

En grande difficulté, BlackBerry est désormais prêt à se vendre

LE MONDE | 13.08.2013 à 12h31 |

Par Julien Dupont-Calbo



BlackBerry représente désormais moins de 3 % du marché mondial des smartphones. Ici le siège de BlackBerry à Waterloo (Ontario), au Canada, le 9 juillet. | GEOFF ROBINS/AP

C'est ce qui s'appelle jeter une bouteille à la mer. Lundi 12 août, le groupe canadien BlackBerry a annoncé la formation d'un "comité spécial" chargé "d'explorer les alternatives stratégiques" s'offrant au vétéran du smartphone. Il s'agit de trouver une ou plusieurs alliances, de créer une coentreprise avec un partenaire, voire de vendre purement et simplement la société. Ce qui était dans l'air depuis quelque temps n'est plus tabou.

Le Monde.fr a le plaisir de vous offrir la lecture de cet article habituellement réservé aux abonnés du Monde.fr. Profitez de tous les articles réservés du Monde.fr en vous [abonnant à partir de 1€ / mois](http://www.lemonde.fr/abo/?clef=BLOCABOARTMOTNEA) (<http://www.lemonde.fr/abo/?clef=BLOCABOARTMOTNEA>) | [Découvrez l'édition abonnés](#) ([/abonne/](#))

L'enjeu est crucial pour BlackBerry, qui a un genou à terre depuis l'échec du Z10, le "téléphone de la dernière chance", lancé en mars avec plus de deux ans de retard. Ce mobile ne s'est vendu qu'à 2,7 millions d'unités au deuxième trimestre, malgré un marketing féroce et un prix divisé par quatre depuis son arrivée dans les boutiques.

Pris en tenaille entre le duo Apple-Samsung sur le haut de gamme et les constructeurs asiatiques sur le bas de gamme, exsangue après avoir raté la vague du tactile et des tablettes, BlackBerry représente désormais moins de 3 % du marché mondial des smartphones, selon l'institut IDC.

Entre 1999 et 2007, le fabricant canadien dominait sans partage le segment du mobile connecté. Il avait d'abord séduit les cadres et les dirigeants d'entreprise, accros aux e-mails, puis les jeunes générations, fondues de messagerie instantanée. Mais, aujourd'hui, les cols blancs préfèrent les smartphones plus "fun", débordant d'applications comme ceux fonctionnant sous iOS ou Android, et le "BB" est passé de mode chez les ados.

"ADAPTER LA STRUCTURE DE COÛTS AUX REVENUS"

"Etant donné l'importance et la force de notre technologie, l'évolution de l'industrie et de son paysage concurrentiel, nous pensons que c'est le bon moment pour nous d'explorer des pistes stratégiques", affirme Timothy Stymiest, le président du comité spécial. Celui-ci compte cinq personnes, dont Thorsten Heins, le directeur général allemand de BlackBerry.

Depuis le début du mois d'août, la rumeur d'une sortie de Bourse – qui permettrait au groupe canadien de changer plus sereinement de stratégie – agitait les marchés.

Et c'est la banque américaine JPMorgan, déjà mandatée il y a dix-huit mois pour effectuer une revue stratégique, qui reste à la manœuvre.

"BlackBerry doit vite se transformer pour adapter sa structure de coûts à ses revenus, qui sont plus faibles que par le passé, avertit Maynard Um, analyste chez Wells Fargo. Cette fois, il y a urgence."

En 2012, BlackBerry affichait un chiffre d'affaires en baisse de 40 %, à 11,1 milliards de dollars (8,3 milliards d'euros), et 646 millions de dollars de pertes. La firme de Waterloo (Ontario) a encore perdu 84 millions de dollars entre avril et juin. Depuis 2008, la valorisation boursière a fondu, passant de 84 milliards à 5 milliards de dollars.

LES CHINOIS EN EMBUSCADE

Aux manettes depuis le début de 2012, Thorstein Heins a déjà supprimé 5 000 postes, pour atteindre son objectif de 1 milliard d'économies de fonctionnement. En juillet, 250 postes ont encore été supprimés au siège.

Le groupe précise que le processus exploratoire n'aboutira pas forcément à une transaction. *"S'ils font une annonce publique, c'est qu'ils n'ont pas trouvé de partenaire jusqu'ici, estime Francisco Jeronimo, analyste chez IDC. C'est étonnant car BlackBerry possède de sérieux atouts : l'un des plus gros portefeuilles de brevets au monde et un réseau sécurisé très prisé dans les grands groupes mondiaux. Le prix demandé est peut-être trop élevé..."*

Les éventuels repreneurs ne manquent pas. Google, Facebook, Apple ou Samsung pourraient être intéressés par les brevets, Microsoft par les activités de services aux entreprises. Des financiers pourraient aussi se pencher sur le malade. Le fonds Silver Lake avait engagé des négociations en 2012, qui n'avaient pas abouti. Prem Watsa, président de la compagnie d'assurances canadienne Fairfax Financials et premier actionnaire de BlackBerry avec 10 % des parts, a d'ores et déjà démissionné du comité de direction pour éviter de *"potentiels conflits d'intérêts"*.

Enfin, les chinois Huawei ou Lenovo sont en embuscade. Mais ils risquent de se heurter à un veto des autorités : les BlackBerry sont utilisés par de nombreux gouvernements et états-majors occidentaux.

"