

Objet : Unowhy

Source : Le Journal du Dimanche

Date de parution : 31 mai 2009

Le phénomène iPhone

Vendu à plus d'un million d'exemplaires en France, le Smartphone d'Apple est bien plus qu'un téléphone. En attendant sa troisième version, Google et Nokia affinent leur riposte sur un marché en pleine croissance

Yann Philippin

LES AFICIONADOS de l'iPhone frémissent d'impatience. La marque à la pomme va dévoiler le 8 juin la mise à jour du logiciel de son téléphone vedette. Il permettra notamment d'enregistrer des vidéos ou de taper des mails sur l'écran tactile avec un clavier virtuel plus grand. En revanche, il faudra sans doute patienter un peu pour découvrir les nouveaux modèles d'iPhone. Ils pourraient être présentés fin juin par le patron et gourou de la firme, Steve Jobs en personne, à l'occasion de son grand retour après cinq mois d'absence pour raisons de santé.

Ces rumeurs ont suffi à faire bondir le cours de l'action de 10 % cette semaine. Signe de l'incroyable engouement pour l'iPhone, devenu le joujou préféré des jeunes urbains aisés, de certains people ou de François Fillon. Plus de 1,1 million d'exemplaires se sont arrachés en dix-huit mois en France, et Apple a déjà conquis 10 % du marché mondial des Smartphone. Ces téléphones « intelligents » connectés à l'Internet sont les seuls à ne pas connaître la crise, avec des





ventes qui devraient bondir d'au moins 15 % cette année.

L'impact de l'iPhone va bien au-delà de son succès commercial. « Grâce à sa simplicité d'usage, il a convaincu le grand public qu'il était intéressant de surfer sur Internet avec un téléphone », analyse Neil Mawston, directeur au cabinet Strategy Analytics. Si le Blackberry reste le champion du mail (et le chouchou des cadres en costume), l'iPhone est le roi du Web. Il génère à lui seul 43 % du trafic Internet mobile, davantage que les Smartphone du leader déclinant Nokia et ses 41 % de parts de marché.

Mais pour ses fans, l'iPhone est bien

plus qu'un mobile. C'est une réserve de logiciels disponibles dans l'App Store d'Apple. Cette boutique propose 35.000 applications, gratuites ou peu onéreuses (de quelques dizaines de centi-

mes à 15 €). Il y en a pour tous les goûts, du stéthoscope en passant par les plans de métro, les horaires d'avion, l'avertisseur de radars et les jeux vidéo. Plus d'un milliard ont déjà été téléchargées. « C'est une martingale qui attire comme un aimant à la fois les consommateurs et les créateurs d'applications, qui peuvent toucher près de 40 millions de clients pour un coût quasi nul », analyse Stéphane Lelux, président du cabinet Tactis.

La prochaine version du logiciel de l'iPhone permettra aux créateurs de facturer des mises à jour ou des abonnements. « Je vais pouvoir vendre des packs de recettes supplémentaires », s'enthousiasme Jean-Yves Hepp, qui fait un malheur avec ses programmes culinaires iDélites et iVideococktail. Le modèle pourrait aussi séduire les éditeurs de livres et

Etes-vous tactile ou clavier ?

Comme l'iPhone, près de 11 % des téléphones vendus en France se pilotent en effleurant du doigt un écran tactile, soit trois fois plus qu'il y a un an. Une technologie pratique et ludique, très adaptée à l'usage d'Internet. Mais le tactile peut rebuter les utilisateurs maladroits ou dotés de gros doigts. « Le clavier reste plus pratique pour écrire rapidement des SMS ou des courriers électroniques », explique Axel Meyer, designer chez Nokia. Le nouveau modèle du Finlandais, le N97, intègre donc à la fois un écran tactile et un vrai clavier coulissant. Mais l'engouement pour le tout-tactile ne se dément pas. Même Blackberry, spécialiste de l'e-mail mobile, a sorti fin 2008 son premier modèle sans clavier, le Storm. Y.P.

de journaux, déjà nombreux sur l'App Store (*Le Monde, Elle, 20 Minutes*, etc.).

La concurrence se mobilise. Après Microsoft, Blackberry et Google (système Android), Nokia a ouvert cette semaine sa boutique d'applications, l'Ovi Store, qui a connu des bugs au démarrage. D'ici la fin juin, le géant finlandais sortira son « iPhone killer », le N97. Les consommateurs disposeront d'un écran d'accueil entièrement personnalisable doté de petites fenêtres où les différents services Web (mail, Facebook, Twitter, etc.) sont mis à jour en temps réel. « Les gens auront tout leur univers sous les yeux sans avoir à entrer dans les menus », explique Alastair Curtis, chef du design chez Nokia.

Et c'est compter sans l'arrivée des Google Phones (comme le HTC Magic) et bientôt le Palm Pré, à l'interface très agréable, ou encore le Samsung Player HD et son Caméscope haute définition. Pour les fabricants, c'est une question de survie : dans les pays riches, les Smartphone devraient peser plus de la moitié des ventes en valeur d'ici à deux ans. Et pour les usagers, c'est devenu une addiction.