

### **BuzzCity : La guerre des plates-formes mobiles**

#### **Internet**

Post   par : JulieM

Publiée le : 22/5/2012 11:00:00

Tablettes, liseuses, Smartphones, iOS, HTML5, Android, Windows 8. Tous ces supports et ces systèmes d'exploitation nous offrent la possibilité de rester connectés tout au long de la journée, aussi bien pour nous divertir que pour travailler.

Une liseuse pour emporter sa bibliothèque partout, une tablette pour surfer facilement à tout moment de la journée, un Smartphone pour consulter ses mails à distance, etc.

Mais ne pouvons-nous pas tout simplement avoir un seul outil mobile capable de s'adapter à nos différents besoins ? Une réponse simple et honnête permettrait aux développeurs et aux annonceurs de se simplifier la vie.

**Selon BuzzCity, la segmentation du marché, se fera au-delà des systèmes d'exploitation.**

#### ***Les tablettes:***

Pour beaucoup de consommateurs - particulièrement ceux dont les revenus sont dans la moyenne nationale ou supérieurs - la navigation web se fait désormais au travers de trois à quatre écrans : un ordinateur, un Smartphone, une tablette, et une télévision.

Les tablettes n'ont détrôné ni les PC ni les téléphones, mais elles sont plutôt considérées comme un outil à part entière avec ses propres avantages. Selon le Gartner, les ventes mondiales de tablettes vont quasiment doubler en 2012, atteignant les 119 millions d'unités.



Alors qu'Apple devrait continuer à être le principal acteur sur le marché des tablettes avec 60% de parts de marché, la concurrence reste néanmoins rude. Gartner prévoit l'achat de 37

millions de tablettes Android. Les tablettes basées sur Microsoft Windows 8 vont aussi prendre des parts de marché. Les ventes de tablettes augmenteront d'autant plus que les opérateurs proposeront des forfaits data multiplateformes.

### **Les Smartphones :**

2011 a été l'année où les ventes de Smartphones sont largement dépassées celles des PC.

Aujourd'hui, Apple n'est plus en position dominante. Samsung, qui enregistre des revenus record ces derniers mois, tient aujourd'hui la première place grâce à la large popularité du Galaxy S II et du Galaxy Nexus, tournant sous Android.

Samsung est entré relativement tard sur le marché des Smartphones. Son succès est dû à une forte demande de Smartphones puissants mais abordables.

Nokia et Microsoft ont quant à eux investis 18 millions d'euros pour stimuler le développement d'applications tournant sur plateformes mobiles Windows. Ils ont mis en place un « AppCampus » au sein de l'université de Finlande afin d'inciter étudiants et entrepreneurs à développer sur leur plateforme. Windows 8 va-t-il devenir une véritable menace pour les autres OS ?

La demande sans cesse grandissante de contenus mobiles - et la prolifération des supports pour lire ces contenus - attirent sans cesse de nouveaux entrants sur ce marché, ce qui n'est pas sans conséquence sur les opérateurs qui cherchent en permanence comment tirer un maximum de revenus de ce marché tout en maîtrisant leurs propres investissements.

La clé tient dans l'offre de services autour des réseaux sociaux. En effet, si beaucoup d'acteurs essayent de capter l'attention des consommateurs, les réseaux sociaux sur mobile sont un atout majeur dans l'engagement des clients. Ainsi, en France, l'opérateur Orange est désormais associé à Deezer afin de proposer une offre commune de musique à la demande. Le mobile est devenu la principale cible pour les réseaux sociaux, particulièrement pour les acteurs majeurs de ce secteur (Google, facebook, LinkedIn,...).

Un autre facteur de succès incontournable aujourd'hui : les services de paiements mobiles. La bataille pour la maîtrise du portefeuille du consommateur va s'intensifier dès lors que l'on va inclure des options de paiements que le consommateur a déjà par ailleurs l'habitude d'utiliser. Des acteurs connus vont alors très rapidement prendre part à cette guerre des plateformes : Visa, Google Pay, Pay Pal, NFC, 1-Click Payment, etc.

Nous constatons une accélération de l'évolution des appareils et des environnements OS. Les utilisateurs quand à eux attendent toujours plus de contenus, obligeant ainsi les OS et les outils à évoluer de plus en plus vite. En même temps, de plus en plus de services aux consommateurs se livrent une compétition acharnée pour attirer des utilisateurs qui évoluent sur différents canaux.

Dans ce qui semble être un environnement parfois chaotique, les contenus et stratégies marketing devront être créés et menés de main de maître afin de capter et de garder l'attention des consommateurs. Cela doit pousser les professionnels du marketing à choisir les bons formats pour communiquer (SMS, vidéos, web mobile, etc.). Parmi toutes les plates-formes disponibles aujourd'hui, la tendance semble être en faveur de HTML5, préférée par les développeurs de contenus.