

Chiffres clés : les ventes de mobiles et de smartphones

Chiffres : Les derniers chiffres du marché des smartphones. Pour la première fois depuis sa création, le marché des smartphones a accusé en 2018 un net repli des livraisons (4,1%). Pour IDC, les « malheurs des smartphones se poursuivent » et viennent « couronner la pire année de tous les temps. »

Sommaire

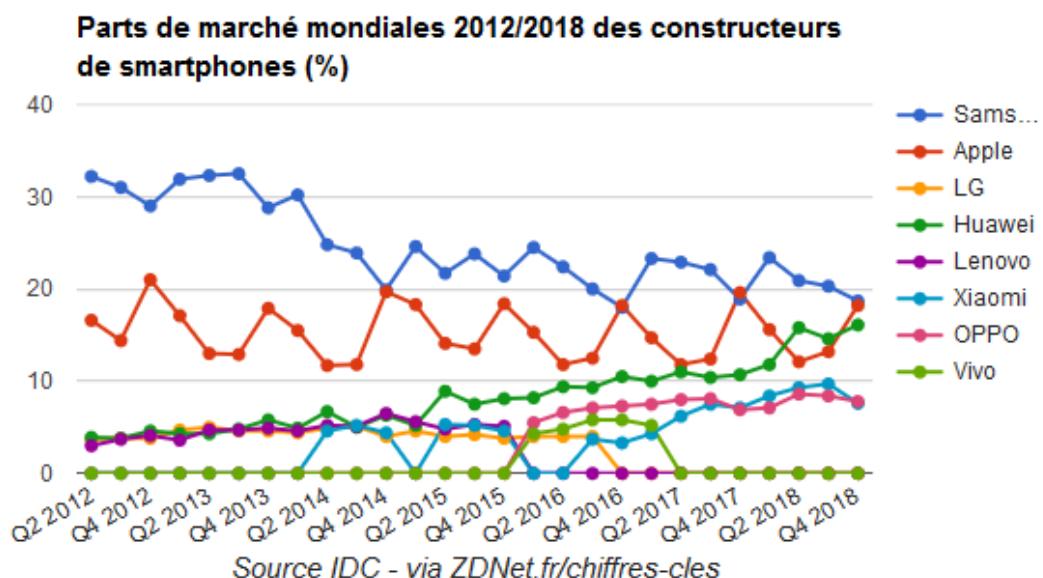
2018, pire année de l'ère des smartphones

