

Apple progresse sur le marché mobile américain

Si Samsung est le deuxième constructeur mondial de téléphones mobiles ([en nombre d'unités vendues au 4e trimestre 2011](#) selon Gartner), il confirme sa place de numéro 1 sur le marché américain. Le vendeur coréen y bénéficie de l'absence de Nokia, qui tente depuis peu un retour en force sur la région avec ses terminaux Lumia sous Windows Phone.

Sur les trois derniers mois (de novembre 2011 à janvier 2012), Samsung s'arroge 25,4 % d'un marché constitué de 234 millions d'utilisateurs environ, rapporte ComScore MobiLens selon une étude s'appuyant sur les réponses de 30 000 personnes. Samsung devance LG (19,7 %), Motorola (13,2 %) et Apple (12,8 %). Mais, forte du succès de l'iPhone 4S, la firme de Cupertino est la seule à progresser. Elle gagne 2 points sur la période tandis que Samsung, LG et Motorola reculent de 0,1 %, 0,9 % et 0,4 % respectivement. Quant aux BlackBerry de RIM (Research in Motion), ils maintiennent leur position à 6,6 %.

Plus de 100 millions de smartphones

L'exploit d'Apple est d'autant plus notable que l'entreprise ne joue que dans la catégorie « *smartphones* ». Lesquels ont dépassé les 100 millions d'unités en circulation en janvier pour atteindre 101,3 millions d'utilisateurs. Soit une hausse de 13 % depuis octobre 2011. Sans surprise, Google domine la partie avec Android et ses 48,6 % du marché (+2,3 % sur les trois mois étudiés). Apple suit avec 29,5 % (+1,4 %) tandis que RIM perd 2 points à 15,2 %. Toujours victime de la désaffection de Windows Mobile que ne parviennent pas (encore) à combler les Windows Phone, Microsoft tombe à 4,4 % (-1 %). Quasiment inexistant avec 1,5 % du marché, Nokia Symbian s'efface un peu plus (-0,1 %).

Et que font les utilisateurs de leur terminal (au-delà de téléphoner) ? Des SMS (*text messaging*) pour plus de 74 % d'entre eux. Ils sont près de 32 % à jouer et 24,5 % à écouter de la musique. Autant d'usages en hausse. Mais ce sont les téléchargements d'applications (pour 48,6 % des utilisateurs), la navigation Internet (48,5 %) et la fréquentation des réseaux sociaux (35,7 %) qui marquent les plus fortes progressions, signe de la [démocratisation des smartphones](#).