'iPhone, tend la main aux entreprises

Samsung ne veut pas laisser le terrain vierge à l'iPhone d'Apple dans les entreprises. Le géant coréen a en effet créé une division B2B en France, dont le responsable est **Olivier Savornin**, de Samsung France (cf. article sur SiliconDSI : ['Samsung B2B mise sur le COPE pour maîtriser le BOYD'](#)).

Dans son offre aux entreprises, le challenger d'Apple entend bien se positionner aussi bien sur les smartphones que sur les tablettes. Il est vrai que l'un de ses objectifs, officiellement déclaré fin 2012, est de réaliser près des deux tiers de ses revenus avec l'activité B2B dans les six ans à venir.

Il est vrai que Samsung est un poids lourd mondial, y compris dans l'activité des composants électroniques – dont Alcatel et... Apple, pour le moment encore. Son offre professionnelle se développe dans le domaine des imprimantes lasers (avec les services connexes), mais aussi dans les grands écrans (numéro 1 en France), les murs d'images et divers écrans de projection pour espaces publics.

Smartphones, tablettes et chromebooks

L'offre de mobilité aux entreprises recouvre les smartphones, les tablettes sous Android, les chromebooks et les tablettes Windows 8 (ou notebooks et ultrabooks).

Pour mieux séduire les entreprises, Samsung propose de répondre aux attentes des responsables IT, toujours préoccupés de voir arriver toutes sortes de terminaux – le phénomène BYD (Bring your own device).

La proposition de Samsung prend le contre-pied et se résume dans cet acronyme : COPE, pour *Corporate Owned Personally Enabled* – c'est-à-dire, que le terminal appartient à l'entreprise mais il peut être utilisé pour des usages personnels, privés.

Lire la synthèse de l'entretien avec Olivier Savornin, directeur de l'activité B2B chez Samsung France, sur [SiliconDSI](#)
