

Huawei vise les 10% de croissance annuelle pour les prochaines années

En 2012, **Huawei** a réalisé un chiffre d'affaires de 220,2 milliards de yuans (environ 27,3 milliards d'euros) pour un bénéfice net de 15,4 milliards de yuans (1,9 milliard d'euros), selon le [rapport annuel](#) que vient de publier l'équipementier. En augmentations respectives de 8% et 32% par rapport à 2011.

« En 2012, Huawei a atteint ses objectifs commerciaux grâce à une meilleure efficacité opérationnelle », a commenté **Guo Ping**, l'actuel CEO de l'équipementier chinois (qui pratique la présidence tournante).

La croissance a été portée par les trois activités de Huawei. Le segment des équipements pour opérateurs constitue toujours la principale source de revenus avec 160,1 milliards de yuans (19,8 milliards d'euros), en hausse de 6,7%.

Abordé il y a deux ans environ, le secteur des solutions réseaux pour entreprise affiche une croissance de 25,8% avec un CA de 11,5 milliards de yuans (1,4 milliard d'euros).

À 48,4 milliards de yuans (6 milliards d'euros), l'activité grand public (ventes de téléphones, clés 3G/4G...) bénéficie d'une croissance annuelle de 8,4%.

L'Europe, premier marché

La zone EMEA (Europe-Moyen Orient-Afrique) constitue toujours le premier marché pour Huawei avec 77,4 milliards de yuans générés (+6,1%). Juste devant le marché local.

La Chine contribue aux résultats à hauteur de 73,6 milliards. Un marché qui bénéficie de la plus forte progression en 2012 : +12,2%. La région Asie-Pacifique participe à hauteur de 37,4 milliards de yuans au CA de Huawei (+7,2%). La progression de la zone Amérique se limite à 4,3% avec 31,8 milliards de CA collecté.

Sur les 5 prochaines années, Huawei vise un taux de progression de 10% annuels. Un développement qui s'appuiera notamment sur les activités dédiées aux entreprises, comme le cloud computing, le stockage, les datacenters, etc.

« À l'avenir, l'industrie des télécoms continuera à croître, avec de nouvelles opportunités provenant du cloud computing, du BYOD (Bring Your Own Device), du Big data, et du remplacement des téléphones de base par les smartphones à un rythme plus rapide, explique Guo Ping. Huawei va continuer à se concentrer sur sa stratégie réseau, d'intégrer et de développer son marché autour de la circulation de l'information et créer de la valeur pour les clients, tout en réalisant une croissance durable et efficace. »

Si l'entreprise chinoise ne cache pas ses ambitions de devenir le premier vendeur mondial de téléphones, il restera à voir les conséquences des incitations américaines et françaises, notamment, de [bloquer l'usage des équipements chinois](#) sur le cœur de réseaux des opérateurs.

En images : Smartphones : les nouveaux Huawei Ascend en images