

- Les derniers résultats trimestriels d'Apple n'ont pas rencontré les attentes des analystes.

- Pour certains, la marque à la pomme n'est plus aussi innovante que par le passé.

- D'autres estiment que l'entreprise est loin d'être en panne d'idées.

Apple symbolise-t-il toujours l'innovation ?

Lancé il y a 30 ans, le Macintosh d'Apple est le premier ordinateur personnel doté d'une souris.

Oui

S'ils ont déçu les analystes, les derniers chiffres d'Apple constituent pourtant des résultats record pour l'entreprise qui ne cesse d'innover. Les idées ne manquent pas. Le public attend des percées fulgurantes comme celle de l'iPhone qui est la dernière en date pour Apple, mais le développement des innovations se fait par étapes et prend du temps.

A en croire certains, Apple ne serait plus ce qu'elle était. L'entreprise ne serait plus le fer de lance de l'innovation. Qu'en pensez-vous ?

On ne peut pas taxer Apple de ne pas avoir innové sur l'année écoulée. Tous les modèles de la gamme Mac sont montés en puissance. Les MacBook Pro sont devenus plus fins. L'autonomie de leur batterie a été considérablement allongée. Les MacPro, prétendus délaissés depuis quelques années, sont aujourd'hui les machines les plus puissantes du marché, toutes marques confondues ! L'iPad Mini bénéficie de l'écran Retina. L'iPad dispose désormais d'un écran tellement fin qu'on se demande comment il tient encore dans la main.

Cela n'a pas empêché les derniers chiffres trimestriels livrés lundi de décevoir ?

Je ne comprends pas cette déception. Tous les chiffres bruts sont à la hausse pour tous les produits de la gamme. C'est le trimestre record d'Apple depuis la création de l'entreprise. Si les iPhones se sont vendus moins que prévu, c'est parce que les stocks étaient insuffisants. Apple a pensé que l'iPhone 5c allait mieux se vendre que le 5s et c'est le contraire qui s'est produit. Mais les courbes sont à la hausse de trimestre en trimestre.

Sur quelles tendances mise le groupe pour l'avenir ? Sa future montre iWatch ? Son projet de télévision ?

Apple ne sortira pas une simple montre comme Sony et Samsung. Ils vont se diriger vers l'univers des objets connectés qui renseignent l'individu sur lui-même. Sinon, pourquoi auraient-ils recruté la personne qui, chez Nike, était en charge du bracelet captant différents paramètres lorsque vous faites du jogging. La fameuse télévision d'Apple ne sera pas juste une télévision avec un OS qui permet de faire de multiples choses. Ce sera autre chose. Quoi ? Personne n'a la réponse aujourd'hui. Des accords ont aussi été passés pour pousser l'intégration de l'iPhone dans les voitures. Je pense qu'Apple attaquera aussi le secteur du paiement sécurisé. Le bouton qui permet de reconnaître votre empreinte digitale sur l'iPhone 5s ne sert tout de même pas juste à ce que votre téléphone vous reconnaisse !



BENOÎT OCTAVE

Observateur des tendances du monde numérique

“Innover tous les six mois, c'est infaisable.”

Ce sont ces visions qui font la force d'Apple ?

Effectivement. Et ces visions mettent plusieurs années à se concrétiser en produits ou en services. Cela se fait par étapes. Pour aboutir à l'iPhone, Apple a d'abord conclu un accord avec Motorola qui a fabriqué un GSM pouvant accueillir 100 titres de musique. Pas davantage pour ne pas cannibaliser le projet du groupe qui était déjà bien avancé. Après cette expérience, Apple a débarqué avec son iPhone qui n'était pas en plastique, sans boutons et sans antenne contrairement aux autres GSM de l'époque. Idem pour la vente de musique et de livres sur l'iTunes Store. Il a fallu des années avant que les maisons de disques, les éditeurs, etc., lâchent prise et acceptent la plateforme. Pour conquérir ce marché, Apple est arrivé avec l'iPod qui a flingué le Walkman tout-puissant à l'époque.

Impossible d'innover à tour de bras ?

Innover tous les six mois, c'est infaisable. Il faut absorber les coûts de recherche et développement, tester et regarder comment le public s'approprie les créations.

Est-ce qu'Apple a toujours le feu sacré malgré la disparition de son visionnaire, Steve Jobs ?

Il reste des domaines pour lesquels Steve Jobs avait livré sa vision et qui n'ont pas encore abouti en termes de produit ou de service. L'entreprise n'est donc pas exsangue en matière d'idées pour les deux années à venir. Au-delà, il y a dans cette entreprise de nombreuses personnes qui n'ont peut-être pas le charisme de Steve Jobs, mais qui sont loin d'être des cinglés. Apple n'est en tout cas pas sur une pente descendante en termes d'idées.

La présence d'un concurrent comme Google est-elle une bonne chose pour Apple ?

La concurrence, c'est un moteur de l'innovation. En situation de monopole établi, on peut s'essouffler et ne plus avoir le feu sacré pour se dépasser et être les premiers à proposer quelque chose qui sorte du lot.

Entretien : Charles Van Dievort