

Mattéo MERVAL, Gaël RÖTHLIN, Audrick SOLTNER, Teddy ZIEGLER

SAÉ S1. 05-06

Rapport économique - Wiko



SHARE YOUR IDENTITY

Première Année

IUT Belfort-Montbéliard



Sommaire

Introduction (SOLTNER Audrick).....	3
1/ L'histoire de l'entreprise Wiko (RÖTHLIN Gaël).....	5
1.1/ Présentation de Wiko.....	5
1.2/ Histoire :.....	5
1.3/ Performances et Marché.....	5
1.4/ Produits.....	6
1.5/ Controverses.....	6
2/ Les produits vendus (MERVAL Mattéo).....	7
2.1/ Profil de Wiko.....	7
2.2/ Type d'Entreprise.....	7
2.3/ Produits et Services.....	7
2.3.1/ Téléphones Mobiles.....	7
2.3.2/ Accessoires.....	7
2.3.3/ Produits Connexes.....	8
2.4/ Modèle Commercial.....	9
2.5/ Marchés Cibles.....	9
2.6/ Tendances de Vente.....	9
3/Les incidents et controverses (SOLTNER Audrick).....	10
3.1/Collecte et transmission des données statistiques.....	10
3.2/Mise en conformité avec les normes relatives au débit d'absorption spécifique.....	10
3.3/Impact écologique.....	11
4/ Une analyse économique chronologique (ZIEGLER Teddy).....	12
4.1/ Avènement de Wiko :.....	12
4.2/ Déclin :.....	13
Sitographie.....	15

Introduction (SOLTNER Audrick)

Ce rapport est le fruit d'un projet de développement d'un site informatif de l'entreprise Wiko réalisé par notre équipe composé de MERVAL Mattéo, RÖTHLIN Gaël, SOLTNER Audrick et ZIEGLER Teddy. Nous avons choisi de nous intéresser à l'entreprise Wiko, car c'est une entreprise française exerçant dans le domaine du numérique et que malgré les difficultés rencontrées, Wiko à toujours essayer d'améliorer son image auprès de ses clients. Ce rapport est structuré en quatre grandes parties. Dans la première section, nous dresserons une présentation globale de l'entreprise. La deuxième concerne leurs produits, en examinant les types produits vendus, le marché cible et leur stratégie de vente. Dans la partie suivante, nous mettrons en avant les principaux incidents et controverses rencontrés par Wiko. Enfin, dans la dernière section, nous détaillerons l'évolution économique depuis leur création jusqu'à aujourd'hui.

1/ L'histoire de l'entreprise Wiko (RÖTHLIN Gaël)

1.1/ Présentation de Wiko

Wiko est une marque commerciale du fabricant chinois Tinno, déposée en France par sa filiale française, Wiko SAS.

1.2/ Histoire :

La société Wiko Mobile a été fondée en 2011 à Marseille par Laurent Dahan, Michel Assadourian et James Lin, qui est le patron de la société chinoise Tinno. Tinno est la holding revendant la marque Wiko en France, dont Wiko SAS est une filiale à 95%. Plus tard, en 2018, Tinno a acquis la totalité des parts de Wiko. Wiko représente environ 50 % du chiffre d'affaires de Tinno. Les 200 employés français assurent un service après-vente et commercial interne, depuis Marseille.

Initialement, les équipes françaises de Wiko envoient des cahiers des charges au fabricant chinois Tinno, qui leur envoient des prototypes. Ces prototypes sont modifiés pour adapter les téléphones au marché français. Les analystes considèrent Wiko comme un fabricant chinois avec un "bureau de compétences" en France, mettant en avant cette image française dans leur communication (publicités, réseaux sociaux) afin de se faire passer pour un "acteur local".

1.3/ Performances et Marché

Au premier trimestre de 2013, Wiko représentait 31,6% des ventes en ligne et 10,5% des ventes physiques, le plaçant ainsi en troisième position sur le marché français, hors offres opérateurs en boutique et sur site web, selon le cabinet GfK. Cela témoigne de la popularité croissante de la marque.

En 2014, Wiko était le deuxième acteur sur le marché français des smartphones vendus sans abonnement, juste derrière Samsung, avec une part de marché de 10 à 15%.

