

IPAD JOUR ZÉRO

LE 5 AVRIL 2010 MARTIN LESSARD

On se réveille un jour et le monde a changé. L'iPad espère créer cette impression aujourd'hui, jour de son lancement. Réflexion autour d'un petit café pour ceux qui sont loin du centre du monde (c'est-à-dire un Apple Store américain).



On se réveille un jour et le monde a changé. L'iPad espère créer cette impression aujourd'hui, jour de son lancement. Réflexion autour d'un petit café pour ceux qui sont loin du centre du monde (c'est-à-dire un Apple Store américain).



L'iPad possède un avantage certain, **relève Doc Searls sur son blogue hier** : il arrive avec 100 000 applications prêtes à l'emploi. Bien sûr, dit-il, la première version, comme toutes les premières versions (voyez l'iPhone première génération), sera rapidement démodée et ressemblera à une antiquité dans un an.

Cela n'empêche pas les fans de faire la file pour s'en procurer, **raconte Michel de Guilhermier**, à 1 heure du matin ce matin, sur 5e Avenue à New York, près de soixante personnes étaient déjà en place devant l'Apple Store. Pour les réactions à chaud dans la file ou à l'ouverture des portes, une **collection de canaux vidéo en direct** saura vous combler, dont celui d'ubiquiste et ineffable Scoble.

Ceci est mon iPad, livré pour vous. iMen!

« iPad, c'est notre technologie la plus avancée dans un appareil magique et révolutionnaire, à un prix incroyable », avait déclaré Steve Jobs au dévoilement en début d'année.

Sera-elle la technologie miracle qui fera consommer le grand public le contenu numérique des médias traditionnels ? Son écran tactile, le WiFi, l'autonomie de la batterie et l'ergonomie de l'acquisition de contenu payant (aka l'App Store) et son bas coût (500 \$ US pour le modèle d'entrée) sont autant d'arguments en sa faveur.

Le Kindle, maître incontesté du marché avant la sortie de l'iPad, est maintenant un artefact qui semble avoir appartenu à l'homme du Néandertal. Je crois qu'il y a un momentum sur le marché. Apple, en gonflant l'iPod Touch en iPad (c'est foncièrement le même appareil, mais en plus large), s'avance en terrain connu et décoiffe tous les concurrents actuels.

Est-ce le succès miracle donc ? Je n'ose pas m'avancer. Je crois que l'iPad a toutes les caractéristiques pour révolutionner l'industrie du contenu. Mais en cette matière, ce sont les consommateurs qui décident du marché. Que le produit soit révolutionnaire ou non. On verra avec l'adoption... et la réaction de la concurrence.

Les voies impénétrables d'Apple

Dans la file d'attente, à New York, il y aura Benoît Raphaël, qui pense que Steve Job aurait « peut-être encore mis le doigt sur le point de rupture d'une nouvelle révolution. Mais de quelle révolution parle-t-on ? »

Il a écrit cette semaine, à propos du « frisson irrationnel » qui parcourt l'industrie médiatique « J'ai même entendu (de mémoire) : le web, c'est fini. C'était un mauvais cauchemar. Nous allons pouvoir nous remettre au travail comme avant et vendre nos journaux. L'iPad, c'est le nouveau kiosque à journaux. » (**source**)

Mais il met un bémol.

Attention à la consanguinité

Avant toute chose, tout comme lui, je suis convaincu que le système de micropaiement offert par le système de l'App Store (déjà présent sur l'iPhone et ayant déjà quasiment avalé toute l'industrie de la musique avec l'iTunes) fera en sorte que les utilisateurs paieront pour du contenu numérique.

C'est en effet un kiosque unique global. L'App Store, qui prendra 30 % de commission au passage (comme c'est déjà le cas pour les applications iPhone), est le seul canal de distribution possible. **Une ruée vers l'or ?** Apple s'en frotera les mains.

Mais la vraie révolution de l'iPad, comme l'explique Benoît Raphaël, c'est l'interface, pas l'accès au contenu. « Nous sommes passés de l'ère du site web, à celle du portail, puis à celle de l'info liquide. Les supports nomades tactiles signent le retour de l'interface. Une interface qui ressemble à la "vraie vie", qui nous rapproche des gestes quotidiens... [...] Ce n'est en effet pas tant le contenu que l'on va vendre, que l'usage appliqué à ce contenu facilité par l'interface. » (**source**)

Mais les médias traditionnels, presse papier et audiovisuel, qui s'empresseront de pousser leur contenu tel quel sur l'iPad seront fort déçus. Le packaging devra être revu sous peine de non-recevoir de la part des usagers. Une interface agréable, comme pour les magazines. C'est que les gens achèteront. Le contenu brut, sans valeur ajoutée, porté tel quel sur l'iPad, comme le contenu qui l'a été jadis sur le web, n'aura pas de valeur.

Ce qui aura de la valeur, comme le suggère Benoît Raphaël, c'est l'hyperconnectivité, les réseaux sociaux et l'interconnexion des datas.

Exemples d'interface iPad, par industrie

- [vidéo] Magazine **Wired**
- [vidéo] Chaîne spécialisée : **Sport Illustrated**
- Comic book : **Marvel**
- [vidéo] Jeu de course : **Real Racing HD**
- [vidéo] Journal : **Wall Street Journal**
- [vidéo] Bourse : **E*Trade Mobile Pro**
- [vidéo] Jeu de table : **Scrabble** (avec le iTouch)
- [vidéo] Navigation web : **Safari**
- [vidéo] Courriels : **Mail**

Mais la rébellion se prépare

Aussi bon soit-il, l'iPad n'arrive pas seul sur un terrain vide : même si Apple contrôle toute la verticalité de son écosystème (de ce qui entre via les App Stores et jusqu'aux périphériques), des joueurs à l'horizontale, nous rappelle Doc Searl, entreront probablement dans le jeu très rapidement avec Android et Sebian (qui sont des OS qui peuvent rouler sur d'autres tablettes).

Ce qui se joue ici est la liberté d'accès au contenu. L'iPad sera sûrement fantastique, mais Apple ne me laissera pas jouer avec ce que je veux et de la façon que je le veux. C'est une prison dorée pour contenu riche.



Billet initialement publié sur Zéro seconde

D'autres points de vue sur l'iPad : Les mirages de l'iPad ; Trouver un jeu de mot avec "iPad", en guise de titre ; Kind(le) of a(n) l)pad : du passé faisons tablette rase ; Apple iPad : analyse d'une déception logique ; La presse court derrière la Tablette comme un canard numérique sans tête



PIERRE MANGIN

le 5 avril 2010 - 20:16 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



C'est curieux mais je ne parviens pas à envisager cet iPad comme un progrès pour le plus grand nombre, mais plutôt pour les installateurs de péages tous azimuts. Non pas "plus de partage", ou "plus d'échanges", mais "plus de contrôle"... Dans la grande tradition d'Apple d'ailleurs. L'iPad a-t-il des prédispositions pour le peer-to-peer ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE