

Il y a 40 ans, le Mac révolutionnait l'informatique

Le premier Mac n'a pas eu un succès retentissant. Pourtant, il a défini ce qu'allait être l'expérience que l'on allait tous avoir des ordinateurs.

THOMAS CASAVECCHIA

Quelle semble loin, l'époque où l'on devait taper des codes obus pour lancer la moindre application sur un ordinateur ou simplement explorer les différents fichiers. Si aujourd'hui on double-clique, qu'on range nos fichiers dans des dossiers... bref que l'on navigue dans un environnement visuel et interactif, c'est en bonne partie grâce au Macintosh, le premier des « Mac » qui fêtera ses quarante ans ce mercredi.

Du Mac, on se souvient du clip publicitaire, réalisé par Ridley Scott, diffusé le 22 janvier 84, en pleine mi-temps du Super Bowl. S'inspirant du roman de George Orwell, il assurait que 1984 serait différent de 1984.

On se souvient peut-être moins de la machine. Surtout si on ne l'a pas connue. Son écran n'était pas le plus beau, il fallait se contenter du noir et blanc. Sa mémoire interne était faible. Son prix était un poil plus bas que ce-

lui de la concurrence. Et encore. Il s'est vendu à quelques centaines de milliers d'exemplaires, noyé par les machines IBM et leurs clones. Pourtant, ses innovations ont tout changé.

« Je me souviens très bien de cette année 1984 », explique Luc Bernard, professeur d'informatique appliquée aux sciences du travail à l'ULB. « Je travaillais sur ma thèse à l'époque. L'université venait de recevoir un Macintosh. Et pour moi, cela changeait tout. Avant, pour lancer un programme ou explorer les fichiers de son ordinateur, il fallait taper des commandes de texte très ésotériques pour le grand public. Ici, en deux clics, je pouvais lancer un traitement de texte et reprendre le travail sur ma thèse. C'était un nouveau monde d'ergonomie qui s'ouvrait. »

Un ordinateur pour la maison, pas pour le bureau

Ça semble avoir toujours existé aujourd'hui, mais le Mac et son système d'exploitation ont inventé les fenêtres et les dossiers. À l'aide de la souris, une autre nouveauté introduite par le Mac, on pouvait naviguer dans cette interface. En un clic, on pouvait utiliser un ordinateur. Même si l'on ne connaissait rien à l'informatique.

Cette vision de l'ordinateur comme un objet destiné à tout un chacun, on

la doit en bonne partie à Steve Jobs, un des cofondateurs d'Apple. Débarqué, en raison de son caractère, de l'équipe qui planche sur le Lisa, l'ordinateur très haut de gamme de la marque, il rejoint l'équipe de Jeff Raskin. Lui, boss sur le Macintosh, du nom de sa variété de pomme préférée. Toutes les idées que Jobs n'a pas pu imposer sur le Lisa, et qui lui ont valu son éviction, il cherche à les implémenter par la force sur le Macintosh. Par orgueil, il veut faire mieux que l'équipe du Lisa.

Et le succès est au rendez-vous. Au départ. En un peu moins de quatre mois de commercialisation, le Macintosh s'écoule à 70.000 exemplaires et puis les ventes ralentissent. Non ventilé, l'appareil a une fameuse tendance à surchauffer, ce qui provoque régulièrement des pannes. Et cela commence à se savoir. En outre, si la machine est un peu moins chère que la concurrence, elle est aussi moins musclée, malgré un processeur dernier cri.

Mais le système d'exploitation des Mac reste un argument de taille puisqu'il a fallu attendre un an et demi – une éternité – pour que la concurrence sorte une autre interface graphique. Ce nouveau venu, baptisé Microsoft Windows, est encore loin d'égaliser la convivialité de l'interface du Mac.

En fait, ce sont deux conceptions de l'ordinateur qui s'opposent. D'une part, Apple produit son matériel lui-même et en parfaite adéquation avec le logiciel. En optimisant de la sorte, la marque s'assure que l'expérience de l'utilisateur soit toujours agréable et que la machine tire profit de tous ces composants. De l'autre côté, Microsoft préfère créer un logiciel compatible avec un maximum de machines. Même si les interactions entre le logiciel et le matériel sont moins bien optimisées en raison d'un nombre de configurations très disparates. « Cette différence de philosophie a toujours persisté. Elle est encore d'actualité aujourd'hui », note Luc Bernard. « Et la conception de Microsoft, en augmentant la compétition entre les constructeurs, a contribué à la démocratisation de ces machines. »

Ainsi, à la fin 1985, les PC s'imposent et le Mac devient un produit de niche. « Les prix des PC, même bien configurés, étaient bien meilleur marché que les Mac. La guerre en matière de volumes de vente était perdue. Et Apple en avait conscience », poursuit le professeur Bernard.

