

Lancement de la tablette iPad en France

Source : Christian D., Génération NT, www.generation-nt.com

Date de publication : 28/05/2010

C'est aujourd'hui le grand jour pour le lancement de la tablette iPad hors des Etats-Unis et la France fait partie des marchés nouvellement servis.

Après un bel accueil aux Etats-Unis, lui ayant permis d'enregistrer 1 million de ventes en l'espace d'un mois, la tablette iPad d'Apple débarque maintenant sur le Vieux Continent et en Asie et continue de tailler sa route seule et de modeler le marché à sa façon, faute de concurrence solide.

De la même façon que l'iPhone a redéfini les critères du smartphone en 2007, mettant l'accent sur l'ergonomie puis sur le contenu, la tablette iPad veut proposer une **nouvelle forme d'accès** aux contenus Web, plus divertissante et ergonomique par rapport aux ordinateurs grâce à son affichage tactile multitouch, l'accès à des contenus dédiés et une autonomie correcte pour un produit doté d'un affichage rétro-éclairé.

Elle est également attendue de pied ferme du côté de l'**édition numérique** où elle possède certains avantages par rapport aux lecteurs e-paper : la couleur, l'animation et l'interactivité. Elle embarque l'application **iBooks** et le portail **iBookstore**, qui vient d'accueillir, en plus des ouvrages tombés dans le domaine public, le catalogue de certains éditeurs français comme **Hachette**, à des prix... peu différents des versions papier. Quoi qu'en disent les éditeurs, le manque de prise de risque, une maladie bien française, est patent.

En revanche, la **presse** pourrait y trouver son compte en proposant des versions numériques de leurs journaux avec la force de l'interactivité et de l'aspect visuel, sublimé par l'affichage 10" quand l'iPhone, déjà attractif, ne propose qu'une diagonale de 3,5".

Réinventer des usages

Elle peut aussi constituer, par sa simplicité d'emploi, une référence dans le cadre des services à la personne ou d'un accès à Internet pour les personnes âgées. Ces usages sont d'ailleurs en cours d'évaluation et pourraient donner lieu à des déploiements.

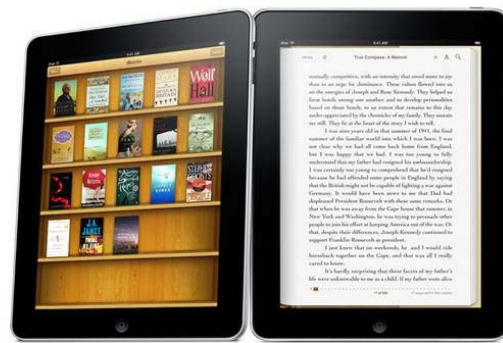
Mais la tablette iPad n'est pas qu'un gadget électronique de plus : elle vient avec tout un univers de contenus soigneusement contrôlé par Apple, entre applications, musique et vidéo. D'où l'intérêt de la société d'attacher les utilisateurs à sa tablette, là où la concurrence ne propose globalement pour le moment qu'un produit interchangeable et sans identité (exception faite peut-être d'**Archos** qui tente de lier ses tablettes à un portail d'applications spécifique et ouvert, l'AppsLib, puisqu'il n'a pas accès à l'Android Market).

Si la tablette iPad avait d'innombrables détracteurs parmi la presse spécialisée dite geek à son lancement, sur la base de ses caractéristiques, la disponibilité du produit aux Etats-Unis a permis de se rendre compte de la réalité de l'usage. Désormais, il faut bien chercher pour trouver des articles négatifs chez ceux qui prédisaient son échec immédiat, malgré des limitations désormais bien cernées (pas de webcam, pas de port USB... reviennent régulièrement).

Pour ceux qui viennent sans a priori, la tablette iPad peut être un moyen d'accès au divertissement sur le Web plus simple qu'un ordinateur, avec un démarrage instantané, une manipulation relativement intuitive et demandant en tous les cas peu de manipulations ainsi qu'un encadrement étroit via iTunes qui ne conviendra évidemment pas aux routards de l'Internet habitués aux espaces de liberté... à moins de jailbreaker la tablette et de sortir du pré carré d'Apple.

Un mode de distribution classique

Bref, la tablette iPad possède toutes les promesses d'un appareil capable de modifier les rapports de l'utilisateur à l'Internet et de ne plus le limiter à la pesanteur de l'ordinateur, qu'il soit de bureau ou portable. Certes, elle n'est pas le premier produit de ce type à être lancé sur le marché mais elle est certainement la première à proposer autant de cohérence sur tous les plans.



L'iPad, en versions Wifi et 3G, est donc désormais disponible sur le site en ligne d' Apple, dans ses Apple Stores et dans certaines grandes enseignes comme la Fnac ou Darty. Rappelons les prix :

- iPad Wifi 16 Go : 499 €
- iPad Wifi 32 Go : 599 €
- iPad Wifi 64 Go : 699 €
- iPad Wifi / 3G 16 Go : 599 €
- iPad Wifi / 3G 32 Go : 699 €
- iPad Wifi / 3G 64 Go : 799 €

Pour la version 3G, les opérateurs ne pourront la distribuer directement dans leurs espaces de vente mais ils proposent des forfaits " adaptés ". On les connaît désormais chez Orange et SFR. L'inconnue sera de savoir si l'iPad, dont l'usage principal est attendu chez soi, en Wifi, sera capable de devenir un outil nomade dévoreur de data mobile du fait de son grand affichage, comme le craignent les opérateurs.

Et ailleurs ?

Mais il n' y a pas qu' Apple dans la vie et la concurrence s'organise tant bien que mal. On attend toujours les premières tablettes sous Windows 7 vues lors du salon CES 2010 en janvier 2010. C'est peut-être plutôt du côté d'Android que les perspectives sont les plus prometteuses.

Archos a déjà lancé une tablette **Archos 7 Home Tablet**, sous Android, qui vient d'être commercialisée au petit prix de 149€ / 179 € (selon la capacité embarquée) mais, de l'aveu même des représentants d'Archos, il ne s'agit pas d'un concurrent direct de l'iPad, bien que les usages se croisent.



D'autres tablettes Android devraient faire leur apparition au second semestre de l'année. Cependant, la véritable riposte ne devrait pas être visible avant début 2011, selon divers acteurs industriels.