



Les dessous de l'annonce de Windows Phone 7.0

Le **Mobile World Congress** bat son plein à Barcelone cette semaine. Il est rythmé par de nombreuses annonces. Nous avons eu déjà eu droit notamment à celle de nouveaux smartphone Samsung sous le système d'exploitation propriétaire Bada, à de nouveaux smartphones chez Sony Ericsson, à l'annonce de MeeGo, **un autre Linux** pour mobile issu d'un croisement Nokia et Intel, et à une initiative de création d'application store mobile par 15 opérateurs télécom mobile (dont AT&T, Sprint, Verizon, T-Mobile, Vodafone, Orange, NTT Docomo, Softbank, China Mobile, Telecom Italia et Telefonica) et constructeurs (dont Samsung, LG et Sony Ericsson).

Pas aussi attendue qu'une annonce Apple, la présentation par Microsoft de la prochaine version de **Windows Mobile** a tout de même fait l'actualité. Microsoft s'était endormi sur ses lauriers du milieu des années 2000 et s'était fait complètement dépasser par l'iPhone et Android dans le marché des smartphones. Le lancement de Windows Mobile 6.5 en octobre 2009 était une grosse déception, son interface utilisateur étant toujours aussi lourde, avec ses petits boutons et son héritage "bureau Windows". Les parts de marché de Windows Mobile déclinent donc inexorablement depuis l'arrivée de l'iPhone. S'en suit la défection des constructeurs et des développeurs. Un scénario jamais vu dans l'histoire de l'éditeur sur un marché en croissance !



Cette présentation était donc en quelque sorte l'annonce de la dernière chance, celle de la "*near death experience*", un peu comme la conférence de presse du 7 décembre 1995 lors de laquelle Microsoft avait présenté sa stratégie Internet, une rupture technologique qui semblait lui avoir complètement échappé. Une stratégie qui lui a certes permis de reprendre la main, mais qui n'en a pas pour autant fait un leader incontesté des logiciels et services de l'Internet 15 ans plus tard.

Alors, Microsoft peut-il redresser la barre et redevenir un acteur sérieux du marché des smartphones ? A-t-il compris les besoins des consommateurs ? Peut-il rattraper un retard énorme, notamment dans la bibliothèque applicative ? Est-ce que son modèle économique évolue ? Est-ce que son processus d'innovation est adapté à ce défi ? C'est ce que nous allons voir ici.

En deux mots, les progrès accomplis par Microsoft sont **immenses**, mais les défis auxquels il a encore à faire face pour redresser la barre le sont également.

Les intervenants de l'annonce

J'ai regardé la conférence de presse de l'annonce en live video streaming. **Elle est disponible ici**, et racontée par **Engadget**, qui a juste oublié de citer les questions posées à la fin par ses concurrents des "grands médias". Et la transcription est également **disponible**.

Comme pour une "startup", il est bon se s'attarder un peu sur l'équipe qui a fait cette annonce. Nous avons cinq intervenants lors de cette conférence de presse :

- **Steve Ballmer**, qui n'a pas dit grand chose d'autre que pour montrer son excitation habituelle et de réaffirmer le modèle "partenaires" et d'intégration horizontale de Microsoft.
- **Joe Belfiore**, VP Windows Phone qui a en charge le "program management" du système. C'est une sorte de super-chef de projet qui définit les spécifications. 20 ans de Microsoft et une focalisation sur la conception d'interfaces utilisateurs : celles de Windows 95, de Windows XP, de Windows Media Center et plus récemment de Zune. Il se présente comme l'avocat des utilisateurs, un rôle qui n'a pas du être facile dans sa longue expérience. En effet, il avait face à lui des équipes systèmes pour qui ces notions sont parfois bien étrangères. De tous les produits dans lesquels il a été impliqué, c'est Zune qui est le plus aboutit côté interface utilisateur. Et le plus récent. Mais on n'en sait rien en Europe puisqu'il n'est commercialisé qu'en Amérique du Nord et est arrivé bien trop tard sur le marché pour écorner la dominance de l'iPod. Dans cette **vidéo** produite avant l'annonce, Belfiore indique que Microsoft s'était jusqu'à présent trop focalisé sur la plateforme et les applications d'entreprise. Maintenant, la priorité va à l'expérience utilisateur. Et l'intendance doit suivre (matériel, partenaires, etc).
- **Andrew Lees** qui est Senior Vice President et patron "business" de l'ensemble de l'activité mobile. Belfiore doit bosser pour lui. Il a aussi 20 ans de maison derrière lui, les 10 premières chez Microsoft UK. Il a passé ses sept dernières années comme patron du marketing serveur et outils de développement. Une activité bien éloignée du marché grand public, mais pour qui les notions de partenariats et d'écosystème sont stratégiques. Ce qui aide dans le cas présent. Bon, et comme il est anglais, il s'y connaît un peu en marketing :).
- Un représentant d'**AT&T** de niveau "intermédiaire" (patron marketing de la division mobile) et Olaf Swantee, un Directeur Exécutif d'**Orange**, de meilleur niveau de représentation. Nous y reviendrons plus loin. Pas de constructeur, pas de développeur d'application. La présence de partenaires était donc sobre pour laisser la place au produit.

