



Mon smartphone & moi

Vie de famille, relation aux autres, environnement... Chaque mardi, « Le Soir » décrypte comment et pourquoi le smartphone a bousculé notre quotidien. Et quel sera son futur ? Aujourd'hui, focus sur le marché des smartphones.

# Smartphones : un marché qui grimpe en taille et en gamme

Les Belges achètent moins de téléphones mais dépensent plus d'argent pour s'équiper de modèles au top, à l'heure où le smartphone est plus que jamais au centre de leurs loisirs.

JULIEN BOSSELER

Cela fait déjà 15 ans que le smartphone a entamé son entrée au cœur de notre existence et une décennie qu'il s'est imposé dans presque toutes nos poches et nos sacs. On ne s'étonnera donc guère qu'avec une majorité de Belges équipés, les ventes de téléphones intelligents plafonnent, voire régressent, chez nous, à l'image du marché mondial. Cela transparaît très clairement dans les chiffres belges que le bureau d'études GFK, qui couvre 90 % du marché, a confiés au *Soir*. Entre octobre 2022 et septembre dernier, 2,37 millions de smartphones ont trouvé acquéreurs chez nous, soit une diminution de 12 % en volume par rapport à la même période 2021-2022, qui avait été elle-même marquée par une contraction de 7 % d'unités vendues comparativement à 2020-2021. En quatre ans, les achats de smartphones neufs ont diminué de 20 % en volume. Considérable !

Mais, note GFK, c'est une tout autre histoire pour l'évolution en valeur de ce marché. En quatre ans (toujours en comparant des périodes de 12 mois comprises entre octobre et septembre), il a augmenté de 17 % pour s'établir maintenant à 1,3 milliard d'euros. Des ventes qui diminuent en volume mais qui augmentent en valeur ? Pas de doute : les consommateurs achètent des téléphones plus chers, une montée en gamme du marché que confirme GFK. Entre 2021-2022 et 2022-2023, les ventes de smartphones affichés à 900 euros et plus ont grimpé de 43 %, tant et si bien qu'entre ces deux périodes, les modèles haut de gamme sont passés de 16 à 24 % de parts de marché. Autrement dit, actuellement, un téléphone neuf vendu sur quatre est un appareil technologiquement (et financièrement) au sommet. Dans le même temps, les ventes de modèles de 600 à 900 euros ont reculé de 44 %.

## Des écrans toujours plus grands

Cette évolution est typique d'une arrivée à maturité du marché, estime Nicolas Van Zeebroeck, professeur d'économie numérique à la Solvay Brussels School (ULB) : « Au début, il y avait d'énormes gains de qualité d'une génération à l'autre. Mais les évolutions se sont ensuite avérées de plus en plus marginales. Comme les consommateurs sont déjà équipés, leur seule raison de changer de téléphone, c'est de passer du bas ou du moyen de gamme vers le haut de gamme. » Et ainsi de profiter de performances (et de mémoire de stockage) accrues, ce qui est logique, à l'heure où le smartphone s'impose comme outil de prédilection pour prendre des photos, filmer, jouer, regarder des vidéos et même accomplir certaines tâches administratives et professionnelles.

Ces éléments expliquent aussi le succès des grands écrans. Comme l'observe GFK, 52 % des smartphones vendus



entre octobre 2022 et septembre 2023 disposent d'un écran de plus de 6,5 pouces. Ceux de 6 à 6,5 pouces s'arrogent 37 % des volumes écoulés. « Le consommateur est clairement à la recherche d'un appareil qui lui permet non seulement de téléphoner, d'envoyer des messages et de consulter les réseaux sociaux, mais aussi de regarder des vidéos et même des séries », confirme Frédéric Berghmans, directeur commercial de Kréfel. Ses confrères de MediaMarkt abondent en ce sens : « Comme leur smartphone fait partie intégrante de leur vie quotidienne, les clients estiment qu'il est important d'acheter un appareil puissant, qui soit à la fois bien sécurisé et efficace. Avec la numérisation croissante de l'ensemble de notre société, les différences d'âge sont de moins en moins importantes à cet égard. Les "early adopters" (ceux qui se ruent en premier sur les modèles innovants, NDLR) sont à présent de tout âge. »

## Un étalement sur deux ans

Ceci contribue à la *premiumisation* du marché, tout comme une explication plus sociologique livrée par Grégoire Tack, directeur commercial de Fnac Vanden Borre : « Le smartphone reste un objet statutaire. Les gens sont prêts à payer plus cher leur téléphone pour se distinguer. » Car quoi de mieux, pour frimer à une époque où quasi tout le monde dispose d'un smartphone, que d'arborer le dernier iPhone de grande taille ou, plus original, un téléphone pliable ? Ce dernier reste encore un produit de niche. « Mais il prend petit à petit sa place », observe Nicolas Van Zeebroeck, notamment auprès d'un public de professionnels, indiquent des détaillants, « même s'il ne convient pas à tous les usages », rappelle le professeur de Solvay.

Il n'empêche, s'équiper d'un téléphone au top, cela fait mal au portefeuille, surtout en cette période de crise du pouvoir d'achat. C'est ce facteur financier qui pourrait expliquer en partie pourquoi les

**Le téléphone pliable, une manière de se distinguer, à l'heure où tout le monde est équipé.** © BELGA

*Le smartphone reste un objet statutaire. Les gens sont prêts à payer plus cher leur téléphone pour se distinguer*

Grégoire Tack  
Directeur commercial  
de Fnac Vanden Borre

”

Belges conservent leur téléphone plus longtemps. GFK note qu'aujourd'hui, « presque 40 % des smartphones sont remplacés après plus de 3 ans », soit 9 points de pourcentage de plus par rapport à 2019. Autre solution, de plus en plus populaire, pour s'offrir un super téléphone : opter pour une offre conjointe avec un abonnement téléphonique. « Avec nos formules d'engagement sur 24 mois mêlant données mobiles et smartphone, nous rendons les téléphones haut de gamme plus abordables », explique Haroun Fenaux, porte-parole de Proximus, écoulant plus d'un demi-million d'appareils, dont trois quarts dans le cadre d'une offre conjointe. Une tendance forte que l'on constate aussi chez Orange, assure sa porte-parole Margaux Vigneron, parlant d'un « appétit grandissant pour les offres couplées smartphone-abonnement ». Une évidence depuis longtemps en France...

## Le duopole Apple-Samsung

Quelles sont les marques de smartphones les plus populaires en Belgique ? Brisons tout de suite le suspense : ce sont l'américain Apple et le coréen Samsung. « A eux deux, ils représentent 85 % du marché en valeur », assure Grégoire Tack, directeur commercial de Fnac Vanden Borre, tandis que son confrère Frédéric Berghmans, directeur marketing de Kréfel, explique : « Même si Samsung est la marque la plus populaire, un smartphone sur quatre vendus en Belgique appartient à la marque Apple. » Même son de cloche chez MediaMarkt, ajoutant le

chinois Xiaomi pour former son top 3. Pourtant, les smartphones de l'Empire du milieu semblent marquer le pas... « A côté du duopole Apple-Samsung, l'offre chinoise a diminué », note Nicolas Van Zeebroeck, professeur d'économie numérique à Solvay (ULB). « En le privant du système d'exploitation Android développé par l'américain Google, l'ex-président américain Donald Trump a torpillé Huawei. » On ajoutera que l'ensemble des marques chinoises, produisant pourtant de nombreux excellents modèles (notamment sur

le terrain photographique), ont probablement pâti de cette mauvaise image : les technologies chinoises manqueraient de respect pour les données privées de leur clientèle... Notons enfin qu'un acteur, qui vient d'arriver officiellement sur le marché belge, tente de chambouler l'ordre établi : Google compte bien grignoter des parts de marché avec sa gamme Pixel. Son atout, outre d'impressionnantes performances photographiques ? Dominer le logiciel (Android) et le matériel... comme une certaine marque à la Pomme. J.B.O.

## La nouvelle vague, celle du reconditionné

Lentement mais sûrement, le marché du smartphone reconditionné grandit en Belgique, grâce à cette promesse : bénéficier d'un téléphone naguère haut de gamme mais toujours performant, nettoyé, revu, voire réparé (avec un remplacement de la batterie par exemple), le tout assorti d'une garantie et, surtout, d'un prix 30 à 50 % moins cher que le neuf. « Avec un milliard d'iPhone en circulation, dont une partie dormant dans des tiroirs, c'est une formule qui prend de l'ampleur », observe Nicolas Van Zeebroeck (Solvay). A quel point ? « Avec 25 % de requêtes Google en plus sur notre marque en septembre-octobre 2023 par rapport à 2022, nous nous portons très bien en Belgique », répond Marie Zetlaoui, porte-parole de BackMarket, un des acteurs majeurs en ligne de ce marché. « Les consommateurs belges sont de plus en plus au rendez-vous. » Toutefois, nuance Frédéric Berghmans (Kréfel), « les ventes de smartphones reconditionnés sont encore faibles en Belgique – en dessous de 3 % – surtout comparées à des pays comme la France où on arrive facilement à plus de 10 % ». Pourtant, le concept ne manque pas d'atouts : offrir une seconde vie à des appareils et ainsi poser un geste vertueux pour l'environnement et puis... payer moins cher ! Cet argument-là est tout particulièrement pertinent en cette période de pouvoir d'achat malmené par l'inflation. Selon un sondage mené par Swappie, autre grand spécialiste en ligne du reconditionné, « 81 % des répondants envisagent de faire des choix différents concernant l'achat d'un nouveau téléphone au cours de la période à venir, en raison de la mauvaise situation économique ». J.B.O.

Le talent est partout  
Notre réseau aussi



proximus