2015/2013 - La concurrence s'intensifie pour Apple et Samsung

2012 - Samsung s'empare des marchés des smartphones et des mobiles

2011 - Nokia encore leader sur le marché des mobiles

Ventes smartphones dans le monde

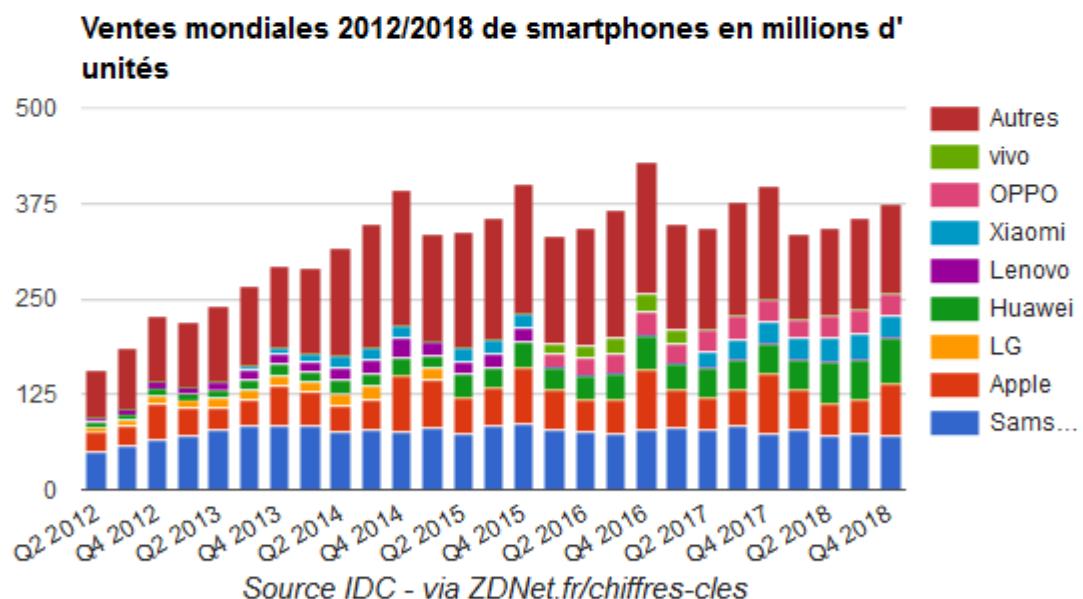
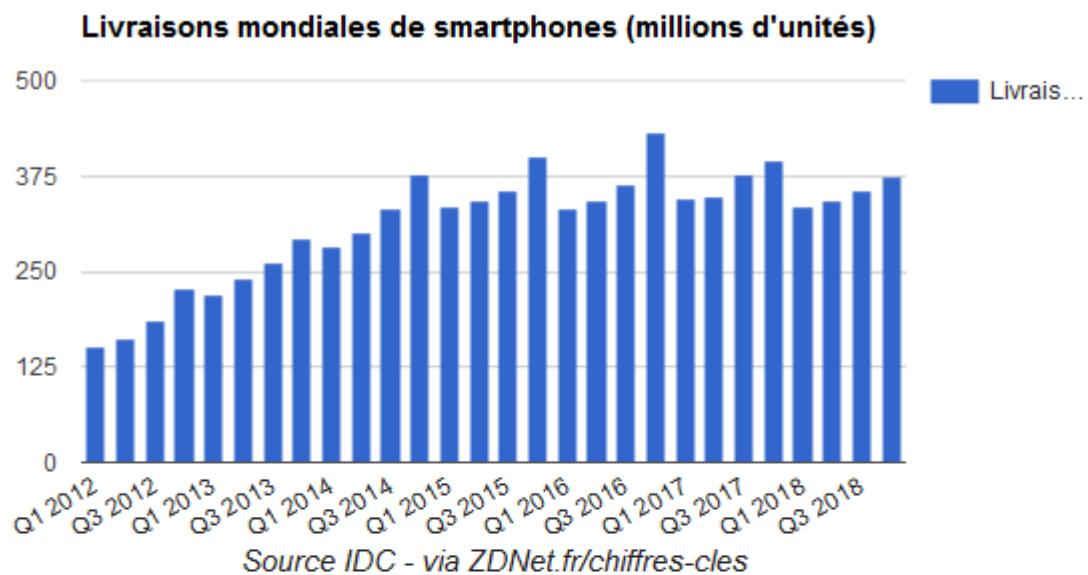


Apple a connu un gros raté - Le marché des smartphones est en baisse depuis maintenant cinq trimestres consécutifs. Sur les trois premiers mois de 2018, la baisse était de 2,9%. Le recul a été moins fort lors du trimestre suivant à -1,8% au 2e trimestre (342 millions de smartphones écoulés). En revanche, il a été bien plus marqué au 3e trimestre (-6% à 355,2 millions d'unités) ainsi qu'au 4e trimestre (-4,9%) à 375,5 millions d'unités.

Si Apple conserve sa 2e place des constructeurs ce trimestre, ses livraisons n'en ont pas moins plongé de 11,5%, estime IDC avec 68,4 millions d'iPhone écoulés dans le monde. Seuls les trois constructeurs chinois du Top 5 échappent à la récession sur cette période. Huawei, 3e derrière Apple cette fois, fait même un bond de 43,9% pour grimper à 60,5 millions de smartphones livrés. Une performance sur un marché en recul et pour un fabricant encore dépendant de la Chine.

"Tout va bien pour l'iPhone !" observait pourtant Kantar Worldpanel Comtech quelques semaines plus tôt. Les "très bons résultats des iPhone XS et iPhone XS Max" aux Etats-Unis – en tout cas sur la période allant de juillet à septembre 2018, c'était avant. Mais Apple peut en outre s'appuyer sur le "dynamisme persistant" de ses précédents modèles, les iPhone 8 et 8 Plus.

Et signe d'une concurrence croissante, Huawei et Xiaomi se classent "pour la première fois dans le top cinq des terminaux avec le P20 Lite et le Note 5." Une mauvaise nouvelle par la concurrence sur le milieu et l'entrée de gamme. "La poussée des deux géants chinois fait souffrir leurs rivaux sur toutes les gammes", et en particulier Sony, LG et Wiko.



