

# Apple : une année 2002 sous le signe de la mutation

Dans une économie déprimée, le chiffre d'affaires d'Apple progresse de 7 % sur son année fiscale, qui se terminait fin septembre. Le volume de Mac livrés a presque stagné. Le directeur financier Fred Anderson annonce un bénéfice de 65 millions de dollars (66 millions d'euros) sur 2002. La firme se maintient bien, alors qu'elle fait réaliser à ses clients la migration vers son nouveau système d'exploitation Mac OS X, qu'elle peine à se défendre sur le terrain des performances en raison des processeurs qu'elle utilise, et qu'elle est en train de modifier son modèle de distribution tant aux Etats-Unis qu'en Europe. Les résultats de son dernier trimestre est assez révélateur de ces tendances : Apple a réalisé des ventes atoniques, dégageant des pertes. Rien de bien méchant, mais l'indicateur d'un essoufflement de son activité. Là encore, il faut nuancer : ces derniers résultats s'avèrent particulièrement riches d'enseignements. Dans un déclin des ventes unitaires de Mac, les ventes grand public se portent bien (elles comptent pour 68 % du chiffre d'affaires), quand les ventes professionnelles baissent. L'iPod se présente comme un véritable succès (avec 140 000 unités vendues), et il ne serait pas étonnant de voir la version Windows pour le petit baladeur MP3, lancée en juillet, mais livrée plus tardivement, dépasser les ventes des versions pour Mac dès le prochain trimestre !

Dans le détail, Apple définit un segment iMac composé de l'iMac Classique, de l'iMac à écran plat et du eMac, qui représente à lui seul 43 % des unités livrées. Et le G4 apparaît comme le processeur de choix : 4 iMac sur 10 vendus sont en fait des eMac ! Celui-ci apparaît donc comme le véritable remplaçant du vieil iMac G3, qui tient à lui seul 25 % des ventes. Autant dire que le slogan "Hasta la vista CRT" ("Adieu écran cathodique") lancé par Apple à l'été 2001 peut être mis au rancart ! L'écran CRT reste une valeur sûre, pour le moment. Pour ce qui est du nouvel iMac, il continue de jouer un rôle d'ordinateur moyen et haut de gamme, sa version écran 17 pouces ayant bien marché. L'iBook aussi se porte bien, totalisant 25 % des unités livrées et représentant à lui seul 40 % des ventes à l'éducation.

Les professionnels plus attentistes que le grand public

*C'est du côté des professionnels que les ventes fléchissent : "un de nos segments les plus importants, celui de la publicité, des medias, de la communication, de la presse, traverse actuellement une passe difficile. Les ventes s'en ressentent. Il y a la conjoncture économique, un peu d'attentisme d'une part, sans doute un problème de perception de nos machines, surtout le PowerMac, qui a pourtant évolué en termes de performances, et sans doute une attente de rupture technologique qui n'a pas encore eu lieu. Pourtant nos machines sont passées à deux fois 1,25 GHz, ce qui n'est pas rien. D'autre part, la migration vers Mac OS X demande du temps de la part des entreprises", nous a déclaré Jean-René Cazeneuve, le DG de la filiale française. "Mais la version 10.2 du nouveau système est un véritable succès. On en a distribué 280 000 boîtes, tous les systèmes sont vendus avec, et son taux d'adoption s'avère un bon indicateur de la réussite de la transition".*

La campagne "Switch" porte ses fruits aux Etats-Unis

Mais les faibles résultats sont aussi dus à la forte concurrence des constructeurs et à la

**conjoncture** : *Il y a une véritable guerre des prix et une importante pression sur les marges. Dans ce contexte, nos ventes à l'international ont légèrement fléchi quand celles des USA se sont maintenues. Cela s'explique notamment par la saison des ventes au marché de l'éducation".* Mais pas seulement : les magasins Apple réalisent une percée en participant à hauteur de 7 % aux ventes, alors qu'il n'y en a qu'une quarantaine et que nombre d'entre eux ont moins d'un an ! Enfin, dernière différence notable : les ventes d'Apple aux USA sont sans doute aussi soutenues par la publicité. Près de 40 % des Mac vendus le sont à des clients qui ne l'utilisaient pas avant. Le message d'Ellen Feiss ([voir édition du 4 septembre 2002](#)) et de ses congénères commencerait-il à passer ?