
Avec l'iPhone, Apple compte réinventer la téléphonie mobile

Description

Présenté le 9 janvier 2007 pour l'ouverture du salon MacWorld à San Francisco, l'iPhone d'Apple est un téléphone multimédia regroupant les fonctions de téléphonie classique et celles de l'iPod, le baladeur numérique, produit phare du groupe, qui a dépassé et dépassera à plus de 100 millions d'exemplaires depuis son lancement. Avec l'iPhone, Apple compte « réinventer le téléphone », comme il est précisé sur le site du groupe, en le transformant en plate-forme multiservice. De ce point de vue, l'iPhone apparaît, à l'instar de l'iPod lors de son lancement, comme un pari sur l'avenir, anticipant une évolution des usages où les consommateurs, rompant avec les habitudes héritées du monde analogique qui associaient une fonction à un usage, s'approprieraient désormais des terminaux à tout faire. L'iPhone sera vendu en deux versions, une à 500 dollars et une à 600 dollars, dès le mois de juin 2007 aux Etats-Unis auprès des abonnés de Cingular. Il sera proposé aux consommateurs européens pour Noël 2007. Apple a également annoncé compter vendre 10 millions d'iPhone avant la fin de l'année 2008.

Mais la commercialisation sous le nom iPhone de ce nouveau téléphone multimédia, qui reprend le préfixe utilisé par les produits Apple, à l'instar de l'iMac, l'iBook ou l'iPod, aurait pu ne jamais avoir lieu. En effet, la marque iPhone appartient à Cisco depuis que l'entreprise a racheté, en 2000, la société Lynksys commercialisant une ligne d'appareils téléphoniques sous ce nom. Apple et Cisco étaient toutefois en négociation depuis 2006 pour s'accorder sur un partage de la marque iPhone quand Steve Jobs, le patron d'Apple, a présenté son nouveau téléphone multimédia sans attendre d'avoir conclu un accord, ce qui a conduit Cisco à immédiatement porter plainte contre Apple. Finalement, fin février 2007, les deux groupes sont parvenus à un accord stipulant que « les deux entreprises sont libres d'utiliser la marque iPhone pour leurs produits dans le monde entier ». Ils annonçaient en outre à cette occasion une collaboration dans la sécurité et les communications pour le grand public, ainsi que la recherche d'interopérabilité entre leurs produits.

Cette stratégie, d'ordinaire étrangère à Apple dont les ordinateurs ont utilisé un système d'exploitation longtemps incompatible avec son concurrent Windows, dont les fichiers musicaux téléchargés sur iTunes ne peuvent être lus que par l'iPod, constitue à l'évidence une évolution significative de la marque à la pomme. Elle permettrait ainsi de faire communiquer les deux types d'iPhone, les téléphones sans fil communiquant sur IP de Cisco et le téléphone multimédia d'Apple passant par le réseau classique de téléphonie mobile.

Apple devra également faire face à la concurrence des constructeurs asiatiques qui ne comptent pas le laisser s'emparer du secteur haut de gamme de la téléphonie mobile, comme a pu le faire l'iPod

par rapport aux autres baladeurs. Ainsi, le CTIA, le salon américain consacré à la téléphonie mobile, qui est tenu fin mars 2007 à Orlando, en Floride, a l'occasion, pour les concurrents d'Apple, de présenter leurs propres téléphones à tout faire, qu'il s'agisse du mobile multimedia Ocean, proposé par le Corel en SK Telecom, associé à l'opérateur EarthLink, ou encore de l'UpStage, le téléphone multimedia de Samsung, aussi petit qu'un iPod Nano et qui utilise les deux faces du portable, une pour la téléphonie, l'autre pour l'écran vidéo et l'écoute de musique.

Sources :

- « iPhone : Cisco accorde un délai à Apple », Carole Papazian *Le Figaro*, 19 février 2007.
- « iPhone : Apple et Cisco trouvent un accord », *Le Figaro*, 23 février 2007.
- « Cisco et Apple vont partager la marque iPhone », Solveig Godeluck, *Les Echos*, 23-24 février 2007.
- « Les fabricants de mobile peaufinent leur riposte au futur iPhone d'Apple », Michel Ktitareff, *Les Echos*, 2 avril 2007.

Categorie

1. Techniques

date création

20 mars 2007

Auteur

alexandrejoux