

## **L'iPad va-t-il faire fureur en France ?**

**PARIS, 20 MAI 2010** – *Codes Promotion*, site Internet mettant à disposition des internautes de la communauté francophone des codes de réduction, promotions et bons plans pour leurs achats en ligne, publie aujourd'hui les résultats d'un nouveau sondage réalisé auprès de ses internautes sur leur intention d'achat de l'iPad.

### **Trop cher et pas assez performant**

Après une sortie prévue en France en avril et repoussée au 28 mai, l'iPad attise t-il encore la curiosité des français ? Ce qui est sûr, c'est que les premières impressions outre-Atlantique quant aux pertes de réseau Wifi et l'impossibilité de se reconnecter après une mise en veille ou un redémarrage en ont refroidit plus d'un. Mais peut-être pas autant que le prix de la tablette Internet d'Apple pour laquelle il faudra dépenser un minimum de 500 €. Pas toujours évident en temps de crise, où les ménages parviennent de moins en moins à économiser ! Les résultats ne sont donc pas surprenants : sur 489 personnes interrogées, 42,9% déclarent simplement ne pas être intéressées par l'iPad.

Pour d'autres, c'est l'absence de prise en charge du format Flash, utilisé par la plupart des sites web, qui ferait défaut. Censé remplacer le fameux micro ordinateur portable netbook, l'iPad ne semble pas faire le poids. De nombreuses critiques sont en effet apparues sur la toile sur l'impossibilité pour la tablette de la pomme d'être multitâche. C'est-à-dire qu'il est par exemple impossible d'écouter de la musique sur Deezer et de faire du traitement de texte en même temps. Ces caractéristiques se sont révélées être

de véritables lacunes pour près d'un tiers des internautes répondants, qui ont confié ne pas être encore prêts à abandonner leur ordinateur portable pour l'iPad. Certains restent tout de même patients et attendent la sortie d'une seconde version de la tablette (9,8% des sondés), alors que 4,9% des répondants souhaitent se diriger vers d'autres constructeurs.

### **L'iPad a conquit le cœur des professionnels**

Difficile néanmoins de rester de marbre pour les 15,3% personnes interrogées qui ont déclaré être impatientes de se procurer l'iPad. Séduite par son écran tactile 9,7 pouces et sa haute résolution, la plupart des futurs acheteurs a hâte d'utiliser la toute dernière application d'Apple, l'e-book, et de lire une quantité d'œuvres dématérialisées. Les professionnels ne restent pas sur la touche et voient dans le notebook et la polyvalence de l'objet une révolution. Récupération de mails, modifications de documents... les professionnels destinent leur iPad à la prise de note favorisée par le confort de frappe et une bonne prise en main.