

# Le Gartner dénonce l'iPhone et doute de l'impact d'Android

Le Gartner retoque Apple. Rappelons-nous que lors de la sortie hyper-médiatisée de l'iPhone, l'institut avait alerté les entreprises, estimant que le combiné pouvait « être dangereux », s'il était utilisé dans un cadre professionnel.

Aujourd'hui, avec la disponibilité prochaine d'un [kit de développement \(SDK\) étiqueté Apple](#), et dédié à l'iPhone, qui va permettre à terme de « bidouiller » le combiné hybride téléphone baladeur et le transformer en un outil approprié à un usage professionnel, le Gartner renouvelle ses inquiétudes.

D'après Ken Dulaney, un analyste émérite de l'institut, « on ne peut toujours pas recommander l'iPhone dans le cadre d'une utilisation « corporate »...même avec ce SDK. »

Dans une lettre ouverte, Dulaney met en exergue les fonctionnalités manquantes sur lesquelles Apple doit travailler afin de convertir le terminal en un incontournable du business. Des idées que la firme à la pomme devrait méditer.

Dulaney estime que l'iPhone devrait pouvoir être contrôlé à distance et « wiped », c'est-à-dire effacé intégralement. Une mesure de sécurité indispensable que l'on retrouve notamment sur les modèles de Palm. Il recommande aussi la mise en place d'un système de création de mots de passe complexes.

Il dénonce également l'utilisation obligatoire de la plate-forme iTunes pour synchroniser l'équipement avec un ordinateur. Enfin, l'analyste conseille à Apple de permettre la synchronisation « over-the-air » d'outils comme le calendrier ou le gestionnaire d'informations personnelles (PIM).

Si Dulaney paraît dur dans ses propos il a tout de même cherché à minorer ses critiques estimant que l'iPhone d'Apple avait totalement révolutionné l'ergonomie des téléphones.

## **Android se fait aussi épingle**

Et Dulaney poursuit sur son élan, exprimant ses doutes sur la plate-forme ouverte pour les smartphones que confectionne Google : Android.

Il a ainsi comparé Android au dernier représentant des OS linux pour Mobile. Des solutions encore peu utilisées et qui sont souvent critiquées par les industriels du secteur.

Dulaney pense tout de même qu'Android va connaître un bon taux d'adoption (d'ici deux ou trois ans), mais là encore, il ne recommande pas cette solution pour les entreprises.

Il avance plusieurs arguments, d'abord que la firme de Mountain View a toujours ciblé le grand public et n'est pas une spécialiste des solutions d'entreprises.

Ensuite, Android va certainement servir de support publicitaire pour le champion des cookies. Et « l'advertising mobile » comme disent les Américains, a cette particularité d'être particulièrement

intrusif, surtout dans le cadre d'un usage pro.