

Google fait le ménage chez Motorola

Acquis en mai dernier pour la somme de 12,5 milliards de dollars par Google, le fabricant de téléphones mobiles [Motorola Mobility](#) a annoncé le 12 août supprimer 20 % de ses effectifs et fermer un tiers de ses 94 bureaux à travers le monde.

Cette initiative vise à la fois à réduire les coûts de l'entreprise désormais loin derrière ses principaux concurrents, Apple et Samsung, et à consolider l'activité mobile de Google, concepteur de l'OS Android. En rachetant Motorola, Google a fait le choix de prendre le contrôle d'une société propriétaire de plus de 17 000 brevets, des brevets toujours utiles lors de différends relatifs à la propriété intellectuelle, et de produire ses propres terminaux.

4000 postes supprimés

Un tiers des 4000 postes supprimés le seront aux États-Unis. Motorola prévoit également de quitter les marchés non rentables, d'arrêter la commercialisation de terminaux bas de gamme et, enfin, de réduire le nombre des références inscrites à son catalogue, a souligné **Dennis Woodside**, ancien président de Google Amériques devenu directeur général de Motorola Mobility, dans un entretien accordé au *New York Times*.

Parallèlement, Google a réorganisé la direction de Motorola. 40 % de ses vice-présidents ont été remerciés tandis que de nouveaux dirigeants, dont **Regina Dugan**, ex-membre de la DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*) et **Mark Randall**, ex-vice-président en charge de la logistique chez Amazon, ont été embauchés.

Finalement, Motorola va réduire ses opérations en Asie et concentrer ses activités de recherche et développement aux États-Unis à Chicago (Illinois) et Sunnyvale (Californie), et en Chine à Pékin.

Comprendre le consommateur mobile

« L'activité de Google est construite sur un modèle filaire, or le monde évolue progressivement vers un modèle totalement sans fil, il est donc essentiel pour la société de comprendre tout ce qui concerne le consommateur mobile », a déclaré Dennis Woodside au quotidien américain. Certains analystes s'interrogent, justement, sur les capacités de Google à transformer l'essai sur un marché très concurrentiel où les marges sont faibles.

À l'heure actuelle, 90 % des profits sur le marché mondial du *smartphone* [reviennent à Apple et Samsung](#), l'un des clients de Google avec Android. Les autres constructeurs, dont Motorola, RIM, LG, HTC, ZTE, Huawei, etc., se partagent les 10 % restants.