

Palm lance son Centro en Europe

Les temps sont difficiles pour Palm mais le fabricant américain ne baisse pas les bras. Outre deux trimestres consécutifs de pertes, Palm est distancé par RIM, HTC ou encore Nokia sur le marché des smartphones et PDA communicants. Et la menace iPhone est désormais bien réelle : Apple est devenu en quelques mois le 3e vendeur de smartphones selon Canalys. Pourtant, ses références sont appréciées, notamment les Treo, cette gamme représente désormais 80% des revenus du fabricant américain.. Mais les volumes et les nouveautés ne suivent pas.

Palm a décidé en 2006 de se focaliser sur l'Europe avec des Treo 3G. Aujourd'hui, il lance sur le Vieux Continent le Centro, un PDA d'entrée de gamme lancé en septembre dernier aux USA et proposé à 100 dollars avec un abonnement de deux ans par l'opérateur Sprint-Nextel.

Compact, doté d'un écran tactile et d'un clavier, il fonctionne sous PalmOS. Compatible 3G, il dispose en outre d'un appareil photo, d'un navigateur Web, d'une messagerie. Il est compatible avec les clients de messagerie d'AOL, Google (Gmail), Microsoft et Yahoo.

Centro est-elle la dernière chance pour Palm de générer du volume et ainsi de redresser la barre ? L'avenir le dira. En attendant, le fabricant estime avoir une belle carte à jouer.

« Nous sommes très pressés de lancer le Centro en Europe », déclare Roy Bedlow, Vice-Président de Palm EMEA. « Il est de petite taille et dispose d'un clavier complet qui facilite la saisie du texte et l'utilisation des e-mails. Voilà déjà deux raisons qui persuadent les utilisateurs de téléphones portables classiques de se tourner vers ce smartphone, comme l'ont montré les premiers retours d'expérience aux États-Unis. Les utilisateurs recherchent davantage de fonctionnalités dans leurs téléphones, et le Centro répond à tous les besoins vitaux de communication et d'organisation, sans faire aucun compromis sur la conception. »

On ne sait pas encore si un opérateur français a obtenu l'exclusivité de ce terminal et si son prix sera aussi attractif qu'aux Etats-Unis. Hors abonnement, il sera vendu 299 euros.