

Une nouvelle bataille s'engage autour des smartphones

Lenovo et Huawei passent à l'attaque



Une nouvelle bataille s'engage autour des smartphones

Lenovo en conquistador

Lenovo le constructeur chinois, a présenté sa nouvelle arme jeudi à Paris : Le K5, le tout premier smartphone présenté par Lenovo en France. Après avoir racheté Motorola en 2014, Lenovo fait son entrée en scène sur le marché français avec le K5, un smartphone efficace, au prix défiant toute concurrence. La marque chinoise a décidé de s'attaquer au marché français avec un smartphone tout en métal, un écran de 5 pouces HD, une fonction dual sim, une caméra de 13 méga-pixels à l'arrière et 5 méga-pixels à l'avant, mais surtout deux haut-parleurs Dolby Atmos. L'appareil possède 16 Go de mémoire interne et un slot micro-SD. Le K5 affiche surtout un prix étonnant pour les caractéristiques annoncées : 169 euros.

Ce K5 sera disponible en France dès le 13 juin, Lenovo affirme son positionnement en France. La marque vise l'ensemble de la demande en France, de l'entrée de gamme à la gamme moyenne sous le nom "Lenovo Vibe" (la grande majorité du marché français soit sous le seuil des 200€) et signera les appareils haut de gamme "Lenovo Moto". Lenovo Vibe devrait s'affirmer en sérieux outsider sur le marché des smartphones avec des premiers prix à 79 euros. La différence entre les deux marques s'effectuera aussi à travers la distribution, les premiers disponibles dans les grandes surfaces, les enseignes spécialisées et les e-commerces, les seconds le seront essentiellement en ligne.

Huawei et son P9 à l'assaut des smartphones premium

Dans le même temps mais ailleurs dans la capitale la marque Huawei, présentait sa collection 2016. Le fabricant chinois high-tech, en pleine expansion (54,6 milliards d'euros de CA en 2015 (+35,5%)), organisait l'événement autour de son dernier smartphone, le P9, dont la commercialisation débutait le lendemain, ce vendredi 29 avril dans l'Hexagone. Le P9 est un produit haut de gamme sur lequel la marque affiche de claires ambitions, dont celle d'atteindre 10% de parts de marché et de devenir le numéro 3 en France. Aujourd'hui, sa part de marché dans les ventes de smartphones se situe autour de 5%, derrière Samsung, Apple et Sony.

Pour ce faire, Huawei compte bien sûr sur le P9, qui vient clairement concurrencer le Samsung Galaxy S7 et l'iPhone 7 avec un atout certain, son prix : 549 €. Un prix qui le place légèrement en dessous de ses principaux concurrents. Le partenariat avec la marque allemande Leica (qui a conçu le double module caméra RVB et caméra monochrome), renforce l'image premium du P9 et de sa version Plus tout en le différenciant par rapport aux autres smartphones du marché.

Pendant ce temps chez Apple on cherche la grande innovation

Apple a présenté ses résultats trimestriels le 26 avril. Historiques, ils dévoilent pour la première fois depuis 13 ans une baisse du chiffre d'affaires. Ces résultats reflètent surtout la chute des ventes des iPhone et iPad Apple et s'expliquent en partie par la baisse des ventes d'iPhone, 10 millions de smartphones de moins qu'en 2015, alors que celui-ci représente les deux tiers du chiffre d'affaires de la marque. Les derniers modèles sortis ne présentant que de légères modifications sans pouvoir renouveler l'engouement pour la marque. Pour toute parade la marque baisse sensiblement ses tarifs.