

Décodage

Pourquoi les vieilles technologies ont-elles la vie dure ?

LE MONDE | 13.07.10 | 12h56 • Mis à jour le 13.07.10 | 13h10

Quand Steve Jobs, le patron d'Apple, a présenté la tablette numérique iPad, fin janvier, il s'est trouvé nombre de commentateurs enthousiastes pour annoncer la fin du PC, des liseuses électroniques, voire de la presse papier.

Peut-être auront-ils raison. Mais probablement pas tout de suite. Car c'est paradoxal, mais dans un secteur, les technologies de l'information, où le cycle de vie des produits ne cesse de raccourcir, un nouvel engin, même séduisant, ne chasse pas si rapidement ceux qui l'ont précédé. Beaucoup de machines considérées comme obsolètes font de la résistance. Certaines bénéficient même d'un véritable retour de flamme.

En réalité, depuis trente à quarante ans que les télécommunications et l'informatique ont commencé de pénétrer les foyers occidentaux et les entreprises, c'est une véritable sédimentation qui s'opère. Le téléviseur à écran plat du salon a détrôné le poste à tube cathodique, mais ce dernier a trouvé refuge dans la chambre des enfants. La console de jeux PS3 de Sony voisine encore avec le poste de radio et le téléphone filaire, le fax, voire le Minitel.

L'un des premiers acheteurs d'iPad en France, qui faisait la queue devant la boutique Apple au Carrousel du Louvre, à Paris, lors du lancement du produit, vendredi 28 mai, ne reconnaissait-il pas avoir conservé son Mac 128, le premier ordinateur de la marque à la pomme, sorti en 1984 ? *"Peut-être qu'un jour il me paiera ma retraite !"*, confiait ce fan âgé d'une cinquantaine d'années.

Prévenir des problèmes de compatibilité ou de stockage. Pour le sociologue Nicolas Herpin, *"le fait que les supports de stockage changent sans arrêt pousse à garder des appareils pour continuer à regarder ou écouter des vieilles cassettes, pour conserver le passé familial et culturel"*. Les revendeurs proposent encore, par exemple, des lecteurs combinés DVD et cassettes vidéo, des adaptateurs de cassette audio à brancher sur un autoradio. Ou des engins capables de convertir les diapositives en photos numériques.

"Dans les grandes entreprises, les systèmes d'information ont été construits de façon incrémentielle, les nouvelles applications se superposant aux précédentes. Aujourd'hui, impossible de tout reconstruire en partant de zéro, ce serait trop complexe", note le patron d'une grande société française de services informatiques.

Du coup, *"il est courant qu'il y ait encore des émulations (un logiciel qui imite le comportement physique d'un matériel) de vieilles machines qui tournent encore parce que quelque part il y a des imprimantes qui fonctionnent dessus"*, note le capital-risqueur Jean-Louis Gassée, ex-dirigeant d'Apple.

Certaines technologies n'ont pas été égalées à ce jour. M. Gassée cite ainsi *"l'électronique embarquée de la navette spatiale américaine, conçue à la fin des années 1960"*. Ou, dans un tout autre genre, *"ces caisses enregistreuses antédiluviennes que l'on croise encore souvent dans les supermarchés. Il y a la force des habitudes, mais aussi le fait que les machines plus modernes proposaient des interfaces souvent trop compliquées"*, ajoute M. Gassée.

D'autres sont toujours utilisées parce que littéralement incroyables. Ainsi du fameux téléphone à cadran gris souris, le S63, sorti, comme son nom, l'indique en 1963, qui a encore ses fans. Ce fut l'un des derniers terminaux en France à marier électronique et mécanique, d'où sa très grande résistance. Il ne fonctionne cependant plus qu'avec une ligne France Télécom et n'est pas compatible avec les box Internet.

Dans le genre indestructible, il y a aussi le Minitel, encore en service vingt-huit ans après son lancement. Robuste, réputé sûr, il a encore ses nostalgiques, malgré l'évidente supériorité de l'Internet.

La vente de vinyles en hausse. Certains produits rétro bénéficient même d'un retour en grâce. Le CD avait ouvert l'ère de la musique numérique, inaltérable. Puis la numérisation s'est accompagnée de la dématérialisation, et les adolescents n'ont souvent connu que ce mode de consommation de la musique téléchargée sur l'ordinateur ou sur un lecteur MP3.