En 2016, 2017 et 2018, le chiffre d'affaires de la société Wiko en France était d'environ 1 milliard d'euros annuels, avec plusieurs dizaines de millions de terminaux vendus chaque année.

1.4/ Produits

Wiko se distingue en proposant des smartphones avec un double emplacement SIM (double SIM), ce qui est particulièrement apprécié par les utilisateurs qui ont besoin de gérer deux numéros de téléphone.

La gamme de produits de Wiko est divisée en deux catégories : les "Mobiles" qui regroupent les téléphones sans écran tactile, proposant des prix inférieurs à 70€, et les "Smartphones", qui constituent le segment principal de la société.

En février 2020, Wiko se positionne comme le quatrième acteur sur le marché français, derrière Samsung, Apple et Huawei.

1.5/ Controverses

Wiko a été impliqué dans diverses controverses, notamment des litiges liés à la contrefaçon de la marque "Wico" et des problèmes liés à des offres de remboursement. Il a également été accusé de collaborer avec des fournisseurs chinois utilisant du travail infantile pour la fabrication de ses smartphones.

De plus, il y a eu des inquiétudes concernant la collecte et la transmission de données statistiques par l'intermédiaire des applications préinstallées sur les appareils Wiko, sans le consentement des clients.

Enfin, la société a dû mettre à jour certains de ses modèles pour se conformer aux normes relatives au débit d'absorption spécifique (DAS) pour le tronc.

2/ Les produits vendus (MERVAL Mattéo)

2.1/ Profil de Wiko

Wiko est une entreprise commerciale spécialisée dans l'industrie des technologies de l'information et de la communication (TIC). Elle est connue pour ses produits électroniques, en particulier les téléphones mobiles, et elle opère sur le marché de la téléphonie mobile depuis sa création.

2.2/ Type d'Entreprise

Wiko est une entreprise privée à but lucratif. Cela signifie qu'elle est détenue et gérée par des actionnaires privés, et son principal objectif est de générer des bénéfices pour ses investisseurs. Elle opère sur le marché de la téléphonie mobile en tant qu'acteur commercial compétitif.

2.3/ Produits et Services

Les principaux produits et services offerts par Wiko comprennent :

2.3.1/ Téléphones Mobiles

Wiko propose une variété de téléphones mobiles, allant des smartphones d'entrée de gamme aux appareils haut de gamme. Ces téléphones sont conçus pour répondre aux besoins des consommateurs en matière de communication, de divertissement et de productivité.

2.3.2/ Accessoires

En plus des téléphones mobiles, Wiko commercialise une gamme d'accessoires tels que des coques de protection, des écouteurs, des chargeurs et des batteries externes. Ces accessoires sont conçus pour améliorer l'expérience des utilisateurs de téléphones mobiles Wiko.

2.3.3/ Produits Connexes

Wiko élargit sa gamme de produits pour inclure des appareils intelligents tels que des montres connectées, des écouteurs sans fil et d'autres produits technologiques. Cela lui permet de diversifier son offre et de toucher un public plus large.

2.3.4/ Services Après-Vente

Wiko offre également des services après-vente, notamment la réparation de téléphones, le support client et des garanties pour assurer la satisfaction de ses clients.

2.4/ Modèle Commercial

Wiko adopte un modèle commercial de vente de produits technologiques directement aux consommateurs par le biais de détaillants, de boutiques en ligne, et de partenariats avec des opérateurs de téléphonie mobile. La société génère des revenus principalement grâce à la vente de ses produits et accessoires, ainsi que par les services après-vente.

2.5/ Marchés Cibles

Wiko cible principalement les marchés européens, mais elle cherche à étendre sa présence dans d'autres régions du monde. Les produits Wiko sont positionnés pour répondre aux besoins d'un large éventail de consommateurs, des utilisateurs soucieux de leur budget aux personnes à la recherche de produits technologiques de pointe.

2.6/ Tendances de Vente

Au fil des années, Wiko a connu des tendances de vente positives, avec une croissance constante de son chiffre d'affaires. Cela peut être attribué à la diversité de sa gamme de produits, à ses prix compétitifs et à son engagement envers l'innovation.

