

Nokia veut la place de BlackBerry

Le succès de RIM et de son BlackBerry commence sérieusement à agacer Nokia. Le fabricant canadien caracole en tête des ventes de PDA selon Gartner avec 25% du marché et 3,6 millions d'utilisateurs. De son côté Nokia truste le haut du classement des smartphones.

Mais le finlandais veut la peau du BlackBerry. Selon Scott Cooper, vice-président des solutions mobiles de Nokia Enterprise Solutions, le constructeur « *obtiendra la première place du marché des terminaux de push e-mail en 2008* ». « *Nous avons de très grandes ambitions et ce marché est stratégique pour nous* », ajoute-t-il. Le premier challenge de Nokia sera d'obtenir une solide crédibilité sur ce marché. Ce qui n'est pas encore le cas. Le finlandais est d'abord connu pour ses téléphones traditionnels. Par ailleurs, le fabricant met actuellement en place sa propre solution de messagerie mobile. Après avoir expérimenté BlackBerry ou Visto, le géant finlandais annonce sa propre solution maison baptisée Nokia Business Center. « *Nous voulons faire sortir le courrier électronique de la sphère des dirigeants et des forces de vente* », a déclaré Dave Grannan, patron de l'activité du fabricant finlandais. A la différence de BlackBerry, compatible avec la plupart des réseaux d'opérateurs mais pas avec tous les combinés, Nokia indique que sa solution est ouverte à une plus large gamme de téléphones. En l'occurrence les Series 60, Series 80, et bientôt Windows Mobile. Par ailleurs, elle se veut universelle en se basant sur le langage Java, massivement utilisé en téléphonie. Elle est compatible avec la plupart des solutions de messagerie d'entreprise (Microsoft Exchange, Lotus Notes et Domino,?) Le système d'e-mails de Nokia se présente de deux façons. La version standard permet aux salariés de lire et d'envoyer des e-mails avec pièces jointes. La version professionnelle, directement intégrée au réseau de l'entreprise, offre un accès direct à une boîte aux lettres électronique via un appareil portable, et permet d'accéder à son agenda ou à son répertoire. Cette concurrence acharnée ne semble pas faire peur à RIM. « *Nous sommes sereins* », nous explique Dany Bolduc, directeur des relations commerciales France et Benelux de RIM. « *Les opérateurs nous font confiance et nous signons des accords à tour de bras* », souligne-t-il. « *Faire ce qu'on fait est très difficile car nous proposons une solution bout en bout. Nous avons pas mal d'avance sur la concurrence qui ne propose pas d'offres similaires en termes de possibilités, d'intégration, de sécurité et de fiabilité* ». Mais il semble clair que Nokia n'a pas dit son dernier mot.