

300 millions de dollars pour promouvoir Intel Centrino

Un tiers de milliard de dollars, c'est le montant qu'Intel investit dans le marketing pour promouvoir cette architecture de composants pour portables, en Amérique et en Europe.

Centrino est composée de trois éléments : – le processeur Pentium-M pour notebook ; – le chipset notebook d'Intel ; – et le kit Callexico sans fil et Wi-Fi. La communication d'Intel, à caractère institutionnel, est généralement partagée avec ses partenaires assembleurs. Intel participe financièrement à la campagne « processeur » – logo Intel + jingle musical – qui s'insère dans les publicités des fabricants d'ordinateurs. Et Intel a imposé la présence des trois composants mentionnés dans les PC portables qui bénéficieront, pour leur publicité, de la participation financière d'Intel. **Des conditions qui choquent les partenaires d'Intel** C'est là que le bât blesse! D'abord parce que les fabricants n'intègrent pas toutes les technologies Intel dans leurs portables. Mais surtout la technologie Wi-Fi est très loin d'être un standard implémenté et autorisé partout. Quant à la plateforme sans fil 802.11a, elle présente des difficultés en Europe. Enfin, en tentant d'imposer sa plate-forme Pentium 4M, Intel ne risque-t-il pas d'imposer un revirement en privilégiant la puissance, alors que la série des Pentium 3M, condamnée à disparaître cette année malgré l'excellent accueil que lui ont réservé les utilisateurs, avait trouvé un équilibre entre performances et consommation ?