

# L'iPad se vend deux fois plus vite que l'iPhone

Cette fois, l'analyste **Gene Munster** de la société Piper Jaffray, ne s'est pas trompé. Apple a bien vendu 1 million d'iPad, en 28 jours. Cupertino vient de le confirmer. **Le millionième exemplaire a été vendu vendredi 30 avril**, jour du [lancement de l'iPad Wifi+3G](#) aux Etats-Unis.

« Un million d'iPad en 28 jours : c'est plus de deux fois moins que les 74 jours qui avaient été nécessaires pour atteindre ce jalon avec l'iPhone, s'est félicité **Steve Jobs**. La demande ne cesse de dépasser l'offre et nous travaillons dur pour mettre ce produit magique entre les mains d'un nombre encore plus important de clients.

» Le patron d'Apple fait référence au **succès des premiers jours** de son ardoise électronique qui avait obligé l'entreprise à [repousser la sortie européenne](#) de l'iPad pour répondre à la demande américaine.

Apple nous apprend également que, au cours de cette période, plus de 12 millions d'applications ont été téléchargées depuis l'App Store (soit une moyenne de 12 applications par tablette) et **1,5 million de livres électroniques** depuis la nouvelle plate-forme dédiée iBookstore. A noter que si la quasi-totalité des 200 000 applications de l'App Store sont compatibles sur l'iPad, **plus de 5000 nouvelles applications** ont été développées spécialement pour tirer parti du large écran de l'appareil et de sa résolution fine (132 pixels par pouce pour 1024 x 768 pixels).

Il est évidemment encore trop tôt pour prédire la carrière de l'iPad. Mais il est clair qu'**Apple est en train de remporter son pari** sur un concept déjà ancien, un ordinateur à écran tactile dépourvu de clavier, qui jusqu'à présent n'a pas réussi à s'imposer sur le marché, [du moins les offres équipées des technologies Microsoft](#). Ce qui ouvre des perspectives pour la concurrence. Notamment du côté du constructeur [Fusion Garage qui présente sa Joojoo](#).

Si le succès de l'iPad se confirme, notamment en Europe où l'ardoise «magique» doit faire ses premiers pas à la fin du mois, cela ne pourra que conforter Steve Jobs dans [sa volonté d'éradiquer le Flash](#), et les technologies multi-plateformes en générale, de ses produits. Au risque d'**enfermer les utilisateurs dans l'univers de plus en plus propriétaire d'Apple**.