

Panasonic durcit sa stratégie B2B

Confronté à un ralentissement de son activité sur le secteur de l'électronique grand public, Panasonic commence à entrevoir les premiers fruits de sa réorientation stratégique vers le marché des entreprises, menée sous la bannière de l'informatique (semi-)durcie.

La multinationale d'origine japonaise s'appuie sur une étude de VDC Research pour revendiquer, sur l'année 2012, 29% du marché européen des tablettes professionnelles durcies – avec des ventes en forte hausse, en l'occurrence +400% en volume – et 63% sur le segment des ordinateurs portables durcis.

Du sur-mesure

En quête d'un nouveau souffle alors que les réductions d'effectifs s'enchaînent avec la perspective, à court terme, de 8000 nouvelles suppressions de postes et de ponctions salariales, Panasonic porte sa réflexion sur la personnalisation de son offre. Cette politique de sur-mesure s'est illustrée lors du dernier CES, où plusieurs modèles spécialisés étaient à l'honneur, notamment les tablettes CF-D1 et CF-H2, destinées prioritairement aux métiers de la santé.

En phase avec la montée en qualité et en disponibilité des réseaux mobiles, naît une logique d'expérience « Always On » qui implique d'instaurer un continuum dans l'expérience utilisateur. Non seulement en généralisant les modems 3G/4G, mais aussi en améliorant la lisibilité des écrans en toutes conditions et en investissant jusqu'aux voitures de fonction, avec des stations d'accueil dédiées et des batteries amovibles à chaud.

Une transition technologique

Cette problématique est au cœur des derniers produits ajoutés au catalogue. La transition technologique se ressent également à travers cette quête d'équilibre entre Android et Windows, ainsi que cette tentative d'apprivoiser la fragmentation des architectures microprocesseur (ARM, Intel x86) et l'émergence du facteur de forme convertible.

La transition technologique implique, en parallèle, un travail de fond sur l'osmose entre matériel et logiciel, traduite entre autres par des solutions de personnalisation des environnements de travail et de gestion des solutions métiers. Une stratégie appliquée sur l'ensemble de la gamme Windows 8 (PC ToughBook et tablettes ToughPad confondues), tout comme les terminaux Android. En tête de liste, les ardoises JT-B1 (7 pouces, 799 euros HT) et FZ-GA (10,1 pouces en Full HD ; 2139 euros HT).

Crédit photo : Panasonic

— **A voir aussi** —

[Quiz Silicon.fr : 10 questions sur Microsoft](#)