

RIM (BlackBerry): encore un trimestre éclatant. Mais...

Rien ne semble pouvoir arrêter le succès du désormais incontournable BlackBerry, le terminal e-mail star du canadien RIM. Au cours du quatrième trimestre, Research In Motion a généré un chiffre d'affaires en hausse de 66% à 930 millions de dollars.

Le bénéfice net a tout simplement été multiplié par 10 (!) atteignant 188 millions de dollars. Sur un an, les revenus ont bondi de 47% (à 3,04 milliards) et les bénéfices ont progressé de 66% à 634 millions.

Au total, RIM a livré en 2006 pas moins de 6,4 millions de terminaux et compte désormais 8 millions de clients dans le monde.

Jim Basillie, p-dg du groupe, évite le triomphalisme et se contente de souligner « *une croissance très saine et une large palette de produits et de services* ».

Mais cette série de bonnes nouvelles a été éclipsée par l'annonce de l'ouverture d'une enquête formelle de la SEC (le gendarme de la bourse américaine) au sujet encore une fois de l'attribution de stock-options.

Comme tant d'autres, RIM va devoir réviser ses comptes, ce qui pourrait amputer ses résultats 2006 de 250 millions de dollars.

Wall Street a peu apprécié l'annonce et a violemment sanctionné le titre dont le cours a dévissé de plus de 9% dans les premiers échanges.

Pour cette année, RIM compte capitaliser sur ces nouveaux modèles : le **Pearl**, axé grand public, et le **8800** doté de fonctions GPS. Le groupe table sur un chiffre d'affaires d'1 milliard de dollars pour son premier trimestre.

Pour autant, divers défis attendent le canadien. La concurrence est de plus en plus vive sur le marché de l'e-mail mobile. Tous les grands fabricants proposent désormais des terminaux similaires au BlackBerry (clavier et *push e-mail*), notamment Nokia, Motorola ou Sony Ericsson. Et ces terminaux sont parfois dotés de fonctions supplémentaires comme la connexion Wi-Fi ou le multimédia. Ces fabricants mettent le paquet pour rattraper RIM et multiplient les lancements.

Des éditeurs occupent également le terrain. Certains sont spécialisés dans l'**e-mail mobile (Visto, Oz...)** et vendent leurs solutions aux fabricants de mobiles. D'autres, comme Microsoft, ont développé leur **push e-mail maison**. La firme de Redmond l'a ainsi intégré à Windows Mobile qui équipe de plus en plus de PDA et de *smartphones*.

Par ailleurs, le système propriétaire utilisé par RIM inquiète également les observateurs. Alors que les utilisateurs sont séduits par des solutions interopérables, entre le PC et le mobile via Windows par exemple (notamment pour les applications métiers), RIM persiste dans le choix d'un système fermé. » *RIM pourrait subir le syndrome Palm* » affirment certains.