

# GPS : le succès d'Ovi Cartes dépasse les attentes de Nokia

Nokia est-il sur le point de gagner son pari? En proposant [l'accès gratuit à Ovi Cartes](#), son application de navigation GPS assistée sur un certain nombre de ses terminaux mobiles, le constructeur finlandais espérait **retenir une clientèle attirée par les sirènes de la concurrence**, voire attirer de nouveaux utilisateurs. Stratégie payante puisque en une dizaine de jours, l'application a été téléchargée 1,4 million de fois.

« Nous avons en moyenne un téléchargement par seconde, 24h sur 24, déclare **Anssi Vanjoki**, vice président exécutif de Nokia. Quand nous avons fait cette annonce de navigation piétonne et routière gratuite nous savions que nous allions changer la donne. Le nombre de personnes qui maintenant utilisent leur Nokia pour la navigation, et qui en plus cherche à utiliser des solutions utilisant la géolocalisation, grossit même plus vite que nos prévisions. » La Chine, l'Italie, le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne constituent les cinq pays les plus demandeurs de l'application.

Au-delà de la gratuité de l'application, Ovi Cartes se distingue des offres concurrentes par la possibilité de télécharger localement les cartes géographiques (elles seront préchargées sur les nouveaux terminaux avec GPS proposés à partir de mars 2010). Cela présente l'avantage de pouvoir continuer à **utiliser le service GPS même en cas de coupure** de réseau mobile.

D'autre part, **l'offre de Nokia est quasiment mondiale** (180 pays) alors que l'application Google Maps Navigation sous Android, gratuite aussi, se limite aujourd'hui au seul territoire américain. Enfin, Ovi Cartes supporte les modes piéton et route, dispose du guidage vocal « turn by turn » (intersection par intersection) et s'enrichit des guides Lonely Planet et Michelin (plus de 1 000 destinations dans le Monde).

Autant d'atouts qui séduisent les utilisateurs mais aussi **les développeurs** qui peuvent proposer des applications tierces. « En quelques jours, un nouveau potentiel de plus 1 million d'utilisateurs s'est créé, et ils sont avides de nouveaux services utilisant la localisation », ajoute Anssi Vanjoki qui estime également le service de navigation GPS comme une **opportunité de croissance pour les opérateurs mobiles** appelés à développer des forfaits *data* adaptés à cet usage pour mieux fidéliser leurs clients et, accessoirement, vendre quelques smartphones Nokia supplémentaires.

Selon le cabinet d'études Canalys, près de **26 millions de personnes** dans le monde utilisent leur téléphone mobile comme un GPS. La stratégie de Nokia d'investir dans les services de cartographie est donc payante. Le constructeur a notamment investi 8 milliards de dollars en 2008 dans Navteq, l'un des principaux fournisseurs de données géographiques avec Tele Atlas aujourd'hui entre les mains de Tom Tom.