Le matériel et le système d'exploitation

Microsoft n'a pas (encore) annoncé son propre smartphone et s'en tient à une stratégie OEM pour la diffusion de son système d'exploitation. Comme il le fait pour tous ses systèmes d'exploitation, il définit une configuration matérielle minimum pour les smartphones qui seront équipés de WP7. Seul difficulté dans le cas présent : mettre la main sur ces spécifications exactes !

En glanant les informations présentées à Barcelone et *fuitées* sur le web, on obtient ceci :

- Tout d'abord, seulement **trois boutons** : "start", "search" et "back". Tout le reste de l'interface fonctionne avec l'écran tactile. Il n'y aura donc rien de plus ressemblant à un smartphone WP7 qu'un autre smartphone WP7.
- Un écran WVGA de 3,6 pouces (800×480 pixels), **tactile multitouch à quatre points** et à matrice

capacitive. Comme pour la génération moderne des smartphones : iPhone, iPod Touch, Google Nexus One, etc. Au passage, est-ce que cela signifie que Microsoft abandonne le marché encore significatif des mobiles dotés d'un écran plus petit tout comme ceux qui sont au "form factor" Blackberry avec écran et clavier juste en dessous ?

- Un **processeur** tournant à 1GHz sachant que Microsoft a mis en évidence un partenariat spécifique avec Qualcomm. On imagine que le processeur Snapdragon de Qualcomm sera donc souvent utilisé, ou une version à venir, mais sans exclusivité. Il l'est déjà dans le HTC HD2, le Google Nexus One (d'origine HTC), dans l'Experia X10 de Sony Ericsson, ainsi que dans de nombreux "mobile internet devices" vus au CES. Ces processeurs sont des "system on chip" **intégrant** un coeur ARM, le traitement graphique, toute la partie communication du mobile (Wifi, BlueTooth, 3G, etc), la TV mobile et un GPS.
- Au moins 8 Go de mémoire de stockage, une caméra d'au moins 5 mpixels, un capteur de lumière, un GPS (déjà dans le chipset Qualcomm), un compas et un accéléromètre.
- Et une **batterie** tenant le coup plusieurs jours en usage courant, un sujet d'examen particulier !

C'est une configuration dite "haut de gamme". Qu'est-ce qui est facultatif finalement ? Un clavier, un écran plus grand, un flash et une seconde caméra. Le prototype présenté par Joe Belfiore était un "no-name" probablement d'origine HTC, pas bien designn, et d'environ un cm d'épaisseur.

Un écran plus grand pourra couvrir d'autres besoins que ceux des smartphones. Windows Mobile 7 pourra sans conteste remplacer Windows 7 pour équiper des tablettes et des ebooks. L'annonce du Slate de HP au CES 2010 sera vite oubliée. Mais il restera à Microsoft du travail pour couvrir ce nouveau marché : proposer un lecteur de livres et de la presse convivial ainsi qu'une place de marché pour les acheter.

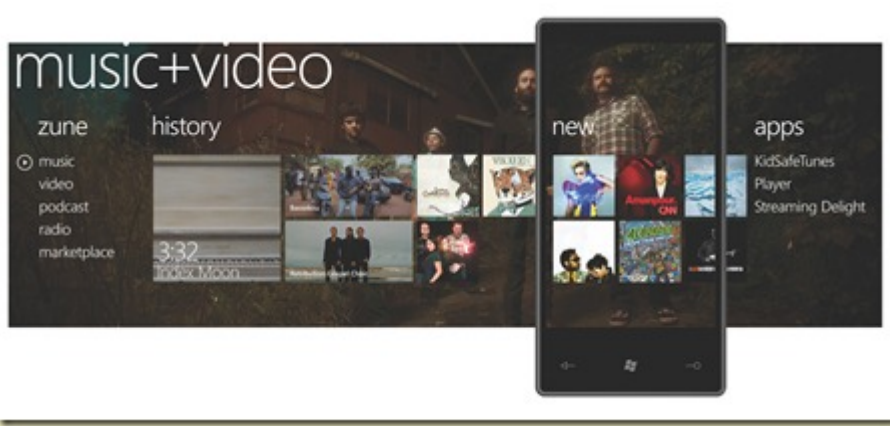
Sinon, l'OS est présenté par les médias comme entièrement *nouveau*. En fait, c'est toujours du Windows CE dessous, en **version 6.0**.

L'interface utilisateur

Je ne vais pas trop rentrer dans les détails. le sujet est déjà très bien couvert dans des dizaines de blogs. Et notamment par **Hugo Lunardelli** dans ZDNet.fr, un autre ancien de Microsoft France qui s'est spécialisé dans le suivi de la stratégie de Microsoft !

Mon test de base pour voir si Microsoft avait "compris" était la taille des boutons dans l'interface. Ils sont bien trop petits dans Windows Mobile 6.X. Ici, ils sont grands. Test réussi ! Mais il faut aller plus loin.

Windows Phone 7 s'appuie sur une interface utilisateur empruntée au Zune HD. Elle est très dépouillée sans effets 3D, sauf pour les transitions. On navigue avec les trois boutons et avec le tactile et dans les deux directions : verticale et horizontale. Ainsi, les slides de présentation de la conférence de presse et les **images** fournies aux médias et reprises dans tous les blogs présentent-elles une interface dans sa largeur, le smartphone en étant une "fenêtre" qui s'y déplace horizontalement. C'est conceptuellement intéressant car cela permet d'envisager facilement la déclinaison "tablette" de l'interface.



L'autre principe de base de Windows Phone consiste à organiser l'interface autour de scénarios d'usages, appelés "hubs" : autour de ses contacts pour communiquer, pour la musique et la vidéo, pour la productivité personnelle, pour les jeux. Cela élève le niveau d'abstraction d'un cran par rapport aux systèmes existants. Et notamment au niveau des applications tierces parties qui pourront s'intégrer dans ces scénarios, mais sans exclusive (on pourra aussi les lancer hors des hubs). La partie communication est ainsi centrée autour du carnet d'adresse et intègre les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) en plus de la messagerie, des alertes, et – *oui extraordinaire !* – de la fonction téléphone, toujours utile dans ce genre d'engin. Tout ceci améliore bien les scénarios existants, mais il n'y en avait pas de véritablement nouveau.

Dernier principe, plus classique : la personnalisation. On pourra placer des icônes sur ses applications et contenus préférés dans le menu principal. Mais on n'a pas vu la tête des fonctions de configuration de l'OS, toujours instructives aussi bien sur l'ergonomie que sur la liberté donnée à l'utilisateur.

Evidemment, Windows Phone est connecté à tout l'attirail des services et logiciels Microsoft, mais semble-t-il sans exclusive (le DOJ et la Commission Européenne veillent au grain...) : avec Office, Outlook, OneNote, Sharepoint et Exchange pour le travail collaboratif et la communication, avec Bing pour la recherche, avec Live Maps pour la cartographie, avec Windows via ActiveSync et le client de Zune pour synchroniser sa musique et ses contenus photo/vidéo, avec XBOX Live, et enfin, avec un navigateur web compatible avec IE8. On n'a d'ailleurs pas vraiment vu de jeux XBOX Live, mais plutôt des éléments d'interface de communication (invitations de joueurs... à jouer, etc). Ils réservent sans doute cela pour la conférence E3 à Los Angeles en juin 2010.

Les scénarios démontrés étaient bien parlants. L'interface est élégante et moderne. Mais c'est à l'usage que l'on pourra en mesurer la praticité. Design et ergonomie ne font pas toujours forcément bon ménage ! Des inconnues subsistent : le mode opératoire de la sélection et de l'installation d'applications tierces-parties, est-ce que la navigation sera pratique lorsqu'on aura installé des dizaines d'applications et copié des milliers de photos ou de morceaux de musique, le hub "people" est-il construit de manière à faire vraiment gagner du temps pour gérer ses réseaux sociaux, il y a-t-il des fonctionnalités multitâche, peut-on écouter de la musique et faire autre chose en même temps (il semble que oui), est-il facile de téléphoner à quelqu'un et de modifier son agenda en même temps ?

On en saura peut-être plus lors du MIX de mars 2010. Ensuite, il faudra attendre la disponibilité des premiers smartphones WP7 prévue pour la fin 2010.

L'écosystème

It's the ecosystem, stupid ! Tout le monde l'a compris maintenant. Chaque acteur du marché des mobiles "veut" son écosystème, notamment d'applications. La bataille est rude face à l'iPhone et ses 140000 applications, talonnées par le catalogue d'Android dont la taille grandit au point de pouvoir dépasser à ce rythme celui

d'Apple d'ici moins de deux ans. Même si au delà d'une vingtaine de milliers d'applications, on tombe dans le médiocre. J'ai même entendu dire que 80% des applications (payantes) iPhone n'étaient *jamais* achetées.

Mais il y a écosystème et écosystème. Il y a intégration verticale ou horizontale. Dans les OS pour smartphones, Apple, Palm et Nokia sont dans le premier lot. Microsoft et Google dans le second car leur OS est diffusé par le biais de constructeurs.

En plus de la bataille de l'ergonomie et du design du logiciel, dont nous avons déjà parlé, trois batailles d'écosystème se jouent en parallèle :

- La bataille des **constructeurs**. Et là, Microsoft est face à Google qui s'est récemment attiré leurs faveurs. Android semblait jusqu'à présent être le seul système pour smartphone à même de concurrencer sérieusement l'iPhone.
- La bataille des **opérateurs télécoms**. Microsoft et Google ont tous les deux un rôle clé à jouer car les telcos veulent réduire l'influence d'Apple. La marque à la pomme est bien connue pour son inflexibilité. Pas de partage de revenu des applications. Pas ou peu de personnalisation des mobiles. Etc.
- La bataille des **applications**, qui concerne tous ces acteurs, avec des règles du jeu à peu près équivalentes. Tous redistribuent 70% des revenus des applications payantes aux développeurs. Tous ont un processus de validation plus ou moins rapide. Le paradoxe étant que c'est celui d'Apple qui est le plus contraignant. Mais son AppStore est le plus rempli. Grâce aux qualités intrinsèques de l'iPhone.

Reprenons cela point par point :

Les constructeurs

La grande question est de bénéficier de la capillarité de marché apportée par les constructeurs, de la pression que cela met sur les prix, de l'innovation dans le design, mais sans (trop) fragmenter son marché. Cela avait sérieusement gêné Windows Mobile dans ses précédentes versions. Les constructeurs comme HTC y ajoutaient leur propre interface graphique, comblant les lacunes de celle qui était fournie par Microsoft. Du côté d'Android, le risque est le même, d'autant plus que l'OS est open source et modifiable à volonté par les constructeurs.

Pour réduire la fragmentation, nous avons ici deux approches différentes. Google a créé son "reference design" en commercialisant son propre smartphone, le Nexus One. C'est un HTC relativement standard. Il peut devenir une référence dont les autres constructeurs vont éviter de s'éloigner, au moins côté logiciel. Microsoft de son côté améliore son interface utilisateur, augmente le niveau d'abstraction des applications (qui s'intègrent notamment dans les "hubs"), définit avec plus de précision la configuration matérielle minimum des "Windows Phone" et... réduit le champ de manœuvre des constructeurs. Le tout avec un double discours pas encore très substantivé. Lors de la conférence de presse, Steve Ballmer et Andrew Lees évoquaient ainsi à la fois le fait qu'il y aurait moins de variantes de l'OS, et en même temps, plus de liberté de personnalisation pour les constructeurs comme pour les opérateurs. Le logo Orange ou Samsung en page d'accueil ? Pourra-t-on "skinner" l'interface utilisateur ? Modifier les applications installées par défaut ? Pas d'info pour l'instant.

