

RIM demande des conseils de stratégie à Goldman Sachs

RIM (Research in Motion) n'en finit pas de chercher une issue pour sortir de la crise qui pénalise ses ventes ces derniers mois. Dernière stratégie en date : le constructeur des BlackBerry aurait mandaté la banque d'affaires Goldman Sachs pour explorer... les options de stratégie, selon les dernières rumeurs du moment.

Cette nouvelle spéculation fait notamment suite aux échos de [rachat par Amazon](#), notamment, en attendant en fin d'année ou, plus récemment, [d'un prochain changement de têtes](#) à la direction. Face à la concurrence de l'iPhone et des terminaux Android, avec en arrière-plan un Microsoft qui pourrait remettre Windows Phone sur le devant de la scène avec Nokia, RIM se doit de réagir pour rester une figure de poids sur le marché des terminaux mobiles.

RIM victime du *bring your own device*

Et c'est là que le bât blesse. Malgré un chiffre d'affaires régulièrement en hausse, le constructeur n'a pas convaincu avec sa tablette PlayBook dont les ventes s'effondrent et ses terminaux enchaînent les versions sans montrer de réelle rupture innovante qui permettrait de jeter la lumière sur eux. Les attentes du groupe se font surtout sur l'offre applicative de gestion de parc, dont la très attendue [version Fusion](#) supportera les terminaux d'Apple et de Google en plus des BlackBerry.

Autre attente forte, celle de BlackBerry 10, la version de l'OS mobile basée sur QNX (qui équipe la PlayBook) et unifiera les offres *smartphones* et tablettes comme Google l'a fait avec Android 4.0. Mais RIM a annoncé des retards de développement et BlackBerry 10 pourrait ne voir le jour qu'en fin d'année. Laissant ainsi tout le temps à la concurrence d'étoffer ses offres et développements.

Au-delà d'une concurrence accrue, RIM a été victime de deux phénomènes qu'il n'a visiblement pas anticipés : la tendance au BOYD (*bring your own device*) qui démocratise l'usage des terminaux personnels dans l'entreprise (tendance, forte aux États-Unis, qui semble plus profiter à l'iPhone qu'aux BlackBerry). Et « *dans le même temps, RIM a été lent à faire évoluer son offre applicative* », commente pour *Silicon.fr* l'analyste **Nick Dillon** du cabinet Ovum.

2012 : une année critique

Pour autant, le constructeur « *maintient sa pertinence sur le marché de l'entreprise, estime l'analyste. [sur le marché] il n'y a pas beaucoup de solutions de gestion comme BlackBerry Server.* » Mais, selon lui, abandonner l'activité terminal au profit d'une offre purement applicative serait suicidaire. « *Le smartphone est stratégique pour leur modèle économique. Les revenus ne peuvent provenir uniquement du soft.* » Quant au renouvellement de direction, s'il peut « *accélérer le changement et affecter les développements, c'est sans aucune garantie.* »

BlackBerry a encore du potentiel. Sur les marchés émergents, d'abord, ainsi que dans certaines

régions comme le Royaume-Uni, où les terminaux du Canadien sont très appréciés, notamment par les adolescents. Toutefois les parts de marché de RIM « risquent de continuer à s'effriter dans un futur proche, selon l'analyste. Mais Microsoft montre qu'on peut espérer revenir sur le marché mobile. » Pour cela, BlackBerry devra innover en termes de solutions et de services comme le [Music Service](#) et d'autres services populaires tout en accélérant la mise à disposition de son nouvel OS. « L'année 2012 va être stratégique pour RIM qui doit accélérer ses changements et proposer une plate-forme plus attractive... mais ça va être difficile », conclut Nick Dillon.