

Mobile World Congress : Yahoo Mobile, point d'entrée pour les mobinautes?

Barcelone – Yahoo continue à tracer son sillon dans le mobile, un secteur qui lui réussit plutôt bien depuis quelques années. Le portail a en effet signé une longue série de partenariats avec des fabricants de mobiles afin d'y intégrer ses services comme **oneSearch** ou **oneConnect**.

Aujourd'hui, le géant va plus loin : il a dévoilé lors du Mobile World Congress « **Yahoo Mobile** » ; c'est une application sous forme de '*lanceur*' (ou portail) qui permet de retrouver tous les services Yahoo et ceux de la concurrence sous la forme de grandes icônes. Il s'agit en fait de retrouver l'expérience utilisateur personnalisée observée avec l'interface de l'iPhone ou des derniers BlackBerry.

Ce Yahoo Mobile est en fait une surcouche graphique qui vient se placer au-dessus du système d'exploitation. « *Nous voulons être le **point d'entrée vers le Web Mobile*** », explique Marco Boerris, 'executive vice-president' de Yahoo.



Pour y accéder, deux méthodes : soit via son navigateur Web mobile ou pour les mobiles plus puissants, à travers un fichier à télécharger et à installer.

Dans un premier temps, Yahoo Mobile intègre par défaut le moteur de recherche de la firme (oneSearch) qui peut être désormais piloté vocalement. En dessous, on retrouve Messenger et oneConnect (qui permet de rassembler tous ses contacts, ses messages issus de ses webmails - dont Hotmail et de ses autres comptes) et **onePlace** qui centralise tous les sites favoris, les liens, les flux RSS...

On trouve également un accès direct vers Yahoo News, Yahoo Finances, Yahoo Maps, le navigateur Web Opera Mini 4.2 ainsi que **Pulse, un nouveau service** qui informe de toutes les mises à jour effectuées sur les sites communautaires où l'utilisateur est inscrit...

Ce lanceur est également ouvert. Comme avec l'iPhone, il est possible d'ajouter n'importe quelle application, 'widget' ou site Internet qui apparaîtra alors sous forme d'icône : Facebook, Google etc.

Yahoo a donc eu la bonne idée de proposer une interface ouverte, seul moyen de percer. Comme Google Android ou le nouveau Windows Mobile, Yahoo joue la carte de la personnalisation à outrance de l'univers connecté de l'utilisateur.

Il reste néanmoins à les convaincre car on voit mal comment Yahoo pourrait imposer son lanceur aux fabricants de mobiles qui sont de plus en plus tentés de développer des interfaces similaires (ou de faire appel à leurs partenaires naturels comme Microsoft).

« Mais leurs univers sont limités, parfois propriétaires, on se distingue donc par notre ouverture. Dans le mail par exemple, l'utilisateur peut très bien accéder à Gmail depuis Yahoo Mobile. Par ailleurs, nous offrons une expérience de bout en bout, depuis le PC, en passant par le Web jusqu'au mobile. Peu peuvent en faire autant », nous explique Adam Taggart, senior director, Global Mobile Products. Reste que les nouveaux OS pour mobile sont très proche de cette approche...

Pour Yahoo, les ambitions sont importantes. Le service est d'abord pensé comme un aspirateur à publicité. Une publicité personnalisable et géo-contextualisée grâce à Yahoo Maps qui vous localise au sein de votre 'communauté'... Ensuite, le portail compte sur sa base d'utilisateurs Internet. « 500 millions de personnes utilisent Yahoo, on pense qu'une majorité d'entre eux utiliseront Yahoo Mobile », poursuit optimiste Adam Taggart.

Yahoo Mobile sera téléchargeable en juin pour les 'smartphones' sous Symbian (Nokia), Windows Mobile, MacOS (iPhone), RIM OS et Android et en mai pour la version Web et iPhone. Une bêta privée (sur invitation) sera lancée en mars.