Ballmer a annoncé qu'il souhaitait que les constructeurs innovent surtout dans les "form factors". On pense aux "Mobile Internet Devices" et surtout aux tablettes. Mais pour cette dernière, il faudra bien que Microsoft y aille de ses spécifications. Et d'ailleurs, il devra produire une version spéciale de son OS, genre "Windows eBook" ou "Windows Tablet". Sinon, elles auront bien du mal à concurrencer l'iPad d'Apple.

Alors, qui sont les constructeurs partenaires de Microsoft ? Au delà de Qualcomm pour ses chipsets, il y a les usual suspects : LG, Samsung, HTC, Garmin-Asus, HP, Dell, Sony et Toshiba. Pas de Motorola, et bien entendu, pas de Nokia. Samsung et LG sont clés car ils dominent le marché mondial juste derrière Nokia (en volume, toutes catégories de mobiles confondues). HTC l'est aussi car il s'est aventuré dangeusement vers Android au détriment de Windows Mobile dont il est le principal supporteur. Il faudra observer de près les gammes de smartphones annoncées sur la fin 2010 par ces constructeurs pour déterminer leur engagement réel autour de Windows Phone 7.

Les telcos

Là encore, Microsoft annonce le support de grands telcos mondiaux : Verizon, AT&T, Vodaphone, Sprint, T Mobile, Telefonica (qui couvre bien l'Amérique du Sud). En France, nous avons Orange et SFR. Curieusement, pas d'opérateur en Asie. Peut-être parce qu'il s'y vend moins de smartphones qu'en occident.

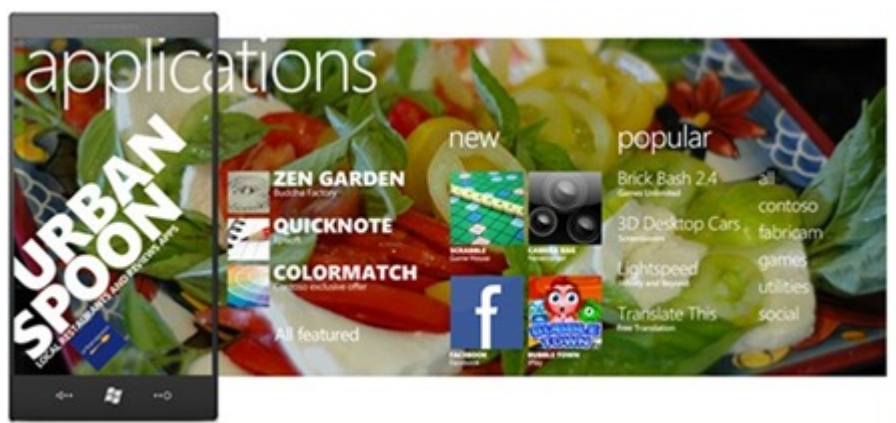
Deux partenaires télécoms intervenaient rapidement lors de la conférence: AT&T et Orange. Ils affichaient leur satisfaction de supporter un OS mobile qui pourrait redevenir incontournable. Du grand classique. Mais ces deux opérateurs sont aussi les premiers (et toujours unique pour AT&T) à diffuser l'iPhone d'Apple dans leurs pays de base. Au delà du fait qu'il s'agit des opérateurs mobiles les plus gros de leurs pays respectifs (USA et France+UK), ils n'ont donc pas été choisis par hasard.

Ces opérateurs doivent être encore quelque peu attentistes. Ils devront tester la réaction de marché aux WP7 avant de trop s'engager. Peut-être reverra-t-on fleurir des offres destinées aux entreprises, le concurrent numéro un étant alors le Blackberry.

