

Lenovo vend plus de mobiles que de PC

Lenovo est toujours au meilleur de sa forme. Pour son premier trimestre fiscal 2014, clôt le 30 juin, le constructeur a annoncé un chiffre d'affaires de 8,8 milliards de dollars (+10% annuellement) et des revenus qui frôlent les 174 millions, en hausse de 23%.

Résultats d'une stratégie d'ouverture vers les produits mobiles en plus de l'activité PC, hérité du rachat des ThinkPad d'IBM en 2004. Activité toujours aussi porteuse puisque, pour la première fois, les analystes (Gartner et IDC) s'accordent à attribuer la [place de premier vendeur au constructeur chinois](#). Avec 12,6 millions de PC vendus, sa part de 16,7% du marché mondial a progressé de 1,7% d'une année sur l'autre.

Smartphones : +132%

Avec 1,2 milliard de dollars de chiffre d'affaires, l'activité mobile (division Mobile Internet Digital Home, MIDH) constitue 14% des revenus de l'entreprise. Elle se traduit par une hausse des ventes de smartphones de 132% notamment portée par la Chine (+121%) où Lenovo maintient sa position de numéro 2 national. A l'échelle mondiale, le constructeur a franchi la 4e place, selon le cabinet Gartner.

Si avec 11,4 millions de smartphones et 1,5 million de tablettes, Lenovo vend désormais plus de produits mobiles connectés que de PC, l'activité historique reste la plus génératrice de revenus. Les *laptop* composent, à eux seuls, 52% du CA et 28% issus des *desktop*.

Croissance organique

Lenovo entend poursuivre son développement, à travers la croissance des produits mobiles, mais aussi en répondant aux besoins des pays émergents. « *Alors que nous tirons notre croissance de notre activité historiques des PC, nous transformons rapidement notre société en une société « PC Plus », souligne Yang Yuanqing, PDG de Lenovo. Le marché exige des innovations PC rapides et efficaces car il se déplace rapidement des produits haut de gamme vers des produits de grandes distribution, et des marchés matures aux marchés émergents à la croissance hyper dynamique. Lenovo est taillé pour ces marchés. Lenovo est maintenant en meilleure position que ses concurrents pour tirer profit de ces tendances claires.* »

Autrement dit, Lenovo entend poursuivre sa croissance de manière organique. Il n'en garde pas moins un œil sur les opportunités du marché. Dans ce cadre Blackberry, [qui cherche une issue à sa crise](#), pourrait intéresser l'entreprise chinoise. « *Lenovo est certainement dans une bonne position pour devenir un acteur important. Si une opportunité [d'acquisition] ou un accord est conforme à la stratégie de Lenovo, nous profiterons de l'occasion* », a déclaré le dirigeant au *Wall Street Journal*. Reste à savoir ce qui, de Blackberry, pourrait aider Lenovo à progresser sur le marché des smartphones.

Voir aussi

[Un dossier exclusif pour les 20 ans du ThinkPad](#)