

Mac : Apple en bout de course ?

Mac et Linux

Posté par : JerryG

Publié le : 7/11/2012 15:00:00

Les ventes records de l'iPhone 5 et le lancement attendu de l'iPad mini ne sauraient masquer cette question : après avoir créé le marché des Smartphones et des applications mobiles, Apple a-t-il définitivement perdu sa place de leader incontesté ?, nous confie **Jules Minvielle**, Président et Fondateur de Surikate

La part de marché d'Apple sur le marché des Smartphones a atteint 14,9% au troisième trimestre 2012, contre 16,9% au trimestre précédent. Selon les estimations publiées par le cabinet de recherche IDC le 1er novembre dernier, le système d'exploitation Android de Google équipe désormais 75% des appareils, soit 136 des 182,1 millions de Smartphones vendus dans le monde au troisième trimestre. La marque à la pomme, connue pour la fidélité quasi-religieuse de ses utilisateurs, les fascinerait-elle moins aujourd'hui ?

Un rapport de Strategy Analytics paru la semaine dernière met en évidence le fait qu'Apple ne serait plus autant vu comme le leader de l'innovation qu'il était il y a encore quelques mois. Il démontre en effet que la loyauté des utilisateurs d'iPhone recule. Ainsi, aux Etats-Unis, les utilisateurs d'iPhone prévoyant de rester fidèle à Apple lors de leur prochain achat sont aujourd'hui 88%, alors que ce chiffre était de 93% l'an passé. En Europe occidentale, cette proportion plonge de 12 points (de 88 à 75%). Certes, la chute n'est pas anormale et le nombre de possesseurs d'iPhone continue d'augmenter, mais cette baisse semble marquer un signe avant-coureur.

D'autant plus que le nombre de Smartphones vendus n'est pas la seule bataille perdue récemment par Apple. Deux autres batailles ont été gagnées également.



La première est hautement symbolique : il s'agit du nombre d'applications disponibles sur le store. Même si une étude d'Advent a montré qu'une grande partie des applications disponibles sur les stores n'ont jamais été téléchargées (applications dites « mortes » ou « zombies »), le nombre d'applications disponibles a toujours été un argument marketing pour Apple. Et avec les 700 000 applications disponibles sur Google Play, soit autant que sur l'App Store, les consommateurs ont aujourd'hui un choix qu'ils n'avaient pas auparavant.

La seconde se situe également sur le terrain des applications. Après avoir tenté de se passer de Google pour son application de cartographie, **Tim Cook** a dû présenter ses excuses aux utilisateurs : la nouvelle application « Plans » intégrée par défaut dans les iPhones présentant de nombreuses erreurs et approximations qui provoquent des réactions dont Apple n'était pas coutumier.

Il est très surprenant qu'Apple laisse penser, à travers ses récentes décisions, qu'il n'a pas pris la mesure de la situation. Les ventes de l'iPad mini nous diront si le choix était le bon. Mais le maintien d'un prix élevé, supérieur à la concurrence pour une tablette de taille similaire et dont l'écran semble devoir certains commentateurs spécialisés, a surpris.

C'est dans ce contexte qu'Apple a publiquement les [nouvelles conditions tarifaires de son AppStore](#), applicables à certains pays, majoritairement de la zone Euro. Principal enseignement : les tarifs des applications payantes et de l'achat in-app augmentent. La première tranche qui était de 0,79 € passe à 0,89 € ; la seconde passe de 1,59 € à 1,79 €, la dixième de 7,99 € à 8,99 €, etc.

Ces augmentations ont été justifiées par les variations des taux de change euro/dollar. On peut également y voir la volonté d'Apple de faire un geste envers les actionnaires en augmentant ainsi leurs revenus. Mais malheureusement, une fois encore, cette réforme tarifaire aura été réalisée sans concertation. La hausse est certes très faible en valeur (de quelques centimes à quelques euros d'augmentation), mais non négligeable en proportion (12,5% en moyenne). Même s'ils bénéficient en partie de cette hausse des prix, les actionnaires sont mis devant le fait accompli. Et au final, ce sont les consommateurs qui vont en assumer les conséquences.

Apple peut-il encore se permettre ce type de décision dans un contexte de plus en plus concurrentiel ?

Pour le moment, les chiffres parlent d'eux-mêmes : même si la proportion d'iPhones dans le parc mondial de Smartphones diminue, Apple a en vendu 58% de plus que l'an dernier à la même période. Les ventes record de l'iPhone 5 ne laissent pas présager une mort soudaine, loin de là, car, dans le même temps, les ventes d'iPad ont augmenté de 26%, même si là encore Apple n'est plus aussi dominateur qu'avant.

Avec la sortie de Windows 8, les prévisions de l'IDC désignant Apple comme troisième acteur en 2016, derrière Google et Microsoft sont-elles en train de se réaliser ?

Apple est tout à fait conscient que pour conserver son avance de leader et ne pas voir le marché qu'il a créé lui échapper, son salut passe par l'innovation. C'est ce que tous les utilisateurs d'iPhone attendent, sous peine de rejoindre rapidement la communauté des androïdotes.