

**iPhone 6 Plus : la première phablette Apple**  
**Jean-François Nogier, Henri Rouillier, Nouvel Observateur, Septembre 2014**

Avec ses iPhone 6 et iPhone 6 Plus (qui font respectivement 4,7 et 5,5 pouces), Apple a prouvé sa volonté de se positionner sur un marché duquel il était pour le moment absent. L'attrait qu'a suscité la dernière version de l'iPad Mini n'y est probablement pas pour rien. Les premiers chiffres de ventes montrent d'ailleurs qu'Apple n'a pas eu tort...

Le format phablette – s'il est surprenant pour tout le monde au premier abord (comment peut-on téléphoner avec une raquette de ping-pong ? comment l'utiliser convenablement avec une seule main, sans risquer un syndrome du canal carpien ?) – a su s'imposer via le Galaxy Note de Samsung, dont le premier modèle est sorti en 2011.

Pourquoi ? Eh bien parce que nos téléphones ne servent plus seulement à téléphoner. Consulter des pages internet, faire des photos ou des vidéos, prendre des notes... On est content d'avoir de grands écrans connectés pour ces (plus si) nouveaux usages, quand la plupart des tablettes vendues ne sont pas équipées de réception cellulaires.

Apple a donc joué la carte habituelle du pragmatisme et attendu que le marché se stabilise avant de l'investir. Le seul risque pour eux – il faut le mentionner –, c'est que ces nouveaux iPhone cannibalisent la clientèle de l'iPad Mini...

Néanmoins, ces sorties n'ont pas été de tout repos pour Apple puisque de nombreux internautes ont soulevé des problèmes de fragilité. En effet, certains des iPhone 6 Plus commercialisés se seraient pliés dans les poches avant de leurs propriétaires, alors qu'ils étaient eux-mêmes assis.

Cela pose bien évidemment une question de pérennité du produit. Impossible de ne pas penser à l'obsolescence programmée... Pourtant, je suis certain que ce défaut, que les internautes pointent, ne va que très faiblement influencer les ventes de l'iPhone 6 Plus, et ce pour plusieurs raisons.

Dans un premier temps, l'iPhone – tout comme l'Apple Watch, par exemple – est un objet de mode et un objet de luxe, c'est un bijou. Le posséder, c'est être titulaire d'un certain capital technologique, symbolique et donc social. Il fait l'objet de convoitises. Sa fragilité ne peut en aucun cas surpasser cette charge.

D'autre part, les consommateurs d'iPhone (et d'autres smartphones) sont tout à fait prêts à dépenser ou à investir pour protéger leur téléphone. Assurances, coques en tous genres, la fragilité du produit est quelque chose qu'ils ont intégré, intériorisé. À cela s'ajoute aussi le fait que prendre soin de son smartphone fait désormais partie des mœurs.

Autre argument ? Sa légèreté. Réussir à produire un téléphone si grand et si léger a du sens pour le consommateur. Il y a une corrélation forte entre le poids physique et la charge cognitive d'un produit high tech : plus celui-ci est lourd, plus l'utilisateur a l'impression que son utilisation est complexe. La légèreté de l'objet renforce l'idée d'une technologie transparente et facile d'accès. L'iPhone 6 Plus pèse 172 grammes, contre 176 pour le Galaxy Note 4.

En bref, il y a quelque chose de très bourdieusien dans l'achat ou non d'un iPhone. Mais derrière Apple se cache aussi un véritable mythe au sens de Roland Barthes : une forme de réalisation suprême de l'être au travers ce qu'il est en mesure de posséder. C'est pourquoi ce #bendgate ne risque pas de mettre à mal les chiffres de ventes de la marque à la pomme.

*Propos recueillis par Henri Rouillier.*

### **À propos d'Usabilis**

Usabilis accompagne les entreprises dans la conception des produits interactifs. Depuis l'analyse de l'usage jusqu'au design graphique des écrans, les ergonomes et les designers d'Usabilis vous aident à réaliser des applications intuitives et esthétiques.

En savoir plus : <http://www.usabilis.com>