

Kindle Fire : Amazon passe à l'offensive

Amazon accentue son offensive sur le marché des tablettes. A partir du 13 juin prochain, la Kindle Fire sera distribuée dans 170 pays. En plus des régions, plutôt développées, où elle est actuellement vendue comme les Etats-Unis, le Japon et les grands pays européens. La voici donc qui s'ouvre aux marchés émergents, note l'Espresso.fr.

Étant vendue à perte (en 2011, IHS iSuppli a calculé que la Kindle Fire coûte 201,70 dollars à fabriquer, alors qu'elle est vendue 199 dollars) et restant peu onéreuse par rapport à ses concurrentes (iPad et Galaxy Tab), la tablette sous Android d'Amazon a de quoi intéresser les consommateurs les moins disposés à investir dans des ardoises numériques.

Faire trembler Apple

D'après les estimations du cabinet IDC, Amazon est devenu le quatrième vendeur mondial de tablettes fin 2012, avec 3,7% des parts du marché derrière Apple (39,6%), Samsung (17,9%) et Asus (5,5%). Un si bon résultat pour un marché jusqu'alors limité à 7 pays a de quoi faire trembler Apple et les autres vendeurs pour l'année à venir.

Une vente élargie du Kindle Fire implique forcément un accès plus large à l'Amazon Appstore. C'est en effet sur le magasin d'applications en ligne qu'Amazon fait sa marge. «*Les appareils Kindle sont vendus à perte, mais Amazon.com enregistre des marges attractives sur ses ventes de contenus numériques*», confirme Scott Devitt, analyste de la banque Morgan Stanley.

La Kindle Fire crée aisément le besoin de par son prix très accessible, et la boutique en ligne d'Amazon.com répond à ce dernier. Un circuit bien huilé qui encourage le géant de la vente en ligne à diversifier ses contenus et à poursuivre sa conquête du monde des tablettes. Et d'élargir à son tour l'accès au *store*. Dans ce cadre, Amazon vient d'annoncer qu'il était désormais disponible dans près de 200 pays.

Voir aussi

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)