



## La guerre des smartphones

### *Les batailles se succèdent mais la guerre est loin d'être gagnée*

**Londres, le 27 Mai 2010** : La lutte pour dominer le marché du smartphone ne s'essouffle pas. Alors que l'industrie reconnaît volontiers la nécessité d'avoir un marché moins fragmenté, Screen Digest estime que les enjeux sont tout simplement trop importants pour que les grands acteurs de l'industrie se mettent d'accord à ce jour sur les plateformes qui définiront la prochaine génération d'appareils, qu'il s'agisse des smartphones, des télévisions ou encore des tablettes.

Avec l'arrivée de poids lourds de l'industrie du PC, tels que HP, Dell, Intel et Microsoft, les smartphones devraient atteindre 380 millions d'unités vendues en 2014, et ainsi représenter 30% des téléphones mobiles vendus dans le monde, comme le révèlent les derniers chiffres publiés par le service 'Mobile Media Intelligence' de Screen Digest.

Le système d'exploitation (OS) Android devrait afficher la plus forte croissance. Lancé fin 2008, Android devrait en effet être présent sur 90 millions de terminaux d'ici 2015, soit un taux de croissance annuel cumulé de 56% pour la période 2009-2015. Selon **Julien Theys**, Analyste Senior chez Screen Digest : « *En moins de deux ans, Android a réussi à mûrir en une plateforme complète et fiable qui le positionne comme un candidat idéal pour devenir l'OS par défaut pour la plupart des fabricants.* »

Symbian restera l'OS le plus répandu, grâce à une stratégie très agressive de Nokia qui installera Symbian dans des terminaux bon marché. Screen Digest s'attend donc à ce que Symbian devienne le premier OS mobile à dépasser les 100 millions de smartphones annuels expédiés d'ici 2015. Cependant, cette incursion dans le moyen et bas de gamme ne sera pas sans conséquence pour Nokia, qui semble prêt à sacrifier une partie de ses revenus pour conserver sa première place.

C'est l'occasion rêvée pour Apple de s'emparer de la position très convoitée du plus gros bénéficiaire, grâce à une association 'matériel+logiciel+services' qui s'avère extrêmement difficile à répliquer. Avec 5,4 milliards de dollars de revenus générés par l'iPhone au premier trimestre 2010, Apple domine le marché avec seulement 8,8 millions d'iPhones vendus. L'impressionnant départ de l'App Store comme plateforme de distribution de logiciels et de jeux devrait avoir des retombées non seulement financières, mais également indirectes en renforçant la rétention des utilisateurs.

Les douze prochains mois devraient être ceux où Apple renforcera son offensive. **Julien Theys** précise : « *Les revenus générés par l'iPhone sont remarquables. Cependant si Apple veut augmenter sa part de marché, les partenariats opérateurs, surtout aux Etats-Unis, ainsi que la politique tarifaire seront des axes à explorer. La plus grosse surprise du prochain iPhone pourrait fort bien être son prix.* »

## **Fin**

### **Pour plus d'informations, merci de contacter :**

Géraldine Gitel, Tel : + 44 (0) 791 7885380 [ggitel@greenfieldscommunications.com](mailto:ggitel@greenfieldscommunications.com)  
Screen Digest: Fay Hamilton, PR and Promotions Manager T: +44 (0) 20 7424 2847  
[fay.hamilton@screendigest.com](mailto:fay.hamilton@screendigest.com)

### **A propos de cette étude**

Les prévisions sur les terminaux et les smartphones sont désormais disponibles pour les abonnés du service Mobile Media Intelligence de Screen Digest  
[http://www.screendigest.com/intelligence/mobile/index\\_html](http://www.screendigest.com/intelligence/mobile/index_html)

### **A propos de Screen Digest**

Screen Digest est la principale société d'analyse des marchés médias internationaux. Basée à Londres, avec des bureaux à Monterey (Californie) et en Australie, elle est composée d'une équipe de 40 analystes spécialisés sur les médias audiovisuels : cinéma, télévision, distribution vidéo/DVD, internet, jeux vidéo et services mobiles. Ses services en ligne et rapports offrent, à des centaines d'entreprises à travers le monde, l'information et les analyses sur lesquelles se basent leurs décisions stratégiques. Screen Digest a dernièrement lancé Global Media Intelligence (GMI), un nouveau service développant des données de recherche et des analyses spécialement pour les investisseurs institutionnels traitant avec des entreprises de medias.

www.screendigest.com. Pour tout information complémentaire, merci de contacter le département commercial de Screen Digest au +44 20 7424 2820 ou par email [sales@screendigest.com](mailto:sales@screendigest.com)