3/Les incidents et controverses (SOLTNER Audrick)

3.1/Collecte et transmission des données statistiques

En novembre 2017, un utilisateur du réseau social 'X' anciennement 'Twitter' sous le pseudonyme 'Elliot Alderson' a publié à signaler avoir trouvé dans les smartphones vendu par Wiko deux applications pré installées qui enverraient des informations à l'insu de l'utilisateur jusqu'à des serveurs localisés en Chine. Suite à cela Wiko informe dans un communiqué officiel que tous les mois des données sont effectivement récoltées grâce à des applications implantées par Tinno Mobile et envoyées en Chine, mais que cependant ces données ne sont pas confidentielles et qu'elles ne sont que des données techniques pour recueillir des statistiques de ventes et de durée de vie. A la fin de l'année 2017 Wiko a déployé une mise à jour pour ses téléphones qui remplace les applications concernées par une application développée par Wiko. Celle-ci a aussi pour but de récupérer ces mêmes informations mais la collecte de données ne sera faite seulement lors de l'activation de l'appareil, de plus l'utilisateur en sera informé lors du premier démarrage de son appareil, et les informations seront plus envoyées en Chine mais dans un serveur en Europe.

Lors de cet incident l'image des deux entreprises, Wiko et Tinno est entachée, malgré le fait que Wiko ait voulu rendre cela le plus transparent possible et ce préoccupé de ses utilisateurs ainsi que leurs inquiétudes, Tinno continue de faire de l'ombre à Wiko.

Il est clair que la récolte de ses données aurait pu être rendue publique dès le début car la dissimulation peut engendrer le doute chez le consommateur, les clients peuvent se demander si il existe encore des récoltes de données non rendues publiques

3.2/Mise en conformité

En juillet et octobre 2018, la société Wiko a été confrontée à une controverse liée à la commercialisation de deux de ses modèles de téléphones, le Wiko Tommy2 Bouygues Telecom et le Wiko View. Ces modèles ont été trouvés en violation des

normes de sécurité en ce qui concerne le Débit d'Absorption Spécifique (DAS), mesurant l'exposition aux radiofréquences. L'Agence nationale des fréquences a exigé que Wiko mette à jour ces téléphones pour se conformer aux normes réglementaires.

3.3/Impact écologique

D'après le site <https://www.websitecarbon.com/>, la majorité des pages du site <https://fr.wikomobile.com/> appartenant à Wiko sont considérées comme moins propres écologiquement que la plupart des autres sites testés.

Par exemple, leur page de présentation de leur dernier smartphone [wiko-t60](#) est moins responsable au niveau écologique que 94% des pages testées.

Plus de 3 grammes de CO2 sont produits lors de chaque visite d'une page par un utilisateur.

Il est tout de même bon de noter que leur site fonctionne grâce à l'énergie renouvelable.

Cependant la quantité de CO2 produite est non négligeable sachant que ce site a pour but de renseigner le client sur les produits vendus, avec une page par produits la visite du client sur le site, cette quantité devient rapidement très importante et montre un problème écologique.

4/ Une analyse économique chronologique (ZIEGLER Teddy)

4.1/ Avènement de Wiko :

Dès 2012, Wiko a concentré ses efforts sur le marché européen, en particulier en France, en offrant des alternatives compétitives aux grandes marques établies. C'est grâce à cela que lors du premier trimestre de 2013, la marque représentait 31,6 % des ventes sur internet et 10,5 % des ventes physiques ce qui la plaça au 3e rang du marché français

La société annonce compter, mi-2013, un million de clients et espérait en avoir le double à la fin de l'année 2013.

Wiko était, début 2014, le no 2 sur le marché français des smartphones vendus sans abonnement, derrière Samsung, avec 10 à 15 % de part de marché.

