

Acer ne veut pas croire à la crise

Chez **Acer**, on ne cède pas au pessimisme ambiant. Le fabricant de PC, qui englobe les marques Acer, Packard Bell et Gateway, surfe sur une croissance à toute épreuve et estime que le marché mondial restera en croissance cette année, notamment grâce aux portables où Acer est le numéro un européen et le numéro deux mondial.

Lors de sa conférence de presse annuelle, le groupe s'est voulu résolument positif. « *Le marché est en croissance sur les deux premiers mois de l'année, notamment en France* », tonne Massimo d'Angelo, p-dg d'Acer Europe qui estime que les prévisions des analystes sont sous-évaluées (entre -5% et -11% selon les instituts).

Il faut dire que le fabricant ne connaît pas la crise avec 50 millions de machines écoulées en 2008 (dont 20 millions de portables et 8 millions de netbooks) et une part de marché mondiale de 11,1%, derrière HP et Dell. « *Nos objectifs sont atteints mais nous voulons aller plus loin* », affirme le p-dg qui verrait bien son groupe dépasser Dell au niveau mondial.

Les objectifs sont chiffrés : « *cette année, nous visons une progression de nos revenus de 22% à 818 millions d'euros et nous pensons dépasser le milliard en 2010* », promet Massimo d'Angelo. Rappelons qu'en 2002, le groupe réalisait à peine 150 millions d'euros de chiffre d'affaires (sans Packard Bell et Gateway).

Pour atteindre ce but, Acer continuera à tracer le sillon qui a fait son succès en se focalisant sur les PC portables et les netbooks, segment où il veut « *devenir le numéro un absolu* ». Les PC de bureau ne sont pas oubliés, mais vu le contexte (ventes en chute de 30%), le fabricant visera des cibles spécifiques (les professionnels, les gamers...).

Dans les **portable** s, le groupe multiplie les références de sa gamme Aspire avec notamment des machines 14, 15,6 et 18,4 pouces, toutes adressant une cible spécifique et toutes dotées d'écrans 16/9e LED. Deux modèles haut de gamme Gemstone Blue sont également dans les rayons équipés de processeurs Intel Quadcore et de graveurs Blu-ray.

Sur le marché des **netbooks**, Acer entend renforcer ses positions (5 millions d'unités vendues en 2008) avec le nouveau D150 doté d'un écran de 10,1 pouces. Déjà évoqué dans nos colonnes, ce netbook « *doit répondre à la croissance exponentielle de ce marché en répondant à de nouveaux besoins* », explique Daniel Trachino, manager de la division Consumer.

Acer a-t-il autre chose dans les cartons ? Le fabricant reste très discret mais précise que des machines **non Windows** pourraient être lancées. On pense immédiatement à Google Android qui pourrait également se retrouver dans les machines de son grand concurrent Asus.

Dans les **desktops** (qui ne représentent plus que 33% des ventes en France), Acer joue la carte de la multi-segmentation avec des machines dédiées au primo-équipement, aux professionnels et aux gamers (dont les très réussi Predator).

Les **professionnels** ne sont pas oubliés avec la gamme de portables Travelmate, dotés de châssis renforcés, de pavés numériques intégrés, de systèmes d'authentification à empreintes digitales et

d'une puce de cryptage. Reste que sur ce terrain du Soho et du SMB (PME), Acer est distancé par Dell ou HP.

Enfin, et c'est le grand pari d'Acer, le groupe tente une percée dans les **smartphones** avec pas moins de 10 modèles prévus cette année, dont 4 au premier semestre, tous sous Windows Mobile.

[**A lire, notre article sur la stratégie d'Acer dans les smartphones.**](#)