

Le marché des tablettes en panne en 2014

Face à un deuxième trimestre « *plus atone que prévu* », IDC vient de revoir à la baisse ses prévisions 2014 de ventes de tablettes. Conséquence, la croissance du marché devrait se limiter à une **hausse de 6,5%** bien loin des 12,1% initialement estimés en début d'année. Conséquences: les ventes devraient à peine dépasser les **233 millions d'unités**.

Comme pour les smartphones, la croissance des volumes viendra des pays émergents. Ils devraient générer une hausse de 25% des ventes contre... **0% dans les zones matures**. Un sacré recul en regard des 88% et 25% respectivement constatés en 2013. Les volumes seront notamment assurés par l'attrait des tablettes de moins de 8 pouces des consommateurs des pays émergents principalement.

Evolution des attentes

Côté valeur, le tarif unitaire moyen devrait se maintenir autour de **373 de dollars** dans les marchés matures grâce à l'intérêt porté aux modèles à écrans plus larges et dotés de connexions cellulaires. Dans le reste du monde, le prix moyen d'une tablette se situera autour de 302 dollars. Soit un **recul de 10%** par rapport à 2013.

Si les prévisions d'IDC marquent un fort ralentissement de l'attrait du marché pour les tablettes, l'analyste met en évidence une évolution des attentes. Ainsi, dans la zone Asie/Pacifique (hors Japon), les modèles équipés de **fonctions de téléphonie** ont composé 25% des ventes et affichent une croissance de 60%. « *Cette tendance suggère que les utilisateurs de cette région veulent un seul appareil qui réponde à leurs besoins en termes d'usages voix et de contenus multimédia, note le cabinet d'études qui ajoute que pour certains, cet appareil est une tablette et non un smartphone.* » Autrement dit, les constructeurs devront jouer sur les spécificités qui émergeront selon les régions.

Revenus importants en Occident

Grand ou petit écran, avec ou sans fonctions de téléphonie, quoi qu'il en soit, la demande en tablette va ralentir au fil des ans. Elle devrait tomber à **4,5% en 2018**, équitablement répartie entre marchés matures (4%) et émergents (5%). « *Mais en matière de dollars dépensés, commente Jitesh Ubrani, analyste senior sur le marché des tablettes chez IDC, les modèles à moyen et large écran en Amérique du Nord et Europe continueront de générer des revenus importants.* »

crédit photo © Scanrail – Fotolia.com

Lire également

[Les ventes de smartphones soutenues par les marchés émergents](#)

[Une décroissance ralentie pour les ventes de PC en 2014](#)

[SAP bientôt constructeur de tablettes et smartphones ?](#)