



digital.union@sonapresse.com

@VIS DE STARS...

Mara Phones : l'adhésion de Serge Abessolo

Rudy HOMBENET ANVINGUI
Libreville/Gabon

L'ACTEUR et humoriste gabonais Serge Abessolo a récemment publié sur son compte Facebook une des actions saluaires du Rwanda. Dans un pays où le taux de pénétration des smartphones est de seulement 15 %, l'entreprise Mara phones a lancé la fabrication de téléphones. Il s'agit de la première usine du genre en Afrique.

Serge Abessolo, par le biais de cette publication, est revenu sur l'inauguration de cette entreprise qui fait la fierté du continent africain. D'autant que le groupe local Mara est signe d'une volonté de ce pays de se positionner durablement en matière d'innovation technologique. "Les deux téléphones se vendront, respectivement, à 80 000 et 120 000 FCFA et auront, entre autres, une batterie plus durable, un espace de stockage plus grand et des mises à jour de la version Android, grâce à un partenariat avec Google. Mara Phones s'est également associé à des banques et à des entreprises de télécommunications du Rwanda pour créer un modèle financier qui permettra

Photo: DR



Ces téléphones made in Africa viennent de Kigali.

aux utilisateurs de payer leurs téléphones à crédit, sur une période de 2 ans. Le groupe Mara envisage de lancer la deuxième usine de fabrication des smartphones en Afrique à la fin de ce

mois, en Afrique du Sud... Abim té", s'est réjoui Serge Abessolo sur son mur.

S'il reste à convaincre les consommateurs de consommer africain et de se détourner des

grandes marques habituelles, plusieurs internautes ont félicité le grand saut opéré par ce pays dont l'histoire reste marquée par le génocide le plus meurtrier du continent en 1994.

Photo: DR



Après le transport et la livraison de repas à domicile, Uber ambitionne à présent de se développer dans le domaine des paiements. Avec Uber Money, l'entreprise propose un portefeuille électronique et des cartes de paiement. Les firmes technologiques se rêvent encore un peu plus en acteurs de la finance et des paiements. C'est notamment le cas d'Uber, qui a annoncé la création d'une nouvelle division baptisée Uber Money. Et pour se développer sur ce marché, le géant des VTC va, dans un premier temps, s'appuyer sur son cœur de métier et ses premiers utilisateurs : les chauffeurs. Uber prévoit ainsi de donner accès à plus de 4 millions de chauffeurs dans le monde à un service bancaire sur mobile.

LE SEARCH ET LA PUBLICITÉ : AMAZON ENTAME LE GÂTEAU DE GOOGLE

La publicité dans le " search " n'est plus la chasse gardée de Google. Selon eMarketer, Amazon est plus que jamais une menace sérieuse. En 2019, ses recettes publicitaires dans la recherche aux États-Unis atteindront 7 milliards de dollars.

LE DICO DU WEB

R.H.A
Libreville/Gabon

LA maîtrise du web passe par l'appropriation de son jargon. Aujourd'hui, nous marquons un stop sur des expressions qui forcent notre attention.

La première est : Abonnement Premium. C'est, dans l'immense majorité des cas, un abonnement payant. Celui-ci permet à l'internaute de disposer d'un contenu exclusivement proposé aux membres Premium. Il offre de nombreux avantages, en comparaison de l'abonnement de base qui, lui, est généralement gratuit. De nombreux sites éditoriaux proposent ce mode opératoire

Photo: DR



(ex: Atlantico, L'Équipe, etc.). Il faut dire que le contenu d'un site avait toujours été gratuit. Toutefois, afin de trouver d'autres sources de financements, les sites ont commencé à proposer un contenu plus qualitatif contre le versement d'une rémunération

via un abonnement premium. Dans tous les cas, une partie du contenu reste accessible à tous et est totalement gratuite. Mais si l'internaute souhaite disposer de plus d'informations ou de services, il devra souscrire à un abonnement Premium. Il s'agit

du Freemium.

Ensuite, Above The Fold. C'est l'un des nombreux anglicismes du marketing en ligne. La traduction littérale serait "Au-dessus de la pliure", mais les Webmarketeurs utilisent plutôt le terme "ligne de flottaison". Il s'agit, sur une page web, de la séparation entre la partie supérieure visible et la partie inférieure invisible, avant de faire défiler la page avec sa souris (scroll). À l'origine, cela s'appliquait aux journaux pliés en 2 sur les présentoirs. Les potentiels lecteurs ne pouvaient lire que les titres de la partie supérieure de la première page du journal.