

Christophe Lefort (RIM/BlackBerry) : « En 2013, on va faire notre révolution »

De notre envoyé spécial à Barcelone – RIM (Research in motion) n'a pas attendu le Mobile World Congress ([MWC 2012](#)) pour faire ses annonces. Lesquelles se résument essentiellement à l'arrivée [la version 2.0 de la PlayBook](#) désormais capable d'accueillir les applications Android. « *Dix mille applications sont disponibles sur la PlayBook aujourd'hui, se félicite **Christophe Lefort**, dirigeant de RIM France. Et 2000 développeurs ont participé au BlackBerry Developer Forum d'Amsterdam.* »

Nous avons néanmoins souhaité faire un point sur la situation de RIM quelque peu chahutée ces derniers mois, notamment avec le récent changement de direction. Lequel n'a au fond rien changé à la stratégie du constructeur canadien. À quelques nuances près. Face à l'accélération du marché, « *nous sommes obligés d'adopter une approche plus tactique à 3-6 mois sur le marché grand public* ». Une tactique difficilement applicable au marché de l'entreprise, où RIM a moins droit à l'erreur. « *L'entreprise a une très bonne mémoire* », assure le dirigeant.

Progression des ventes

« *En 2011, nos ventes ont progressé de 75 % sur la région EMEA, notre base installée a évolué de 55 à 75 millions d'utilisateurs et nous avons franchi les 180 millions de terminaux vendus dans le monde. Nous équipons 39 des 40 entreprises du CAC 40.* » Voilà pour les chiffres. Quant aux parts de marché décroissantes rapportées par les analystes, elles seraient dues au phénomène des nouveaux terminaux qui gonfle les résultats des uns ou des autres sur le trimestre. Et comme RIM ne lance pas – pas encore – un nouveau BlackBerry tous les trois mois, le constructeur serait moins visible.

En revanche, l'entreprise se félicite d'avoir lancé un service de *carrier billing* (facturation des achats mobiles par l'opérateur). « *SFR qui a introduit le carrier billing a Noël a constaté une augmentation de 20 % des téléchargements [d'applications].* » Et le dirigeant de rappeler que [l'App World est plus rentable que l'Android Market](#) pour les développeurs. De plus, « *nous accompagnons les opérateurs dans les solutions d'optimisation de leur réseau* ». Selon Christophe Lefort, « *la consommation d'un iPhone équivaut à celle de trois BlackBerry* ».

RIM a donc bien l'intention de rester sur le marché de l'entreprise. « *BlackBerry reste dominant dans le domaine de gestion des flottes de terminaux, nous sommes la référence et les entreprises demandent qu'on les accompagne.* » Ce qui s'est traduit par la plate-forme [BB Mobile Fusion](#) qui renforce la sécurité dans le cadre des usages professionnel et personnel du terminal et s'ouvre aux *smartphones* concurrents. « *Il ne faut pas ignorer le phénomène du BYOD d'acceptation par les entreprises de terminaux différents* », convient notre interlocuteur qui revendique néanmoins toujours 60 % à 70 % de présence des BlackBerry en entreprise. « *On veut tout mettre en œuvre pour que l'utilisateur reste acquis à BlackBerry.* »

BlackBerry 10 promis pour fin 2012

Une mise en œuvre qui passe par une offre hétéroclite de *smartphones* à la fois tactiles (Torch), claviers (Curve) et hybrides (Bold) et dont de nouveaux modèles apparaîtront avant la fin de

l'année. Mais aussi par la tablette dont les ventes « ne sont pas à la hauteur de nos attentes, reconnaît Christophe Lefort qui rappelle que le produit vise à l'origine l'environnement professionnel. *La PlayBook est reconnue, notamment auprès des métiers nomades, le format 7 pouces répond le mieux au nomadisme.* » Une version 3G est d'ailleurs prévue. « *Mais on ne sait pas quand* », prévient le dirigeant.

Ce qui est plus sûr en revanche, c'est l'arrivée de BlackBerry 10. L'OS qui unifiera PlayBook OS (dont il s'inspirera fortement) et BlackBerry est annoncé pour la fin de l'année cette fois, après de multiples retards. « *Face à la pression du Mobile World, nous prenons aujourd'hui le parti de tenir nos engagements. Dans BlackBerry 10, nous intégrons toutes les tendances technologiques du marché pour avoir une offre la plus pertinente possible. Jusqu'à présent, on a fait de grosses manifestations. En 2013, on fait notre révolution.* »