



Avec la sortie de l'iPad 3 et la baisse du prix de l'iPad 2, Apple devrait regagner les parts de marché abandonnées à ses concurrents Android au 4<sup>ème</sup> trimestre 2011.

Apple devrait, en effet, rebondir et reprendre les rênes du marché des tablettes cette année avec 62% de parts de marché, contre 57% au dernier trimestre. Une position archi dominante qu'Apple devrait pouvoir tenir jusqu'en 2014, date à laquelle l'iPad devrait encore s'octroyer 52% des ventes. IHS est persuadé que la demande en iPad 3 et les ventes à prix réduit de l'iPad 2 permettront à Apple de maintenir son leadership jusqu'à cette date.

311 millions de ventes en 2016 :

Le cabinet précise par ailleurs que cette année 124 millions de tablettes devraient être vendues, soit une croissance de 90% par rapport à 2011. Le marché devrait même atteindre les 193 millions d'unités en 2013, les 250 millions en 2014, les 285 millions en 2015 et les 311 millions en 2016.

Des apps plus belles, mais aussi plus gloutonnes en mémoire :

L'iPad 3 parviendra à tirer son épingle du jeu grâce surtout à son écran haute résolution (2048 x 1536 pixels) qui devrait pousser les développeurs à concevoir des applications -et des mises à jour- tirant parti de ce gain en pixels. Des applications qui vont aussi devenir plus lourdes à télécharger et forcément impacter la capacité de stockage de la tablette. Et conduire aussi les acheteurs à investir dans les versions les plus chères.

L'iPad 2 à 409 euros : le bon filon :

Précisons également que ce nouvel iPad est motorisé par un processeur "maison" A5X, qu'il dispose de fonctions d'enregistrement vocal, qu'il peut filmer en HD 1080p et qu'il peut aussi être compatible avec certains réseaux 4G (malheureusement pas en France). Et ce avec un premier prix à 489 euros, alors que l'iPad 2, lui, est désormais affiché à 409 euros.

Apple veut équiper les campus d'iPad :

Chez IHS, on signale également que l'un des marchés visés par Apple est celui de l'éducation, et plus particulièrement les campus universitaires. Et que l'iPad 2 (à ce prix là) devrait y jouer un rôle important. Mais Apple a de la suite dans les idées et entend aussi infiltrer avec son iPad certains marchés professionnels, comme le secteur médical et celui des transports.

Un "petit" iPad à Noël ?

Au final, Apple pourrait ne laisser que des miettes à ses concurrents Android dont la rentabilité diminuerait en outre à chaque trimestre, à force de vouloir baisser les prix et lutter en frontal avec l'iPad. Enfin, IHS rapporte qu'un iPad de 7,8 pouces équipé d'un écran XGA serait en préparation pour une sortie à Noël prochain. A suivre...