

# Avec le X1, Sony Ericsson veut refaire son retour dans le marché des smartphones pro

Longtemps dans le trio de tête du marché des smartphones, Sony Ericsson s'est depuis fait distancer par Nokia, Samsung, RIM ou encore Apple. Mais le fabricant n'a pas dit son dernier mot avec sa nouvelle gamme Xperia. Dévoilé en février dernier lors du Mobile World Congress de Barcelone, le X1, premier smartphone de la marque sous Windows Mobile débarquera en France dans le courant du mois de novembre. Le terminal joue clairement la carte du haut de gamme mais n'arrive-t-il pas trop tard ?

D'un design épuré et en alu brossé, le X1 est un bel objet. Il dissimule un clavier coulissant légèrement incurvé de très belle facture et son écran tactile de 3 pouces à haute résolution (800x480 en 16/9e) constitue « *ce qui se fait de mieux actuellement* », souligne Laurent La Rocca, chef de produit chez Sony Ericsson. Et c'est vrai que la lecture d'un film est assez bluffante.

Le terminal est pensé pour le haut débit mobile (3G/3G+/Wi-Fi), il propose notamment une fonction GPS, une mémoire interne de 400 Mo (et un emplacement MicroSD de 8 Go maximum), d'un appareil photo numérique de 3 mégapixels.

Comme beaucoup de ses concurrents, le X1 joue sur deux registres. Il vise bien sûr les professionnels avec ses fonctions push-mail (Microsoft ActiveSync) et bureautiques (Office). Mais surtout, il est conçu pour des usages multimédias avec son écran haute résolution, ses différents players, ses navigateurs Internet (IE Mobile et Opera).

Pour se distinguer, Sony Ericsson propose **un service VIP** qui donne accès à une hot-line exclusive et surtout à un système de remplacement en cas de perte ou de vol à l'étranger. Cette garantie, qui ne s'appliquera pas à tous les pays, permettra de recevoir un nouveau X1 si certaines conditions sont remplies (déclaration aux autorités...). Une première dont les détails restent néanmoins à préciser.

Par ailleurs, comme HTC et son Diamond, le X1 permet de personnaliser Windows Mobile 6.1 avec une interface graphique de son choix, baptisée Panels (par défaut ou téléchargeables gratuitement). Bref, le groupe nippon-suédois multiplie les armes de séduction pour convaincre des cadres-sup fortunés qui veulent un smartphone polyvalent et esthétiquement réussi.

Fortunés car le X1 n'est pas donné. Sans abonnement, il en coûtera entre 700 et 800 euros. Les subventions des opérateurs (SFR et BouyguesTel en France, Orange n'a pas sélectionné le terminal) baisseront la douloureuse à 300/400 euros. Ce qui reste cher.

Non seulement le X1 arrive en retard sur un segment de marché (smartphones pro multi-usages) déjà très encombré avec les BlackBerry Bold et Storm, le HTC Diamond, l'iPhone 3G d'Apple mais en plus son prix ne le rend pas compétitif (rappelons que le mobile d'Apple se trouve chez Orange à partir de 149 euros). Un problème de 'time to market' qui risque de faire mal au fabricant surtout

en ces temps de crise.

« C'est vrai qu'il y a du monde sur ce marché et la concurrence s'est encore amplifiée depuis que nous avons dévoilé ce smartphone en février. Mais ce terminal rassemble tout l'ADN de Sony Ericsson. Nous pensons qu'il y a une cible pour ce type de terminal, une cible haut de gamme qui sera séduite par les fonctions, le design et les services VIP. », affirme Laurent La Rocca. Réponse à Noël.

