

2011, année noire pour le marché du PC en Europe

La crise européenne n'arrange pas les affaires des constructeurs informatiques. IDC rapporte que les ventes de PC ont chuté de 6,5 % au quatrième trimestre 2011 sur la région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique). Et de 7 % sur l'année entière, avec 103 millions d'unités distribuées. L'Europe de l'Ouest est la plus impactée par le phénomène avec une réduction de 11,5 % des ventes. C'est le 5e trimestre consécutif de baisse sur la zone.

Les deux marchés, consommateurs et entreprises, sont touchés. Si les PME freinent leurs investissements face à la difficulté de trouver des financements, le secteur public fait également le dos rond face aux restrictions budgétaires imposées par la chasse au déficit public. Seuls les grands comptes maintiennent leurs achats, souligne le cabinet d'analyse.

Les tablettes tuent les netbooks

Si la crise a bon dos, le marché du PC est également victime de la concurrence des tablettes « *qui a continué à profiter de la forte demande dans la période de Noël, laissant la demande de PC atone* », souligne l'analyste. Le déclin de 15,4 % de la demande de *notebooks* est essentiellement impacté par l'écroulement de près de 49 % des *netbooks* au 4e trimestre. Un format qui risque d'autant disparaître du marché que [les ultrabooks](#) leurs font une sérieuse concurrence (sauf en matière tarifaire). En revanche, les inondations qui ont impacté [la production de disques durs en Thaïlande](#) n'ont eu qu'un impact limité, surtout en regard de la baisse de la demande.

La mauvaise santé du marché d'Europe de l'Ouest est en partie compensée par la bonne tenue de l'Europe centrale (CEMA). Laquelle profite d'une croissance de 1,3 % sur le 4e trimestre (par rapport à 2010) et de 7,4 % de manière annuelle. Un marché essentiellement soutenu par la demande de PC portables (+14,4 %) alors que les *desktops* se contractent de 4,8 %.

Asus et Lenovo gardent le sourire

Si HP reste le numéro un du marché avec 20,2 % des parts (6 millions de machines), le constructeur californien voit ses ventes chuter de 8,8 % au 4e trimestre. C'est beaucoup, mais pas grand-chose comparé aux 24,4 % d'effondrement d'Acer qui se maintient néanmoins à la seconde place avec 12,1 % (3,6 millions d'unités). Pour combien de temps ? Dell le talonne avec ses 3,3 millions de PC (11,1 %) en hausse, salubre, de près de 5 %.

Les Asiatiques Asus et Lenovo gardent le sourire avec, respectivement, 14,7 % et 35,5 % de hausse (2,9 et 1,8 millions de PC) au 4e trimestre 2011. Les deux constructeurs se classent respectivement 4e et 5e dans le tableau où Apple reste absent. À noter que, malgré son excellente performance, Lenovo reste en retrait (notamment en regard de ses résultats mondiaux), probablement à cause de la faiblesse de son offre consommateur au profit des solutions d'entreprises (sans compter les problèmes de distribution). Une situation qui devrait évoluer en 2012. Lenovo a notamment [acquis l'allemand Medion](#) pour initier sa stratégie grand public. Le constructeur ne cache d'ailleurs pas ses

ambitions en visant, à terme, [la première place mondiale](#). Une stratégie sans faille jusqu'alors.

Crédit photo © Paul Fleet - Fotolia.com