

# Apple voit la réalité virtuelle en grand

**HIGH-TECH** | Pour faire du Vision Pro une réussite, la marque à la pomme devra, comme le smartphone en son temps, faire passer ses acheteurs d'un cercle d'initiés au très grand public.

Damien Licata Caruso

**UN APPAREIL** révolutionnaire ou un gadget pour nantis qui finira au cimetière des innovations ? Apple commercialise depuis ce vendredi, dans ses boutiques américaines et uniquement sur rendez-vous, son casque de réalité mixte, le Vision Pro, annoncé en juin dernier. Pour la première fois en une décennie et le lancement de la montre connectée Apple Watch, le géant californien défriche un nouveau territoire et ajoute dans son catalogue un produit à 3 499 \$ (3 245 €) qui n'a pas encore trouvé son (grand) public chez les concurrents.

Meta avec ses casques Quest, Sony avec le PlayStation VR ou HTC avec les Vive avaient ouvert la voie sur la réalité virtuelle puis la réalité mixte, lorsque le virtuel se superpose sur l'environnement proche. Mais, comme souvent, le casque siglé de la pomme croquée était attendu par l'industrie pour dynamiser et massifier ce marché encore réservé aux « early adopters », les pionniers.

Le Vision Pro est décrit par Tim Cook, le PDG d'Apple, comme « un appareil révolutionnaire avec des années d'avance ». Il nous avait laissé un peu sur notre faim lors de notre prise en main encadrée en juin dernier à l'occasion de la conférence des développeurs d'Apple. Un peu lourd après trente minutes sur le crâne, il séduisait tout de même par sa facilité d'utilisa-



tion, notamment grâce au contrôle par les yeux et les doigts et à un système d'exploitation visionOS qui reprend le fonctionnement d'un iPhone.

## Des précommandes en rafales

Au-delà de son côté isolant propre à tous les casques, c'est son prix de lancement qui aimante les critiques, et les médias américains n'ont pas été tendres dans leurs tests indépendants, une fois l'effet « waouh » passé. Le principal reproche ? Le manque de fonctionnalités prati-

ques capables de remplacer un clavier physique et d'aller au-delà d'un écran supplémentaire de divertissement.

« Il rappelle le tout premier iPhone qui ne ressemblait pas du tout à l'iPhone 3GS, celui qui préfigurait vraiment le fonctionnement et l'adoption massive des smartphones actuels », compare Louis Jeannin, cocréateur de Foxar, une application d'éducation en réalité augmentée disponible sur le Vision Pro.

Malgré le scepticisme, les experts misent sur un succès d'abord confidentiel puis massif. « Apple a trop investi

Disponible pour l'instant uniquement aux États-Unis, le casque de réalité mixte lancé par Apple est en priorité destiné aux professionnels.

en recherche et développement pour se permettre un futur échec commercial. C'est tellement capital pour eux qu'ils vont créer un marché du futur comme ils l'avaient fait avec l'iPhone, vendu très cher au début puis démocratisé », juge Pierre-Alain Houard, directeur commercial de Next Mobiles. Cette start-up loue des Vision Pro en France, et ses quelque 40 exemplaires ont été réservés en vingt minutes.

L'attente a aussi dépassé les prévisions aux États-Unis avec 180 000 réservations en deux jours. « À la lumière

des précommandes en hausse et de la disponibilité de 600 nouvelles applications, nous avons réajusté nos prévisions de vente annuelle à 600 000 casques au lieu de 460 000 », prévient Dan Ives, analyste financier chez Wedbush Securities. Et jusqu'à 1 million de casques vendus dès 2025.

## Vers un modèle plus léger pour tous

Le décollage devrait être lent mais constant. « Comme son nom et son prix l'indiquent, c'est en priorité pour les professionnels, et l'adoption par le grand public passera par un modèle plus léger semblable à des lunettes », anticipe Louis Jeannin. « Son succès dépendra aussi des développeurs d'applications et de leur capacité à améliorer l'appareil. Ils l'ont trop attendu pour en faire un casque qu'ils rangeront dans un tiroir au bout de deux semaines », complète Pierre-Alain Houard, de Next Mobiles. « Nous sommes persuadés que la prochaine version sera vendue en dessous des 2 000 \$ lorsque Apple cherchera à dépasser sa base dorée de fans. Les futurs Vision Pro ressembleront dans les prochaines années à des lunettes de soleil avec une bien plus grande audience », estime Dan Ives.

