

Dell se lancera-t-il à la conquête du mobile

?

Même si les ventes d'ordinateurs battent record sur record, les constructeurs de PC savent que le marché va bientôt finir par se tasser. Il s'agit donc de trouver de nouveaux relais de croissance, et de se diversifier. Certains comme Apple misent avec succès sur l'électronique grand public. Mais pour le géant Dell, ce n'est pas suffisant.

Le premier fabricant mondial de PC, comme HP, a bien lancé une offensive dans l'électronique domestique (lire notre article) mais aujourd'hui, le groupe texan part à la conquête du très juteux marché de la téléphonie mobile. Un choix qui surprend: aucun géant de l'informatique n'a encore osé se lancer dans ce colossal mais très difficile marché. Selon *le Figaro*, qui révèle cette information, Dell n'envisage pas de fabriquer des téléphones portables. Mais il souhaite dès l'an prochain devenir revendeur d'abonnements de téléphonie mobile et d'accès Internet à haut débit. Ces services seront intégrés aux ordinateurs portables du constructeur. Et déjà, des négociations se tiendraient avec Orange et Vodafone, ainsi qu'avec Verizon, premier opérateur américain. Néanmoins, une certaine confusion semble régner autour de ces informations (voir encadré). Dell s'intéresserait à la revente d'abonnements UMTS (3G). Son modèle unique de vente directe par Internet s'appliquerait parfaitement à la revente d'abonnements téléphoniques. Par ailleurs, les opérateurs qui ont massivement investi dans la 3G ont tout intérêt à signer des partenariats avec des groupes comme Dell pour vendre des services. Dans un entretien au quotidien, Michael Dell explique: « *Le marché du mobile a un grand potentiel. D'une part, nous allons continuer à ajouter des fonctions dans les ordinateurs portables, notamment de troisième génération de téléphonie mobile. Nous proposerons des abonnements dès 2006. Quand vous vous rappelez les investissements consacrés par les opérateurs aux réseaux de troisième génération, il est nécessaire de générer des revenus. Des opérateurs sont donc venus nous voir. Et nous réfléchissons ensemble pour intégrer ces fonctions dans les ordinateurs. Avec notre modèle de vente directe, nous avons accès au client final* ». Intégrer la 3G aux ordinateurs portables, ce n'est pas nouveau. En France par exemple, Orange et SFR proposent des cartes PC qui permettent de se connecter en mobilité à l'Internet rapide. Mais la revente d'abonnements par Dell pourrait fortement dynamiser la tendance. Et le texan ne compte pas s'arrêter en si bon chemin: « *Nous proposerons aussi la génération suivante de l'Internet à très haut débit, le HSDPA* », promet Michael Dell. En effet, les ingénieurs des opérateurs et des fabricants de mobiles nous promettent plus de rapidité et de confort grâce à cette nouvelle norme, le **HSDPA (High Speed Downlink Packet Access)**. Cette version optimisée de la 3G aussi appelée 3G+, permet d'offrir des débits plus élevés. Ainsi, l'équipementier suédois Ericsson a présenté cette technologie capable de proposer un débit de 9 Mbits/s (contre 384 ko/s pour la 3G). Le HSDPA commence tout juste à être présenté et proposé par les équipementiers, tels que Motorola, Lucent ou Siemens. Et des tests en grandeur nature ont lieu chez Cingular, Vodafone, Hutchinson 3G. En France, Bouygues Telecom serait également intéressé et Alcatel et Orange débutent les tests. Mais inutile de s'exciter trop vite. Même si cette technologie existe depuis 2002, personne n'ose évoquer de date de mise en service à grande échelle. Il faut se souvenir que l'UMTS a été présenté en 2000 et que les véritables lancements grand public n'ont pas eu lieu avant 2004... **Démenti de Dell**

Le premier constructeur mondial de PC a démenti catégoriquement les informations parues dans

Le Figaro selon lesquelles le fondateur et président Michael Dell aurait déclaré vouloir vendre des abonnements de téléphonie mobile à partir de 2006. La société envisage bien de proposer des connexions à haut débit pour des transmissions de données sans fil, mais pas un service de téléphonie en lui-même, a précisé Lionel Menchaca, un porte-parole de Dell.

« *Ce n'était pas du tout le sujet des commentaires qu'il a fait* », a déclaré Menchaca, démentant tout projet de vente d'abonnements.