

Tablettes : la BlackBerry PlayBook débarque... aux Etats-Unis

Après bien des hésitations, RIM (Research in Motion) s'apprête à lancer sa tablette PlayBook sur le marché. Américain dans un premier temps. Le constructeur canadien vient d'annoncer **la disponibilité de la PlayBook dans 20.000 boutiques aux Etats-Unis et Canada**. Notamment chez le distributeur Best Buy qui semble s'inscrire comme partenaire privilégié. En revanche, aucun accord de distribution n'est annoncé avec les opérateurs télécoms locaux. Quand au lancement à l'extérieur du continent nord-américain, il n'est pas évoqué.

Trois modèles de l'ardoise sous environnement QNX seront **proposés à partir du 19 avril** prochain. Les versions 16, 32 et 64 Go de stockage seront proposées à 499, 599 et 699 dollars respectivement. Soit des tarifs similaires à ceux de l'iPad d'Apple dans leur version wifi uniquement. La PlayBook étant [dépourvu de communication 3G/CDMA](#), dans son modèle actuel du moins, RIM ne peut se permettre d'afficher des prix plus élevés s'il veut rester concurrentiel face au leader incontesté du secteur. Néanmoins, RIM propose du 7 pouces là où Apple affiche plus de 9 pouces...

La PlayBook s'illustre par son système d'exploitation multitâche original développé autour de QNX ([acquis en avril 2010](#)). Enfin, pas si original puisque [HP lui a trouvé des ressemblances troublantes](#) avec son propre WebOS qui équipe sa TouchPad. La tablette de RIM ne s'en illustre pas moins par un **écran tactile 7 pouces** (1024×600 pixels), le wifi 802.11n, un processeur double coeur 1 GHz, le support de la haute définition (1080p) en sortie (HDMI) comme en enregistrement (capteurs 5 mégapixels en dorsal et 3 Mpx en frontal), le GPS et les capteurs de mouvements (gyroscope, boussole, accéléromètre). Le tout pour 425 grammes.

Face à la déferlante iPad et à la concurrence Android (notamment la Motorola Xoom sortie en février et qui débarque en boutiques dans sa version wifi en Amérique du Nord), sans oublier l'exotique Cius de Cisco, l'attendue TouchPad de HP et les très dynamiques [Galaxy Tab 10.1](#) de Samsung ou encore la [Flyer](#) de HTC, **RIM devra batailler ferme pour s'installer sur le marché des tablettes**.

Il est vrai que ce dernier est appelé à s'élargir avec plus de 50 millions de ventes attendues en 2011 par les analystes contre [18 millions en 2010](#). Mais ces mêmes analystes, IDC en tête, considèrent que **l'iPad 2 continuera de tenir le haut du pavé avec 70 % à 80 % du marché**. La concurrence se battra pour les miettes.