

Nokia va proposer un service d'e-mail pour pays émergents

Nokia veut proposer l'e-mail mobile dans les pays émergents. Selon une information de *La Tribune*, le constructeur finlandais teste depuis plusieurs mois un nouveau service de messagerie mobile.

Le service, baptisé 'mail on Ovi' permet de créer un compte de messagerie depuis son mobile, sans passer par un ordinateur. Disponible en version bêta et testé en Inde notamment, '*mail on Ovi*' présente des « *résultats très encourageants* », souligne Nokia.

Avec ce nouveau service, le géant finlandais compte toucher un très large public. De multiples études et projections établissent que de nombreux 'primo-accédants' au Web entreront en contact avec la Toile via leur téléphone mobile. Le fabricant souhaite également s'appuyer sur sa très large base d'utilisateurs pour installer sa solution et l'imposer.

« *Au lieu de nous orienter vers une messagerie 'push' (...), nous mobilisons la messagerie pour l'ensemble du portefeuille grand public de Nokia tout en proposant aux clients des marchés émergents de créer leur propre compte de messagerie avec 'mail on Ovi'* », indique Tom Furlong, responsable du programme messagerie personnelle chez Nokia.

Malgré son air de ne pas y toucher, Nokia entre en concurrence directe avec **RIM**, le fabricant du **BlackBerry**. La solution d'envoi d'e-mail du canadien et la possibilité de recevoir ses courriers électroniques grâce au mode '*push*' ont favorisé son adoption par le public professionnel.

La technologie d'e-mail de Nokia, développé par la société canadienne OZ, vise indirectement à couper l'herbe sous le pied d'un fabricant dont la part de marché, en croissance constante, a atteint 15,9% cette année.

Nokia mise, selon ses estimations, sur une technologie moins gourmande en données qu'un service '*push*' et annonciatrices de juteux revenus futurs.

D'après le fabricant finlandais, l'e-mail mobile pourrait permettre de dégager, en 2011, un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros pour les opérateurs et 2 milliards d'euros pour lui-même, à travers sa branche 'services'. Néanmoins, quelques éléments devront être affinés.

Le modèle économique tout d'abord. Le service de messagerie devrait être proposé sur le portail Ovi du fabricant, une plate-forme qui regroupe des services payants. Un prix élevé d'acquisition rebuterait sans aucun doute les consommateurs.

Pour le moment, le fabricant ne prévoit pas le déploiement d'un tel service sur les marchés matures.