

# Panasonic se relance sur le marché européen des smartphones

Malgré son encombrement, le marché des smartphones ne cesse d'attirer de nouveaux acteurs. C'est notamment le cas de Panasonic qui annonce vouloir investir le marché européen de la téléphonie mobile. Objectif du constructeur nippon plus connu pour ses téléviseurs, voire ses portables durcis, que pour ses smartphones : avoir vendu 9 millions de terminaux mobiles dans le monde en plus des 6 millions commercialisés au Japon pour l'année fiscale 2016 (31 mars 2016). Une date suffisamment avancée pour donner au vendeur les moyens de ses ambitions.

Dès mars prochain, Panasonic va donc lancer de nouveaux modèles sur le territoire européen qui « servira de tremplin à la marque dans sa conquête du marché mondial ». Le nom commercial du premier produit en question n'est visiblement pas encore fixé. Mais Panasonic semble visiblement viser le milieu, voire le haut de gamme, avec un écran 4,3 pouces en qualité HD Oled hautes performances pour un terminal résistant à la poussière et au design ultrafin. Sur le papier, ça ressemble donc à du Samsung [Galaxy S2](#) ou du [Motorola Razr](#).

## **Un premier terminal sous Android**

Le reste des caractéristiques techniques n'est pas précisé. Sur les photos du prototype, la présence de boutons propres à l'environnement Android laisse supposer l'adoption de l'environnement de Google. Un système mobile porteur avec lequel Panasonic espère faire un petit carton avec son futur modèle en visant le 1,5 million d'unités commercialisées en 2012 en Europe. Pour y parvenir, le constructeur entend dégager des ressources issues de sa division Systems & Communications Company (SNC) créée en avril dernier ainsi que son usine de Malaisie dont les opérations servaient jusqu'à présent à alimenter le marché japonais.

Panasonic signe donc son grand retour sur le marché international, 7 ans après s'être recentré sur son marché local, le Japon. Néanmoins, la concurrence n'est pas forcément plus souple qu'avant son départ des marchés occidentaux. Récemment, Sharp s'est lui aussi relancé avec [l'Aquos, un smartphone 3D](#). Casio; Hitachi et NEC avaient, il y a deux ans, [uni leurs forces](#) pour optimiser la production de smartphones vendus sous leurs marques propres, tout comme [Fujitsu et Toshiba](#) en 2010.

## **La stratégie des écrans connectés ?**

Panasonic devra aussi affronter les géants du secteur : Samsung, HTC, LG (qui [injecte 500 millions de dollars sur la 4G](#)), Motorola mais aussi Sony qui est lui aussi en pleine [réorganisation de sa stratégie](#). Le constructeur de la Playstation a ainsi racheté la part d'Ericsson à Sony-Ericsson qui permettra au groupe de mieux mettre en oeuvre sa stratégie écran en associant smartphone, tablette et téléviseurs dans un « univers connecté ». Une stratégie qui inspire probablement Panasonic...