

Les géants informatiques à l'offensive sur le marché des mini-PC portables

Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 13-06-2008 22:22:34

Les géants informatiques sont passés à l'offensive sur le marché des mini-PC portables: après le succès de l'"EeePC" d'Asus, Acer, un autre taïwanais, mais aussi le leader mondial Hewlett-Packard, viennent d'annoncer le lancement en Europe de ces ordinateurs à petit prix.

Légers (en général moins d'un kilo) et de petite taille, dotés de plus de deux heures d'autonomie et à bas coût (autour de 300-400 euros), ces ordinateurs, à mi-chemin entre un téléphone multi-fonctions (Blackberry, iPhone) et un PC classique, se bousculent dans les rayons.

L'américain Intel a même lancé une nouvelle famille de processeurs de faible consommation, baptisée Atom, pour ce type d'appareils.

Pourtant en début d'année, beaucoup se montraient sceptiques. Mais le succès rencontré par l'EeePC semble avoir convaincu les fabricants du potentiel de ce créneau naissant: l'ordinateur ultra-compact du taïwanais avait déjà conquis un million de clients à la fin mars, soit cinq mois après son lancement, faisant grimper Asus dans le haut du classement.

HP proposera à partir du mois d'août un produit plus sophistiqué, décliné en plusieurs versions selon les pays (avec ou sans disque dur, système d'exploitation Linux ou Windows Vista), pour un prix de base de 469 euros.

"Ce n'est pas un gadget, ce n'est pas une simple ardoise internet, mais un ordinateur de poche", destiné prioritairement au "marché de l'éducation et des petites entreprises", selon Jérémy Werner, chef de produit chez HP France.

Ses concurrents directs, Dell et Acer, s'activent eux aussi. Le premier travaille sur le sujet sans plus de précisions pour l'instant, tandis que le second a dévoilé la semaine dernière son "Aspire One".

"L'idée est de fournir un outil de communication complémentaire, abordable, que l'on peut transporter partout et qui permet d'accéder très rapidement (15 secondes au démarrage) à ses mails, à la messagerie instantanée, aux réseaux sociaux", explique Daniel Trachino, directeur de la division grand public d'Acer.

Le groupe a des objectifs ambitieux: il compte écouler 6 millions d'unités sur le second semestre, à comparer aux 100 millions de portables qu'il vend chaque année.

Désireux de surfer sur la vague, des distributeurs, comme Surcouf et The Phone House, ont eux aussi lancé récemment leurs propres mini-PC.

"Il sera intéressant de voir ce que la bataille entre ces nouveaux acteurs va donner, surtout à la

rentrée des classes et à Noël", note Isabelle Durand, analyste à l'institut Gartner.

Ce marché "est amené à grandir, mais à long terme ne va-t-on pas se lasser de ces produits?", s'interroge-t-elle, rappelant que ce sont des "machines limitées qui ne viennent pas en remplacement d'un vrai PC".

Autre interrogation, l'émergence d'un nouveau modèle de distribution avec les opérateurs télécoms, qui subventionnent l'ordinateur comme dans le cas des téléphones mobiles: ce phénomène risque, selon Mme Durand, "de créer une tension au niveau des prix avec les chaînes de distribution classiques, comme Auchan ou la Fnac".

La vente d'un mini-PC couplé à un abonnement d'internet mobile permet en effet de casser les prix: l'appareil du constructeur espagnol Airis, vendu par The Phone House, est proposé à 99 euros avec certains abonnements, contre 349 euros seul.

Du côté des nouveaux entrants HP et Acer, des discussions sont en cours avec les opérateurs, sans volonté d'exclusivité, précisent-ils.

afp.com