Les développeurs

La conférence de presse a été l'occasion de citer quelques acteurs de l'Internet qui étaient intégrés dans Windows Phone : l'annuaire Yelp, le service de musique en ligne Pandora et l'inévitable Facebook. Microsoft aurait sinon dans sa besace 20000 applications compatibles Windows Mobile. Mais sa Windows Phone Marketplace n'en héberge pour l'instant **que 1245** (on trouve d'autres informations sur le lien précédent concernant les évolutions des caractéristiques de cette marketplace). Ces applications seront-elles compatibles avec Windows Phone 7 ? Et comment Microsoft va-t-il s'y prendre pour attirer des développeurs sur sa plateforme ?

On sait cependant à quoi va ressembler la marketplace sur WP7 :



Ce qui était sa force historique dans le monde des entreprises pourrait devenir son talon d'Achille. En effet, pour développer pour Windows Mobile, il faut en passer par Visual Studio et .NET. Une solution très solide pour les développeurs professionnels d'entreprises. Mais quid du développeur d'application mobile ? C'est un peu lourd, et aussi couteux, surtout pour cette armée des développeurs d'applications qui n'ont pas de modèle

économique bien solide. De plus, les développeurs apprécient l'aspect "open source" et l'ouverture maximale d'Android, qui par ailleurs s'appuie beaucoup sur Java et les standards du web pour le développement d'applications. Par contre, le support de XBOX Live est un véritable plus face à Apple qui n'a pas d'activités en propre dans le domaine du jeu. On aura certainement un support de Silverlight dans Windows Phone. Cela pourrait même être le passage obligé pour développer ces applications graphiques riches et animées que l'on a vues lors de la conférence de presse.

En fait, on ne sait pas grand chose de tout cela car Microsoft va annoncer sa stratégie développeurs pour Windows Phone 7 lors de la **conférence MIX** qui a lieu à Las Vegas du 15 au 17 mars 2010. On sera notamment intéressé de savoir comment les applications vont s'intégrer dans les "hubs" (communication, musique, vidéo, jeux) de l'OS. Et quelles interactions seront possibles entre les applications et l'OS, et aussi entre les applications.

Quid du Flash d'Adobe, la grosse lacune de l'iPhone et de l'iPod ? Steve Ballmer a indiqué qu'il ne serait pas intégré dans l'OS, mais qu'il ne s'opposait pas à son support. Traduction : comme pour Windows et Internet Explorer, il n'y aura pas de Flash dedans, mais on pourra l'installer dessus. 98% des utilisateurs d'Internet Explorer ont ainsi Flash Reader sur leur PC, qu'ils ont téléchargé après être tombés sur un site le nécessitant comme YouTube. On sera intéressé de savoir si les constructeurs pourront assurer cette intégration pour éviter le téléchargement du reader aux utilisateurs. En tout état de cause, la position de Microsoft peut-être qualifiée de "neutre" et plus ouverte que celle d'Apple qui ferme son OS mobile à toute brique logicielle qui pourrait concurrencer quoi que ce soit de chez eux.

La publicité

J'ajoute cette quatrième composante de l'écosystème mobile, complètement ignorée lors de l'annonce. Comment va-t-on gérer la publicité dans les Windows Phone 7 ? Est-ce que les applications pourront le faire ? Il y a-t-il un système d'alerting ouvert aux applications ? Est-ce que Microsoft va essayer d'imposer sa régie ? Quel rôle jouera Bing là-dedans ? Quels outils de mesure seront proposés ? Comme le niveau d'abstraction proposé aux développeurs monte d'un cran avec les "hubs", qu'en sera-t-il de la publicité ? On peut aussi se poser la question des solutions de paiement pour le mobile commerce.

Réponses... plus tard !

La concurrence et le business model

A une question de Reuters sur le business model de Microsoft, Ballmer a répondu qu'il n'allait pas en changer. Il vend ce qu'il créé. Donc, il y aura toujours une licence à payer pour les constructeurs. Simple à comprendre. Pas comme Google qui utilise Android comme cheval de Troie pour vendre ensuite de la publicité plus ou moins contextualisée (search, géolocalisation).

