

Avec le Galaxy S10, Samsung s'attaque frontalement à Apple



Samsung doit dévoiler ce 20 février son nouveau téléphone de la gamme Galaxy. Le Galaxy S10 est déjà disponible en pré-commande.

Avec Gilles
Dounès

Atlantico : 10 ans après le lancement de sa gamme Galaxy, où en est Samsung actuellement sur le marché du smartphone ?

Gilles Dounès : Après la rupture du marché suite au lancement de l'iPhone, Samsung, spécialisé essentiellement dans le marché des composants (l'un de ses principaux clients était d'ailleurs Apple) a décidé de prendre son envol et de se lancer dans le marché du smartphone. La sortie du Galaxy S3 en 2010 a lancé non seulement une concurrence entre les deux constructeurs, mais également une guerre sur le thème des brevets.

Fort de son avantage dans la maîtrise des composants, Samsung a su rencontrer un grand succès et s'imposer sur le volume dans l'entrée de gamme et le milieu de gamme, le haut de gamme restant essentiellement dans les mains d'Apple. La situation actuelle n'est pas vraiment différente. Ils sont actuellement à la croisée des chemins, car leur supériorité dans l'entrée et le milieu de gamme est entamée par le succès d'autres constructeurs comme Huawei.

Galaxy S10 et ses composants (écouteurs rechargeables), révolution ?

Révolution, au niveau des usages. D'une part, Samsung reste l'un des rares constructeurs à maîtriser certains composants de très haut de gamme comme l'écran LED flexible. D'autre part, ils ont aussi su apprendre d'Apple et du succès de leur "écosystème" de leurs composants reliés ensemble (iPhone, iPod, iPad...).

Samsung se lance également dans cette stratégie d'écosystème et c'est une première pour eux à cette échelle. Il y avait déjà eu des tentatives de relier plusieurs produits entre eux. L'exemple est celui de la montre connectée. Lorsque Tim Cook, le PDG d'Apple avait déclaré que la firme américaine voulait se concentrer sur les montres connectées via l'Apple Watch, Samsung sortait 6 mois après leur propre montre qui n'a pas fonctionné. Si les objets connectés ne sont donc pas une première pour eux, cette tentative à l'échelle est globale en est une.

Mais, il manque encore au Coréen un volet important désormais dans l'offre de valeur, même s'il dépend sans doute encore pour longtemps de Google pour la majeure partie du logiciel. Il s'agit de l'ensemble des services, qu'ils soient payants gratuits mais intégrés à l'offre de valeur du matériel et du logiciel. Ce nouveau volet n'a cessé de prendre de l'importance au cours des 15 dernières années, et Apple elle-même a mis un peu de temps à le maîtriser. Là réside une grande partie de leur avantage concurrentiel.

La version haut-de-gamme du Galaxy S10, le S10+ pourrait voir son prix monter jusqu'à 1600€. En se positionnant dans ce secteur, Samsung marche-t-il dans les plates-bandes d'Apple ?

Absolument. Ces tarifs très élevés pratiqués par Apple ont pour but non seulement de financer leur R&D mais aussi d'étouffer le marché de ses concurrents. En appliquant la même tactique, Samsung concurrence les premiers produits d'Apple. Il y a cependant une différence dans le modèle économique. Samsung applique presque un modèle économique "alimentaire". Il vend ses produits à des tarifs très élevés au lancement mais les baissent progressivement lorsque leur compétitivité diminue, comme lorsqu'on vend un produit alimentaire.

Ils vont continuer à utiliser la même tactique, ils ont simplement monté en gamme.