

Avec les SP et L, Sony décline son Xperia Z en milieu et entrée de gamme

Après le récent lancement commercial du Z, un smartphone haut de gamme proposé à 649 euros hors subvention, Sony Mobile étoffe son offre Xperia avec les nouveaux modèles SP et L.

Une offre plus que jamais concentrée sur l'audiovisuel, avec des services (musique, vidéo dans le cloud avec les applications Walkman, Album et Films) et la technologie NFC utilisée en mode pair-à-pair pour monter des passerelles entre plusieurs appareils multimédias, via la fonctionnalité One Touch, rappelle l'Espresso.fr.

Illustration avec le Xperia SP, qui reprend les traits du Xperia Z – notamment son châssis en aluminium en coloris blanc ou noir – pour y associer la configuration du Xperia T, tête d'affiche chez Sony en 2012.

Articulée autour d'Android 4.1 Jelly Bean et d'un processeur Qualcomm Snapdragon S4 bicœur à 1,7 GHz (SoC MSM8960) avec 8 Go de stockage extensibles par carte microSDHC, l'expérience utilisateur est notamment agrémentée d'une technologie d'ajustement automatique de rendu graphique.

La 4G en standard

Sur un principe inspiré des téléviseurs Bravia de Sony, luminosité, contraste et colorimétrie s'adaptent en fonction des contenus affichés sur l'écran de 4,6 pouces (1280x720 points).

Doté d'un capteur Exmor RS de 8 mégapixels, l'APN offre une compatibilité HDR (High Dynamic Range). Il s'associe à la prise en charge du mode MHL (Mobile High-Definition Link) sur interface USB.

A noter que la 4G est intégrée en standard, aux côtés du Wifi 802.11n et du Bluetooth 4.0, pour un smartphone annoncé à 155 grammes avec sa batterie de 2370 mAh (10 heures d'autonomie en communication GSM).

Sur la 3e place du podium

Le Xperia L a bien des traits en commun avec le SP, mais son écran perd en résolution (854x480 points sur 4,3 pouces) et son processeur, en puissance (un Snapdragon MSM8230 bicœur à 1 GHz). Le MHL passe à la trappe, ainsi que la 4G. Et la batterie affiche 8h30 d'autonomie, à 1750 mAh.

Le groupe japonais d'électronique grand public a inscrit ses activités autour du mobile comme une priorité pour l'année 2013, avec l'ambition de s'établir durablement comme [le numéro trois du marché des smartphones](#), derrière Samsung et Apple. Un objectif que le constructeur nippon pourrait atteindre dès cette année. Au 4e trimestre, il occupait la 4e place.

En images : Les smartphones et tablettes du MWC 2013