

Un million de tablettes Archos dans le monde

Archos vient de franchir un cap symbolique: celui du million de tablettes tactiles vendues dans le monde, rapporte *Les Echos* (09/11). Un objectif qu'avait annoncé **Henri Crohas**, le P-dg du constructeur français, lors du lancement des nouveaux modèles sous Android en septembre dernier.

Certes, le chiffre reste modeste comparé aux plus de 4 millions d'iPad commercialisés depuis son lancement en avril selon les chiffres annoncés par Apple lors de la [présentation des résultats](#). Il n'en reste pas moins que ce chiffre symbolique montre la pertinence de la stratégie d'Archos sur le marché des ardoises numériques, lesquelles constituent désormais **les deux-tiers du chiffre d'affaires** de l'entreprise, le tiers restant provenant de l'activité baladeur.

Archos revient en effet de loin. Après les difficultés de 2009, le groupe affiche un résultat en hausse de 23 % à 17,2 millions d'euros de chiffre d'affaires. Une pente ascendante que l'entreprise entend poursuivre en 2011 avec de **nouveaux modèles de tablettes** sous sa marque, notamment [à moins de 100 euros](#), mais aussi en marque blanche auprès de partenaires européens.

Ces futures ardoises numériques pourraient **intégrer le prochain OS mobile de Google** spécialement dédié aux tablettes, Honeycomb, mais pas avant 2011 (ce qui a d'ailleurs poussé LG à retarder la sortie de sa LG Pad). Pour le moment, tout comme ses concurrents, Archos intègre Android 2.1 ou 2.2. Or, Google estime que ces versions ne sont pas optimisées pour les tablettes et refuse de certifier son OS pour les formats supérieurs à 7 pouces et qui n'intègrent pas de fonctions de téléphonie et de GPS. Du coup, les produits non certifiés n'ont pas accès aux services de Google Maps et Marketplace. Ce qui a obligé le constructeur français à développer sa propre plate-forme d'applications, AppsLib, aujourd'hui animée de 10.000 titres environ.

Archos devrait également élargir son offre en proposant **un boîtier de type set-top box** ou passerelle multimédia pour enrichir l'accès aux contenus consultables depuis le téléviseur familial. Un terrain sur lequel de nombreux acteurs se positionnent, à commencer par Apple (Apple TV) et Google (Google TV). Les tablettes évolueront ensuite avec des caractéristiques de détection de mouvement et de support de la 3D sans lunettes dédiées à la manière de la Nintendo 3D ou de [certains téléviseurs](#) comme chez Toshiba. Il restera à vérifier que le petit français sera de taille à s'imposer face aux mastodontes du secteur.