

Apple autorise la commercialisation de contenus depuis l'iPhone App Store

Apple ouvre un peu plus sa plate-forme applicative App Store. La firme de Cupertino a annoncé, vendredi 16 octobre, qu'elle autorisait désormais les entreprises à **commercialiser des services fournis par des applications gratuites** proposées sur l'Apple Store, la vitrine d'applications dédiées à l'iPhone et l'iPod Touch.

Un **revirement stratégique** dans la mesure où Apple avait jusqu'alors interdit la commercialisation de contenus payants fournis par l'intermédiaire d'applications gratuites. Introduite avec l'iPhone OS 3.0, la possibilité de commercialiser des contenus était réservée aux applications payantes. Ce qui n'incite pas toujours l'utilisateur à consommer ledit contenu. La nouvelle politique commerciale pourrait donc offrir aux producteurs de contenus (dont la presse en ligne) un nouveau canal de distribution de leurs produits et, donc, un nouveau modèle économique.

Pourquoi un tel revirement de la part d'Apple? D'abord, Cupertino compte bien **conserver la place de numéro un** des applications pour smartphone (il en a distribué plus de [2 milliards](#) en à peine trois ans). Du coup, face à la concurrence très active des Android Market, Blackberry App World, Nokia OVI et autres Microsoft Marketplace, souvent plus ouverts dans leurs conditions d'utilisation, Apple n'a d'autre choix que d'assouplir un peu ses règles pour ne pas faire fuir les développeurs. Enfin, Adobe a récemment présenté un moyen pour faire exécuter des [applications Flash sur l'iPhone](#) alors qu'Apple ne veut pas en entendre parler. Applications qui pourraient contourner les règles de Cupertino en termes d'accès aux contenus.

Enfin, cette ouverture est proposée à quelques mois, probablement, de **l'arrivée de la tablette d'Apple**. Plus qu'un ordinateur au sens complet du terme comme en propose notamment [Archos](#), la tablette à la pomme se [rapprocherait plus d'un e-book](#) doublé d'une interface de navigation Internet. Du coup, Apple aurait tout intérêt à laisser les éditeurs proposer des applications gratuites pour vendre des contenus qui seront notamment consultables sur sa tablette. Apple négocierait actuellement en ce sens avec les éditeurs.

Il restera cependant à **confirmer cette stratégie** et à en vérifier la pertinence. Les tablettes PC n'ayant, jusqu'alors, pas réussi à trouver leur public. Apple fera-t-il de sa tablette attendue début 2010 et couplée à l'App Store ce qu'il a réussi avec le couple iTunes et l'iPod/iPhone? Ne doutons pas qu'Apple, et notamment Steve Jobs de retour aux commandes de Cupertino, doit tout mettre en œuvre pour y parvenir.