

# Le marché des tablettes cherche un relais de croissance en entreprise

Environ **49,3 millions de tablettes** ont été vendues dans le monde au cours du second trimestre. Un marché qui progresse de 11% en regard du deuxième trimestre 2013, rapporte IDG. Néanmoins, **le marché décline de 1,5% par rapport au premier trimestre 2014**. Un constat qui confirme la tendance que le cabinet d'étude avait déjà établi au trimestre précédent. Et qui devrait s'accroître pour le reste de l'année. Selon les dernières estimations, ce ne sont plus 261 millions initialement calculées, mais [245 millions de tablettes](#) qui devraient trouver acquéreur en 2014.

## Apple perd du terrain

Malgré [le recul des ventes de l'iPad](#), tombées à **13,3 millions d'unités**, **Apple** reste le premier constructeur du marché et s'octroie, entre le 1er avril et le 30 juin, 26,9% de part de marché. L'avance de la firme de Cupertino ne s'en réduit pas moins. Elle détenait encore 33% du marché il y a un an, avec 14,6 millions d'iPad vendus, rappelle [l'Espresso.fr](#).

Après une progression en début d'année, **Samsung** rentre dans le rang : avec **8,5 millions** de tablettes livrées, le groupe high-tech sud-coréen ne pèse plus que 17,2% du marché, contre 18,8% l'année dernière (8,4 millions de ventes). **Lenovo** est le seul fabricant du Top 5 à suivre une dynamique positive. Si le constructeur Chinois reste en deçà des 5% de parts de marché, il se trouve désormais sur un rythme de **10 millions de tablettes par an**.

## L'offre entreprise en secours

Si **Asus et Acer** occupent toujours respectivement les 4e et 5e places avec **4,6% et 2%** du marché, leur position est menacée par une foule de constructeurs qui représentent à eux tous 44,4% des ventes (+7,4 points en un an; un record). Dans cette catégorie, on trouve aussi bien des acteurs asiatiques à la stratégie tarifaire agressive que des spécialistes historiques du PC qui se sont lancés sur le segment des tablettes, souvent via des offres combinées avec réductions à la clé.

D'après IDC, la prochaine vague d'adoption des tablettes sera tirée par des prix plutôt que de nouvelles fonctionnalités (logique qui devrait aussi s'appliquer aux smartphones). Mais il ne faudra pas oublier les offres qui se préparent dans le monde de l'entreprise. Illustrée par le récent [partenariat entre Apple et IBM](#), cette évolution commerciale devrait se faire à l'avantage des vendeurs, qui pourront réaliser davantage de marges. Marges par ailleurs en croissance sensibles avec la multiplication des modèles équipés de grand écrans.

**Top Five Tablet Vendors, Shipments, and Market Share, Second Quarter 2014 (Preliminary Results, Shipments in millions)**

Vendor	2Q14 Unit Shipments	2Q14 Market Share	2Q13 Unit Shipments	2Q13 Market Share	Year-over-Year Growth
1. Apple	13.3	26.9%	14.6	33.0%	-9.3%
2. Samsung	8.5	17.2%	8.4	18.8%	1.6%
3. Lenovo	2.4	4.9%	1.5	3.3%	64.7%
4. ASUS	2.3	4.6%	2.0	4.5%	13.1%
5. Acer Group	1.0	2.0%	1.5	3.4%	-36.3%
Others	21.9	44.4%	16.4	37.0%	33.4%
<b>Total</b>	<b>49.3</b>	<b>100.0%</b>	<b>44.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>11.0%</b>

crédit photo © Scanrail – Fotolia.com

---

## **Lire également**

[Regain des prévisions sur les ventes mondiales de PC en 2014](#)

[Le marché des terminaux connectés se déplace vers les pays émergents](#)

[Quiz Silicon.fr – Tout savoir sur les PC hybrides](#)