En fait, cela pose plusieurs questions. Est-ce que cette méthode de vente peut rester efficace face à Android qui abaisse à zéro le cout de l'OS pour les constructeurs ? Et surtout, est-ce que vendre un logiciel à moins de \$20 le smartphone est un bon business ? Il n'a jamais dépassé le milliard de \$ pour Microsoft, même les meilleures années. Pour que cela soit intéressant à long terme dans une perspective de croissance, il faudrait que la synergie avec les autres business soit maximale (surtout pour Bing et XBOX Live) et que la marketplace de Microsoft fonctionne bien. Car avoir un ARPU annuel de \$10 (un smartphone dure environ 2 ans, donc le revenu moyen par utilisateur est la moitié des \$20 max de la licence de l'OS) n'est pas bien glorieux. Par comparaison, l'ARPU de Google sur le web est supérieur à \$40, même si cette performance est loin d'être atteinte avec les utilisateurs de mobiles.

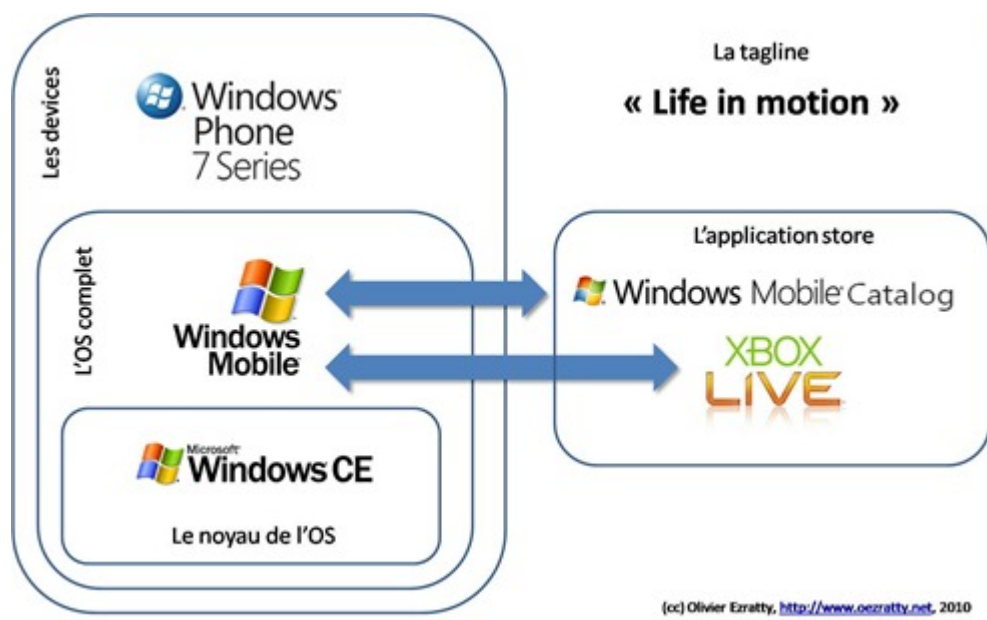
Sinon, je ne vois pas WP7 bousculer sérieusement Apple, qui a encore de la marge et de l'avance sur le marché.

Même si certains bloggeurs [ici](#) ou [là](#) trouvent que Microsoft l'élève, a dépassé Apple, le maître, en matière d'interface utilisateur. Ce qui ne manquera pas d'agacer Steve Jobs et le poussera sans doute à se dépasser une fois encore. L'égo est un fort moteur d'innovation dans ce bas monde ! Rappelons nous aussi le lancement du Palm Pre en 2009 qui était une réussite dans l'interface utilisateur mais a eu visiblement tout faux sur le reste. Il y en a un qui par contre a un sacré défi : Nokia. L'interface utilisateur de ses smartphones devra sérieusement évoluer pour se mesurer correctement avec presque tous les autres acteurs de ce marché. La [vidéo de démonstration](#) de Symbian 3 au MWC montre que les progrès de Nokia sont pour l'instant marginaux.

