

TRIBUNE : la technologie, c'est trop compliqué !

Le monde des technos s'enthousiasme autour des dernières annonces du CES de Las Vegas, mais on en oublierait presque l'essentiel, le consommateur. Qu'en pense-t-il, lui à qui l'on demande de délier les cordes de sa bourse pour acheter le dernier gadget numérique, un téléphone mobile tactile et musical marqué d'une pomme, ou de changer son PC pour accueillir les délires visuels d'un Vista ?

Une étude américaine de Hill & Knowlton, réalisée par Penn, Schoen & Berland, vient relativiser notre vision du numérique de salon et de l'électronique domestique. Savez-vous que la quasi totalité des consommateurs sont incapables de définir l'expression même de la 'maison numérique' ?

Imaginons maintenant que notre consommateur puisse au moins décrire cette 'maison numérique', que lui vient-il à l'esprit. L'étude est très claire sur ce plan : pour 90 % des consommateurs, c'est très cher. Et pour 66 %, c'est trop compliqué à installer !

Là, on ne comprend plus. Cher? Certes les dernières technologies le sont, encore, mais on nous promet que plus nous consommerons et moins elles ne seront. On sait ce qui nous reste à faire !

Mais la complexité, là le consommateur se heurte de plein fouet à l'industriel qui pourtant nous le promet tous les jours, c'est simple, si simple, et encore plus simple à chaque annonce ! Et bien non, et l'étude nous le rappelle, les technologies ne sont pas simples, et elles continuent de faire peur?

Si l'on demande au consommateur ce qu'il souhaite faire avec sa télévision en dehors de regarder les chaînes du câble ou du satellite, il vous répondra à 35 % brancher un de ses appareils de loisir, un lecteur DVD, une console de jeu. A 29 % il voudra se connecter à internet, à 28 % regarder des photos, et à 28 % en faire un écran pour son ordinateur.

Tient, et si on lui demandait ce qu'il veut faire de son ordinateur, en dehors des jeux, de son courrier et de ses mails ? A 44 % il veut regarder les programmes de télévision en ligne, à 41 % créer de la vidéo ou de l'audio, à 38 % regarder ou enregistrer les programmes du câble ou du satellite, et à 25 % prendre le contrôle des appareils de loisir.

C'est là toute l'ambiguïté des technologies. Si on a une télévision, on voudrait tout mettre dessus, et si on a un ordinateur, on voudrait en faire une télévision ! Alors, si on en croit la conclusion de l'étude de Hill & Knowlton, il n'y a qu'une issue, l'IPTV, le mariage de la télévision et de la technologie internet.

Ça tombe bien, c'est ce que l'industrie veut nous vendre !

Et maintenant, regardez la télécommande de votre téléviseur. Pas la toute simple à six boutons, celle qui est livrée avec l'appareil et qui vous permet de la piloter. Savez-vous à quoi servent tous ces boutons ? Non, bien sûr, pour la majorité d'entre eux?

Et maintenant, prenez votre boîtier ADSL avec le bouquet de télévisions. Vous voyez votre télécommande ? Comparez là avec celle de la télé, et maintenant demandez vous pourquoi il y en a deux fois plus et à quoi ils servent ? Non, pas les informations sur les programmes, le son et les chaînes, les autres boutons tout autour ?

Vous croyez qu'une fois qu'on aura vidé sa tirelire pour offrir à notre téléviseur, un magnétoscope, un DVD, un décodeur numérique, un décodeur TNT, un PC, un Vista, un antivirus, un anti-spam, un contrôle parental, un clavier, une souris, un écran tactile, un disque dur externe, une console de jeu, portable et de salon, un boîtier ADSL, un routeur WiFi, un téléphone, non deux, ou trois, un baladeur, une caméra numérique, une webcam, un appareil photo, etc., etc., ce sera plus simple ?

Merci à l'étude de Hill & Knowlton de nous rappeler que tout ça c'est le futur qui se met en place aujourd'hui, mais surtout de nous rappeler que tout ça c'est cher et c'est compliqué. A moins de passer un diplôme d'ingénieur en maison numérique. Ou de rendre la matière obligatoire à l'école ?