

Mobiles: fin de l'euphorie en 2005?

La fête est finie. Selon deux fabricants majeurs, le marché de la téléphonie mobile devrait montrer de forts signes de ralentissement en 2005. Un repli qui interviendra après deux années de croissance à deux chiffres.

Pour le numéro 3 mondial, le sud-coréen Samsung, la croissance mondiale des mobiles devrait tomber à moins de 10% l'an prochain contre 19% attendus en 2004. « *Personne ne s'attend à une croissance de 20 à 30% pour l'année prochaine* », a assuré à Londres Choi Chang-soo, vice-président des ventes et du marketing de la division mobiles du constructeur. « *Je crois que ce sera une croissance à un chiffre, proche de 10%*. » Même tonalité de la part de Sony Ericsson, numéro 5 mondial. « *Historiquement, le marché du renouvellement dans les pays à fort taux de pénétration en mobiles a toujours été très dynamique. Mais à présent, la croissance devrait se réduire* », a indiqué le président de Sony Ericsson, Miles Flint, alors qu'il délivrait ses prévisions de ventes mondiales de portables, attendues à 600 millions d'unités cette année contre 520 millions en 2003. Ce repli du marché semble néanmoins logique. En Occident (Europe et Amérique), le passage à la 2,5G (GPRS) est quasi achevé. Les renouvellements ont été massifs et le passage à la 3G (UMTS) ne devrait pas dans un premier temps susciter des achats massifs de combinés. Comme en 2004, la croissance sera d'abord tirée par la forte demande des nouveaux utilisateurs des pays émergents comme la Russie, la Chine et l'Amérique latine. Dans ce contexte, Nokia, le leader mondial, devrait perdre des plumes. C'est en tout cas l'avis de Samsung. « *Dans un marché ouvert à la concurrence, il n'est pas réaliste pour quelque groupe que ce soit de conserver une part de marché supérieure à 25%* », explique Yun Jong-yong au *Financial Times*. En 2004, Nokia a déjà perdu des parts de marché au profit de la concurrence. Le fabricant a souffert d'une gamme de produits inadéquate mais compte sur de nouveaux modèles pour inverser la tendance.