

Stephen Elop (Microsoft): «Nous allons faire du volume avec les Lumia»

Nokia voulait «connecter les gens», Microsoft veut les rendre plus «productifs». Une différence de vue portée par le nouveau message de la firme de Redmond après l'annonce, hier, [de la suppression de 18 000 postes](#). « Il est particulièrement important de reconnaître que le rôle des téléphones dans la stratégie de Microsoft est différent de celui de Nokia », a déclaré **Stephen Elop**, responsable Hardware depuis son retour chez Microsoft en début d'année. L'ex-dirigeant du constructeur finlandais entre 2010 et 2013 s'est exprimé dans le cadre d'une [note envoyée](#) aux salariés de l'éditeur pour préciser sa stratégie à l'égard de l'offre mobile.

Celle-ci se résume en quelques mots : « tous nos appareils sont destinés à incarner le meilleur de Microsoft en matière de travail et vie numérique, tout en accumulant de la valeur à la stratégie globale de Microsoft. » Une stratégie qui passe donc par « **quelques changements** ».

S'attaquer à l'entrée de gamme

A commencer par une réorientation des objectifs de marché pour les smartphones Lumia. Finie l'offre haut de gamme comme fer de lance de la marque pour tenter de venir contrecarrer le succès de l'iPhone. **Microsoft se concentrera désormais sur les segments en croissance** en visant les volumes à travers l'entrée de gamme. Ou plus précisément, « le segment des téléphones plus abordables ». Il n'est pas certain que Microsoft sache proposer des prix aussi bas que ceux que l'on peut trouver chez Android avec des modèles (chinois la plupart du temps) à moins de 100 dollars (voire [25 dollars chez FirefoxOS](#)). Le **Nokia X**, qui troquera Android contre Windows Phone comme l'a annoncé Satya Nadella, devrait montrer la voie.

Pour y parvenir, Microsoft va évidemment revoir la conception de ses produits. Mais, surtout, **réorganiser sa chaîne de production**. Si les équipes chargées de la conception et des applications subsisteront en Finlande essentiellement, les usines migreront principalement en Asie, au Vietnam (Hanoi) principalement, ainsi qu'en Chine (Beijing et Dongguan) et Amérique latine (Brésil et Mexique) pour la fabrication et la production, probablement de manière externalisée. Les sites de Oulu (Finlande) et Komaron (Hongrie) sont appelés à fermer (ou être revendues potentiellement).

Nouvelle division smartphone

Cette réorganisation **impactera 12 500 salariés directs de ces usines** dans le courant de l'année. Elle entraîne également des restructurations dans les équipes dirigeantes équipes. Les divisions Smart Devices et Mobile Phone fusionneront en une seule *Phone Business Unit*. Division qui sera dirigée par **Jo Harlow**, l'actuelle responsable Lumia chez Nokia.

« En résumé, **nous allons nous concentrer sur l'offre des Lumia en volume** dans les zones où nous rencontrons déjà le succès afin d'affirmer le marché pour Windows Phone, écrit Stephen Elop dans son mémo. Avec plus de célérité, nous allons prolonger nos succès dans le secteur des smartphones abordables

avec de nouveaux produits offrant une plus grande différenciation. Nous allons nous concentrer sur l'acquisition de nouveaux clients dans les marchés où les services et les produits de Microsoft sont les plus concentrés. Et, nous allons poursuivre notre élan autour des applications. »

La stratégie Surface maintenue

Stephen Elop n'a pas précisé les marchés auxquels il fait référence. Selon les statistiques consommateurs du cabinet Kantar Worldpanel arrêtées au 1er juin dernier, **Windows Phone occupe 8,1% des parts dans l'Europe** des 5 (France, Royaume-Uni, Italie, Allemagne, Espagne), 6,7% en Australie, 3,8% aux Etats-Unis mais seulement 1,4% et 0,6% au Japon et en Chine, marchés plutôt dominés par iOS et Android respectivement. Kantar ne fournit pas de données sur la zone Amérique latine où l'offre mobile de Microsoft [bénéficierait d'un certain attrait](#).

Stephen Elop a par ailleurs confirmé le **maintien de la stratégie Surface** (malgré [ses résultats décevants](#)) et des produits PPI (grands écrans tactiles) mais aussi Xbox dont les équipes ne devraient pas subir de changement significatif. Le responsable de la division hardware de Microsoft s'est néanmoins abstenu de fixer des objectifs de ventes chiffrés. 2015 devrait donc s'inscrire comme l'année d'accélération de la conquête du marché mobile pour Microsoft.

Lire également

[Satya Nadella oriente Microsoft vers la productivité, la mobilité et le cloud](#)
[Microsoft planche pour porter Office sur les tablettes Android](#)