

John Chen confiant sur l'avenir de BlackBerry

« Je crois en la valeur de cette marque. Avec la bonne équipe et une bonne stratégie, je suis confiant que nous allons reconstruire BlackBerry pour le bénéfice de tous nos utilisateurs. »

Prêt à relever le défi

John Chen, le nouveau CEO, par intérim, de BlackBerry, est résolument optimiste quant à l'avenir de l'entreprise. Dans un [message](#) destiné à la communauté BlackBerry, l'ancien cofondateur et dirigeant de Sybase rappelle que *« notre engagement envers nos clients reste inchangé »*.

Après avoir rappelé les récentes transformations de BlackBerry (nouvelle offre et terminaux BB10, nouvelle plate-forme BES 10 de gestion du BYOD, renforcement de l'application BBM, du réseau, de QNX...), John Chen entend rassurer troupes et partenaires : *« Je sais que retrouver le succès de BlackBerry va prendre du temps, nécessiter de la discipline et des décisions difficiles mais nous sommes prêts à relever ce défi. »*

Désaffection des clients

Il n'en reste pas moins que les consommateurs sont aujourd'hui en mal de patience. Selon les [chiffres du troisième trimestre du marché mobile](#), les terminaux du constructeur canadien sont tombés à 1,7% des ventes, contre 4,1% un an plus tôt.

Côté entreprises, BlackBerry a reconnu que l'adoption de BlackBerry Enterprise Services (BES 10) n'était pas à la hauteur de ses attentes avec environ 25 000 installations, commerciales ou test, à ce jour (mais les ventes progressent, récemment avec l'adoption de la solution par Mitsubishi Motors Deutschland, Grohe AG et Südzucker AG en Allemagne). L'organisation de Waterloo avait signalé que *« les retards dans le lancement de certaines fonctionnalités de la plate-forme BES 10 et les alternatives du marché offertes avec les produits concurrents ont abouti à un rythme d'adoption plus lent que prévu de la plate-forme BES 10 par les clients entreprises »*.

Méthode Coué

Enfin, même si, [faute d'un rachat](#), l'entreprise bénéficie d'un nouveau soutien de 1 milliard de dollars apporté par son actionnaire principal Fairfax, BlackBerry continue à perdre de l'argent. Une situation qui ne pourra pas durer éternellement alors que l'entreprise a perdu plus de 900 millions de dollars lors de son précédent exercice.

John Chen a donc l'optimisme chevillé au corps. Un optimisme qui, tout en visant à faire patienter écosystème et clients, s'inscrit dans la lignée de la communication lancée mi-octobre à coup de pleines pages dans la presse et dans laquelle BlackBerry déclamait : *« Vous pouvez compter sur nous »* (lire [La lettre ouverte de BlackBerry ne convainc pas le Gartner](#)). L'application de la méthode Coué

n'a pas encore fait ses preuves.

Lire aussi

[Blackberry a rejeté les offres d'achat par activité](#)

[La stratégie software de Blackberry sera-t-elle la bonne ?](#)