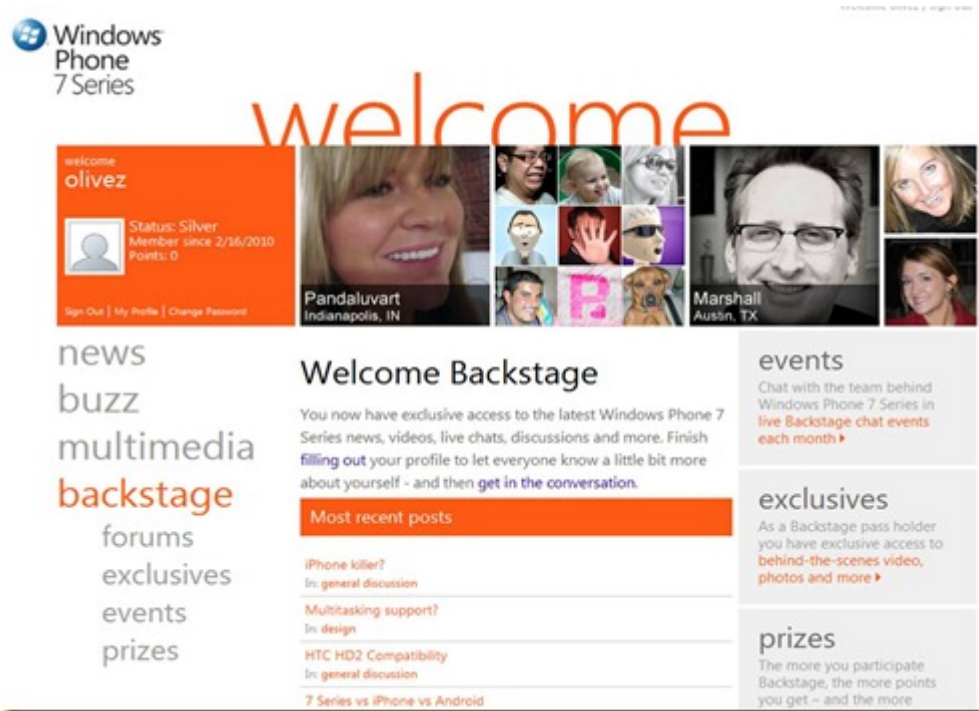
La marque et le marketing

Au juste, parle-t-on de "Windows Mobile 7" ou de "Windows Phone 7" ?

Il semble la marque officielle "Windows Phone 7 Series" décrive les smartphones eux-mêmes tandis que "Windows Mobile 7" décrit la version du système d'exploitation qu'elle contient. Au départ, Windows Phone était une marque générique sans numéro de version. Mais le véritable système, c'est Windows CE, et dans sa version 6.0, qui est disponible depuis quelques temps. Pourquoi faire simple...



Autre point à noter, l'existence d'un site "[Windows Phone Backstage](#)" où l'on peut accéder à des forums de discussions et à quelques contenus. En échange de la création d'un compte qui curieusement ne peut pas être son compte Windows Live / Hotmail. Une manière de se démarquer du reste de Microsoft car cette intégration en interne chez l'éditeur est peut-être lourde de conséquences en termes de délais de mise en oeuvre. C'est sinon du marketing qui se veut communautaire mais qui reste un peu artificiel.



Processus d'innovation

Alors, Microsoft a-t-il bien revu sa copie en matière de processus d'innovation ?

On peut dire que oui. Windows Phone semble avoir bénéficié d'une attention particulière du top management de la société. Ils ont changé l'équipe de direction de Windows Mobile. Ils ont intégré ce qu'ils savaient faire de mieux en matière d'interface utilisateur (Zune et la XBOX sont ce qu'il y a de plus réussi chez l'éditeur). Ils ont revisité certains principes de base de leur relation avec l'écosystème pour mieux assumer la cohérence de l'expérience utilisateur. N'ont-ils pas d'ailleurs fait cette annonce longtemps avant une conférence développeurs, et pas pendant, comme d'habitude par le passé ? Est-ce que l'interface utilisateur est vraiment innovante ? Question de point de vue. La notion généralisée de "hubs" pourrait véritablement l'être, mais on manque d'informations pour véritablement l'apprécier à ce stade.

Après, il faudra examiner tous les petits et grands diables qui se cachent dans les détails pour voir si Microsoft peut transformer cette annonce en reconquête d'un marché perdu. Microsoft devra aligner beaucoup de planètes de son écosystème pour rentrer sérieusement dans le jeu. La première – l'interface – est déjà en place. Elle attend les autres. Pour peu qu'il ne soit pas déjà trop tard pour revenir dans le jeu.

Cet article a été publié le 17 février 2010 et édité en PDF le 23 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>