

«Les applications pour les smartphones BlackBerry sont nulles»

Après [les actionnaires](#), les salariés. Avec une part de marché des OS mobiles qui dégringole de 19,7 % au premier trimestre 2010 à 12,9 % en 2011, les revendications des employés de RIM (Research in Motion) se font de plus en plus pressantes. (Précisons néanmoins que cette baisse sur un marché en hausse cache un nombre toujours plus élevé de terminaux vendus : 13 millions en 2011 contre 10 en 2010.) Néanmoins, les BlackBerry semblent dépassés par les raz-de-marée provoquées par l'iPhone et les smartphones Android. Une pression de moins en moins bien supportée en interne

En témoigne le courrier interne qu'un haut cadre à adressé aux deux co-dirigeants du constructeur canadien, Jim Balsillie et Mike Lazaridis, et que le blog [BGR](#) vient de rendre public. Cette déclaration fustige sans retenue la nouvelle politique de gestion du personnel et des projets. RIM, dont les ventes de la tablette Playbook peinent à décoller, a récemment annoncé un plan de restructuration qui impliquera la suppression de 200 postes dans son fief de l'Ontario, rappelle [l'Espresso.fr](#).

Une réorganisation qui n'est pas du goût des actionnaires. Ceux-ci sont une majorité à exiger la destitution de Jim Balsillie et Mike Lazaridis (actuels co-présidents de Research in Motion) en faveur d'un PDG unique. Face au succès de l'iPad, ce billet aux airs de pamphlet agit comme le catalyseur des tensions qui règnent chez RIM depuis la sortie de sa tablette Playbook.

Selon l'auteur de la lettre, dont le nom n'a pas été révélé, RIM adopterait une politique attentiste et suiveuse, ce qui le conduirait à commettre des erreurs stratégiques notoires. « *Nous prenons souvent des décisions sur les produits en nous fondant sur des alignements stratégiques, les demandes de partenaires ou même des avis juridiques. L'utilisateur s'en fout* », peut-on lire dans cette lettre.

Persuadé que l'innovation et la différence feront de la gamme BlackBerry un succès commercial, son auteur évoque « *des gens [qui] aiment des produits magnifiquement conçus, centrés sur l'utilisateur et qui fonctionnent comme ils sont supposés le faire* ». L'idée étant que les produits signés Apple bénéficient d'une image de marque qui compense le vide laissé par l'absence de certaines technologies comme le Flash.

Autre suggestion : fournir plus d'applications en élargissant la communauté des développeurs. « *Les applications pour les smartphones BlackBerry sont nulles. Même la PlayBook, avec toute sa puissance, a l'air d'un jouet avec ses applications Flash/Adobe AIR.* » Même son de cloche chez de nombreux éditeurs de logiciels, qui envisagent de boycotter une plate-forme « *trop complexe et trop coûteuse en comparaison de son nombre d'utilisateurs* ».

En effet, le kiosque d'applications mobiles App Store pour les terminaux Apple regroupe actuellement 425.000 *apps*. C'est deux fois plus que l'Android Market et sans commune mesure avec les (pourtant déjà) 35.000 que compte le BlackBerry App World.