

Virage stratégique pour Freescale

« Le groupe entame une seconde phase, très stratégique. Il s'agit de définir ce que sera le groupe demain », explique à la Tribune Henri Richard, en charge de la direction des ventes et du marketing de Freescale. C'est donc l'heure des questions pour l'ancienne division semi-conducteurs de Motorola.

Il faut dire que l'année 2007 a été plutôt chahutée pour le groupe. Racheté par les fonds Carlyle, Permira et TPG pour plus de 17 milliards de dollars, le fondateur a rompu son alliance avec NXP (Crolles 2) à Grenoble. Il a par ailleurs subi de plein fouet les difficultés de Motorola dont les commandes représentent encore 25% de l'activité.

Freescale avance donc deux mots d'ordre : diversification et émancipation. « Les difficultés dues à Motorola renforcent notre volonté d'émancipation et mettent l'accent sur la nécessité d'accélérer notre diversification », précise au quotidien Michel Meyer, p-dg du fondateur.

Le groupe mise ainsi sur le secteur du sans-fil avec l'objectif d'augmenter la part de clients spécialisés comme RIM (le fabricant du Blackberry) et sur celui de l'automobile et du grand public. « Ce secteur explose, nous ne pouvons pas en être absent. Quant à l'automobile, le seul moyen d'en tirer profit est de sortir de l'électronique traditionnelle », ajoute Henri Richard.