

Thorsten Heins, CEO de Research in Motion (RIM), Canada

## Enthousiasme pour le Blackberry

Le manager allemand Thorsten Heins est le nouveau CEO de Research in Motion (RIM) qui a son siège en Ontario (Canada). Il se propose de redresser la situation du fabricant Blackberry en difficultés en étant plus proche de ses clients et en mettant l'accent sur l'innovation. **Par René Pfister**



Photo: RIM / m.a.d.

Thorsten Heins: «D'abord se rapprocher du marché et des besoins des clients».

A fin janvier, un grand bouleversement s'est produit à la tête du fabricant Blackberry: les deux patrons de longue date, Mike Lazaridis et Jim Balsillie se sont retirés de la direction opérationnelle de l'entreprise pour laisser la place à Thorsten Heins, nouveau CEO. Après une carrière chez Siemens, l'Allemand est arrivé chez RIM en 2007 où il a d'abord été responsable de l'ingénierie en matériel informatique avant de s'occuper du développement des produits et de la vente.

Agé de 54 ans, M. Heins, toujours très dynamique, est convaincu qu'il peut faire de l'entreprise spécialisée dans le téléphone mobile un établissement prospère: «Nous pouvons tout à fait rester

### Research in Motion (RIM)

Siège: Waterloo (Ontario), Canada  
Création: 1984  
Personnes occupées: environ 18 000

### Canada

Habitants: 34,1 millions  
Monnaie: dollar canadien  
PIB/habitant: 46 300 USD  
Taux de chômage: 7,6 pour cent

dans le top 3 de la branche», a-t-il déclaré dans une interview-vidéo publiée par l'entreprise. «Nous avons beaucoup appris des problèmes du passé et disposons d'une base suffisamment forte pour nous hisser à la pointe du marché avec nos produits et services.» Le CEO est «enthousiasmé» de sa tâche. Il estime «formidable» de pouvoir poursuivre l'œuvre de ses prédécesseurs.

### Parts de marché perdues et pannes techniques

L'avenir dira si M. Heins a raison d'être aussi optimiste. C'est un fait que ces dernières années, RIM a connu une crise. Le prestigieux Blackberry, longtemps gadget préféré de nombreux managers, a perdu de plus en plus de parts de marché dans la concurrence acharnée qui a sévi sur le marché des smartphones. Tandis qu'Apple progressait énormément avec son iPhone, le Blackberry était sous pression avec la montée des appareils Android.

Puis une série de pannes techniques du système d'exploitation qui, par la perte des fonctions e-mail en automne 2011, a mis l'entreprise dans un fort embarras. Selon les informations des médias, ces perturbations ont beaucoup agacé de nombreux propriétaires de Blackberry, d'autant plus que la communication de RIM avec ses clients lais-

sait à désirer. L'image de l'entreprise en a souffert et le cours de son action a aussi massivement chuté. C'est ainsi qu'après des années de croissance, il a fallu réduire le nombre des collaborateurs d'un dixième environ.

### Toujours innover

C'est cette évolution qui a amené Thorsten Heins au poste de chef opérationnel chargé de remettre la maison en état. Comment pense-t-il s'y prendre? D'abord se rapprocher du marché et des besoins des clients. A l'avenir, il nous faudra écouter davantage les clients, mieux communiquer et améliorer le marketing, a déclaré M. Heins lors de l'interview. L'important, c'est que RIM conserve son «esprit d'innovation» parce que c'est le principal moteur de la réussite d'une entreprise axée sur la technologie. Le CEO veut en outre introduire davantage de discipline dans les processus de fabrication.

En ce qui concerne les produits, contrairement à maints observateurs de la branche, le nouveau patron de RIM est confiant. Il constate que le Blackberry 7 a été très bien accueilli et qu'avec le Blackberry 10 et la tablette électronique Playbook 10, l'entreprise a déjà des échos encourageants auprès des consommateurs. Mais le patron allemand veut accélérer la mise au point de prototypes et de produits et renouveler entièrement la gamme proposée par RIM.

### Un esprit combatif

Monsieur Heins, qui se veut confiant, attache une grande importance à l'enthousiasme et à la combativité. Il veut aussi stimuler les collaborateurs pour permettre à RIM de renouer avec le succès. Il se fait fort d'inspirer ses équipes. Mais ce qui est décisif en fin de compte, c'est la performance des produits, leur qualité et leurs coûts. ■