

Apple obligé de dévoiler les chiffres des ventes de l'iPad?

Nouvel épisode dans l'affaire qui oppose Apple à Samsung sur le marché des tablettes. Selon Bloomberg, une juge australienne pourrait demander à la firme de Cupertino de **dévoiler ses chiffres de ventes des iPad** (1 et 2) sur les marchés américain et britannique afin de mesurer l'impact négatif de la Galaxy Tab 10.1 du constructeur coréen.

Rappelons qu'**Apple poursuit Samsung aux Etats-Unis, en Europe et en Asie pour violation de brevets sur ses produits iPad et iPhone**. Non sans succès. En Allemagne, notamment, [Samsung ne peut plus exposer ses Galaxy Tab](#) sur le marché local pour le moment. Et le constructeur coréen doit modifier certaines de ses applications s'il veut [poursuivre la commercialisation des ses smartphones Galaxy en Europe](#).

Quel rapport avec le marché australien? La plainte qu'Apple a déposé au pays de kangourous. Le constructeur californien met notamment en avant l'impact que le produit concurrent pourrait avoir sur la distribution locale de l'iPad dont il s'inspirerait fortement. Mais pour la juge **Annabelle Bennett**, il va falloir que le leader des ardoises tactiles prouve ce qu'il avance. En montrant les résultats sur d'autres marchés, notamment, selon la requête déposée auprès de la cour fédérale de Sydney aujourd'hui, mardi 6 septembre. Sans cela, « *je ne peux pas tirer d'hypothèse positive* », a-t-elle déclaré.

La magistrate déclare néanmoins qu'**elle ne forcera pas Apple à dévoiler ses résultats** et a infirmé l'idée que la requête venait de Samsung. Apple souhaite cependant empêcher les ventes locales de la Galaxy Tab 10.1 jusqu'au résultat final du procès pour violation de brevets. L'argument avancé étant que la tablette de Samsung copiée sur celle d'Apple nuirait à ses affaires. Une nuisance qu'il faut stopper de toute urgence.

Un risque que réfute Samsung qui avance que **les consommateurs qui veulent une solution sous l'environnement Android de Google n'achèteront pas l'iPad et inversement**. Selon Apple, les nombreuses similitudes entre les deux produits peuvent induire le client en erreur et, donc, impacter les ventes de l'iPad. Ce à quoi l'entreprise de Seoul rétorque que le design de l'iPad est inspiré du film culte de Stanley Kubrick *2001 : l'odyssée de l'espace*. Autrement dit, il n'y a rien à revendiquer. Bref, chacun y va de son argumentaire plus où moins justifié.

Néanmoins, Samsung a accepté de **retarder jusqu'à fin septembre le lancement de sa Galaxy Tab 10.1** pour laisser à Apple le temps de faire sa demande d'injonction. Surtout si la Pomme doit livrer ses chiffres de vente.