

## Lenovo : «La performance n'est plus l'argument principal de nos clients»

Aujourd'hui, **Lenovo** distribue des ordinateurs classiques (portables ou non), des stations de travail, des serveurs et même des périphériques comme des écrans LCD. Nous avons pu nous entretenir avec **Dilip Bathi**, *executive director, global desktop marketing* (notre photo) et **Thilo Huys** *manager corporate communications*, au sujet de la stratégie de la compagnie.

Tout d'abord, concernant l'arrivée de machines **Core i7 ou i5** au sein du catalogue de la firme. « *Nous devrions adopter les processeurs Nehalem desktop au sein de nos produits de bureau et de nos ordinateurs portables au début de l'an prochain* ». Une bonne nouvelle pour ceux qui attendent une offre de la part du constructeur. « *Mais vous savez, la performance n'est plus l'argument principal de nos clients. Le TCO et la stabilité sont devenus aussi des éléments très importants.* »



La compagnie se rattrapera toutefois lors de la sortie de **Windows 7**. « *Nous proposerons des PC sous Windows 7 dès l'annonce officielle de son lancement. Notez que nous avons travaillé main dans la main avec Microsoft et Intel afin de réduire les temps de démarrage et d'extinction du système.* »

Nous nous sommes interrogés sur la quasi-absence de machines pourvues de **processeurs AMD** chez **Lenovo**. « *Nous adressons pour l'essentiel les grands comptes, un secteur où les parts de marché d'AMD sont faibles. Nous disposons toutefois d'une offre AMD (NDLR, qui mériterait d'être mieux mise en valeur).* »

Concernant **les nettops**, **Lenovo** répond sans détour : « *Ce qui fait le succès des netbooks, c'est leur prix. Les nettops sont moins populaires, car la différence de prix entre ces machines et les PC classiques est très faible. Les nettops arrivent toutefois à se placer sur des marchés spécifiques, comme celui des clients légers.* »

Enfin, nos interlocuteurs nous rappellent l'importance **de bien séparer**

**les gammes professionnelles et grand public.** « Pour des raisons de sécurité, certaines compagnies refusent – par exemple – la présence de webcam sur les ordinateurs portables. » **Et le design ?** « Même si cela est tentant, les professionnels ne veulent pas de machines trop spécifiques, car elles seront difficiles à revendre d'occasion. » De fait, si des PC mauves peuvent coller à la charte graphique de certaines compagnies, leur revente risque de se montrer très difficile. Le design 'old school' directement issu des machines IBM a donc encore de beaux jours devant lui.