

# Les développeurs plébiscitent l'Apple TV

**En octobre 2015, Apple a lancé la quatrième génération d'Apple TV accompagnée d'une refonte de l'OS et du système de développement. Désormais plus libres de créer des applications pour ce terminal, les développeurs ont plébiscité l'Apple TV. Plus de 2 500 applications ont été lancées sur l'Apple TV App Store.**

## Un catalogue d'applications en pleine croissance

A peine plus d'un mois après le lancement de l'Apple TV App Store, les derniers chiffres dévoilés sont très encourageants sur la capacité d'Apple à attirer les développeurs sur son nouveau terminal. En effet, selon AppFigures, le 6 décembre 2 624 applications étaient disponibles en téléchargement pour l'Apple TV soit, en moyenne, 450 nouvelles applications par semaine depuis le lancement. 39% de ces applications étaient payantes. L'institut spécialisé prévoit même que ce chiffre pourrait atteindre 5 000 au début du mois de janvier et 10 000 au cours des premiers mois de l'année 2016, ce qui permettrait de dépasser le nombre de services disponibles sur Roku[1].

Les développeurs sont particulièrement actifs dans le divertissement et le jeu vidéo qui dominent largement le catalogue à cette heure. En effet, avec plus de 1 000 applications disponibles dans l'Apple TV App Store, le jeu représente 38% du nombre total d'applications. Les applications de divertissement (essentiellement des applications de contenus audiovisuels) constituent la seconde catégorie la mieux représentée avec 16% du catalogue. Néanmoins, pour l'instant, les applications de divertissement sont les plus téléchargées par les utilisateurs. Parmi les 50 applications les plus téléchargées, 28 sont du divertissement, dont HBO Now, Netflix, Showtime ou encore Hulu, et 8 seulement sont des jeux.

## Conçue comme une plateforme de développement pour les applications tierces

Ce succès précoce de l'Apple TV dans le domaine des applications s'explique par la volonté d'Apple de faire de son terminal un environnement favorable au développement d'applications par des tiers. Du hardware jusqu'à l'OS, en passant par le kit de développement et l'Appstore, la nouvelle Apple TV a été conçue pour faciliter le développement d'un écosystème complet, sur le modèle de celui de l'iPhone ou de l'iPad. Cet écosystème applicatif complet a pour but d'intégrer de nouvelles fonctionnalités à l'Apple TV et d'en faire un media-center extrêmement riche, à même de réinventer l'expérience audiovisuelle.

Un des objectifs est notamment de permettre l'extension de l'offre de contenus sur Apple TV au domaine du jeu vidéo afin de transformer le terminal en console grand-public. Le jeu est considéré par Eddy Cue, Vice-Président des services et logiciels d'Apple, comme un important facteur de recrutement pour son terminal. Afin d'attirer les développeurs, Apple a non seulement enrichi son OS et son Kit de développement mais également orienté le développement de son hardware. La dernière version de l'Apple TV est ainsi commercialisée avec une télécommande pensée pour le jeu et peut être de surcroît être

associée à une vraie manette conçue spécialement par la marque.

Surtout, le développement d'un catalogue étendu d'applications correspond à la stratégie de long-terme d'Apple pour son terminal, qui considère que les applications sont le futur de la télévision. Eddy Cue a encore récemment affirmé l'adéquation de la nouvelle Apple TV à cette conception de la télévision : *«Une chose que j'aime sur notre plateforme est que peu importe que vous soyez un acteur petit ou grand, local ou mondial, la plateforme est faite pour s'adapter à vous »*.

Cette stratégie, organisée autour du développement d'un écosystème d'applications est d'autant plus importante, que le groupe vient de mettre entre parenthèse son projet de proposer directement certaines chaînes et bouquets payants sur son terminal, les négociations ayant achoppé sur le montant de la commission d'Apple sur les abonnements.

Malgré ces premiers succès encourageants auprès des développeurs, Apple devra maintenant convaincre le public de l'intérêt de son modèle notamment face au Google Chromecast, leader du marché. Selon Strategy Analytics la part de l'Apple TV sur le marché des terminaux de streaming vidéo dans le monde est de 20% loin derrière la Chromecast (35%) mais devant les boîtiers Roku (16%).

---

[1] Roku revendique un catalogue de plus de 2 500 « chaînes », l'équivalent des applications sur terminaux Roku