

Guerre du mobile: retour vers le futur

Alors que les usages mobiles explosent, les plateformes mobiles ne semblent pas s'uniformiser. Bien que certaines semblent condamnées à disparaître, on ne peut les ignorer lors du développement d'applications. Cependant, des solutions existent pour éviter la multiplication des versions. Jérôme Lorido

Quand on parle du «Marché Mobile», on pense généralement avant tout à l'iPhone et à l'iPad, ce qui est assez révélateur de l'influence impressionnante du marketing d'Apple. Néanmoins, en regardant de plus près les chiffres du marché, on s'aperçoit vite que la firme de Cupertino n'est pas leader en termes de pénétration du marché et qu'il existe une concurrence réelle entre les différentes plateformes. En effet, l'analyse de la segmentation du marché des systèmes d'exploitation mobile au niveau mondial révèle quelques surprises...

Il y a encore un an, Symbian (essentiellement Nokia et Sony Ericsson) était nettement en tête devant RIM (Blackberry) et iOS (Apple). Il semblerait que l'arrivée d'Android dans sa version 2 ait bien redistribué les cartes du marché, en passant de 1.8% à 17.2% en l'espace d'une année; Microsoft, quant à lui, continue sa lente régression dans l'attente d'un sauveur hypothétique du nom de Windows Mobile 7.

Pour les éditeurs et les entreprises, ces statistiques sont importantes car elles ont des implications au niveau technique: quelles plateformes doivent-ils privilégier?

Si, par exemple, une entreprise souhaite développer un produit pour un maximum de plateformes avec un minimum de coûts de portabilité, le choix pourrait se porter sur Java, base commune de beaucoup de ces OS. Si ce sont en priorité les produits Apple qui sont ciblés, il faudra ajouter au coût de développement, celui d'un développement parallèle pour les autres plateformes. Évidemment, chaque OS ayant son propre SDK (Software Development Kit), il s'agira de varier les versions selon le support (même avec Java), mais le coût final sera quand même moins élevé.

Retour aux sources

Le développement mobile serait donc voué à la multiplication des versions? Pas tout à fait...

Il existe d'autres solutions pour pallier ce problème. Au même titre que l'informatique traditionnelle, le monde du mobile pourrait bien se retrouver uni par un même lien: le web.

Il y a deux solutions, issues du monde de l'internet, qui pourraient résoudre en partie le problème d'uniformité des différentes plateformes.

d'exporter cette application même sur les produits Apple.

HTML 5, le début d'un long chemin

L'autre solution est d'une simplicité assurée, mais souffre de quelques limitations pour le moment: HTML. Une application de type web n'a besoin que d'un navigateur pour fonctionner et ce, peu importe l'OS installé sur le poste utilisateur. On a entendu beaucoup de choses à propos d'HTML 5 mais pour l'instant, il n'est même pas encore à l'état de recommandation

Système d'exploitation	2eT10 Unités	2eT10 Part de marché (%)	2eT09 Unités	2eT09 Part de marché (%)
Symbian	25 386.8	41.2	20 880.8	51.0
Research In Motion	11 228.8	18.2	7 782.2	19.0
Android	10 606.1	17.2	755.9	1.8
iOS	8 743.0	14.2	5 325.0	13.0
Microsoft Windows Mobile	3 096.4	5.0	3 829.7	9.3
Linux	1 503.1	2.4	1 901.1	4.6
Autres OS	1 084.8	1.8	497.1	1.2
Total	61 649.1	100.0	40 971.8	100.0

Evolution des parts de marchés des systèmes d'exploitation mobiles entre les deuxièmes trimestres 2009 et 2010. Source: Gartner, août 2010

La première est certes née sur le réseau des réseaux, mais c'est une solution applicative et non une *web app*. Il s'agit de AIR (Adobe Integrated Runtime), une solution qui permet d'installer n'importe quelle application Flex (ou Flash) comme si elle était une application native de l'appareil mobile. La polémique entre Adobe et Apple sur le sujet étant bien plus relatif à la protection du modèle économique de l'App Store que lié à des considérations techniques, il est tout à fait pertinent de regarder ce que permet cette technologie cross-plateformes. AIR apporte la même uniformité entre plateformes que Flash ou Flex l'ont fait entre les navigateurs. C'est un modèle agnostique qui part du principe que le type d'appareil ne devrait pas être un souci pour le développement. Ce principe a fait ses preuves depuis plus de 10 ans dans le monde du web. Avantage de plus – et non des moindres – il est désormais possible

officielle et ne le sera pas avant quelques années, laissant libre cours à l'interprétation de son implémentation dans chaque navigateur. Il suffit de faire des tests avec les navigateurs actuels pour se rendre compte qu'au mieux, ils le prennent en compte chacun à leur façon, au pire, pas du tout. Même Apple, chantre officiel du HTML 5, n'est pas capable d'avoir le même résultat dans Safari pour iPhone et Safari pour iPad. Cela reste néanmoins une solution d'avenir à intégrer lentement.

En conclusion, les questions à se poser sont les suivantes: cibler le monde du mobile ou cibler UN mobile? Vaut-il la peine de faire une application native si une *web application* HTML (PHP, .NET, etc.) ou Flex suffit? Peut-être serait-il temps de montrer aux éditeurs et constructeurs que les guerres de formats commencent à devenir lassantes, surtout dans un si petit appareil. <



Jérôme Lorido,
Managing Consultant
chez b-i