

Résultats : Adobe maintient ses objectifs de croissance de 10 % pour 2011

Chez Adobe, les résultats se suivent et se ressemblent (plus ou moins) en 2011. L'éditeur vient de publier ses revenus pour son troisième trimestre fiscal (clos le 2 septembre) qui, pour la troisième fois consécutive, dépassent le milliard de dollars.

Si Adobe maintient son chiffre d'affaires au-dessus de la symbolique barre du milliard de dollars générés, la tendance n'en est pas moins à la baisse au fil des trimestres. Au troisième, il déclare 1,013 milliard de revenus contre 1,023 milliard [au deuxième trimestre](#) et 1,028 au premier (et une hausse de 2 % par rapport à 2010). La chute des bénéfices nets (GAAP) reste relativement contenue : 274 millions contre 276,7 millions au précédent trimestre et 302 millions en 2010.

Hausse de 20% des bénéfices

Sur les neuf premiers mois de l'année, Adobe affiche un chiffre d'affaires de plus de 3 milliards de dollars au 2 septembre 2011 contre moins de 2,8 milliards il y a un an. Soit une croissance de 7 %, inférieure aux objectifs annoncés de 10 % de progression. Ce qui n'entame pas l'optimisme de ses dirigeants. « *Nous atteindrons notre objectif de 10 % de croissance annuelle à la fin de l'année fiscale et nos bénéfices de 20 %* », promet **Mark Garret**, vice président et directeur financier.

Adobe aborde cependant une période transitoire où la technologie Flash, phare s'il en est, est attaquée par des acteurs de premier plan que sont Microsoft et Apple, et de plus en plus concurrencée par le HTML5 (même si ce dernier ne s'impose pas encore comme une l'alternative optimale). L'éditeur continue donc de se concentrer sur ses produits de développement pour répondre aux besoins et les anticiper, à l'image de [Edge](#), éditeur de pages... HTML5. Mais aussi en répondant aux [besoins métiers avec Digital Enterprise Platform](#). Ou encore en développant sa ligne de services comme le récent gestionnaire de photos en ligne Carousel synchronisé avec les terminaux de l'utilisateur, y compris mobiles.

Une transformation majeure

« *Notre industrie est au centre d'une transformation majeure, reconnaît **Shantanu Narayen**, PDG d'Adobe. Nous nous alignons autour de deux larges initiatives : la création de contenus [content authoring] et le marketing numérique [digital marketing]. Chacune de ces opportunités présente un potentiel de croissance significatif et Adobe est bien positionné pour s'imposer comme le leader dans chacune d'elles.* »

Adobe a par ailleurs annoncé le renforcement de son réseau de partenaires en ouvrant, début octobre, un nouveau programme de certification visant à stimuler les revendeurs et prestataires comme nous l'explique en détails [ChannellInsider.fr](#).