

Desktrino, la nouvelle marque d'Intel ?

Centrino pourrait devenir un cas d'école, tant Intel a su manœuvrer avec brio pour imposer sa marque et conquérir le marché des ordinateurs portables !

Certes, Centrino est un produit technologique. Mais c'est d'abord une opération marketing astucieuse? La technologie : processeur Pentium M, 'chipset' adapté et un composant Wi-Fi sans fil. Le marketing : une monstrueuse campagne de promotion centrée sur la marque Centrino. La campagne publicitaire a imprégné la marque dans l'esprit des consommateurs. Les fabricants ont répondu à la demande et adopté la technologie. Et tant pis si certains éléments comme le Wi-Fi sont plus performants chez les concurrents. Pour bénéficier du logo Centrino, les trois composants Intel sont obligatoires ! C'est avec cette stratégie qu'aujourd'hui trois ordinateurs portables vendus sur quatre sont des Centrino ! Ce succès, Intel souhaiterait le renouveler. Et quelle meilleure occasion que la sortie prochaine de ses premiers processeurs « dual core » pour ordinateurs de bureau (*desktop*) ? Déjà, en interne, cette technologie, qui réunit deux cœurs de processeurs sur un même processeur, porte un nom de code, '**Desktrino**'. L'occasion est d'autant plus belle qu'Intel fait mieux que rattraper son retard sur son concurrent AMD, qui pourtant a été le premier à présenter cette technologie 'multi core' x86. Smithfield, le premier processeur 'dual core' d'Intel, est attendu pour le deuxième trimestre. AMD ne devrait pas apparaître sur le marché avant le troisième trimestre (*lire notre article*). Et en associant une marque à une technologie, Intel pourra imposer son écho système, à savoir son processeur, son chipset (le jeu de composants qui entoure et seconde le processeur), ses composants de communication Wi-Fi, réseaux, etc. Et pourquoi pas ses composants graphiques ou sonores, ou son système d'exploitation ? Cette stratégie porte un nom chez Intel, c'est la '*plateformisation*'. Un marché, une famille d'utilisation, un processus de production, un nom commercial, et un budget marketing, énorme si possible ! Emballez le tout, secouez, arrosez le marché, et vous obtenez Centrino. Et peut-être bientôt Desktrino !