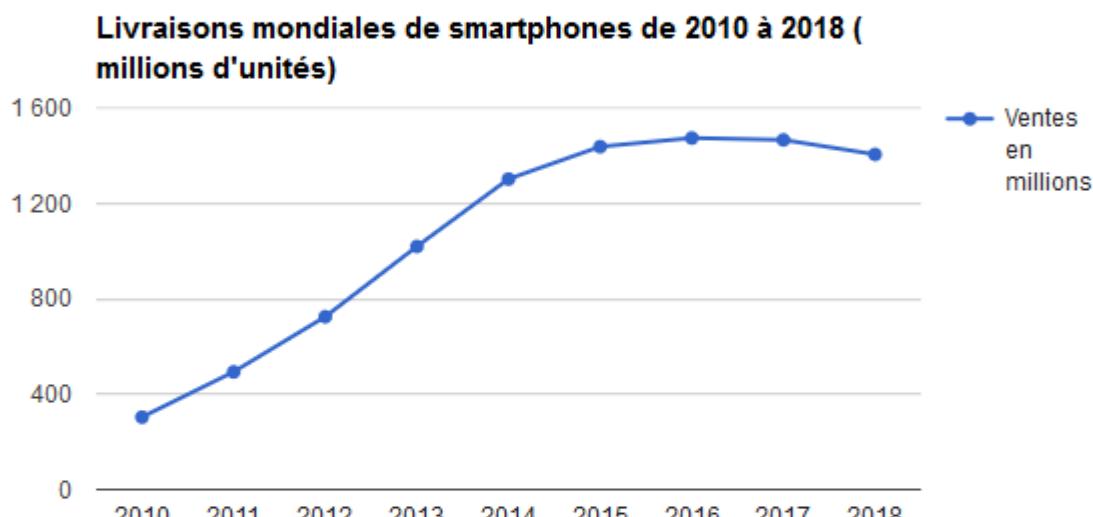
Samsung doit se démarquer - Pour Kantar, "l'introduction de modèles innovants est plus importante que jamais" pour les fabricants. Et si un industriel semble réussir dans ce secteur, c'est Huawei. D'ailleurs, le Chinois a conforté sa position de numéro deux européen, derrière Samsung.

Le Coréen a bien conscience de cette nécessité d'innover et de ne pas laisser son rival dicter la cadence. Samsung a ainsi devancé son concurrent en annonçant en premier **un smartphone pliable**. Il prévoit en 2019 de produire plus d'un million d'unités.

Ce modèle, pour lequel on ignore aujourd'hui l'intérêt des consommateurs, ne déterminera pas la place de numéro un mondial des constructeurs. Il reste néanmoins un symbole fort. Pour tenir à distance Huawei et Xiaomi, Samsung devra mettre à contribution ses terminaux de milieu de gamme, notamment. C'est sur ceux-ci que se jouent les volumes au niveau mondial.

En perte de vitesse sur le milieu et l'entrée de gamme en raison de la pression des fabricants chinois, il se concentre désormais sur les terminaux de ces segments pour enrayer la baisse de ses ventes, notamment au travers de sa gamme A-Series. Le Coréen suit par ailleurs la même stratégie qu'Apple sur le haut de gamme pour tirer l'ASP.

Si le numéro un mondial, le Coréen Samsung, enchaîne des trimestres compliqués, son Galaxy S9 n'en reste pas moins "le modèle le plus vendu sur les cinq grands marchés européens en septembre." Et le Note 9 figure lui aussi dans le Top 10.



Source IDC - via ZDNet.fr/chiffres-cles

Des clients qui conservent leurs smartphones - Les livraisons ont baissé l'année dernière de 4,1% à 1,4 milliard d'unités. Pour IDC, plusieurs facteurs expliquent cette situation : l'allongement des cycles de remplacement, l'augmentation des taux de pénétration dans de nombreux grands marchés, l'incertitude politique et économique, mais aussi « la frustration croissante des consommateurs face à la hausse continue des prix. »

« Bien que le marché soit confronté de manière générale à des défis très sérieux, aucun n'est plus important que les défis auxquels sont confrontées les marques qui continuent à perdre des parts de marché et leur positionnement dans les canaux de distribution » souligne le cabinet.

« Les taux de remplacement continuant de ralentir sur de nombreux marchés, les fournisseurs devront trouver un nouvel équilibre entre les dernières fonctionnalités des smartphones, un design convaincant et un prix abordable » ajoute l'analyste Anthony Scarsella.

