

## Document

### Lenovo, nouveau roi du PC dans un marché en crise

([lexpansion.fr](http://lexpansion.fr))

**11 octobre 2012**

Lenovo vient de chiper la place de premier constructeur mondial de PC à l'américain HP qui y était solidement installé depuis 2006. C'est du moins ce qui ressort de la dernière étude du cabinet Gartner, pour le troisième trimestre 2012. Le cabinet IDC n'est pas tout à fait d'accord puisqu'il accorde encore une avance de 0,2 point de part de marché à l'américain. Mais la tendance est là, irréversible, le groupe chinois grapillant constamment des parts de marchés sur ses concurrents américains, HP et Dell. C'est aussi le seul grand fabricant à progresser dans un marché du PC en berne.

#### **Un principe : "Protéger et attaquer"**

La prise de pouvoir de Lenovo n'est pas une surprise. Pour comprendre sa réussite, il faut remonter à 2005, lorsqu'il a racheté la division PC de l'américain IBM, pour près d'1,75 milliard de dollars. A l'époque, cette acquisition avait suscité une levée de boucliers aux Etats-Unis par crainte d'espionnage industriel. Elle aura en tous les cas permis au chinois de s'emparer de la marque de portables Thinkpad et de s'imposer du même coup sur le marché professionnel. Même s'il aura mis du temps avant d'arriver à rentabiliser l'activité issue de Big Blue.

Lenovo répète souvent sa stratégie : "protéger et attaquer". Il cherche à défendre les marchés stratégiques que sont la Chine et le monde professionnel, avant de s'ouvrir à d'autres horizons. Pour y parvenir, il a créé une co-entreprise avec le japonais NEC en janvier 2011 et racheté l'allemand Medion, le numéro 3 du marché outre-Rhin, en juin 2011. En septembre dernier, il s'emparait du brésilien CCE, pour 148 millions de dollars.

#### **Une exception dans un marché en berne**

Depuis, Lenovo affiche une santé éblouissante. Présent sur toutes les gammes de produits, il a vendu au troisième trimestre 2012 plus de 13,7 millions de PC dans le monde, contre un peu plus de 12,5 un an plus tôt, selon les chiffres communiqués par Gartner. Cette croissance de 9,8% contraste fortement avec le déclin du marché de 8,3% sur la même période. Au premier trimestre fiscal 2012/2013, il a dégagé un bénéfice net de 141 millions de dollars, en hausse de 30% par rapport à l'an passé. Son chiffre d'affaires s'est quant à lui accru de 35% à plus de 8 milliards de dollars. Lenovo demeure toutefois très dépendant du marché chinois, où il réalise encore aujourd'hui près de 44% de son chiffre d'affaires.

Mais la politique d'internationalisation du constructeur porte ses fruits. Dans la région Europe-Moyen-Orient/ Afrique, ses ventes ont augmenté de plus de 62% sur un an. Il a par exemple doublé ses ventes en Russie. Et même aux Etats-Unis, sur lequel il peine davantage à percer, il reste le seul des cinq constructeurs leader à voir ses ventes progresser. Pour s'implanter davantage sur ce marché, il a annoncé le 3 octobre dernier l'ouverture d'une usine d'assemblage à Whitsett, en Caroline du Nord. C'est l'une des caractéristiques du chinois. Si la plupart des constructeurs font appel à des sous-traitants pour assembler leurs machines, Lenovo a fait le choix de construire dans

ses propres usines. Et avec plus de 3,7 milliards de dollars de liquidités, il peut envisager sans problème de nouveaux investissements.

### **HP n'y arrive plus**

La réussite de Lenovo tranche avec les ventes en chute libre des américains HP et Dell. Difficile de ne pas y voir un passage de témoin. Ils laissent aujourd'hui leur place à un acteur qui a su s'adapter à la morosité du marché. Contactée par l'AFP, Pascale Dumas, vice-présidente HP France, botte en touche : "Nous sommes toujours leader à ma connaissance". Mais il beau pouvoir encore s'appuyer sur les chiffres d'IDC, la dynamique est en faveur de Lenovo. Les ventes d'HP, au troisième trimestre, ont chuté de plus de 16% sur un an. Il s'est lancé dans un vaste plan de restructuration, conduisant à la suppression de 27 000 emplois, soit 8% de ses effectifs. Mercredi, le titre atteignait un nouveau plus bas depuis plus de 10 ans, à 14,15 dollars l'action. L'ensemble des analystes s'accordent à dire que HP a raté de nombreux virages technologiques, smartphones, cloud et tablettes en tête de liste. Des marchés sur lesquels Lenovo concentre aujourd'hui ses investissements...

### **Windows 8 attendu comme le messie**

Sur l'année, les ventes mondiales de PC devraient diminuer. Il faut remonter à 2001 et l'éclatement de la bulle internet pour retrouver pareil phénomène. Mais cette fois, cette baisse des ventes témoigne d'un véritable essoufflement du secteur, qui a dépassé le stade de la maturité. Le marché est notamment phagocyté par l'explosion des ventes de tablettes - prévues en hausse de 140% en 2012, selon le Gfk - où règnent de nouveaux acteurs, comme Samsung, Apple ou Amazon...

Pour entretenir un certain espoir, les fabricants misent tous sur le lancement de Windows 8 le 26 octobre prochain. Selon le cabinet IDC, les ventes de PC pourraient rebondir de 10% en 2013, boostées par la dynamique de l'OS de Microsoft. IDC prévoit 404 millions d'unités écoulées en 2013. Dont 11 millions en France.

Mais les interrogations sont vives. L'une des principales nouveautés de l'OS de Microsoft est d'être aussi (surtout ?) conçu pour l'usage tactile. Au détriment des PC ? Pas forcément. Les produits hybrides, sur lesquels se lancent de plus en plus de constructeurs, pourraient faire leur trou. Mais surtout, les tablettes peuvent difficilement remplacer un PC sur certains usages. Ce que relève la vice-présidente de HP France. Lorsqu'"il y a des adolescents à équiper dans un foyer, on continue de choisir un PC, la tablette est plus un outil de consultation". Reste à savoir si à lui seul, Windows 8 sera capable de renverser une tendance qui paraît pour le moment inéluctable.