

Nouveau plongeon pour le marché des tablettes en 2016

Le marché des tablettes a poursuivi sa longue descente aux enfers au cours du quatrième trimestre 2016. Sur cette période, pourtant considérée comme faste en regard des fêtes de fin d'année, les fabricants ont vendu moins de 53 millions d'ardoises numériques. Soit un déclin de 20,1% par rapport à la même période un an plus tôt. Et le neuvième trimestre consécutif de baisse, selon IDC. Sur l'ensemble de l'année, le résultat est à peine plus modéré. Avec 174,8 millions d'unités le marché a reculé de 15,6% par rapport à 2015.

La tablette simple est aujourd'hui clairement concurrencée par les deux-en-un (écran tactile détachable d'un clavier comme les Surface de Microsoft) et les smartphones aux écrans de plus en plus généreux. « *Les tablettes typiques sans clavier dédié [...] continuent de perdre de leur pertinence dans toutes les régions et, par conséquent, nous constatons que le déclin se produit mondialement, commente Ryan Reith, vice président chez IDC en charge du programme d'études sur les mobiles. Nous voyons la croissance future dans certains marchés émergents comme le Moyen-Orient et l'Afrique ainsi que l'Europe centrale et orientale avec pour seuls catalyseurs étant la simplicité et le faible coût. Malheureusement pour l'industrie, ces dispositifs ne dégagent pas des revenus importants.* »

Malgré son plongeon, Apple reste n° 1

Même les détachables ne sont pas épargnées par la tendance. « *Le marché continue à se réchauffer pour les appareils deux-en-un, mais nous arrivons maintenant à un point où la disparité de prix et de performances entre détachables et convertibles a commencé à se réduire, et cette concurrence supplémentaire a conduit à un amortissement de la croissance des tablettes détachables* », souligne de son côté l'analyste Jitesh Ubrani chez IDC. Il pense néanmoins que cette tendance est temporaire alors que « *seulement deux des trois plates-formes majeures ont une présence matérielle importante sur le marché détachable et que les écosystèmes s'affinent avec les futures mises à jour et le soutien des développeurs.* » **A vérifier en 2017.**

En attendant, Apple s'inscrit comme le constructeur qui laisse le plus de plumes au quatrième trimestre. En vendant 13,1 millions d'iPad (essentiellement des iPad Air 2 et Mini alors que les iPad Pro ne séduisent qu'un dixième des acheteurs, selon IDC), Cupertino voit ses ventes reculer de 18,8%. Il conserve néanmoins la première place avec 24,7% du marché. Moins impacté, Samsung accuse néanmoins une chute de 11,4% avec 8 millions de Tab S2 et Tab A (principalement) vendues. Avec 15,1% du

Vendor	4Q16 Unit Shipments	4Q16 Market Share	4Q15 Unit Shipments	4Q15 Market Share	Year-Over-Year Growth
1. Apple	13.1	24.7%	16.1	24.3%	-18.8%
2. Samsung	8.0	15.1%	9.0	13.6%	-11.4%
3. Amazon.com	5.2	9.7%	5.2	7.8%	0.8%
4. Lenovo	3.7	7.0%	3.2	4.9%	14.8%
5. Huawei	3.2	6.0%	2.2	3.4%	43.5%
Others	19.8	37.4%	30.5	46.0%	-35.1%
Total	52.9	100.0%	66.2	100.0%	-20.1%

Source: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, February 2, 2017

marché il ne constitue pas encore un danger pour Apple. Lequel pourrait venir de Chine, à termes, alors que ses constructeurs sont les seuls à connaître une progression parmi les cinq premiers vendeurs mondiaux. Lenovo d'abord qui, avec un encore modeste volume de 3,7 millions d'unités progresse de 14,8%. Et, ensuite, de Huawei et son impressionnante progression de 43,5% pour 3,2 millions de tablettes attractives alors qu'elles se distinguent en intégrant la connectivité 3G ou 4G par défaut. Amazon limite la casse. Sa Kindle Fire a séduit 5,2 millions de clients qui permettent au géant américain de l'e-commerce de contenir son recul à 0,6%. Les ventes des autres constructeurs plongent globalement de 35,1%.

[iCharts](#)

Lire également

[La tablette Samsung Galaxy Tab S3 attendue au Mobile World Congress](#)

[Nokia N1 et P1, les deux stars du Mobile World Congress 2017 ?](#)

[2017, dernière année en creux pour le marché des PC](#)

crédit photo © bloomua - shutterstock