

# RIM affiche de solides résultats

Research In Motion surfe sur la vague du succès, le carton de son terminal star, le BlackBerry ne se dément pas (plus de 5,5 millions d'utilisateurs). Le fabricant canadien fait état au deuxième trimestre d'un bénéfice net de 140,8 millions de dollars, soit 74 cents par action, contre 110 millions (56 cents) un an plus tôt. Le chiffre d'affaires bondit de 34% à 658,5 millions de dollars.

Hors dépenses liées aux stock-options, le bénéfice par action ressort à 77 cents. Les analystes interrogés par Reuters prévoient en moyenne un BPA hors éléments exceptionnels de 71 cents et un chiffre d'affaires de 643,63 millions.

Le groupe se félicite par ailleurs du succès de sa nouvelle stratégie grand public avec son dernier né, le Pearl. Le co-directeur général du groupe Jim Balsillie évoque même une « *réponse exceptionnelle* » du public américain.

Car aujourd'hui, la fonction push e-mail (recevoir automatiquement et simplement ses mails sur son mobile) est une attente forte du grand public, et surtout des jeunes. Chacun veut retrouver l'environnement Internet sur son mobile avec sa messagerie, son service de chat...

Il s'agit alors pour RIM de ne pas rater ce virage. Surtout que Samsung ou Nokia ont déjà lancé leurs modèles.

« *Nous voulons vraiment sortir le Blackberry du marché de l'entreprise* », a déclaré Larry Conlee, responsable des opérations chez RIM, au cours d'une conférence à Londres, ajoutant que cela constituait une importante opportunité pour le Blackberry.

Ce combiné tranche avec le design traditionnel des BlackBerry (voir photo). Le Pearl ressemble avant tout à un téléphone. Il est plus léger (90 grammes) et plus petit que ses grands frères. Du coup, il n'offre pas le clavier complet (bien pratique) des modèles professionnels.

Surtout, il intègre des fonctions qui faisaient cruellement défaut aux autres modèles: un appareil photo numérique avec flash (1,3 Mo de pixels), un lecteur multimédia (audio et vidéo), de la mémoire de stockage (64 Mo), et un emplacement carte mémoire MicroSD. Tout pour plaire au grand public, et bien sûr la fonction push e-mail avec fichier joint et la navigation internet (souhaitons que RIM a amélioré son navigateur...).

Côté connexions, le Pearl est GPRS et « *supporte les applications Edge* », il est également Bluetooth. Il n'est pas compatible 3G, ni Wi-Fi.

Le BlackBerry Pearl est disponible chez T-Mobile USA aux Etats-Unis au prix de 199 euros.