

Tablettes et PC ultra fins : une chance pour Windows 10 en Europe

Si les ventes mondiales de PC se cassent la figure trimestre après trimestre, celles des PC ultra fins et des tablettes détachables en Europe de l'Ouest se portent plutôt bien. Elles ont progressé de 8,6% et 192,3% respectivement au deuxième trimestre 2016 par rapport à la même période de 2015, avance IDC. Un net contraste avec les 3,4% de baisse sur douze mois pour l'ensemble du marché des PC et tablettes (à 17,2 millions d'unités vendues au cours du trimestre).

Les portables ultra fins constituent désormais 28,5% de l'ensemble de notebook vendus, contre 27% l'année dernière. La croissance est essentiellement portée par les consommateurs grand public, dont la demande a progressé de 20,5%. « *Les consommateurs recherchent de plus en plus la performance, la finesse, la légèreté, la durée de vie de la batterie et la qualité d'affichage lors de l'achat de nouveaux appareils ou au moment de remplacer les anciens, déclare Andrea Minonne, analyste Personal Computing pour le cabinet d'études. Les ordinateurs portables ultra fins permettent la flexibilité et répondent bien aux besoins des consommateurs mobiles.* »

Trois fois plus de tablettes détachables

Si Apple, qui a lancé la tendance avec son MacBook Air, reste l'acteur dominant sur ce segment (notamment avec la contribution efficace de l'iPad Air Pro 9,7" lancé en mars dernier), ses concurrents ont su développer des produits attractifs. Comme la gamme XPS de Dell, Spectre de HP ou les ThinkPad X1 de Lenovo. A noter que, bien qu'encore confidentielles, les ventes de Chromebook gagnent du terrain dans les pays nordiques, qui les utilisent dans les milieux scolaires. La Suède, particulièrement, a augmenté ses achats de Chromebook de près de 60% par rapport à 2015.

C'est dans ce même esprit de légèreté et de flexibilité que les tablettes détachables (d'un socle clavier) ont vu leurs ventes passer de 500 000 unités au deuxième trimestre 2015 à 1,6 million en 2016. Alors que, dans le même temps, les utilisateurs européens se détournent des tablettes traditionnelles dont les ventes reculent de 6%.

Windows gagne du terrain

Microsoft et Apple sont les premiers bénéficiaires du dynamisme de ce marché. Les Surface de Redmond sont largement adoptés par les utilisateurs en entreprise tandis que l'iPad Pro a la préférence des consommateurs individuels. Résultat, Windows s'empare de 44,8% du marché global des PC et tablettes (détachables ou non) avec 10,4 millions de machines vendues. Ce qui permet à l'éditeur de Redmond d'afficher une modeste, mais significative, croissance de 1,1% sur l'année. Dans les détails, cette évolution se partage entre une hausse de 25,5% sur le segment des tablettes détachables et un recul de 1,6% sur le marché des PC. Une tendance qui devrait se poursuivre avec la diffusion progressive de Windows 10 dans le monde de l'entreprise, majoritairement restée sous Windows 7.

Si Android reste le premier OS des tablettes (avec 73,4% du marché), les ventes couplées Android/Chrome reculent de 11,1%. La faute à la défection des consommateurs sur les tablettes traditionnelles puisque les Chromebook font un bond de 53,4%. Mais dans des volumes trop faibles pour compenser le recul des tablettes. Du coup, la part globale de l'offre Google sur le marché du PC tombe à 42,1% (9,8 millions d'unités), contre 44,5% (plus de 11 millions) en 2015. L'offre d'Apple reste la plus prisée pour le segment des appareils premium. Un segment sur lequel Cupertino occupe près de 36% du marché. Ce qui n'empêche pas la firme de voir ses ventes reculer de 11,2% en un an, avec à peine plus de 3 millions de terminaux vendus. Soit une part de marché de 13% (contre 13,8% un an plus tôt).

Lire également

[En France, les ventes de PC résistent... grâce à Windows 10](#)

[Windows 10 accélère sur le marché des OS en mars](#)

[Les ventes de PC reculent pour le 7e trimestre consécutif](#)

Crédit Photo : Stanislaw Mikulski-shutterstock