

## Communiqué de Presse IDC

---

### IDC prévoit que 7,6 millions tablettes média seront vendues dans le monde en 2010

Mai 2010

[Susan Kevorkian, program director with IDC's Digital Marketplace group](#)

L'émergence du marché des tablettes media, favorisée par le lancement de l'ipad d'Apple, s'explique par les caractéristiques intrinsèques de l'appareil. Celui-ci constitue une plate forme de consommation de contenu dont le succès est dû aux applications et services tout aussi fascinants les uns que les autres créés pour que l'on puisse aisément en tirer parti. Selon les dernières prévisions d'IDC, le nombre de tablettes média commercialisées passera de 7,6 millions en 2010 à plus de 46 millions en 2014 dans le monde; ce qui représente un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 57,4% sur la période. En comparaison, IDC prévoit que 398 millions ordinateurs portables seront vendus en 2014.

*« Ce sont les premiers jours pour les tablettes média ; une catégorie de machines complètement nouvelles qui se situent entre les Smartphones et les PC portables. IDC s'attend à ce que la demande des consommateurs pour les tablettes médias soit fortement poussée par le nombre et la variété d'applications tiers tant au niveau du contenu que des services », déclare Susan Kevorkian, directrice de programme, Digital Marketplace: Mobile Media & Entertainment. « La disponibilité d'applications dédiées aux tablettes média, gage d'une expérience utilisateurs différente de celle liée aux PC ou Smartphones sera cruciale pour le développement de la demande des consommateurs. Vu que la catégorie acquiert une certaine maturité et que davantage d'applications optimisées pour les tablettes média deviennent disponibles, IDC s'attend à ce que les tablettes média ne soient plus uniquement des appareils « nice-to-have » mais deviennent surtout indispensables pour de nombreux consommateurs ».*

IDC définit les tablettes média comme des appareils de type tablette d'une taille de 7-12 pouces avec un affichage couleur. Elles se basent actuellement sur des processeurs ARM et exécutent des systèmes d'exploitation légers tels que l'OS iPhone d'Apple et l'OS Google Android. Cela les distingue des tablettes PC, qui sont basées, elles, sur des processeurs x86 et qui exécutent la totalité du système d'exploitation des PC. Les tablettes média ne disposent pas de clavier matériel intégré mais requièrent un stylo ou le doigt pour la navigation et la saisie de données. Elles fournissent une large gamme d'applications et de connectivité, les distinguant ainsi des dispositifs principalement à fonction unique comme les Livres électroniques (eBooks). Même si les tablettes média seront principalement commercialisées en tant que dispositifs de divertissement multifonctions, des applications de productivité seront éventuellement disponibles pour soutenir les utilisations des entreprises et des consommateurs.

Le rapport complet d'IDC, [Worldwide and U.S. Media Tablet 2010-2014 Forecast](#), apporte certaines prévisions et analyses sur le marché mondial et américain des tablettes média. Il revient sur les tendances actuelles et les prévisions du marché, sur les volumes, les revenus associés ainsi que l'évolution du prix moyen (ASP) des machines pour une période qui s'étend de 2009 à 2014.

Vous pouvez obtenir la version originale du Communiqué à travers ce lien :

[IDC forecasts 7.6 Million Media Tablets to be Shipped Worldwide in 2010](#)

Estelle Chapin  
[echapin@idc.com](mailto:echapin@idc.com)  
Responsable Marketing  
[IDC France](#)  
01 56 26 26 68

=====  
IDC France - 13 rue Paul Valéry 75016 PARIS  
=====

---

---

## **A propos d'IDC**

IDC est le premier groupe mondial de conseil et d'étude sur les marchés des technologies de l'information. Plus de 1000 analystes répartis dans plus de 110 pays étudient les évolutions des technologies et des industries afin de permettre à nos clients de prendre des décisions stratégiques basées sur des données factuelles.

IDC fournit aux acteurs du marché de l'informatique et des télécommunications l'ensemble des prestations d'études nécessaires à la définition et la mise en œuvre de leur stratégie et de leur tactique commerciale et marketing.

IDC fournit aux utilisateurs des technologies informatiques et télécoms, aux cabinets de conseil et d'investissement, des outils de compréhension des offres du marché ainsi que des données économiques précises et fiables sur les marchés et leurs acteurs.