Le ton est donné. Pour les géants mondiaux, le danger est moins imminent. Pour les fabricants du Top 5 mondial, la part de marché est passée en un an de 63 à 69%. En incluant vivo, ce chiffre grimpe même à 75% des smartphones livrés dans le monde. Pour autant, la récession chinoise devrait leur poser quelques problèmes, en particulier à Apple.

La Chine, qui représente environ 30% de la demande mondiale, a connu une plus mauvaise année 2018 encore avec un plongeon des volumes de 10%. Et cette situation profite aux fabricants nationaux. Huawei, OPPO, vivo et Xiaomi se partagent 78% du marché, contre 66% en 2017.

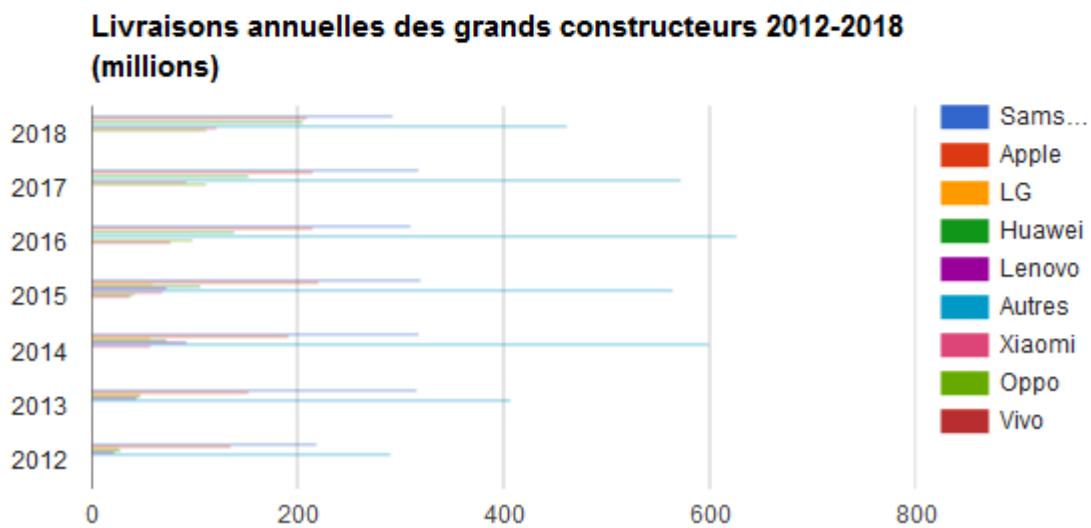
L'ultra haut de gamme pour gérer la saturation - Après une année 2016 "mémorable" a suivi une année de l'ultra haut de gamme avec des modèles comme le Note 8 ou l'iPhone X. Sur un marché qui ralentit, les constructeurs s'efforcent d'accroître leur chiffre d'affaires par smartphone vendu. Et cela fonctionne, pour certains. Les consommateurs ne semblent pas tous prêts à investir de nouveau lourdement pour les dernières vedettes du marché, ni à remplacer aussi souvent leurs terminaux.

"L'abondance de flagships ultra haut de gamme aux prix élevés lancés au cours des 12 à 18 derniers mois a probablement interrompu le cycle de renouvellement à court terme" suggère même Anthony Scarsella d'IDC.

En outre, les modèles de milieu de gamme sont de mieux en mieux dotés. Quant au rythme d'innovation, il a nettement ralenti. Et les dernières nouveautés ne suffisent pas à encourager les consommateurs à acquérir les derniers modèles. En tout cas à court terme.

De plus, la tendance actuelle sur le marché ne rime pas avec un recul du chiffre d'affaires généré par la vente de smartphones. A l'image d'Apple, dont les revenus progressent plus vite que les ventes, le marché des smartphones continue de croître en valeur du fait d'une hausse du prix de vente moyen.

"Lorsque nous examinons la situation du point de vue de la valeur monétaire, le marché des smartphones continue d'augmenter et continuera de croître au cours des prochaines années, car les consommateurs dépendent de plus en plus de ces appareils pour la majeure partie de leurs besoins informatiques" souligne IDC..



