

Gemstone, l'arme d'Acer pour devenir N°2 des portables

Acer ne cache pas ses ambitions : devenir le numéro 2 mondial des ordinateurs portables en dépassant Dell. Ça ne sera probablement pas difficile, un écart de 70.000 machines seulement le séparerait de son concurrent au quatrième trimestre 2006...

La stratégie du fabricant taïwanais est claire : augmenter la part des ordinateurs portables pour le grand public – de 30 % actuellement à 40 % ? dans ses livraisons et la porter à 10 millions d'unités en 2008. Les ordinateurs portables, professionnels et grand public, représenteront alors 50 % des livraisons de PC Acer.

Cependant, il fallait au taïwanais de nouveaux arguments pour séduire les utilisateurs. La future gamme Aspire sera tout d'abord un concentré des dernières technologies, avec en particulier le support du Dolby Home Theater, qui accompagnera au choix un lecteur HD-DVD ou Blue-ray.

Mais c'est surtout chez DesignworksUSA, la filiale de design du groupe BMW, qu'Acer est allé rechercher un nouveau souffle du côté du design. Le nouveau design tout en arrondi des Aspire s'inspire du concept '*gemstone*' (pierres précieuses), d'où son surnom.

Le châssis a été conçu par Foxconn Technology et embarquera un écran 14, 15 ou 17 pouces. Et la disponibilité en production est annoncée pour ce mois de mai.

