

# Les ventes de smartphones soutenues par les marchés émergents

Alors que les mois filent inexorablement vers la fin de l'année, IDC affine ses prévisions 2014 du marché des smartphones. Et revoit légèrement à la hausse les ventes sur l'année. Le cabinet d'études estime ainsi qu'il se vendra **plus de 1,25 milliard de smartphones dans le monde** avant la fin de l'année. Un chiffre un peu plus élevé que le 1,2 milliard initialement évoqué [en début d'année](#) pour atteindre **une croissance annuelle de 23,8%** meilleure que les 19,3% précédemment calculés.

## Les trois quarts des ventes dans les pays émergents

IDC maintient à **plus de 1,8 milliard d'unités vendues ses prévisions pour 2018** sur la base d'une hausse moyenne annuelle de 12,7%. Il faut donc s'attendre à un ralentissement appuyé de la croissance du secteur dans les prochaines années. Car, aussi important soit-il, le dynamisme des pays émergents ne suffira pas à infléchir le phénomène de saturation du marché. Alors que ces derniers assuraient plus de 50% de la progression des ventes de terminaux mobiles depuis 2011, leur croissance devrait tomber à 32,4% en 2014 avec 920,8 millions d'unités (73,5% des ventes totales). Si les marchés matures ont bénéficié de hausses à deux chiffres jusqu'en 2013, celle de 2014 devrait tomber sous les 5%.

A défaut des volumes, les marchés occidentaux conserveront la valeur avec des prix de vente moyens de **400 dollars par appareil contre moins de 250 dollars** dans les pays émergents. *« L'objectif pour les constructeurs sera de maintenir leur présence dans les marchés à forte marge tout en couvrant durablement la forte croissance des marchés émergents [avec plus de 78% des ventes en 2018], recommande **Ramon Llamas**, directeur de recherche mobile chez IDC. Pour appliquer cette stratégie, les éditeurs de système d'exploitation s'associent avec des constructeurs pour fournir des terminaux à bas coût. »*

## 88% pour Android

C'est évidemment le cas de Google qui, avec un système Android libéré de toute contrainte matérielle (voire logicielle), a séduit plus de 150 partenaires et devrait renforcer sa position, jusqu'à 88,4% des marché émergents. La firme de Mountain View devrait ainsi lancer son **Android One** sur le marché indien, notamment, un modèle 4,5 pouces d'entrée de gamme **sous la barre des 100 dollars** et qui bénéficiera des mises à jour régulières et du Google Play au même titre que ses Nexus vitrine de la marque.

C'est aussi la stratégie de Mozilla qui, avec **Firefox OS**, entend équiper des smartphones à très bas coût comme [le Cloud FX à 25 euros](#) en Inde. Microsoft entend également développer une offre de terminaux d'entrée de gamme sous **Windows Phone**, notamment à travers ses partenaires (Prestigio, Blu, Yezz...) en plus de sa propre marque Nokia. En transférant une partie de sa production au chinois Foxconn, **Blackberry** vise aussi les marchés émergents, notamment

indonésien et mexicain. Seul **Apple** s'en tient à une ligne de produits exclusivement haut de gamme.

Apple continuera donc de jouer son rôle de locomotive sur les marchés matures. Notamment avec son entrée attendue sur le secteur des **phablets**, ces smartphones à écrans larges (entre 5,5 et 7 pouces de diamètre), avec [l'iPhone 6](#). Un secteur qui, selon IDC, verra ses ventes progresser de 14% en 2014 à 32,2% en 2018.

---

crédit photo © Rido – Fotolia.com

### **Lire également**

[Marché des smartphones en 2013 : la demande évolue et de nouveaux acteurs émergent](#)

[Android occupe 85% du marché mondial des smartphones](#)

[Smartphones : Samsung perd la tête du marché chinois](#)