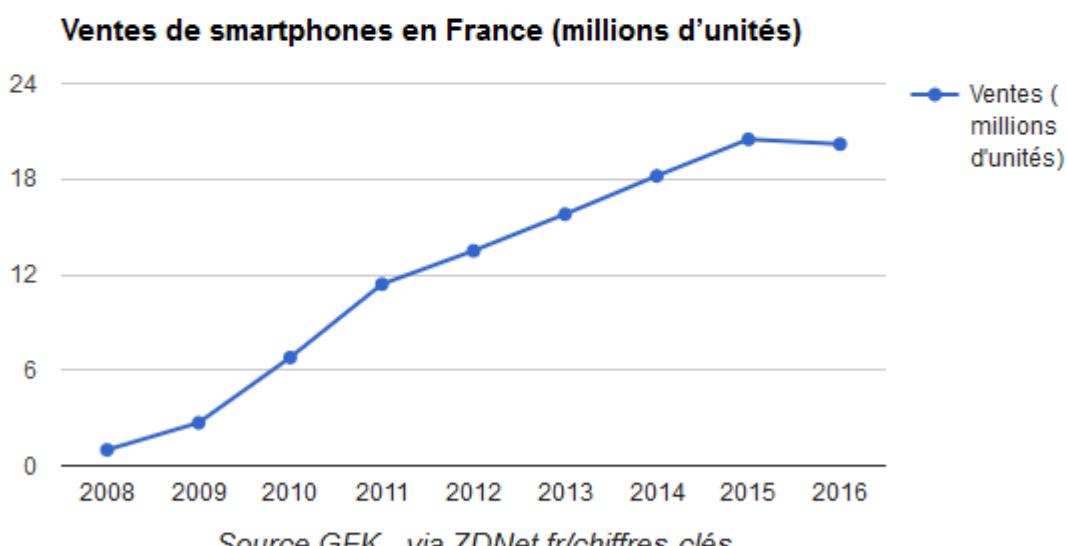
Source IDC - via ZDNet.fr/chiffres-cles

1,4 milliard de smartphones en 2018 - IDC estime que sur un an, le marché mondial des smartphones a reculé de 4,1%, contre seulement 0,1% en 2017, +2,3% en 2016 et un peu plus de 10% en 2015. Samsung reste loin devant avec 292,3 millions de smartphones livrés dans le monde au cours de l'année, en recul cependant de 8%. Apple voit lui aussi ses livraisons baisser de 3% à 208,8 millions d'iPhone écoulés. La firme de Cupertino voit surtout Huawei s'approcher dangereusement à 206 millions d'unités.

Derrière les deux leaders, en déclin, la concurrence continue donc de monter, à l'image de Huawei à 153,1 millions d'unités un an plus tôt (+9,9%, soit bien moins que les 30% de croissance de 2016). Il précède deux autres constructeurs chinois, Xiaomi (+74%) et Oppo (+12%). Le dernier dépasse désormais les 100 millions de smartphones livrés à 111,8 millions. Quant à Xiaomi, il a retrouvé en 2017 le haut du classement grâce à une forte croissance (92,4 millions de smartphones).

Toutefois, le groupe y a déjà figuré, ce qui lui valait d'être présenté comme l'étoile montante. Xiaomi avant ensuite disparu du radar. Pour se hisser durablement au rang de constructeur de référence, il lui faudra faire preuve de plus de stabilité et réussir une montée en gamme. Le business model de Xiaomi repose en effet essentiellement sur l'entrée de gamme et des marges réduites.

