

Samsung offensif sur le B2B

Samsung se veut offensif sur le business **B2B**, dont l'activité afférente devra générer 60 % du chiffre d'affaires du groupe à l'horizon 2020. En France, il s'agira d'inverser le rapport de force face au pôle florissant des produits et services grand public.

Ce tournant stratégique se traduira en premier lieu par un élargissement de la gamme produits. Vedette est donnée aux tablettes hybrides et PC convertibles sous Windows 8, non sans négliger les smartphones, dont certains se verront certifier pour un usage en environnement professionnel.

Les solutions d'impression et d'affichage dynamique joueront également un rôle prépondérant dans cette réorientation. Enfin, on parle identification et paiement par NFC, mais aussi gestion des terminaux mobiles en entreprise (MDM, pour « Mobile Device Management »).

Grands travaux

L'organigramme de la branche française est révisé en conséquence, avec la création d'une entité qui sera, sous la houlette d'**Olivier Savornin**, chargée des relations avec les entreprises dans les secteurs des télécoms et de l'IT.

S'y adjoindra un centre de R&D ouvert dans la technopole de **Sophia Antipolis**, quand bien même l'essentiel de ces activités reste concentré aux États-Unis et en Asie. Avec des investissements en la matière chiffrés à 8,7 milliards de dollars sur l'exercice 2011 (près de 7 % du chiffre d'affaires), Samsung mise sur l'innovation et revendique son portefeuille de 4900 licences.

Cette nouvelle dynamique B2B se matérialisera également par un rapprochement vis-à-vis des éditeurs de solutions ouvertes ou propriétaires : Daxium et TagPlay pour le NFC, la restauration avec ApyCat et l'évènementiel avec HandyAmo, etc. Samsung mise par ailleurs sur un vaste réseau de distributeurs et d'intégrateurs. Aastra et Cisco constitueront de précieux alliés dans les communications unifiées ; Citrix, dans la virtualisation ; Ibelem, dans la gestion de flottes mobiles...

La France pour exemple

Alors qu'il se trame pour cet automne de nombreux partenariats avec entreprises et grandes organisations, le marché de l'éducation fait partie des priorités. Témoin un projet pilote en cours dans plusieurs établissements scolaires du Val-d'Oise, avec la bienveillance du Conseil Général, qui aide au déploiement de tablettes tactiles Galaxy Tab dans les salles de classe.

Dans le secteur des transports, la SNCF a d'ores et déjà adopté le smartphone Galaxy S, premier du nom, fourni à 10.000 agents de contrôle. Depuis la fin de l'été se nouent également divers accords avec des organismes de santé publique, dans l'échographie et la radiographie.

À l'échelle du poste de travail, les tablettes Android hybrides et les PC portables convertibles sous Windows 8 accaparent la vedette, tout comme les moniteurs LED professionnels. Les copieurs, et plus globalement une gamme Print généreusement dotée, trouvent leur place aux côtés des

terminaux mobiles, dont le Galaxy Note 2 et le Galaxy S3, certifiés pour l'occasion "Business compatibles".