

Ariane Bucaille (Deloitte): «La tablette est un catalyseur de nouvelles formes de consommation»

Le cabinet Deloitte a dévoilé, jeudi 9 décembre, son **étude sur l'évolution et les perspectives du marché des tablettes numériques**. L'avenir semble radieux. Avec le lancement de l'iPad en juin dernier, le marché des tablettes PC a véritablement explosé cette année. En 28 jours l'iPad s'est vendu à 1 million d'exemplaires alors que l'iPod avait mis 360 jours pour atteindre ce chiffre.

Apple est ainsi devenu un vecteur pour le marché des tablettes. Aujourd'hui **la firme à la pomme dispose avant les fêtes de fin d'année de 90 à 95 % du marché des tablettes** selon Deloitte. D'ici deux à trois ans, il prévoit un rééquilibrage du marché avec un recul à 45 % du marché pour Apple, laissant plus de place à la concurrence. Et aux alentours de 2013, le nombre de tablettes PC vendues se chiffrera en plusieurs dizaines de millions d'unités. La tablette PC est désormais un « *catalyseur de nouvelles formes de consommation* », déclare **Ariane Bucaille**, associée, responsable du secteur TMT (Technology Media et Telecommunications) chez Deloitte.

La conjoncture économique ne semble pas avoir d'impact sur la vente des tablettes. La baisse des prix et la couverture 3G permettent une progression constante. Le grand public semble très enthousiaste par rapport à ce type de produit, cependant une inconnue subsiste, à savoir **comment les tablettes seront utilisées**. Pour tenter d'y répondre, Deloitte prévoit de publier une étude sur le sujet en février 2011, notamment en direction des médias pour lesquels la tablette représenterait un nouveau moyen de diffusion à défaut d'un nouveau marché, comme le démontre [les projets](#) de Richard Branson (Virgin) et News Corp (Robert Murdoch), notamment.

Sur le marché professionnel, ce nouveau produit semble être **un atout majeur pour les sociétés en termes de mobilité** et de facilité d'utilisation. 80 % des entreprises américaines du classement Fortune 500 veulent équiper leurs salariés de tablettes malgré les quelques freins en matière de sécurité et certains problèmes de compatibilité. Les ventes dans le monde professionnel représentent ainsi 25 % du marché.

La croissance énorme de ces nouveaux supports informatiques au détriment des ordinateurs portables et des netbooks va permettre dans une certaine mesure de **faire évoluer les médias**. En matière d'abonnement par exemple, les journaux vont devoir trouver de nouvelles solutions et offrir du contenu qui vaudra la peine d'être payé régulièrement, car avec l'apparition d'Internet, la gratuité de l'accès aux informations s'est installée par défaut sur le réseau mondial. La publicité va elle aussi se développer et aura, selon Deloitte, un vrai contenu informatif.

Enfin le **marché des jeux et des ebooks** a également de l'avenir sur ce genre de support à condition d'investir suffisamment en recherche et développement. Les jeux devraient attirer de nombreux acquéreurs de tablettes les faisant renoncer à l'achat d'une console portable.

La puissance de la marque Apple vient donc une fois de plus de faire ses preuves. Permettant une nouvelle forme de consommation, les tablettes ne vont cependant pas bouleverser l'économie des

médias, mais devraient au fur et à mesure devenir **un outil indispensable** dans le monde professionnel.