

Sony-Ericsson affiche ses ambitions avec Android

« Avec Android, c'est un nouveau chapitre que Sony-Ericsson va écrire. » C'est par ces mots que **Pierre Perron**, directeur général de Sony-Ericsson France, Belgique et Luxembourg, a introduit le nouveau smartphone du constructeur : le **Xperia X10**. Derrière un **écran 4 pouces** (480×854 pixels, l'un des plus grands du marché dans cette gamme) tactile, encastré dans un boîtier aux design étudiés pour un volume qui reste modeste (11,9 x 6,3 x 1,3 cm pour 135 grammes), le nouvel Xperia embarque un processeur Snapdragon (QSD8250) **1 GHz**, le wifi et Bluetooth, un module a-GPS (qui permet d'exploiter les données de géolocalisation des opérateurs), un appareil photo **8,1 mégapixels** avec flash (capture vidéo VGA), 1 Go de mémoire interne et 8 Go sur carte SD livrée en standard, et support du très haut débits HSPA (7,2 Mbit/s en réception et 2 Mbit/s en émission). Et bien sûr, la plate-forme **Android de Google en version 1.6** (Donut).

Aussi ouverte, gratuite et exploitable (sans licence) soit-elle, la plate-forme de Google pour smartphone ne suffit pas pour répondre à la vision de service que défend Sony-Ericsson. « Nous sommes dans **une logique d'abondance** à travers les applications d'Android Market d'une part et des applications personnalisées d'autre part », précise le dirigeant. Applications sur mesure proposées depuis la **plate-forme PlayNow** du constructeur nippon-suédois. Outre les applications optimisées pour le X10, PlayNow propose de la musique (4 millions de titres), des jeux (200 environ), des sonneries et des vidéos (à terme) payables par carte bancaire ou SMS Premium.

Outre l'intégration de PlayNow, « qui va être de plus en plus évidente », le X10 s'illustre avant tout par le développement de la **plate-forme UX qui vient en surcouche d'Android**. A l'instar de la solution Sense de HTC introduite sur les Hero et [Tatoo](#), UX permet d'organiser ses usages en fonction de ses contacts et non plus depuis les applications.

La marque la plus ouverte du marché

Cette vision centrée sur l'utilisateur est soutenue par deux applications majeures : **Timescape et Mediascape**. La première agrège les applications par contact et organise les événements de manière chronologique. La seconde réunit en un seul endroit les différentes informations et média de l'utilisateur, stockés localement ou en ligne. Cela permet, par exemple, d'agréger toutes les chansons et vidéos d'un artiste derrière sa fiche contact. Pour l'heure, seules les données issues de PlayNow et YouTube sont indexées.

Signalons également une fonction de reconnaissance automatique des visages (jusqu'à 5) qui permet d'organiser les photos autour du contact. « **Lancer un appel depuis une photo** devient possible », se félicite le chef produit **Laurent Larocca**. Autre originalité, l'intégration de l'application **Serve.Me** qui permet de profiter des services de conciergerie de la société John Paul (réservation de chambre d'hôtel, place de spectacle, salles de sport, envoi de fleurs, pressing, garde d'enfants...). Commercialisé 365 euros par an, ce service est offert la première année d'utilisation.

On l'aura compris, Sony-Ericsson affiche de grandes ambitions derrière Android, plate-forme ouverte et libre proposée gracieusement et aujourd'hui adoptée par de nombreux constructeurs. «

Notre priorité est d'être **la marque la plus ouverte du marché**, précise le dirigeant, et si Android est la plate-forme la plus adaptée à notre ambition, c'est celle que nous choisissons. » Pas au point, cependant, de négliger les autres plates-formes qui adressent différents publics. Ainsi, le récent Satio sous Symbian OS S60 vise le segment des loisirs numériques (musique et photos notamment) tandis que le prochain X2 sous Windows Mobile 6.5 s'adressera à une cible plus professionnelle.

Pour l'heure, avec le Xperia X10, Sony-Ericsson vise clairement « *les business man, CSP+ et les pionniers* », selon Pierre Perron. Mais le constructeur ne s'interdit pas de décliner son offre vers l'entrée de gamme même si aucune annonce concrète n'a été faite. Il faut dire qu'autour de **600 euros** le terminal nu, seuls les plus motivés et fortunés se sentiront concernés par le nouveau smartphone. Sony-Ericsson n'en vise pas moins d'être référencé par les trois opérateurs mobiles en France. Le nouveau smartphone permettra-t-il au constructeur de dépasser les **13,6% de part** qu'il revendique sur le marché français? Réponse en **février 2010**, date de sortie du Xperia X10.

