



iPhone, le phénomène...

Comme beaucoup, nous avons succombé à l'appel de l'iPhone. Nous pensions qu'il relevait plus du gadget que du réel PDA, plus de la forme que du contenu, mais nous avons rapidement changé d'avis.

En effet, l'iPhone est un phénomène. Il révolutionne la façon d'utiliser un PDA. Tout d'abord, il est fourni sans mode d'emploi. Il paraît d'ailleurs que chez Apple, lorsque votre idée nécessite l'utilisation d'un mode d'emploi, elle est d'office rejetée. Et fini aussi de faire appel à votre partenaire IT ou à votre directeur informatique pour installer votre *push mail*. Vous allez vous débrouiller tout seul comme un grand, plus besoin d'aide. Une fois le tout configuré, une foule de programmes spécialement développés pour l'iPhone vous sont accessibles: 15 000 applications et plus d'un milliard de téléchargements sur l'Apple Store. Hormis les programmes de base, vous installez les accès directs pour vos réseaux sociaux préférés comme LinkedIn ou Facebook. Vous pouvez également y installer Skype, vos programmes télé favoris, Touring Mobilis, etc. Pour les fans de courses automobiles, il existe un petit programme qui vous donne accès aux derniers articles parus sur la Toile, au classement des pilotes et des constructeurs ainsi qu'au calendrier des courses. L'iPod et iTunes vous permettent de télécharger vos musiques et vidéos préférées en un tour de main. Vous pouvez brancher votre iPhone dans votre voiture et le relier facilement à votre autoradio pour écouter vos morceaux préférés. Surfer sur l'Internet est enfin possible grâce à la taille de l'écran. Google Maps et Google Earth vous emmènent partout sans aucune difficulté.

Et ce n'est pas tout: bon nombre d'entreprises développent et commercialisent en outre des produits exclusifs pour l'iPhone. Parmi les plus classiques, nous retrouvons les amplis et enceintes; même des fabricants comme Bang & Olufsen s'y mettent. Des housses et capots des plus sobres aux plus délirants, des lampes qui font aussi office de *dock* et *speaker*, des iTables, etc. La révolution est en marche et les concurrents de l'iPhone ont bien des soucis à se faire. ■

PIERRE MERCIER, Managing director, COMPUTER PROFILE, pierre@computerprofile.com
BRUNO VAN MARSENILLE, Managing director, SIZE COMMUNICATION, bruno@sizecom.be

Avec la reprise de Sun, Oracle passe au *one-stop shop*

WILLIAM VISTERIN & JIBBE VAN OOST

L'éditeur de logiciels Oracle a annoncé avoir repris Sun Microsystems pour 7,4 milliards de dollars. Ce n'est donc pas IBM, l'entreprise avec qui Sun avait longtemps été en négociation. Mais pas non plus HP, Fujitsu, Dell, EMC ni Cisco. Toutes ces entreprises que l'on avait associées à Sun ces dernières semaines.

En reprenant Sun, Oracle fait l'acquisition d'un système d'exploitation supplémentaire, avec le matériel SPARC connexe et (surtout) le langage de programmation Java, dont Sun a été le promoteur pendant des années. A l'heure actuelle, on trouve Java Runtime dans les PC, les téléphones mobiles et les boîtiers décodeurs pour la télévision numérique. Mais la chose la plus importante est peut-être bien qu'Oracle peut désormais proposer une *'stack'* pratiquement complète. Avec cette reprise, la société propose un *one-stop shop* unique: du matériel (puce, PC de bureau, serveurs, stockage) aux applications pour le CRM, l'ERP et la BI en passant par la base de données, le système d'exploitation, le *middleware* et le développement. Le système d'exploitation Solaris subsistera, souligne Larry Ellison lors de la conférence de presse organisée à cette occasion. En ce moment, Solaris est selon ses dires, la principale plate-forme pour la base de données d'Oracle. "Le numéro deux est d'ailleurs Linux et cela reste important aussi", a-t-il déclaré.

Tout n'est cependant pas si évident. Que va donner la combinaison de la base de données Oracle

et de MySQL, pour laquelle Sun a encore récemment déboursé près d'un milliard de dollars? Un énorme chevauchement menace aussi au niveau de la gestion d'identité. Et qu'en sera-t-il du clash entre les deux cultures d'entreprise? Oracle a, par son patron interposé, encore et toujours la réputation d'être une entreprise dure. Tandis que Sun traîne toujours derrière elle l'image d'antan *'Sun is Fun'*. Et qu'advientra-t-il des employés des filiales belges? Car elles ont pratiquement toute la même taille en termes de personnel.

La question est aussi de savoir ce que fait le marché. Selon certains analystes, c'est surtout IBM qui craint la puissance qui se dégagera d'Oracle et de Sun réunies. "IBM peut encore regretter d'avoir un jour abandonné le marché des applications logicielles pour devenir une sorte de Suisse

de l'IT", ajoute un analyste de The Register. "Car il existe maintenant un concurrent qui peut proposer toute la pile." ■

