

Inexbee veut convertir le grand public à l'e-mail mobile

C'est un véritable phénomène de mode. Cinq millions de personnes, en très grande majorité des professionnels, ont adopté le BlackBerry, ce terminal qui permet de recevoir en direct, et très simplement ses e-mails, quel que soit le compte utilisé.

Aujourd'hui, ce type de services est également très attendu par le grand public, explosion des abonnements haut débit mobile oblige (Edge, 3G). Tout le monde veut pouvoir consulter ses mails depuis n'importe où et pour les opérateurs ce type de service peut devenir une source de revenus non négligeable. Mieux, il représente un levier qui peut permettre de doper les services mobiles multimédias en général. Il constitue pour beaucoup la première brique de la convergence PC-téléphone mobile. Pour cette cible grand public, différents acteurs sont déjà en ordre de bataille. Aux côtés des géants, on trouve de petits éditeurs qui tirent leur épingle du jeu. Comme le français Inexbee. Cette start-up a mis au point une plate-forme simple qui permet d'intégrer le mail (provenant de n'importe quelle messagerie) et de le reformater dans un MMS qui sera ensuite envoyé à l'abonné mobile. Aujourd'hui, la sauce commence à prendre. « *Depuis un an et demi, les choses ont beaucoup évolué* », nous explique Nicolas Appert, président du directoire. « *les opérateurs sont beaucoup plus chaud qu'auparavant, ils ne demandent plus d'être convaincus* ». Le succès planétaire du BlackBerry est passé par là. Et les opérateurs sont conscients que ce type de service sera également très prisé par le grand public, notamment les jeunes. A condition qu'il soit simple à utiliser. « *L'effet de mode déborde sur le grand public. Les opérateurs mobiles sont au pied du mur* », s'enthousiasme le président. **Reformatage et canal MMS** La force d'Inexbee réside dans sa plate-forme livrée clé en main aux opérateurs. Concrètement, cette plate-forme va chercher le mail, le transforme en MMS, le reformate et le redistribue. La pièce-jointe est également reformatée via une technologie développée par Trium, une petite société rachetée récemment par Inexbee. En France, SFR utilise la solution d'Inexbee qui également passé des accords avec sa maison mère Vodafone. L'opérateur a choisi de facturer ce service: 2,5 euros par mois et 0,10 à 0,45 le mail envoyé. Ce qui n'est pas forcément très séduisant. « *Ce sont les opérateurs qui fixent leurs conditions commerciales* », souligne Nicolas Appert. « *Mais c'est vrai que les gens sont habitués à un service gratuit sur Internet. On devrait alors se diriger vers des forfaits ou des formules illimitées* ». En attendant, Inexbee (qui a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 4,3 millions d'euros) entend profiter de l'essor de ce marché. Pour autant, le concurrence sur ce terrain est très forte. BlackBerry ne cache pas ses ambitions grand public'. Oz de son côté propose l'adaptation pour mobiles des principaux services de mails utilisés par les internautes: Yahoo, Hotmail, AOL... « *Le temps est venu pour la messagerie électronique nomade de quitter la sphère professionnelle pour se tourner vers le grand public.* », déclare Skuli Mogensen, le PDG d'Oz. Ici, l'utilisateur retrouve exactement la présentation de son client de messagerie sur son combiné, sans passer par un service dédié ou un portail. Des accords ont été conclus avec les principaux webmails du marché. **Une concurrence active** Basée sur SyncML, la technologie baptisée OZ Mobile Email s'appuie sur un logiciel client, placé dans certains modèles de téléphones mobiles (Motorola, Nokia, Samsung, Siemens, SonyEricsson, TCL/Alcatel?) et sur une solution serveur, déployée chez l'opérateur, et permettant de se connecter aux comptes webmail. Mais le danger vient des géants du secteur comme Nokia ou Microsoft. Ce dernier intègre ainsi

dans son dernier OS mobile, Windows Mobile 5, la fonction push e-mail associé par exemple à Hotmail. L'éditeur tente par ailleurs de proposer aux opérateurs sa messagerie. Exemple avec Bouygues Telecom qui propose Hotmail de façon quasi gratuite. « *Cette concurrence est saine, c'est un challenge pour nous. Mais il y a des variables et il y a des services, comme le reformatage du mail, qui ne sont pas maîtrisés par tous* », conclut Nicolas Appert qui se verrait bien partenaire technologique de ces géants...