

# Huawei – Honor : un divorce de raison à 15 milliards d'euros ?

Huawei, tout près de se séparer d'Honor ? Une annonce pourrait [tomber dès cette semaine](#).

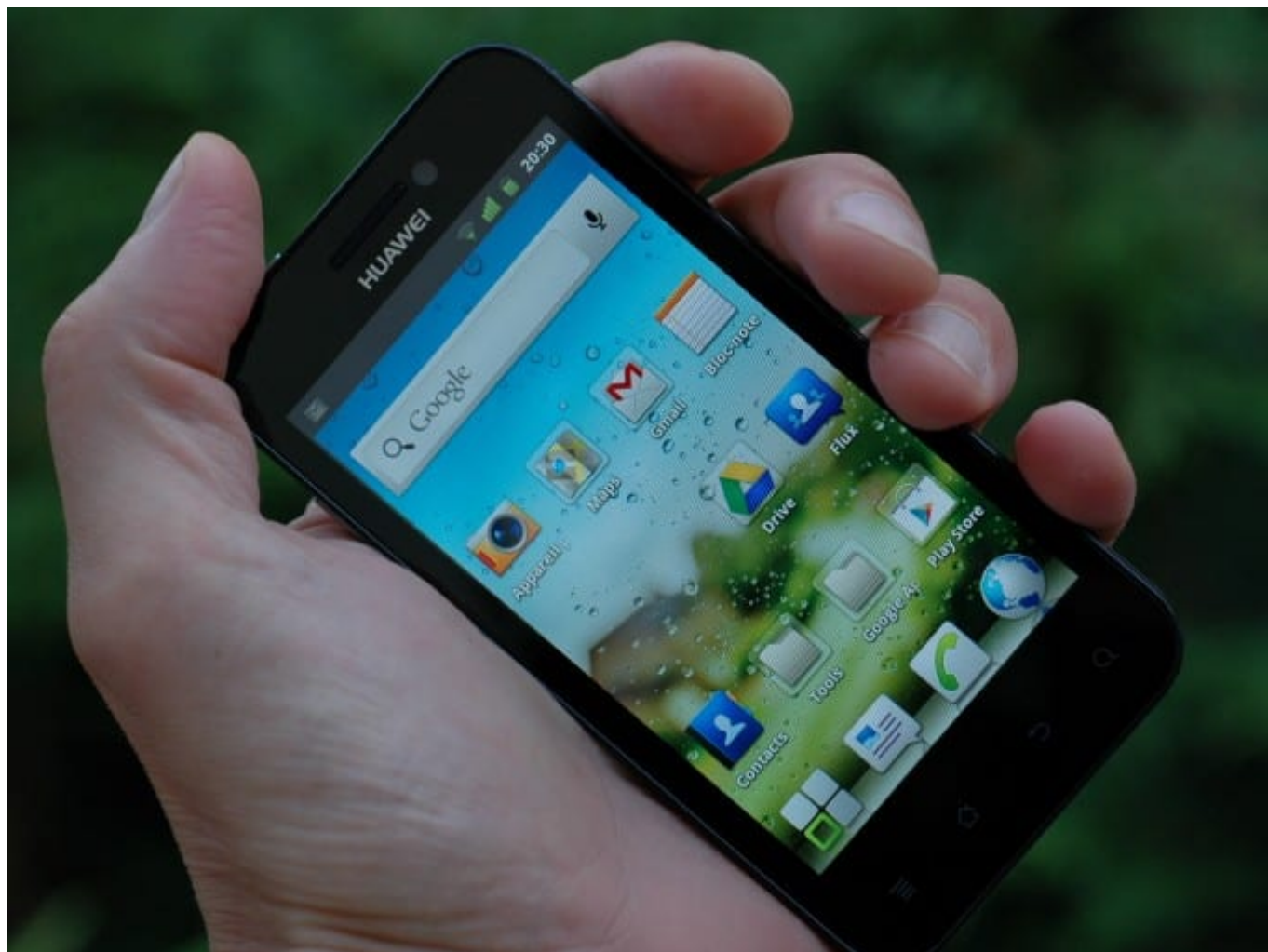
Aux dernières nouvelles, trois repreneurs potentiels se dégageaient. D'un côté, les fabricants TCL et Xiaomi. De l'autre, le distributeur Digital China Group.

Ce dernier semble parti pour l'emporter. Mais pas seul. Il acquerrait environ 15 % du capital de l'entité Honor Terminal, constituée en avril. En parallèle s'impliqueraient au moins trois fonds d'investissement soutenus par le gouvernement de Shenzhen (« ville-bastion » de Huawei). Chacun prendrait une participation légèrement inférieure à celle de Digital China Group.

La transaction engloberait l'essentiel des actifs Honor, dont la marque et la R&D. Elle rapporterait à Huawei 100 milliards de yuans, soit un peu moins de **15 milliards d'euros**. Et, surtout, permettrait à Honor d'échapper aux [sanctions américaines](#) contre sa maison mère, tout en restant sous contrôle chinois.

## **Honor : ça a commencé par un smartphone**

La marque Honor avait émergé chez Huawei en 2012. Le groupe chinois l'avait attribuée à un smartphone Android (photo ci-dessous) que Silicon France [avait testé](#). En 2013, il avait commencé à en faire une activité indépendante.



Le positionnement d'alors, en entrée de gamme, est encore d'actualité. Le Honor 10X Lite, dévoilé aujourd'hui avec un prix de lancement à 199,90 €, en témoigne. Le catalogue, lui, s'est élargi. Aux smartphones se sont ajoutés des tablettes, des appareils connectés (audio, bracelets et montres, balances, routeurs)... et des PC portables [récemment arrivés en France](#).

Le business de Honor est fondamentalement B2C\*. Même si, sur le site français, il existe une rubrique « Entreprise » qui donne accès à de la vente en gros. La marque représente une part substantielle des ventes de Huawei. En tout cas sur les smartphones : plus d'un quart des quelque 50 millions d'unités que l'entreprise aurait écoulées au 3<sup>e</sup> trimestre 2020.

*\* Le business de Huawei l'est aussi. L'an dernier, le B2C a représenté 54,4 % du C. A. du groupe. Les ventes aux opérateurs, 34,5 % ; celles aux entreprises, 10,4 %.*

*Illustration principale © Honor*