

# Samsung pris en étau dans le smartphone

Quatrième trimestre de baisse du résultat consécutif pour le fabricant coréen de smartphones attaqué par les chinois par le bas et Apple par le haut. Soit, en un an, une perte de 10 points de part de marché. La fin de l'état de grâce ?

**S**amsung est-il en voie de «japanisation»? Il y a encore dix ans en effet, les champions du high-tech étaient pour la plupart nippons (Sony, Panasonic, Toshiba, Sharp...), voire européens dans le mobile (Nokia, Ericsson...). Des groupes ébranlés par la déferlante de deux géants coréens qui ont conquis les marchés occidentaux avec leurs produits design et bon marché: LG, et surtout Samsung. Et aujourd'hui, il semblerait que l'histoire se répète, avec, dans le rôle des japonais d'antan, Samsung; et, dans celui des coréens qui avaient fait beaucoup de mal aux sociétés installées, des groupes chinois. Jadis champion du smartphone qui était la vache à lait du groupe, Samsung vient d'annoncer que son résultat opérationnel allait probablement fondre de 59,6% (à 4100 milliards de won soit 3,06 milliards d'euros) au troisième trimestre, et ce après déjà quatre trimestres de chute consécutifs.

Si encore ce sacrifice s'accompagnait d'une croissance du chiffre d'affaires... Mais ce n'est même

pas le cas. Les ventes sont estimées en recul de 20,4% sur la période, à 47 000 milliards de won (35 Mrds€), soit 58% du chiffre d'affaires global de Samsung Electronics. S'il n'y a pas encore le feu à Séoul, ça commence vraiment à sentir le roussi. Car si le coréen assure avoir augmenté ses exportations de smartphones sur la période, c'est au prix d'une forte hausse des dépenses de marketing et d'importants sacrifices tarifaires avec un prix moyen en baisse. Samsung, déjà très dépendant en termes de marketing (14 Mrds\$ en 2013 contre par exemple «seulement» 1,29 Mrd\$ pour Apple) aurait, assure le groupe, accéléré la cadence.

## Lointain leadership

Pourquoi le vent a-t-il tourné pour le Coréen, naguère archi-leader mondial sur les smartphones? C'est que dans un marché qui commence à être saturé, Samsung est pris en sandwich entre un Apple toujours champion du haut de gamme, et des fabricants chinois qui l'attaquent par le bas. Sur le premium, donc, les posi-

## -10 points

L'évolution de la part de marché mondiale de Samsung dans le smartphone au 3<sup>e</sup> trimestre 2014, à 25%, contre 35% donc un an plus tôt

## -59,6%

La chute des profits de Samsung entre juin et septembre (à 3,06 Mrds€)

Source: Samsung

© AFP PHOTO / DON EMBERT

Si l'entité mobile du coréen, dirigée par JK Shin, reste leader mondial en termes d'unités vendues, son poids a fortement diminué.

tions se cristallisent avec un Apple surpuissant. À titre d'exemple, l'américain a vendu 10 millions d'iPhone 6 en un week-end quand Samsung a mis plus d'un mois pour écouler 11 millions d'exemplaires du rival, le Galaxy S5 en début d'année. Et Apple n'est pas le seul. De nombreux acteurs tels Sony avec sa gamme XPeria Z ou LG avec son G3 attaquent aussi ce segment très lucratif. En bas de l'échelle, Samsung subit de plus en plus fortement la



« Le marché du smartphone se concentre entre le haut de gamme et les premiers prix. Entre ces deux extrêmes, qui est le positionnement de Samsung, c'est très difficile d'exister. »

Roberta Cozza, analyste chez Gartner

K Shin

President and Head  
Communication Division  
Samsung Electronics

PHOTOS: DR

### Bloqué par Apple dans le haut de gamme

L'américain a vendu 10 millions d'iPhone 6 en un week-end. Samsung avait mis un mois pour réaliser une telle performance avec son Galaxy S5... Bien que plus chers, les produits Apple suscitent toujours un fort engouement de la part des consommateurs prêts à payer 700 € un smartphone. Et la concurrence s'active sur ce segment, avec des acteurs comme Sony (Xperia Z3) et LG (LG3), qui grappillent eux aussi des parts de marché dans les segments premium.

### Attaqué par le bas par les chinois

Huawei (6,9% de part de marché), Lenovo (5,4%) ou encore Xiaomi (14% du marché chinois)... Les chinois font énormément de mal à Samsung avec leurs smartphones low cost. Et c'est sans compter sur les petits acteurs locaux comme Wiko en France (associé à un autre chinois, Tinno) qui a pris en deux ans 14% du marché hexagonal. Des fabricants qui surfent sur la démocratisation du marché du smartphone (1,25 milliard d'unités vendues dans le monde en 2014), avec des produits convenables à prix agressifs (moins de 100 €).



PHOTOS: DR

concurrence de groupes chinois tels Huawei, Lenovo ou le petit dernier Xiaomi (devenu en 2014 le premier vendeur de smartphones en Chine devant... Samsung) qui inondent les pays émergents de téléphones d'entrée de gamme. Sans parler des concurrences locales dans les pays occidentaux comme le «sino-marseillais» Wiko qui a réalisé une fulgurante percée en à peine deux ans. La marque, associée au chinois Tinno, pèse désormais 14% du marché français avec une gamme complète (16 modèles) de téléphones à prix agressif.

#### Bon, mais pas excellent

Bref, Samsung, avec sa large gamme de téléphones, se retrouve un peu dans la position d'un fabricant automobile géné-



Samsung a été contraint de sortir sa phablette Galaxy Note 4 en urgence, en septembre, sous la pression d'Apple.

raliste: bon partout, excellent nulle part... En voulant jouer à la fois la carte des volumes et de la rentabilité, il perd sur tous les terrains. Résultat, sa part de marché s'érode trimestre après trimestre. Si le coréen reste leader mondial avec 74,3 millions d'unités vendues sur le deuxième trimestre 2014 (soit plus du double d'Apple), son poids a fortement diminué, à 25,2%.

#### De sérieux challengers

Dans le même temps, le chinois Huawei est devenu le troisième vendeur de smartphones, avec 20,3 millions d'exemplaires écoulés au deuxième trimestre (6,9% de part de marché), selon le cabinet IDC. Et son compatriote Lenovo n'est pas très loin, avec 15,8 millions d'unités vendues, soit une part de marché de 5,4%. «Le problème c'est qu'entre les

deux extrêmes que sont le haut de gamme et les premiers prix, c'est très difficile d'exister», confirme Roberta Cozza, analyste chez Gartner.

Après avoir sorti en urgence en septembre, sous la pression d'Apple, son nouveau Galaxy Note4, Samsung a promis de nouveaux smartphones haut de gamme dotés de «designs innovants» et fabriqués avec de «nouveaux matériaux». «En théorie, la situation devrait être meilleure au quatrième trimestre», estime Soojin Park, une analyste de Bernstein Research. En pariant sur des produits innovants, le coréen va tenter d'améliorer sa marge. Et peut-être abandonner la course aux volumes avec les chinois qui semble, comme avec les japonais naguère, perdue d'avance. ■

FRÉDÉRIC BIANCHI