

# Ventes d'iPad: 4, 7 ou 10 millions en 2010?

« Alerte », « prévision », « estimation », « supposition ». Les cabinets d'études jonglent avec les mots, et avec les chiffres, concernant les ventes des tablettes numériques, et de l'iPad d'Apple en particulier. Et pour cause, ils ne basent pas leurs études sur les mêmes sources, mais surtout, rien n'est sûr puisque le produit n'est pas encore sorti.

A quelques jours de [la sortie en France de l'iPad](#), la société d'études GfK estime que 4 millions d'iPad seront vendus dans le monde en 2010. En avril, le cabinet d'analyses iSuppli tablait, lui, sur 7 millions et en mars de cette année, c'est l'Institut de prévisions économiques Gartner qui prévoyait plus de 10 millions. Des chiffres que l'on hésiterait à prendre au sérieux si la méthodologie de chacun de ces cabinets n'était différente.

## **48h après la présentation de l'iPad : 75% des français le connaissent**

GfK travaille en règle générale sur les « sorties caisse » des produits (sell out) afin d'être le plus précis possible. Cette fois-ci, celui qui se positionne comme le « *leader mondial sur les mesures de vente* » affirme, par la voix de **Raphaël Couderc**, porte-parole de la société en France, que l'alerte publiée « *s'est faite à partir d'un panel de consommateurs dans le monde* » et dans l'Hexagone.

A partir des 1000 personnes interrogées sur le territoire national, la société prévoit ainsi des ventes allant de 400 000 à 450 000 unités en France (4 millions dans le monde). Plausible donc ? Certainement, compte-tenu du succès « *de l'iPad aux Etats-Unis et de la popularité d'Apple* ». En effet, deux jours après la présentation de l'iPad par Steve Jobs, fondateur de la marque à la pomme, « *75% des personnes interrogées en France par GfK connaissent le produit* ».

## **Ecueil de l'iPad ? Sa courbe d'apprentissage**

Chez iSuppli, on table encore plus haut. 7,1 millions exactement pour l'année en cours, 14,4 millions en 2011, et presque le triple en 2012 avec 20,1 millions. Méthode de ses analystes pour cette estimation ? Ils « *prennent l'ensemble de la chaîne de valeurs, du silicium au produit fini* », rapporte **Jacques Noirbent**, responsable commercial France du cabinet.

Mais, s'il reconnaît que les ventes de l'iPad, « *objet de consommation* » par essence – car positionné pour « *consommer différemment des données numériques* » – risquent d'exploser durant les premières années, il estime aussi que cet « *engouement peut s'essouffler* ».

En cause par exemple, la courbe d'apprentissage du dernier gadget d'Apple. « *Les consommateurs d'iPod et d'iPhone n'auront pas de mal à utiliser ce produit*, explique Jacques Noirbent. *Par contre, pour les autres, cela peut être un frein.* »

Et c'est là que **Vodeclit** tombe à pic. La société qui propose de l'auto-formation informatique offre 38 formations en ligne sur l'iPad. Gratuites jusqu'au 30 juin, ces vidéos « *présentent toutes les fonctionnalités de l'iPad et notamment : naviguer sur internet, gérer ses photos numériques, regarder une vidéo, se connecter en wifi, disposer d'un cadre photo...* ». Passé le 30 juin, des forfaits au mois, au trimestre ou à l'année sont prévus.

Aucune certitude donc, mais des estimations. Les vraies réponses arriveront au fil des ventes et encore, estime le responsable commercial de iSuppli, « *il faut rester prudent avec les chiffres avancés par Apple* ». La difficile sortie de crise n'est sûrement pas à négliger non plus dans les résultats des ventes en Europe.