

Le marché des tablettes en pleine mutation

IDC et Strategy Analytics viennent de publier les derniers chiffres de ventes de tablettes pour le troisième trimestre et même si on note de légères différences en fonction des périmètres retenus, la tendance reste la même avec un marché qui poursuit son décrochage (-15% par rapport au T3 2015). Toujours leaders du marché, Apple[1] et Samsung voient les ventes de leurs tablettes chuter de respectivement 6% et 19%. Seuls Huawei et Amazon progressent.

- **Un marché des tablettes qui évolue : du simple tactile vers des modèles hybrides 2 en 1**

Poussées vers la sortie par les smartphones de plus en plus grands (les phablettes avec des écrans allant de 5" à 6"), et les ordinateurs hybrides 2-en-1 « détachables » (Surface de Microsoft, iPad Pro d'Apple, etc...), ainsi que par des cycles de renouvellement plus longs, les ventes de tablettes continuent de chuter avec un -12,7% au T2 et de nouveau -14,7% au T3. **Selon IDC, 43 millions de tablettes ont été vendues au T3 2016, soit une chute de 14,7% par rapport au T3 2015. Selon Strategy Analytics, c'est 46 millions de tablettes qui ont été écoulées soit une chute de 10% d'une année sur l'autre.** En plus de l'analyse du volume des ventes, IDC souligne que malgré la place toujours prépondérante de l'OS de Google, plusieurs constructeurs de tablettes Android s'orientent progressivement vers l'hybride, segment en croissance, en optant pour le système d'exploitation de Microsoft (Lenovo avec ses modèles Yoga, Samsung avec ses TabS Pro). Windows devrait donc progressivement récupérer des parts de marché à Android et venir affronter Apple sur le terrain de l'hybride, qui apparaît désormais comme le véritable relais de croissance. Il sera donc intéressant de suivre les projets de Google sur un éventuel rapprochement de ses systèmes d'exploitation Chrome OS et Android pour mieux rivaliser avec Microsoft et Apple.

Malgré les difficultés rencontrées, le marché des tablettes n'est pas encore à l'agonie, mais aborde une nouvelle phase de maturité (cycle de renouvellement plus long) et de transition vers des modèles plus hybrides qui répondent d'avantage aux besoins d'une partie des consommateurs qui cherchent à remplacer leurs PC et plus seulement à les compléter. Les simples tablettes tactiles devront coexister avec les modèles hybrides qui prennent leur envol (30% du marché en 2020 selon les estimations de IDC) et pourraient même contribuer dès 2018 à un retour de la croissance.

Evolution des ventes mondiales de tablettes 2012 - 2016 (en millions d'unités)



Répartition du marché des tablettes par principaux constructeurs (T3 2016/2015)

	Q3 2016 (en millions)	% de marché	Q3 2015 (en millions)	% de marché	Evol % Q3 2016/Q3 2015
Apple	9,3	21,50%	9,9	19,60%	-6,20%
Samsung	6,5	15,10%	8,1	16%	-19,30%
Amazon	3,1	7,30%	0,8	1,50%	319,90%
Lenovo	2,7	6,30%	3,1	6%	-10,80%
Huawei	2,4	5,60%	1,9	3,70%	28,40%
Autres	19	44,20%	26,9	53,20%	-29,20%
Total	43	100,00%	50,5	100%	-14,70%

Source : NPA Conseil sur données IDC (International Data Corporation)

- **Amazon et Huawei se démarquent avec des positionnements différents**

Avec ses tablettes Fire, Amazon se hisse sur le podium grâce à une politique de prix très agressive et des offres promotionnelles récurrentes afin de pénétrer les foyers, l'objectif étant d'utiliser le matériel comme porte d'accès vers l'écosystème de services Amazon. Enrichies depuis peu avec l'assistant Alexa, les tablettes Fire[2] permettent désormais de compléter la réponse vocale par un contenu visuel. Cet ajout a été bien accueilli et ce, malgré l'inconvénient de ne pas être « hands-free » comme l'Echo (l'utilisateur doit appuyer sur un bouton pour déclencher le microphone). L'opération commerciale d'Amazon cet été baptisée « Prime Day » a également contribué de manière conséquente à cette forte augmentation des ventes.

Le constructeur Chinois, Huawei a quant à lui connu la plus forte croissance du marché (+28,4%) avec 2,4 millions de tablettes vendues. Le constructeur Chinois a donc su capitaliser sur ses bonnes performances sur le marché du smartphone en proposant des tablettes performantes au design soigné et à un prix attractif. Huawei a également su se démarquer en proposant des tablettes avec une connectivité 3G/4G pour le même prix que les modèles Wi-Fi.

[1] Se référer au flash 783 « l'IPad s'enfoncé dans la crise »

[2] "Review: Amazon's Alexa Makes Fire Tablets More Useful ":

<http://www.wsj.com/articles/review-amazons-alexa-makes-fire-tablets-more-useful-1477486801>