

Lenovo va attaquer le grand public

Lenovo part à l'attaque du grand public. Dès l'année prochaine, le fabricant chinois qui a repris il y a deux ans les PC d'IBM, va lancer « *une gamme complète de PC de bureau et de portables dotés d'un design résolument différent* », explique à *la Tribune*, Jean-Michel Donner, p-dg de Lenovo France.

C'est un changement stratégique de fond pour le fabricant qui vient de se voir chiper la troisième place mondiale du marché par Acer qui s'est emparé de Gateway. Rappelons que Lenovo adresse uniquement les entreprises.

Pour autant, Lenovo n'entend pas adresser toute les gammes. « Nous ne nous positionnons pas dans le bas de gamme », souligne le p-dg.

Pour accompagner ce lancement, le groupe entend profiter des JO de Pékin afin de développer sa notoriété . Il faut dire que le constructeur sera assez incontournable pendant l'événement : parrain officiel, il est aussi le fournisseur informatique exclusif des Jeux Olympiques.

Reste que la bataille du grand public est difficile et exige une grande réactivité. Face à HP et Dell, Lenovo devra multiplier les références, faire oublier l'image austère des PC d'IBM, d'autant plus que le rachat de Packard Bell semble désormais compromis.

En attendant, et afin de démontrer sa capacité sur ce marché, Lenovo lance un ThinkPad spécial 20 ans en série ultralimitée. Son prix : 4.999 euros...