

Intel vise les 40 millions de tablettes en 2014

Lors de l'Intel Analyst Day, **Brian Krzanich**, nouveau CEO d'Intel, a réaffirmé sa volonté de transformer la société afin d'embrasser de nouveaux marchés : smartphones, tablettes, Internet des objets, etc.

Si le virage a d'ores et déjà été pris (avec même un certain succès dans les smartphones), **Andy Bryant**, président du conseil d'administration d'Intel, regrette que la société ait ignoré si longtemps ces marchés. « *Nous semblons avoir perdu notre chemin* », explique-t-il. Ce qui a permis à d'autres acteurs, et d'autres architectures processeur (ARM), de devenir les leaders sur ces secteurs.

Tripler ses parts de marché sur les tablettes

La société espère toutefois rester dans la course, et compte sur 40 millions de ventes de tablettes Intel dans l'année à venir. Soit 4 fois plus qu'aujourd'hui. Afin de remplir cet objectif, la firme se dit prête à aborder des marchés à faible marge, comme celui des **tablettes à moins de 100 euros**.

Des données intéressantes, mais qui ne permettront pas à Intel de reprendre la tête sur ce marché. Rappelons en effet que Gartner estime que **263 millions de tablettes** seront vendues en 2014 (contre 184 millions en 2013). Intel espère donc passer de 5,4% à 15,2% de parts de marché.

Fondeur avant tout

Intel n'en abandonne pas pour autant le **très lucratif marché du PC**. Si les ventes de PC devraient continuer à céder du terrain, la firme estime que la stabilisation est proche. Sa progression sur le marché des datacenters devrait également se poursuivre.

Afin de rentabiliser son activité de fondeur, Intel va également ouvrir plus largement ses usines aux acteurs tiers. La société s'affiche ainsi de plus en plus comme **un concurrent de TSMC et de GlobalFoundries**, deux géants du secteur.

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – Inside Intel !](#)