

Arrivée de Microsoft sur le marché : la guerre des tablettes et la fin de l'hégémonie Apple

Alors que Microsoft lance sa tablette "Surface" et qu'Android gagne du terrain, l'iPad voit son monopole menacé par l'arrivée de nouveaux concurrents sur ce marché qu'il a pourtant créé voici deux ans. Le grand gagnant du match ? Le consommateur, qui pourrait bien profiter d'une baisse des prix.

Avec Vincent
Abry

D'abord il y eu l'iPad d'Apple, **c'était le 3 avril 2010**. Une petite révolution dans le monde informatique. Bien pensée, facile à utiliser, accompagnée de milliers d'*apps* pour les adultes comme pour les tout-petits, la tablette d'Apple s'est vite imposée comme un outil indispensable dans bien des domaines, plutôt qu'un simple gadget électronique supplémentaire que l'on met rapidement au placard. **Désormais, les tablettes menacent directement les Notebooks et les ordinateurs classiques.** Mais Apple n'est plus seul maître à bord. Saura t-il garder le contrôle ? Pour combien de temps encore ?

Le marché des tablettes est tout simplement énorme, pour ne pas dire gigantesque. Juste cette année, l'industrie pèse déjà 66 milliards de dollars, toutes tablettes confondues, seulement 2 ans après le premier lancement de l'iPad. **Indécents.**

Apple à lui seul avec son système d'exploitation iOS possède **61% des parts de marché des tablettes en 2012** [selon Gartner](#) (elles s'établissaient à 67% l'an dernier et sont donc en **légère baisse**). Ces parts ne seront plus que de 46% en 2016 selon ce même cabinet. Car la concurrence arrive avec force. Le système d'exploitation Android équipe notamment les appareils de nombreux constructeurs comme la marque phare Samsung. **Les parts de marché d'Android sont déjà de 32% en 2012** alors qu'elles n'étaient que de 29% l'an dernier. Et elles seront de 37% en 2016. On voit bien que les parts d'iOS fondent progressivement tandis que celles d'Android augmentent. Microsoft devrait, lui, avoir des parts de marché de 12% environ en 2016, ce qui est loin d'être négligeable (surtout que l'arrivée du modèle "Surface" pourrait booster encore plus ces prévisions de chiffres).

Une nouvelle tendance est aussi à observer sur ce marché. Alors **que du côté des smartphones, la mode est à l'écran plus grand** (5.5 pouces pour la nouvelle "phablette" Samsung Galaxy Note II), **du côté des tablettes, c'est l'inverse** (sauf pour la nouvelle Surface de Microsoft) : l'écran "mini" devient en vogue. Google a récemment dévoilé la Nexus 7, une tablette à écran 7 pouces (contre 9.7 pouces pour l'iPad et 10.1 pour la Samsung Galaxy Tab), la même taille que le Kindle Fire d'Amazon et que la nouvelle Samsung Galaxy Tab2. La gamme de prix change aussi radicalement : la Nexus 7 se vend désormais à un prix de départ de 199 dollars (comme le Kindle Fire, et 249\$ pour la Galaxy Tab 2) alors qu'un iPad coûte environ 500 dollars.

Du coup, les rumeurs concernant un iPad miniature n'ont pas tardé... **Apple pourrait sortir d'ici la fin de l'année un 'iPad Mini'** à écran 7.85 pouces. Et son prix tournerait **autour de 200 dollars**. Si ces rumeurs s'avéraient vraies (et il y a de fortes chances), alors Apple reprendrait un peu plus la main sur le marché actuel.

Conclusion : après l'ère des ordinateurs, des ordinateurs portables, des **notebooks**, voici maintenant bien installée l'ère des tablettes tactiles. Et la tendance est lourde puisqu'en 2017, selon un rapport du NPG Group, le nombre de tablettes vendues dépassera celui des notebooks. Aujourd'hui la star du marché est toujours Apple avec 61% de parts de marché, mais **la concurrence pointe son nez et elle s'appelle Amazon, Google, Samsung ou encore Microsoft**. D'ici 5 ans, d'autres marques viendront certainement bouleverser ce paysage déjà fort concurrentiel. Mais comme je le dis [sur mon blog](#), c'est tant mieux, car **le seul vrai gagnant dans l'histoire, c'est le consommateur, qui profitera de la guerre sans merci que se livreront les marques en abaissant leurs prix.**