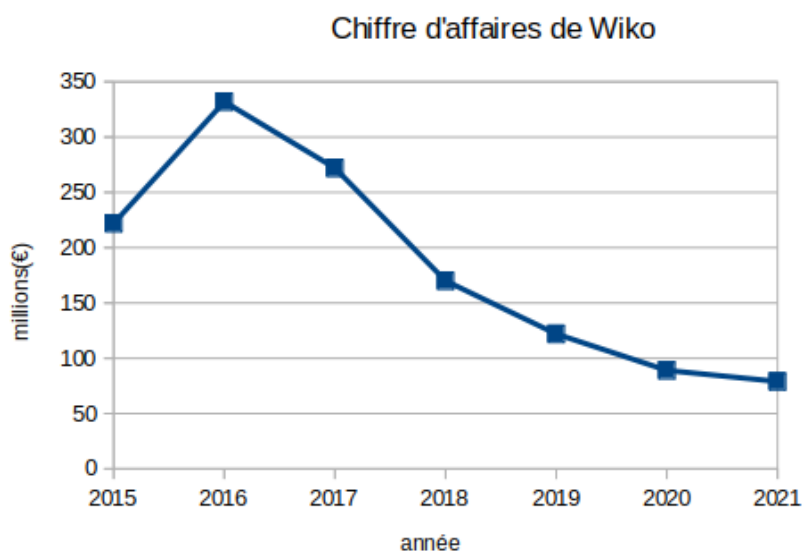
De 2015 à 2018 Wiko a étendu ses opérations à l'échelle mondiale, visant notamment les marchés émergents où la demande de smartphones abordables était en forte croissance.

Face à l'évolution constante de la technologie et aux attentes changeantes des consommateurs, Wiko a continué à innover et à diversifier sa gamme de produits pour rester compétitif sur le marché mondial.

4.2/ Déclin :

Le 14 janvier 2019 les sociétés Wiko et Wiko Global sont fusionnées, la première absorbe la seconde qui est radiée.

Le 15 mars 2019, le groupe annonce la mise en place d'une rupture conventionnelle collective, sur la base du volontariat. Il ne précise pas combien de postes sont concernés par cette restructuration.



Ce graphique nous montre comment a évolué le chiffre d'affaires de Wiko entre 2015 et 2021.

Le chiffre d'affaires de Wiko a augmenté jusqu'en 2016 puis il a commencé à diminuer notamment à cause de la concurrence comme Samsung, Apple ou encore Honor.

Wiko se retrouve écrasé par la concurrence, et décide alors comme dit plus haut de licencier une partie de ses salariés en 2019. Le covid 19 n'a pas aidé l'entreprise et l'entraîne encore plus dans sa chute, ce qui fait que son chiffre d'affaires a continué de baisser en 2020 et 2021.

En 2021 l'entreprise Wiko ferme ses portes en France face à la concurrence chinoise. Puis Wiko se fait racheter par Tinno qui en devient le principal actionnaire et qui fait de Wiko une filiale de sa marque.

Sitographie

Document 1:

Wiko, Wikipédia, La dernière modification de cette page a été faite le 13 février 2023 à 13:59. Consultable à l'adresse :

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Wiko>

Nous avons trouvé cet article pertinent car il nous a permis de montrer comment Wiko a été créé, changer par le rachat de Tinno, la gamme de produits mise en vente pour les utilisateurs et surtout les problèmes rencontrés avec les données récupérées sans consentement des utilisateurs.

Document 2:

Gavois Sébastien, "wiko nous dévoile sa stratégie : marque globale et montée en game progressive" Next Inpact le mercredi 21 mars 2018 à 12:00 consultable à l'adresse:

<https://www.nextinpact.com/article/28173/106224-wiko-nous-detaille-sa-strategie-marque-globale-et-montee-en-gamme-progressive>

Cet article était très pertinent dans notre recherche sur la stratégie marketing de wiko en parlant de ses projets futurs tout en expliquant la progression en vue de la marque et donc nous a permis d'illustrer la situation actuelle de wiko et ses cibles.

Document 3:

Wiko, InfoNet, consultable à cette adresse :

<https://infonet.fr/entreprises/53007220600069-wiko/>

Ce site Web était intéressant pour nous, car ce dernier nous montrait comment l'économie et l'activité de l'entreprise Wiko se comportait. Il nous a permis de savoir que le Chiffre d'Affaire de l'entreprise Wiko n'a fait que de chuter et ne s'arrêtera certainement pas.

Document 4:

Phonandroid, "Wiko : tout savoir sur la fuite de vos données personnelles vers la Chine" édité par Florian Bayard le 20/11/2017. Consultable à l'adresse:

<https://www.phonandroid.com/wiko-tout-savoir-fuite-donnees-personnelles-vers-chine.html>

Ce document s'est avéré pertinent par son explication très détaillée sur la controverse de la collecte de données en novembre 2017. Il nous a permis de bien nous rendre compte des événements et comprendre que Wiko n'était pas la cause du problème et que l'entreprise a fait son maximum pour répondre aux inquiétudes de ses clients.