

Creative met le paquet pour affronter Apple

La part de marché d'Apple sur les baladeurs audio numérique fait bien des envieux, en particulier du côté de Singapour où le groupe Creative entend récupérer une large part du gâteau.

Plus d'un baladeur à disque dur sur deux commercialisé dans le monde est un iPod. Et la part de marché d'Apple sur les baladeurs audio numérique tous modèles confondus (avec ou sans disque dur) est de 17%, contre 10% pour Creative. Les objectifs de ce dernier sont ambitieux, Creative veut devenir le premier acteur du marché des baladeurs audio numérique, et vise les 40% de parts de marché, estimé à 30 millions de baladeurs MP3 en 2004, un chiffre qui selon le constructeur devrait passer à 60 millions en 2005.. Et pour cela, le fabricant se donne les moyens, et Sim Wong, le président de Creative, a annoncé son projet d'investir 100 millions de dollars dans la promotion de ses produits, avec des campagnes publicitaires en Amérique, en Europe et en Asie. D'autres acteurs du marché, on pense en particulier à Sony, devraient eux aussi réagir, et la guerre marketing pourrait rapidement se transformer en guerre des prix.