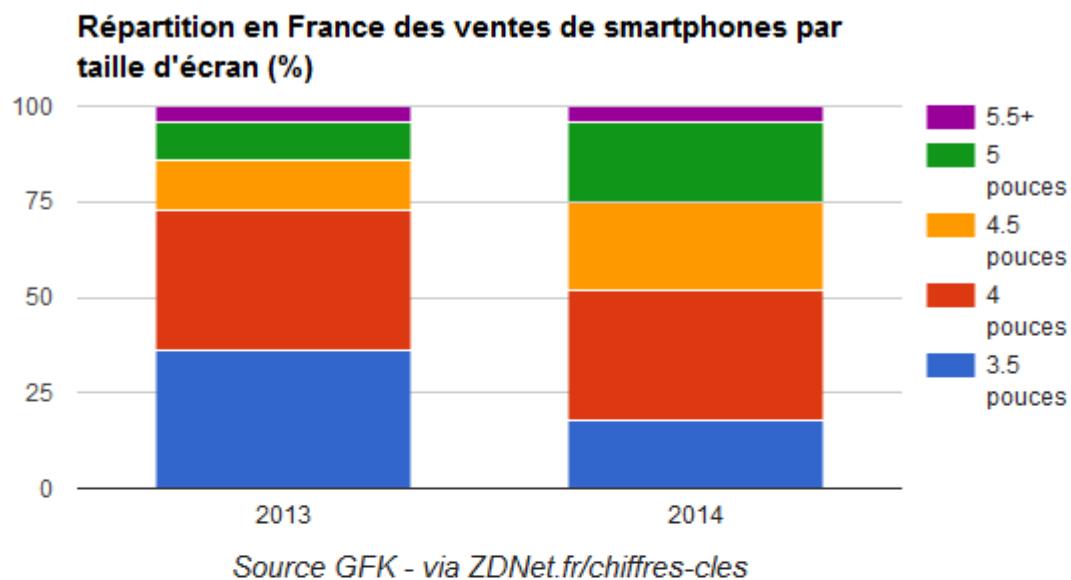
Ventes de smartphones en France



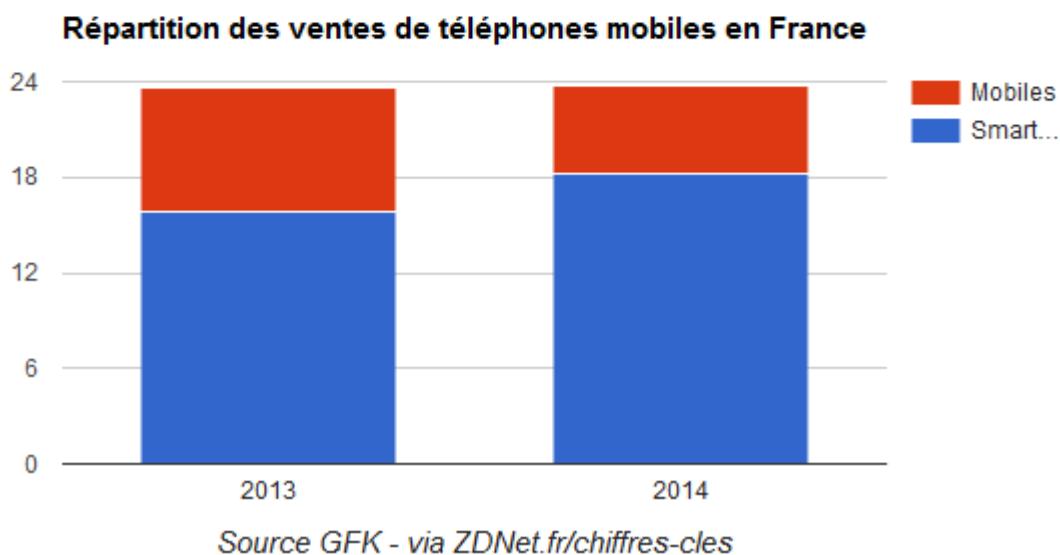
Premier coup d'arrêt à la croissance des smartphones en France. Selon GFK, 20,2 millions de terminaux ont été écoulés en 2016, soit un repli de 6%. C'est une première depuis 2007. L'institut d'études avance deux facteurs pour expliquer cette tendance.

D'abord, les arbitrages de consommation n'ont pas favorisé les smartphones, les Français ayant plutôt préféré se tourner vers des écrans plats HD dont les ventes explosent de 30% à 6,5 millions d'unités. Euro de football oblige.

Par ailleurs, GFK juge le marché français proche de la saturation. Les primo-accédants se font plus rares et on est bel et bien passé d'un marché d'équipement à un marché de renouvellement avec une utilisation des terminaux plus longue. D'ailleurs, le spécialiste table sur une poursuite de la baisse des ventes en 2017.



Ainsi « c'est sans doute la taille de l'écran qui aura le plus évolué cette année avec une ascension fulgurante des écrans de 5 pouces » commente GFK. En 2014, 21% des smartphones vendus en France avaient un écran de 5 pouces. C'est 11 points de plus qu'il y a un an. Entre 2013 et 2014, la taille moyenne des écrans est ainsi passée de 4 à 4,4 pouces.



Sur le parc de mobiles vendus en 2014, 76,4% étaient des smartphones. Cette part s'est fortement accrue par rapport à l'année précédente où elle était ainsi de 67%. Le développement du smartphone en France est directement tiré par l'explosion des forfaits sans engagements.