

Seulement 100.000 tablettes Xoom vendues aux Etats-Unis

Selon la Deutsche Bank, Motorola Mobility n'aurait vendu « que » 100.000 exemplaires en 6 semaines de sa tablettes Xoom pourtant [présentée en grande pompe au CES 2011](#) de Las Vegas en début d'année. Soit **trois fois moins que le premier iPad d'Apple en... un seul week-end** en avril 2010 (et [1 million d'unités en 28 jours](#)). Et que dire des 600.000 iPad 2 vendus dans les premières 24 heures en mars dernier?. Un résultat qui ne s'annonce guère encourageant pour Motorola.

Il faut dire que le constructeur n'a pas mis tout les atouts de son côté. Malgré ses indéniables qualités, la Xoom s'est révélée **beaucoup plus chère que l'iPad** à près de 800 dollars (600 dollars avec abonnement) contre moins de 500 pour le modèle d'entrée de gamme d'Apple pourtant peu réputé pour sa politique tarifaire économique. Certes, il s'agissait de la version 3G (et 32 Go de stockage) contre le modèle wifi (16 Go) chez Cupertino. Mais justement, déjà bardés de smartphones, netbooks et autres clés 3G, les utilisateurs ne se précipitent pas forcément sur les versions 'mobiles' des tablettes. Et celle de Motorola était exclusivement vendue par Verizon à sa sortie. Ce qui limite la surface de distribution. La version wifi devrait redresser la barre.

De plus, Motorola doit **affronter la concurrence, de plus en plus riche en la matière, des tablettes Android**. De Samsung à HTC en passant par les offres d'entrée de gammes chez Archos, Toshiba et d'autres, le marché hors Apple est divisé. Et la fragmentation risque de s'accroître avec l'arrivée de la [TouchPad de HP](#) et la [BlackBerry PlayBook](#) (voire la [Cius de Cisco](#)). Une concurrence qui ne devrait d'ailleurs pas affecter Apple. Selon IDC, l'iPad conservera entre 70 % et 80 % du marché de 50 à 69 millions (selon les estimations) de tablettes qui se vendront en 2011.

Enfin, Motorola avait présenté la Xoom [sous Honeycomb](#), une version d'Android (3.0) que Google n'avait pas tout à fait finalisée lors de la présentation officielle de la Xoom (notamment l'absence du Flash, point différenciant de l'iPad). Le constructeur promettait une mise à jour dans la foulée mais les consommateurs ont tendance à se méfier des produits pas tout à fait finis (et ils ont raison). Bref, **Motorola a confondu vitesse avec précipitation**. Autant de ratages que le constructeur devra corriger s'il veut s'installer durablement sur le marché des tablettes. Notamment en Europe où la Xoom est attendue prochainement.