

Plus de 200 millions de tablettes seront vendues en 2014

Malgré un contexte économique qui demeure délicat, les volumes de ventes de tablettes devraient sensiblement progresser cette année. [ABI Research](#) évoque au moins **200 millions** d'unités écoulées en 2014, soit une hausse annuelle d'environ 20%. **Gartner se montre plus optimiste** encore, misant sur un total de **263 millions d'unités** écoulées cette année.

Pour la première fois, l'Amérique du Nord concentrerait moins de la moitié des achats, confirmant les pays émergents comme le nouveau relais de croissance pour les constructeurs.

Cette logique qui vaut avant tout pour le segment grand public peut aussi s'appliquer, dans une moindre mesure, au monde de l'entreprise. Alors que les sociétés d'Amérique du Nord, d'Europe de l'Ouest et du Japon affichent un fort taux d'équipement informatique, leurs homologues d'Amérique latine, du Moyen-Orient et d'Europe de l'Est n'ont généralement pas encore finalisé les déploiements IT. Mais les démarches s'accélèrent avec l'extension des infrastructures et des réseaux de distribution, notamment via le commerce électronique, ainsi que les partenariats locaux établis par les industriels. Ces accords joueront, d'après ABI Research, « *un rôle crucial dans l'adoption des tablettes à court terme* ».

Intel montre ses muscles

Resteront les frontières parfois ténues avec le monde des ultraportables... ainsi que des smartphones à grand écran. Le succès de ces « phablettes » – par convention, au-delà de 5 pouces – pourrait, selon une [récente étude](#) de Juniper Research, avoir un impact non négligeable sur le marché des terminaux nomades au cours des cinq prochaines années. L'influence du phénomène se serait déjà fait ressentir en 2013, avec l'Asie comme locomotive, sous l'impulsion de la Corée du Sud et de la Chine. Première cible : les utilisateurs consommant beaucoup de contenu vidéo.

Il faudra également surveiller la contribution d'Intel. Confrontée à un recul de son activité sur le PC, la multinationale a fait de la mobilité un axe de développement prioritaire (lire à ce sujet l'interview récente de Stéphane Nègre, président d'Intel France), avec un premier objectif : intégrer ses processeurs dans 40 millions de tablettes cette année. Soit quatre fois plus qu'en 2013. A ces fins, elle se dit prête à aborder des segments à faible marge, tout particulièrement l'offre à moins de 100 euros. Pour rentabiliser son activité de fondeur, Intel va également ouvrir plus largement ses usines, à l'image de TSMC et GlobalFoundries.

Voir aussi

[Silicon.fr étend son site dédié à l'emploi IT](#)

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)