

Apple vendra 20 millions d'iPad en 2011

Une nouvelle analyse de Barclays Capital prédit qu'Apple va vendre 20 millions d'iPad en 2011, laissant Dell et HP courir après le marché bourgeonnant des tablettes électroniques. « *Nous prévoyons que les tablettes média (que l'on ne classe pas dans la catégorie des PC) – dont la plus célèbre est l'iPad d'Apple – vont vendre 15 millions d'unités en 2010 pour atteindre 28 millions en 2011* », commente l'analyste **Ben Reitzes**. Il ajoute que « *nous pensons que cette production va avoir un impact négatif sur le marché des ordinateurs concurrençant et même remplaçant certains ordinateurs portables* ».

Selon l'estimation de l'analyste, les ordinateurs portables à bas prix deviendront les principales victimes de l'arrivée des tablettes. « *Nous pensons que le taux de cannibalisation s'élèvera à 30 – 40% des PC portable d'entrée de gamme, un taux similaire, selon nous, à celui constaté avec l'arrivée des netbooks en 2008.*»

Ben Reitzes voit Apple comme le grand gagnant dans ce domaine. « *L'intégration verticale d'Apple avec ses logiciels, ses services en ligne, ses applications et ses créations lui donne des avantages dans ce domaine et des facilités d'utilisation pour ses clients.* » En revanche, « *nous pensons que HP doit démontrer aux investisseurs que [le rachat de Palm](#) leur donne la latitude [pour attaquer le marché] et que son lien avec les imprimantes les aidera à prendre pied. Nous pensons que le marché des tablettes est un défi pour Dell.*»

HP doit se montrer agressif

De son côté, Apple a de bonnes chances de vendre en 2011 les 20 millions d'iPad évoqués par Barclays Capital qui s'appuie sur le bon démarrage du produit. [Apple a vendu 3 millions d'exemplaires de sa tablette en 80 jours.](#)

Dans un communiqué daté du 1er juillet, HP a confirmé que WebOS issu de Palm s'imposera comme le système d'exploitation de ses tablettes et d'autres produits. Il reste néanmoins à savoir si le constructeur va également développer une tablette sous Windows 7 comme cela avait été anticipé avant l'acquisition de Palm. Dans tous les cas, HP fait une publicité considérable à propos de ses ambitions de concurrencer l'iPad, notamment à travers une série de vidéos de démonstration d'un prototype de tablette postées sur ses blogs.

« *HP sait qu'il doit être agressif, face au risque de cannibalisation du marché par l'iPad après 3 mois de ventes* », note Ben Reitzes. « *HP va opter un peu tard pour l'imitation d'Apple et perçoit totalement les synergies possible avec Palm qui pourraient aider à vendre aussi bien ses tablettes et imprimantes que ses smartphones.* » Mais HP pourrait surfer sur le succès d'Apple d'autant que sa taille et son réseau ajustable de revendeurs en font un concurrent sérieux.

45 millions de tablettes en 2014

La route risque d'être plus ardue pour Dell. « *Nous ne voyons pas comment Dell pourrait tirer des profits des tablettes à cause de son manque d'expérience et de succès sur le marché de l'électronique grand public*», avance le cabinet d'analyse. En outre, si HP voit sa stratégie WebOS couronnée de succès, Dell devra fournir de plus gros efforts.

Pour sa part, IDC s'attend à une croissance exponentielle du marché des tablettes qui attendrait les

45 millions d'unités en 2014, stimulé par la variété de l'offre, des applications et des contenus à venir.

(Adaptation française d'un article de EweekEurope.co.uk .)