Très populaire auprès des créatifs

Entretemps, Jobs est mis à la porte d'Apple. C'est que travailler pour lui n'est pas simple. « Steve Jobs fait partie de ces managers qui ne s'encombrent guère du principe de réalité », explique le professeur. « Pour lui, les problèmes que peuvent rencontrer les équipes qui essaient d'atteindre son niveau d'exigence n'existent pas. Seul compte le résultat. Une bonne partie des avancées d'Apple sont dues à cette philosophie. »

Évincé, il crée NeXT avec une partie d'anciens d'Apple. La société se concentre sur la recherche et crée des machines impayables pour le commun des mortels, mais dont les technologies développées sont encore en partie utilisées aujourd'hui. En 1996, la boîte est rachetée par un Apple au bord de la faillite et désespérément en quête de nouveautés. Réintégré dans la société qu'il a cofondée, puis rapidement nommé CEO *ad interim*, Jobs lance l'iMac en août 1998. Le renouveau

haut en couleur de la marque à la pomme. Cet ordinateur aux formes arrondies, en plastique coloré et transparent, est un succès instantané, le plus gros d'Apple jusque-là. En quatre mois, il s'en écoule 800.000 exemplaires. La marque renoue avec le profit.

Et le Mac n'a plus jamais perdu en popularité depuis, notamment auprès des professionnels de l'image et de la vidéo qui trouvent dans les ordinateurs de la marque des machines extrêmement puissantes, fiables et qui jouissent d'un design quasi indémodable.

Depuis la fin des années 2000, la gamme doit aussi énormément à l'iPhone qui a servi de cheval de Troie.

Steve Jobs fait partie de ces managers qui ne s'encombrent guère du principe de réalité

Luc Bernard
Professeur d'informatique appliquée aux sciences du travail à l'ULB

”

« Une des grandes forces d'Apple et son coup de génie viennent de la convergence que l'entreprise met en place entre tous ses appareils. Les interfaces des iPhone, des iPad, des MacBook, s'uniformisent de plus en plus. C'est aussi rendu possible par une uniformisation des puces de ces appareils. Aujourd'hui, en effet, toute la gamme Mac utilise des processeurs à l'architecture similaire à ceux des mobiles. Et l'on retrouve

cette même puce dans certains modèles d'iPad. »

Ce sont ces processeurs, créés par Apple, qui font des Mac d'aujourd'hui des machines qui ne font aucune concession en matière de puissance, d'autonomie ou de consommation... ni de prix, par rapport à la concurrence.

Quarante ans plus tard, et après de nombreuses batailles perdues, il semblerait que le Mac soit en passe de gagner la guerre.

Quel avenir ?

Le Mac se porte bien. Son avenir semble même radieux. Aujourd'hui, c'est sa déclinaison portable qui tire la gamme Macintosh. Mi 2023, Apple était le seul parmi le top 5 des fabricants d'ordinateurs portables à connaître une augmentation de ses ventes, même s'il restait quatrième en matière de parts de marché. C'est notamment à ses processeurs M1 et M2 que le Mac doit son succès.

Pourtant, ces jours-ci, c'est vers un tout autre produit que tous les yeux sont tournés : l'Apple Vision Pro. Le casque de réalité augmentée d'Apple doit en effet sortir le 2 février prochain sur le territoire américain.

Pour expliquer le principe de ce casque, Apple parle de « Spatial Computing », « informatique spatiale » en français. Associé à un clavier et une souris, le casque est en réalité un ordinateur autonome dont l'écran, plutôt que d'être physiquement posé sur un bureau, est simulé devant les yeux de l'utilisateur via la technologie de réalité virtuelle. Cet écran peut être déplacé dans l'environnement, agrandi, rétréci, et même découplé à l'envi.

L'outil a tout le potentiel pour remplacer, à terme, les ordinateurs. Reste, évidemment, la barrière du prix (3.500 dollars), de l'autonomie de la batterie, et celle de l'ergonomie du casque qui doit être fatigant à porter durant de longues heures.

Même si l'Apple Vision Pro et ses évolutions devaient connaître un succès commercial pendant les prochaines années, il y a fort à parier que ce casque ne parvienne jamais à éclipser totalement le Mac. De la même manière que les smartphones et les tablettes ne sont toujours pas parvenus à totalement remplacer les ordinateurs.

TH.CA



À sa sortie, le Mac connaît un véritable succès. Mais les ventes ralentissent peu de temps après. © AFP