

[EDITO Février 2005] La mort de Tablet PC ?

Soumis par
24-02-2005

C'est un fait, le Tablet PC ne requiert que peu d'attentions dans les intentions d'achat et ceci se confirme par la courbe de croissance des ventes : elles progressent de manière importante, mais restent toujours à environ 1% des ventes de portables de par le monde. Ce pourcentage ne semble pas progresser en 2004, peut-être un peu en 2005, mais la croissance des ventes risque d'être identique à 2004.

Le Flop du Tablet PC, qui est une réelle révolution culturelle, est lié à plusieurs facteurs :

1- le prix de la solution qui est beaucoup trop élevé par rapport au prix de solutions Notebook équivalentes (ultraportables); le Tablet PC coûte entre 500 et 1000 Euros de plus ... Autant dire que les sociétés qui les produisent s'en mettent plein les fouilles, quitte à "casser" leur marché ou à ne pas forcer la création d'un marché consumers!

2- le positionnement marché difficile : basé sur une exploitation sur des marchés verticaux, la prise en compte du concept de Micro-mobilité au sein du foyer est complètement occulté. C'est une contrainte peut-être liée à la culture informatique française, qui malgré les chiffres dithyrambiques de la croissance des connexions haut débit et taux d'équipement des foyers, peine à voir s'implanter une culture numérique. Les foyers commencent à s'équiper en machines de bureau, un portable n'est peut-être pas encore dans l'air du temps (sauf chez les étudiants).

3- Les manques du système Tablet PC dans l'exploitation native des fonctionnalités INK : écriture et optimisation des applications, efforts limités de Microsoft lui-même dans Office XP, un Office 2003 qui devient enfin fonctionnel Tablet PC à partir de son SP1 et un Tablet PC qui est un bel outil enfin fonctionnel (disons utilisable plutôt) à partir de sa version 2005, soit avec le SP2 de XP ... publié en août 2004... No comment ...

4- L'erreur stratégique de promotion du concept par Microsoft : manque de moyens ou analyse trop optimiste au lancement du produit en Novembre 2002, la promotion de la Tablette s'est faite dans des milieux initiaux, via des évangélistes qui ont essayé tant bien que mal de propager la bonne parole. Sur un investissement de cette envergure, la notion d'évangéliste promu par MS et le non support des sites communautaires est une erreur fondamentale.

Les évangélistes sont généralement suivis par des aficionados, qui ont déjà intégré l'évolution technologique et une grande partie, disposent des ressources financières pour la tester ou l'adopter. Nous sommes loin du marché de masse qui toucherait le Consommateur de base.

Pourtant, le Tablet PC survit, car il est une nullité totipotente.

Le terme "Nullité" indique que le produit en lui-même est galvaudé par ses concepts convertibles tirés par une demande du marché qui impose l'intégration du clavier. Un Tablet PC supérieur à 2kg c'est NUL, imposer un clavier est une belle erreur.

Le terme "Totipotente" indique que le Tablet PC garde en lui les germes d'une révolution culturelle et d'une nouvelle approche de l'informatique, celle d'un produit qui sait s'adapter aux réflexes culturels acquis dès le plus jeune âge par l'être humain : celui de la parole et de l'écriture. Reste encore à modifier certains principes généraux de fonctionnement de Windows, telle que la matérialisation du système de fichiers, le conditionnement des actions et de processing des tâches usuelles sur un PC (copier coller, cliquer, pointer, déplacer, ouvrir des fenêtres (...)) ainsi que la logique de fonctionnement des fenêtres d'un PC Windows pour enfin arriver au concept Dynabook d'Alan KAY.

Le Tablet PC va-t-il mourir de sa belle mort en 2005 ?

Non certainement pas, mais de par son innovation et ses manques, coupés à l'accueil peu chaleureux du public qui vient d'adopter le langage du clavier et de la souris et qui va avoir du mal à se remettre au stylo (...), il va devoir modifier ces inflexions primaires pour s'adapter au marché, à sa demande, pour acquiescer une place de choix dans un futur proche. Un effort substantiel sur les prix est aussi une condition sine-qua-none pour qu'une partie de la population des utilisateurs séduits mais frileux fassent le pas vers la solution Tablette

Ainsi le passage par la case "CONVERTIBLE" devient une évidence pour rattrasser le marché de masse et peut-être enfin, dans quelques années, une démocratisation du format tablette, l'incarnation ultime de la révolution numérique qu'il essaye de soutenir.

Bon courage à tous (développeurs, revendeurs, mais aussi utilisateurs de la première heure), la route de l'avangardisation est véritablement semée d'embûches et de désillusions qui, je l'espère, ne seront que passagères.

Liens:

- TabletPC'Corner: Informations, articles et avis sur les Tablet P