

En s'offrant Packard Bell, Acer poursuit sa fulgurante ascension

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 24-09-2007 00:15:39

En ajoutant Packard Bell à ses conquêtes après Gateway, le fabricant taïwanais d'ordinateurs Acer, encore tout petit il y a cinq ans, poursuit son ascension sans complexes sur un marché des ordinateurs longtemps dominé par les Américains.

Le PDG Gianfranco Lanci a confirmé vendredi, lors d'une conférence de presse mondiale à Madrid, son intention de s'emparer de Packard Bell à travers le rachat de Gateway, qui doit être conclu début octobre.

L'américain a exercé son droit de préemption sur la vente des actions de PB Holding Company, maison mère de Packard Bell, actuellement aux mains de l'homme d'affaires Lap Shun (John) Hui.

Acer dame ainsi le pion à son éternel rival, le chinois Lenovo, qui avait annoncé début août être en discussions pour acquérir Packard Bell. Et lui inflige un nouveau camouflet après s'être assuré la troisième place mondiale à ses dépens en s'offrant Gateway.

Le nouveau groupe réalisera un chiffre d'affaires de 20 milliards de dollars en 2008, avec des ventes de près de 25 millions d'ordinateurs par an, réparties à 48% en Europe, 34% en Amérique du Nord et 18% en Asie, a indiqué M. Lanci.

Avec près de 10% de parts de marché, Acer sera encore loin des leaders Hewlett-Packard et Dell. Mais il affiche ses ambitions. Dans certains régions du monde, comme l'Europe et les pays émergents, il a déjà dépassé le texan, profitant de ses difficultés, et rivalise avec HP.

Autrefois sous-traitant d'IMB ou Dell, le groupe asiatique revient de loin. Fondé en 1976 sous le nom de Multitech, Acer a frôlé la faillite au début des années 2000.

Pour s'en sortir, il a alors décidé de se séparer des activités de production qu'il a sous-traitées à des usines en Chine. Un pari gagnant qui lui permet d'afficher les coûts opérationnels (7%) les plus bas de l'industrie et de pratiquer des prix très agressifs.

Spécialiste des PC portables qu'il a contribué à démocratiser, Acer a profité de l'explosion de ce marché pour gagner des parts de marché, à un rythme impressionnant. Au premier semestre 2007, il a encore vu ses ventes bondir de 36%, une croissance nettement supérieure à celle des autres acteurs.

Une stratégie offensive dont il paie toutefois le prix en affichant des marges plus faibles que ses concurrents. Mais en accédant à une taille critique, Acer pourrait voir sa rentabilité s'améliorer, estime Massimo D'Angelo, vice-président Europe, pariant sur les économies d'échelle.

Le groupe pourrait aussi profiter de ces rachats pour se positionner sur un créneau plus haut de

gamme ou familial avec Packard Bell. La "stratégie basée sur plusieurs marques" qu'il compte mettre en place semble aller dans ce sens, même si les dirigeants n'ont pas voulu donner de détails sur les modalités de l'intégration.

Avec Gateway, Acer accroît sa présence aux Etats-Unis et rééquilibre ses ventes. Dans le cas de Packard Bell, Acer renforce sa position en Europe où il est déjà bien implanté. Côté produits, il met le cap sur les PC de bureau, qui ne font actuellement que 17% de son chiffre d'affaires.

Prochaine étape, accéder au deuxième rang mondial ? Prudent, Acer veut d'abord se concentrer sur les intégrations des nouvelles entités avant d'envisager d'autres acquisitions. "Pas avant deux, trois ans", assure son président M. Lanci.

Mais les "faiblesses des autres" pourraient leur profiter, lance-t-il, visant implicitement Dell, HP semblant encore hors de sa portée.

AFP