

Le bénéfice de RIM flambe, mais pas assez

Le marché est déçu. Pourtant, RIM enfile les trimestres éclatants mais pas assez aux yeux des analystes qui exigent toujours plus. Pour son deuxième trimestre, le fabricant du BlackBerry affiche un bénéfice net en hausse de 70% sur un an à 495 millions de dollars. Le bénéfice par action atteint 86 cents, soit 1 cent en dessous des attentes.

Le chiffre d'affaires atteint 2,57 milliards de dollars, soit une hausse de 88% ! Le groupe compte désormais 19 millions d'utilisateurs dans le monde, soit 2,6 millions de plus sur un an.

« Nos opérations demeurent fortes et nous continuons sur notre lancée alors que nous nous dirigeons vers la saison des fêtes (Action de grâce, Noël) avec une gamme de produits incroyables... », a déclaré dans un communiqué le co-p-dg du groupe, Jim Balsillie.

Malgré une concurrence de plus en plus forte (Apple, HTC, Nokia pour ne citer qu'eux), le fabricant continue à gagner des parts de marché, grâce à la multiplication de ses références et à sa stratégie pro et grand public.

Selon le Gartner, RIM détient au deuxième trimestre une part de marché dans les smartphones de 17,4%, en progression de 126% en un an (avec 5,6 millions d'unités). Nokia est devant avec une part de 47,5%.

Aujourd'hui, 40% des utilisateurs font partie du grand public. Si cette stratégie permet à RIM d'élargir sa cible, elle pèse sur la rentabilité du groupe. En effet, pour séduire le grand public, RIM doit accepter de subventionner ses terminaux. « Nous n'avons jamais introduit autant de nouveaux produits sur le marché, si rapidement », a souligné Jim Balsillie.

Pour le 3e trimestre, RIM prévoit un chiffre d'affaires oscillant entre 2,95 et 3,1 milliards de dollars et l'ajout de 2,9 millions d'abonnés à son BlackBerry au cours de la même période.