

# HP vise le trio de tête du marché chinois

Legend est inattaquable ! Le premier distributeur de PC en Chine, créé en Malaisie, dispose de trop d'implications locales pour être concurrencé. Pour le reste, le marché chinois est essentiellement dominé par une multitude de distributeurs locaux, ainsi que par quelques distributeurs étrangers, dont HP et son concurrent Dell.

Hewlett-Packard y possède quelques atouts, comme de livrer en Chine la moitié des PC vendus sous la marque sur la zone Asie-Pacifique (11% de son chiffre d'affaires), et de disposer d'un accord de distribution avec le leader incontesté Legend. Mais HP a d'autres ambitions pour le marché chinois, comme de contrôler 18% à 20% des parts de marchés sur les portables. « *Nous allons adopter une stratégie conservatrice sur la troisième place, et 'super' agressive pour atteindre la place de numéro 2* » a déclaré Hon-Cheng Chin, vice président d'HP en Chine. « *Nous réalisons qu'objectivement, il ne nous sera pas possible d'atteindre la place de numéro 1* ». Le marché chinois des PC, portable ou de bureau, est le deuxième marché mondial, largement dominé par les Etats-Unis. Mais il devrait le dépasser rapidement. Selon Gartner, ce marché a progressé de 10,4% en 2003, et atteint les 13,3 millions d'unités livrées. Selon International Data Corp, le marché des PC en Chine pourrait progresser de 19% en 2004.