

Sony cible 10% de marge d'exploitation en 2007

Un vent de panique a soufflé sur la Bourse de Tokyo lorsque Sony a publié en avril ses résultats pour l'exercice clos en mars 2003. Les pertes du groupe sont passées de 5,5 milliards de yens en mars 2002, à 111,1 milliards de yens !

Pour retrouver le chemin de la rentabilité, Sony compte sur deux lignes de produits -les écrans plasma et téléviseurs cristaux liquide, et les jeux vidéo -, ainsi que sur une restructuration en profondeur. **Restructuration : 300 milliards de yens sur 3 ans** Sony va investir 300 milliards de yens sur trois ans, dont 140 milliards durant l'exercice en cours, afin de restructurer ses activités, en particulier dans l'électronique. Sont concernés les ordinateurs, les caméras vidéo et les terminaux portables. De plus, Sony se désengagera des activités non rentables. Pour l'année en cours, Nobuyuki Idei, le p-dg du groupe, investira en priorité sur les écrans plasma, ainsi que sur les téléviseurs avec écran à cristaux liquides. **Le jeu vidéo au cœur de la stratégie** Avec ses 52 millions de consoles PlayStation 2 vendues dans le monde, Sony est le maître incontesté des jeux vidéo, et entend le rester. Nobuyuki Idei veut profiter du succès de sa division pour lui faire supporter une première augmentation de trois points de la marge du groupe. Les trois points supplémentaires seront apportés par la restructuration. La stratégie à court terme de Sony sur le jeu vidéo passe tout d'abord par le jeu en ligne, avec en particulier la sortie prochaine d'une version intermédiaire de la PS2, équipée de la connexion Internet, et compatible DVD-RW et DVD-R. Cette console est déjà commercialisée au Japon. La PlayStation 2 PSX, attendue pour la fin de l'année, disposera d'un disque dur pour l'enregistrement vidéo. Enfin la première console portable de Sony, avec une qualité d'image proche du DVD, est attendue pour la fin de l'année 2004. La PS3 devrait suivre?