

Lenovo: 'Nous voulons croître 2 fois plus vite que le marché'

Il y a un an, le chinois Lenovo s'emparait de la branche PC d'IBM pour 1,75 milliard de dollars. Aujourd'hui, le fabricant a doublé sa taille et se place désormais au troisième rang mondial des fabricants de PC avec 15,1 millions d'unités vendues en 2005, soit une croissance de 16,4% sur un an.

Mais le groupe de l'Empire du Milieu n'entend pas en rester là et met la barre très haut. Dans un entretien au *Figaro*, Yuanqing Yang, le président de Lenovo ne cache pas ses ambitions: « *Nous espérons que nos ventes dépasseront celles du marché. Mon objectif est d'afficher une croissance qui soit le double de celle du marché, sur cinq ans* ». Pour 2006, Lenovo table donc sur environ 20% de croissance étant donné que les principaux instituts d'analyse prévoient un marché en hausse de 10% environ. Et le tassement prévu par les analystes (lire nos articles) n'effraie pas le géant chinois qui mise sur les marchés émergents, où il est très présent. Pour autant, le groupe est conscient qu'il lui reste des obstacles à franchir. « *Nous pouvons encore améliorer notre efficacité. A présent, nous réduisons nos coûts. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de réduire nos effectifs. Ensuite, nous pouvons améliorer notre productivité pour les ordinateurs de bureau. Enfin, la question la plus complexe à résoudre est de décliner notre modèle économique à travers le monde. Notre approche de vente est diversifiée selon les clients: avec une relation directe auprès des grands groupes et par le biais de distributeurs pour les PME* ».