

Mobiles: Nokia perd 5 points de part de marché

Nokia avait prévenu: ses ventes de mobiles sont décevantes: -15% en volume. Aujourd'hui, le finlandais constate les dégâts. Selon les derniers chiffres de Strategy Analytics, le premier fabricant mondial de mobiles voit sa part de marché s'écrouler de 5 points au premier trimestre. Elle passe de 34,2% à 29,2% alors que le marché des mobiles a dans le même temps explosé: +29% sur un trimestre, +40% sur un an.

Pour Nokia, la situation est grave sinon préoccupante. Non seulement le finlandais perd du terrain dans un marché en croissance mais en plus, il passe sous la barre symbolique des 30% de part de marché. En 2003, il culminait à 36%! Bref, Nokia perd de sa superbe. Le groupe paye ses errements marketing. S'il est costaud en entrée de gamme et en haut de gamme, Nokia n'a pas assez vite revu et corrigé sa gamme moyenne de combinés couleur dotés d'appareils photo. Seuls 6% des combinés vendus par Nokia sont des 'photo-phones' contre 30% chez Sony-Ericsson. Cherchez l'erreur... Par ailleurs, il semble avoir raté le virage des mobiles à clapet qui sont aujourd'hui les préférés des consommateurs. Les difficultés de Nokia profitent à toute la concurrence. Tous les constructeurs voient leur part de marché progresser sur un an. Mais même si le finlandais est en repli, il se situe encore loin devant son challenger Motorola. L'américain progresse de 2,5 points (voir encadré). Mais le principal danger vient d'Asie avec le sud-coréen Samsung qui bondit de 3,4 points. Ses ventes aux USA progressent de 30% selon le cabinet d'études. Pire, selon des analystes, Samsung pourrait très prochainement générer des bénéfices supérieurs à ceux de Nokia grâce à une rentabilité plus élevée. Nokia et son président Jorma Ollila vont devoir très vite réagir pour stopper cette hémorragie. **Le marché mondial des mobiles (1er trimestre 2004, en parts de marché)**

1- Nokia 29,2% (-5 points) 2- Motorola 16,5% (+2,5 points) 3- Samsung 13,1% (+3,4 points) 4- Siemens 8,4% 5- Sony Ericsson 5,7% 6- LG 5,7% 7- Autres 21,3%

Source: Strategy Analytics