

De la santé à l'horlogerie de luxe, Apple investit tous les marchés

Le lundi 9 mars, **Apple** a organisé un évènement inédit. Première annonce, le développement du réseau de distribution de la société **en Chine**. Une nouvelle boutique au lac de l'Ouest de la ville de Hangzhou complète un dispositif comprenant maintenant 21 commerces. Et la firme compte poursuivre son extension en Chine. À ce jour, Apple dispose de **453 boutiques**, réparties dans 16 pays, avec bien évidemment une très forte présence aux États-Unis.

Deuxième annonce de la journée, **l'abaissement du prix de l'Apple TV**. Accessible pour 79 euros, ce produit se veut plus accessible et pourrait intéresser ceux disposant déjà d'une autre *set-top box*. Avec 25 millions d'utilisateurs, le succès est loin de se montrer massif pour l'Apple TV, qui espère maintenant se faire une place dans le salon en jouant la carte des services exclusifs accessibles sur une *set-top box* peu onéreuse.

Apple Pay au secours d'iOS

Apple insiste sur le succès de son iPhone : taux de satisfaction extrême, croissance sans précédent et **plus de 700 millions de smartphones** vendus depuis juin 2007. Un brin de méthode Coué pour la firme, qui oublie un peu vite que sa plate-forme iOS est aujourd'hui très loin derrière Android. Mais la société de Cupertino a une arme secrète ; le service de paiement Apple Pay.

Apple Pay est accepté par plus de 2500 banques et utilisable dans près de 700 000 points de vente. Si la firme est surtout présente sur le marché du paiement aux États-Unis, elle ne cache pas ses ambitions pour l'Europe.

Le paiement n'est pas la seule industrie qu'investit aujourd'hui Apple. Il y a également la domotique, avec **HomeKit**, l'automobile, avec **CarPlay**, et la santé avec **HealthKit**. Une offre forte aujourd'hui de plus de 900 applications.

Faciliter la recherche médicale

La firme souhaite aller encore plus loin avec **ResearchKit**, un kit de développement dédié aux applications de recherche médicale. Les données des *devices* pourront servir de base de travail aux chercheurs, ouvrant ainsi de nouvelles voies au monde médical.

Notez que la participation aux sondages, études cliniques et programmes de recherche mis en place via le ResearchKit est basée sur le volontariat. Aucune donnée n'est donc enregistrée sans l'accord de l'utilisateur. Cinq applications sont aujourd'hui en ligne sur l'App Store, avec comme cibles **l'asthme, le cancer du sein, le diabète, les maladies cardiovasculaires et la maladie de Parkinson**. ResearchKit sera ouvert plus largement aux développeurs en avril, sous licence open source.



Concurrencer les horlogers !

La grosse annonce de la journée n'intéressera pas directement les professionnels, mais se doit d'être citée : **la Watch, la montre connectée d'Apple**. La firme de Cupertino ne cherche pas seulement à se positionner sur le marché naissant des montres intelligentes. Elle vise directement les acteurs du monde de l'horlogerie, avec un produit dont certains modèles pourront être classés dans les offres de luxe, comme **l'Apple Watch Edition**, avec son boîtier en or (jaune ou rose) 18 carats et son prix atteignant les **11 000 euros**.

La Watch se veut le complément idéal des smartphones et tablettes de la firme, mais également un outil dédié au monde de la santé, avec ses multiples capteurs intégrés et des applications dédiées, développées à l'aide du **WatchKit**. La firme crée ainsi des ponts entre différentes industries, grâce à la technologie. Seul vrai défaut de la Watch, son autonomie : **18 heures**. On remontait les montres chaque jour ; il faudra maintenant les recharger. Précommande à partir du 10 avril, avec une commercialisation prévue à compter du 24 avril.

À lire aussi :

[Apple passe le cap des 700 milliards de \\$ de capitalisation boursière](#)

[Une voiture sans conducteur signée Apple ?](#)

[Un iPhone étanche en prévision chez Apple ?](#)