

Comment la tablette a terrassé le PC

• Les ventes des tablettes ont triplé en un an.

• Explication : Les transformations des habitudes et la connectivité des ménages

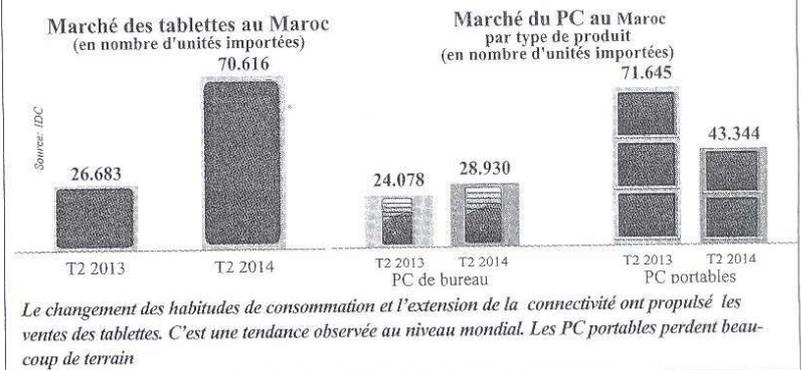
• Une tendance mondiale

TOUT comme dans le reste du monde, le marché du matériel informatique et électronique au Maroc est en train de se transformer. Les clients changent leur choix de produit d'une gamme à une autre. Le PC qui était jadis essentiel dans la vie de tous les jours, cède la place à la tablette. Les ventes de PC atteignent 72 274 unités vendues à fin juin 2014 alors qu'une année avant, ce chiffre ne concernait que le segment du PC portable, indique les données du cabinet IDC. Pour la même période, Disway, importateur

distributeur de matériel informatique, indique que les ventes de tablettes se sont multipliées par trois atteignant plus de 35.000 unités!

«Le marché du PC se contracte mois après mois. La concurrence devient de plus en plus dure que de grandes marques sortent maintenant du marché comme c'est le cas de Samsung et de Sony qui se sont concentrés sur une poignée de modèles exclusifs», témoigne Bora Aras, directeur du développement des affaires du groupe taïwanais ASUS pour l'Afrique du Nord et la Turquie. Ainsi, pour plusieurs grands constructeurs, le marché du PC a perdu massivement en rentabilité. La plupart ont réorienté leur business vers les services et tentent pour l'instant sans succès de s'attaquer au marché des tablettes. Asus qui a commencé par fabriquer des cartes mères et autres composantes d'ordinateurs se trouve au-

Les tablettes sont menacées par les smartphones



aujourd'hui entraîné de changer de cap vers le marché des tablettes et du mobile. Ce revirement de stratégie ne signifie pas que le Taïwanais laisse tomber complètement le PC. Elle continuera d'y être présente à travers des produits considérés comme de « haut de gamme ». L'étonnant, c'est qu'au Maroc, le PC Desktop, ou l'ordinateur de bureau, résiste mieux que le PC portable. Au deuxième trimestre 2014, les ventes de PC de bureau ont augmenté de 20,2% alors que le PC portable a vu ses ventes s'effondrer de 40% d'un trimestre à l'autre. Malgré tout, le «grand» PC reste incontournable dans les entreprises et les administrations. Cela dit, les PC portables représentent 60% des PC importés en

marques blanches souffrent du handicap de la notoriété et de leur faible déploiement sur le marché. Les grands noms attirent mieux les consommateurs puisqu'ils sont sur le marché depuis une certaine période et ont gagné leur confiance.

Même la tablette n'est pas destinée à survivre pour toujours. Elle sera à son tour tôt ou tard cannibalisée par le smartphone. «Les constructeurs en sont conscients. C'est pourquoi les derniers modèles de tablettes et de téléphones commencent à se rapprocher. Les «téléphones intelligents» gagnent de plus en plus de taille en intégrant des fonctionnalités identiques à celles des tablettes, tandis que les tablettes en perdent», indique Benjelloun. Cette

Le match du SAV

SUR le service après-vente, le match entre les grandes marques traditionnelles et le réseau informel, dont le célèbre marché de Derb Ghallef est un des piliers, est réel. Les premières se démarquent par la garantie et le réseau d'agents agréés dissimulé sur tout le territoire. En revanche, Derb Ghallef a un avantage certain sur la rapidité du service et les composants des PC. Alors qu'il est quasiment impossible de trouver une batterie de remplacement pour PC portable dans le réseau officiel des grandes marques, les revendeurs informels proposent des pièces adaptables «recyclées». □

Afrique du Nord. Pour la même période, les «smartmobiles» (tablettes et smartphone) ont progressé de 90% au niveau mondial. Bien entendu, la tendance diffère d'un marché à un autre: «Dans les marchés matures, elle est moins importante, tandis que dans les pays émergents elle est beaucoup plus évidente. Au Maroc, ce segment a progressé 350% au premier semestre», nous explique Anas Benjelloun, directeur marketing de Disway.

Contrairement aux idées reçues, le succès fulgurant des tablettes n'est pas uniquement dû à l'attractivité des prix. «Samsung et Apple, respectivement premier et deuxième du marché détiennent à eux seuls 60% du marché. Et ces deux là n'ont rien de low-cost. Dans les 40% qui restent, Asus est troisième et Yooz juste derrière ne sont pas non plus des marques lowcost», explique Benjelloun. Les

tendance est plus prononcée dans la dernière innovation de la tablette Asus, Fonepad. Elle est de 7 pouces et «l'option» téléphone est mise en valeur. Comme il est également le cas de l'iPhone 6 et iPhone 6 plus et la gamme «Note» de Samsung.

Mais même cette tendance ne durera pas longtemps. Selon les experts le marché se dirige vers un nouveau modèle où l'informatique sera un service. «Une sorte de télévision connectée sur Internet affichera les données traitées par une machine sur le Cloud. Les utilisateurs seront dispensés d'avoir une unité centrale ou un terminal puissant. Tout ce passera dans le Cloud», prédit Anas Benjelloun. □

Mehdi LAHDIDI