Était-ce un signe de précaution d'Apple de ne pas trop s'associer à la première itération ? Tim Cook n'avait pas posé fièrement avec l'appareil lors de sa présentation comme il le fait systématiquement avec les iPhone.

## La Sacem touchera des droits sur les musiques d'enterrement

La justice vient de donner tort aux PFG qui avaient décidé de ne plus rémunérer les ayants droit.

Maxime Poul

**UNE DÉCISION** qui suscite de vives réactions. La justice a donné raison, mercredi, à la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem) en statuant qu'elle est bel et bien en droit de percevoir des droits d'auteur pour la diffusion de musiques lors des cérémonies d'enterrement, rapporte l'Informé.

Sur les réseaux sociaux, ce verdict a été accueilli avec consternation, nombre d'internautes y voyant un défaut de respect envers les défunts et les familles dans le deuil. Un manque de tact illustré par la présence d'un

observateur de la Sacem lors d'une cérémonie organisée au crématorium du Père-Lachaise (Paris XX<sup>e</sup>) en novembre dernier, afin d'écouter et de répertorier les œuvres musicales diffusées.

Si, jusqu'en 2019, les organisateurs d'obsèques s'acquittaient des droits de diffusion, OGF (Omnium de gestion et de financement), propriétaire des Pompes funèbres générales (PFG) a décidé d'arrêter de payer en raison d'une augmentation de 72 % des montants demandés par la Sacem, passés de 1,93 € à 3,30 € HT par cérémonie.

OGF s'est même engagé sur le terrain judiciaire, estimant que ces diffusions n'étaient pas

soumises au droit d'auteur. Mais après des mois de bataille au cours desquels les ayants droit ont avancé leurs arguments et multiplié les enquêtes, le tribunal judiciaire de Paris leur a donné raison.

## « Une représentation non autorisée de ces œuvres »

« La diffusion par la société OGF d'œuvres musicales lors d'obsèques, sans autorisation préalable [...], constitue une représentation non autorisée de ces œuvres et, partant, une contrefaçon de droits d'auteur », ont indiqué les juges dans leur décision datée du 31 janvier. Le géant de l'enterrement doit rembourser 70 000 € à la Sacem et

36 500 € à la Société pour la perception de la rémunération équitable (Spré), et leur verser 10 000 € de dommages et intérêts à chacune d'entre elles.

S'il existe bien une exception aux droits d'auteur dans le cercle familial, comme l'a fait valoir OGF, M<sup>e</sup> Pierre Pérot, avocat spécialisé en propriété intellectuelle et droit du numérique, qualifie la décision du tribunal de justifiée. « On est dans un cas de diffusion de musique par une entreprise qui a une activité lucrative. On peut donc considérer que la musique fait partie intégrante de la prestation proposée par OGF », précise l'avocat. La loi précise

en effet que les droits d'auteur ne permettent pas de s'opposer aux « représentations privées et gratuites effectuées exclusivement dans un cercle de famille ». « C'est ainsi à la fois au regard



**Les droits d'auteur s'élèvent à moins de 2 € sur une cérémonie facturée en moyenne à 5 000 €**

La Sacem

de l'absence de caractère privé et gratuit que le tribunal n'a pas suivi l'argumentation de PFG », poursuit-il. Ce que confirme à notre journal la Sacem, insistant sur le fait que « le tribunal a relevé que la diffusion par elle de phonogrammes est comprise dans le prix » facturé par OGF à ses clients.

Du côté des pompes funèbres, reste alors la possibilité de « diffuser des musiques libres de droit ou de faire composer ses propres musiques », rappelle M<sup>e</sup> Pierre Pérot. Ou de régler la note : « Les droits d'auteur s'élèvent à moins de 2 €, sur une cérémonie facturée en moyenne à 5 000 €, », selon la Sacem.