

« L'iPhone 5 va faire un carton »

« Il ne peut pas y avoir de révolution tous les jours, commente **Roberta Cozza**, directrice de recherche au Gartner, à propos de l'iPhone 5. Mais plusieurs des nouvelles caractéristiques vont faire la différence. » Des caractéristiques qui permettent à Apple de « conserver sa principale richesse qui est l'expérience utilisateur ».

Une expérience enrichie avec un écran 4 pouces inférieur aux 4,3, voire 4,7 et plus, de la concurrence ? « Il y a clairement un marché pour le 4 pouces mais Apple va plus loin », commente l'analyste. Pour elle, c'est la qualité et le format 16/9e qui distingue l'iPhone 5 plus que la taille de l'écran. « L'écran reste magnifique, le design plus fin et son poids allégé est très agréable », commente Roberta Cozza qui nous dit avoir eu l'occasion de tenir le combiné en main. « La crédibilité d'Apple n'est pas remise en cause, l'iPhone reste un produit luxueux. »

La fidélité au bout de l'expérience de l'utilisateur

Un point de vue également partagé par **Francisco Jeronimo**, analyste chez IDC. « Apple a compris que l'écosystème et l'expérience utilisateur sont appréciés des consommateurs et assurent leur fidélité. [...] Si Apple décidait de lancer tous les ans un nouveau produit en rupture avec les précédents, cela créerait de la complexité et ennuerait les consommateurs, particulièrement les moins techniques – qui constituent la majorité des clients. »

L'analyste du Gartner ne doute pas du futur succès du produit. « Ce sera clairement un hit, la différence entre l'iPhone 5 et l'iPhone 4S est clairement plus évidente que celle entre le 4S et le 4. L'écran fait toute la différence. » Nouveau processeur plus puissant, nouvelle caméra 8 mégapixels et support du LTE complètent la mise à niveau technologique.

La concurrence va réagir

Néanmoins, Apple devra batailler dur avec la concurrence. Selon Roberta Cozza, « l'iPhone 5 va mettre la pression sur le marché Android malgré le niveau de prix » (679, 789 et 899 euros les versions 16, 32 et 64 Go respectivement, sans subvention opérateur). Pour Francisco Jeronimo, ce sera plus dur. « L'iPhone 5 ne propose aucun service ou fonctionnalité absente de l'offre concurrente. L'expérience et l'écosystème sont peut-être meilleurs mais ceux qui ont basculés d'un iPhone à un appareil concurrent ne verront pas de raison majeure de revenir chez Apple grâce à ce nouvel appareil. »

D'autant que la concurrence ne va pas rester immobile. « Samsung va continuer à investir massivement au niveau des points de vente avec des commissions plus généreuses, des promotions et des campagnes publicitaires, sans parler des baisses de prix attendues sur les Galaxy S3 et S2. » La bataille des ventes de fin d'années est repartie.