"Aujourd'hui, les clients prennent leurs distances par rapport au tout numérique. Avec la compression, le signal s'est appauvri. Les jeunes de 13 à 17 ans, mais aussi leurs parents, reviennent à l'authenticité du son", explique Nathalie Yserd, directrice des produits techniques de la Fnac. Alors que les groupes de musique des années 1970 ou 1980, comme les Rolling Stones, Police ou Genesis, remplissent encore stades et salles de concert, certains redécouvrent avec plaisir craquements et souffles oubliés.

Au point que la vente de microsillons, cantonnée jusqu'alors à la population des DJ, progresse. En France, il s'en est vendu 288 500 en 2009, contre 172 100 un an plus tôt, selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP). Mieux : dans les boutiques sont apparues des nouvelles platines qui combinent lecture de 33-tours et clés USB ou supports pour iPod ou iPhone.

Autre signe de cette volonté de renouer avec l'émotion perdue de la musique, le retour en grâce des enceintes volumineuses, capables de reproduire toute la gamme de fréquences d'une musique.

La photo argentique pour ses effets. Cela procède aussi d'une recherche d'authenticité, d'émotion. Les adeptes des appareils photo Lomo ou du Polaroid les ressuscitent ainsi, pour exprimer une distance par rapport à un environnement numérique jugé formaté.

"La lomographie, c'est d'abord un jeu. Avec ces appareils argentiques, on retrouve le plaisir de faire développer ses photos, d'attendre le résultat, d'utiliser les défauts mêmes de l'objet", explique Camille, étudiante en journalisme et "lomographe".

Appareils argentiques produits par les Russes depuis 1983, aujourd'hui commercialisés par une société autrichienne, les Lomo se déclinent en une gamme de plus en plus large. Du Diana, en plastique coloré à 40 euros, au plaqué or en édition numérotée à 600 euros.

Certains fans choisissent de travailler avec des pellicules usagées pour obtenir des effets inédits. D'autres remontent même plus loin dans le temps et craquent pour les appareils de la société Sténoflex. Elle propose l'expression la plus basique et la plus ancienne de l'appareil photo : une boîte noire en carton percée d'un trou pour laisser passer la lumière. Le comble du "low-tech" !

Parfois, cela relève surtout du phénomène de mode. *"Nous en sommes à une étape de consommation, du moins dans les pays occidentaux, où le marché a atteint une certaine maturité. Une partie des gens possèdent à peu près tout. A partir du moment où il y a saturation, on essaie de se démarquer"*, analyse Elisabeth Tissier-Desbordes, professeur en marketing à l'Ecole supérieure de Paris (ESCP).

La boutique parisienne Colette, toujours à l'affût des tendances, offre ainsi une place de choix à la collection des Lomo et possède un rayon vinyles. Sans oublier les casques audio, placés en vitrine du magasin. Depuis quelque temps, ces produits, qui se faisaient d'année en année plus discrets, sont redevenus très visibles. Fluos, protubérants, ils proposent certes une bonne écoute, mais jouent surtout les accessoires de mode, surfant sur la vague "rock" et "DJ".

Le rétro branché mais encore marginal. Il y a aussi une bonne dose de nostalgie, notamment chez les 30-50 ans : ceux qui sont nés avec le téléphone fixe et la mire de la télévision ont découvert les jeux vidéo avec les consoles Atari, le baladeur avec Sony et la cassette audio avec Philips, la vente en ligne et l'annuaire inversé avec le Minitel.

Un filon qu'exploitent aussi les publicitaires. Ainsi du spot Evian de l'agence BETC, l'un des plus diffusés sur Internet, où l'un des bébés à rollers appuie sur la touche d'un vieux radiocassette pour lancer la danse : un tube des années 1980, bien entendu.

S'il est à nouveau branché, le rétro reste marginal et ne signifie en aucune façon, à ce stade, un début de refus pour la nouveauté. La preuve : il ne s'est jamais autant vendu de téléviseurs en France qu'en 2009. Et ce n'était pas des tubes cathodiques, mais des écrans plats. Cette année, les ventes d'ordinateurs devraient bondir de 22 % dans le monde. L'iPad, la tablette d'Apple, s'arrache. D'ailleurs, les fans de rétro sont aussi, souvent, de véritables technophiles, qui achètent ou s'intéressent à toutes les nouveautés.

Cécile Ducourtieux et Laurence Girard

Article paru dans l'édition du 14.07.10

Le Monde.fr

- » A la une
- » Archives
- » Examens
- » Météo
- » Emploi
- » Newsletters
- » Talents.fr
- » Forums
- » Culture
- » Carnet
- » Voyages
- » RSS
- » Sites du
- Depeches
- » Blogs
- » Economie
- » Immobilier
- » Le Post.fr
- groupe
- » Opinions
- Programme

