

Le marché des tablettes marque le pas en 2014

Selon IDC, les ventes de tablettes viennent de subir un important coup d'arrêt en 2014. La croissance sur ce marché, qui avait été de 52,5 % entre 2012 et 2013, n'est plus que de **7,2 %** cette année.

Le marché des tablettes est donc passé d'une phase d'équipement à une phase de renouvellement. Cette dernière adopte par ailleurs **un cycle plus proche de celui des PC que de celui des smartphones.**

« Dans les premiers stades du marché de la tablette, le cycle de vie des appareils devait ressembler à celui des smartphones, avec un remplacement intervenant tous les 2 à 3 ans. Ce qui est arrivé, c'est que de nombreux propriétaires de tablettes conservent leurs appareils pendant plus de 3 ans et dans certains cas plus de 4 ans », explique **Ryan Reith**, directeur de programme chez IDC.

Apple en net recul

Ce phénomène est visiblement encore **plus marqué sur les tablettes de haut de gamme.** Ainsi, les ventes d'iPad reculent de 12,7 % en 2014, avec 64,9 millions d'unités écoulées. Dans le même temps, les ventes de tablettes Android progressent de 16 %, à 159,5 millions de machines distribuées. Les tablettes Android représentent aujourd'hui 67,7 % des ventes.

D'ici 2018, IDC table sur une croissance du marché de **5,4 % l'an.** En 2018, Android devrait se maintenir en première position, avec 64 % de parts de marché. Les machines Apple resteront en seconde position (17,9 % de PDM). Toutefois, les tablettes Windows pourraient gagner du terrain, avec 11,4 % de parts de marché, contre 4,6 % aujourd'hui.

A lire aussi :

[Le marché des tablettes arrive déjà à saturation](#)

[La croissance des ventes de tablettes en 2014 s'étiole](#)

[Le marché des smartphones arrive rapidement à saturation](#)

Crédit photo : © eviGroup