

COMMUNIQUE DE PRESSE



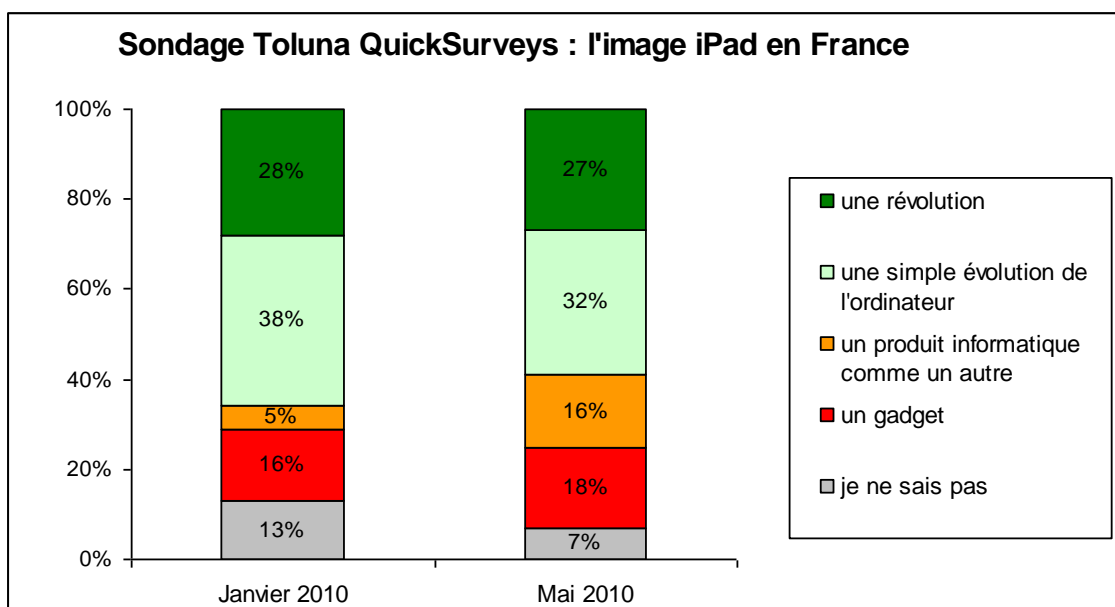
Levallois-Perret, le 10 mai 2010

2^e sondage Toluna sur l'iPad

79% des Français aimeraient essayer l'iPad et 14% l'acheter

L'intérêt des consommateurs se maintient à un niveau très élevé dans la deuxième enquête Toluna sur l'iPad : 79 % des internautes interrogés aimeraient essayer cette tablette tactile disponible fin mai en France.

Les opinions les plus extrêmes sur le nouveau produit Apple restent très stables : 27% des Français pensent qu'il s'agit d'une révolution (contre 28% fin janvier après la présentation mondiale du produit par Steve Jobs) et 18% le considèrent comme un gadget (contre 16% en janvier). Mais la part des personnes sans opinion s'est fortement réduite grâce à la forte présence médiatique de l'iPad (7% de Sans Opinion contre 13% fin janvier).



L'attrait pour l'iPad est principalement motivé par : la consultation des sites web en général (60%), les emails (58%), les photos et vidéos (51%), les éditions électroniques de journaux et magazines (46%), les livres électroniques (45%) et les applications dédiées comme pour l'iPhone (39%). En

revanche, l'accès aux réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter n'est pas un motif important (26% seulement).

Aux prix officiels annoncés par Apple (entre 499 et 699 euros pour les versions iPad wifi et 100 euros supplémentaires pour la version 3G/wifi), 14 % des personnes interrogées pourraient l'acheter, contre 28% d'hésitants et 58% de personnes non intéressées.

Les pré-commandes iPad viennent d'ouvrir en France. Elles permettront de vérifier si cet engouement se transforme bel et bien en achat réel. L'impact sur d'autres équipements informatiques (notebook, ordinateurs portables) ainsi que sur la presse en édition électronique sera tout aussi intéressant à suivre.

L'enquête Toluna QuickSurveys <http://fr.tolunapro.com> a été réalisée par Internet le 10 mai 2010 en France auprès d'un échantillon de 1.017 personnes âgées de 18 ans et plus. Les résultats ont été redressés pour être représentatifs de la population nationale en termes de région, sexe et âge (dispersion des professions).

A propos de Toluna :

Leader mondial des enquêtes en ligne, Toluna réalise chaque année 20 millions d'interviews pour le compte des principaux instituts de sondage, des agences médias et des annonceurs.

La société Toluna a été créée en France en 2000 afin de fournir aux professionnels des sondages et études Marketing des solutions d'enquêtes en ligne basées sur un panel communautaire (aujourd'hui plus de 4 millions de membres actifs) et des technologies innovantes.

Philippe Guilbert a rejoint Toluna en 2007. Son expérience en instituts de sondage (à l'INSEE puis en tant que directeur général adjoint ou directeur scientifique chez BVA, CSA, TNS Sofres) a permis de définir une offre et des process en accord avec les plus hauts critères Qualité en statistique. L'activité Toluna est uniquement constituée de sondages réalisés en conformité avec les règles de la profession (ESOMAR, Syntec Etudes, CNIL...).

En 2009, Toluna a racheté à Microsoft les sociétés Greenfield Online et Ciao Surveys pour compléter son offre aux Etats-Unis, au Canada et en Asie Pacifique et devenir l'acteur mondial de référence des études en ligne, quels que soient le pays et la technologie concernés (avec ou sans panel en ligne).

<http://www.toluna-group.com/fr>