

Le marché des PDA accuse un repli

Paradoxe. Alors que le marché des assistants personnels (PDA) est qualifié d'émergent, les ventes mondiales ont connu en 2002 un net recul. Une première depuis que ce produit existe.

Faible pénétration en entreprise

Selon une étude de Gartner Dataquest, les livraisons mondiales de PDA ont totalisé l'an dernier 12,1 millions d'unités soit un repli de 9,1% par rapport à 2001. Le marché de référence, les Etats-Unis, est en recul de 7,5%.

Gartner explique cette baisse par la faiblesse de la pénétration de ces produits sur le marché des entreprises.

Palm toujours leader

Palm reste le leader incontesté du marché (voir encadré) mais voit sa part de marché reculer d'un point. Son challenger direct, HP, subit aussi une moindre pénétration (-3,5 points).

Seuls les Japonais semblent progresser. Sony et Toshiba passent ainsi respectivement à la troisième et à la cinquième place du classement mondial. Principale victime: Handspring dont l'activité a chuté de 49%.

Pour les fabricants, le déploiement des technologies d'internet sans fil: gprs, wi-fi, umts devraient permettre de relancer le marché professionnel. Ces technologies permettent en effet de se connecter à l'intranet de son entreprise à partir d'un PDA ou d'un portable qui deviennent ainsi des bureaux mobiles.

Le marché mondial des PDA en 2002

Palm: 4,4 millions d'unités vendues (36,8% du marché)

HP: 1,6 million d'unités vendues (13,5% du marché)

Sony: 1,3 million d'unités vendues (11% du marché)

Handspring: 698.000 unités vendues (5,8% du marché)

Toshiba: 450.000 unités vendues (3,7% du marché)

Casio: 397.000 unités vendues (3,3% du marché)

Autres: 3,1 millions d'unités vendues (25,9% du marché)

Source: Gartner Dataquest