

Lenovo non si ferma mai (“never stands still”)

Lenovo ha da poco tagliato il traguardo del suo 10° anno di vita: nasce di fatto come società globale nel 2005, dopo la storica acquisizione della divisione PC di IBM – che nel 1981 aveva inventato il primo Personal Computer - da parte della cinese Legend, leader del suo enorme mercato anche grazie all'innovazione fondamentale della scheda che converte i caratteri occidentali in ideogrammi (“Le-novo” significa infatti “la nuova Legend”).

Lenovo è una società globale...

...con un fatturato di oltre 46 miliardi di dollari, che fa parte della classifica “Fortune 500”, una delle 50 società più innovative al mondo secondo il Boston Consulting Group e uno dei 100 Top Brand secondo la classifica Interbrand. Lenovo è leader nel fornire tecnologia innovativa a diversi segmenti di mercato - consumer, professionale, grandi aziende. Oggi Lenovo occupa le seguenti posizioni di mercato su scala globale:

- #1 nei PC, con una quota di mercato record di circa 21% - posizione che detiene da oltre due anni consecutivi
- #3 nei Tablet
- #3 nei server x86, tra ThinkServer e System x (acquisiti da IBM nel 2014)
- #4 negli smartphone, tra Lenovo e Motorola (acquisita da Google nel 2014): un vero player globale

Chi siamo oggi, in breve

Il nostro portafoglio di prodotti e servizi - affidabili e di elevata qualità - comprende PC (tra cui lo storico brand dei prodotti Think e la famiglia dei multimodali YOGA), workstation, server, storage, smart TV e una famiglia di prodotti *mobile* tra cui smartphone (con anche il brand Motorola), tablet e app.

La formula "Protect and Attack" è la strategia di lungo termine su cui la Società sta da tempo costruendo il suo successo, con quote di mercato a livelli record, il miglioramento progressivo della redditività e una diversificazione del business di Lenovo con maggiore equilibrio tra le diverse attività.

L'innovazione è nel DNA di Lenovo e ci aiuta a migliorare continuamente e a perfezionare il nostro business. Non si trova solo nei nostri prodotti e nelle nostre tecnologie, ma anche in tutto ciò che facciamo: dalla strategia alla sua esecuzione, fino al modello di business. In Lenovo abbiamo un "triangolo dell'innovazione" globale che si avvale di talenti provenienti da tutto il mondo, all'interno dei nostri grandi centri di ricerca in Cina, Giappone e Stati Uniti.

L'originale modello di produzione ibrido di Lenovo, unico nel suo genere, costituisce un importante vantaggio competitivo. Produciamo in-house, nei nostri stabilimenti di proprietà, una maggiore percentuale di dispositivi rispetto a qualsiasi altro fornitore del settore. I nostri stabilimenti si trovano in Brasile, Giappone, negli Stati Uniti e in diversi siti in Cina. La nostra capacità di produrre in-house, insieme alle nostre alleanze strategiche con altri fornitori ODM (Original Design Manufacturer), costituiscono un'efficiente strategia di supply chain che ci permette un'elevata reattività alle richieste del mercato, velocizza l'innovazione di prodotto e supporta una rapida crescita del business.

Abbiamo circa 60.000 dipendenti in tutto il mondo.

Le azioni di Lenovo sono quotate alla Borsa di Hong Kong (HKSE: 0992).

Le basi per la crescita di Lenovo

Lenovo sta ponendo nuove basi per la sua ulteriore crescita, per poter essere un leader

tecnologico globale ancor più forte e diversificato. Con un piano di azione strategico coerente ed efficace, continuiamo a conquistarci quote di mercato e a migliorare la redditività, investendo al contempo anche nel futuro. E lo facciamo sia proteggendo e accrescendo la redditività nel nostro tradizionale *core business*, quello del PC, sia dando impulso alle attività di business a più rapida crescita, quelle del Mobile, dell'Enterprise e dell'Ecosystem/Cloud.

Negli ultimi due anni, Lenovo ha sviluppato due rami di attività in cui oggi si posiziona tra i leader a livello globale, nel settore *Mobile* e in quello *Enterprise* e ha posto le basi per una rapida accelerazione nel settore *Ecosystem&Cloud*. Oggi, queste tre aree di business rappresentano insieme il 36% del nostro fatturato totale, in forte crescita rispetto al 4% di tre anni fa. Il settore *Enterprise*, nel quadro del quale a settembre 2014 è stata lanciata la linea di prodotti ThinkServer di nuova generazione, sta crescendo rapidamente, con un aumento dei volumi del +35% anno su anno nel trimestre fiscale Q2; mentre i download giornalieri dal Lenovo App Store superano oggi i 30 milioni, più del doppio rispetto a un anno fa.

A ottobre 2014 Lenovo ha completato con successo le acquisizioni di Motorola Mobility e di IBM x86, che rafforzano ulteriormente il posizionamento della Società nelle aree Mobile ed Enterprise. Grazie a queste operazioni, siamo oggi il n.3 a livello globale in entrambi i mercati, e intendiamo replicare il successo ottenuto nei PC crescendo più velocemente dei mercati di riferimento, per raggiungere il primo posto in entrambi i settori. Mobile e Enterprise sono per noi due nuovi motori di crescita, e nel tempo diventeranno anche importanti fonti di profitto. Del resto Lenovo ha già dato dimostrazione della propria capacità di bilanciare innovazione ed efficienza in tutte le aree di business. Ora applicheremo questi punti di forza per crescere in modo ancora più sostenuto, completata l'integrazione di Motorola Mobility e di System x.

I quattro elementi chiave del nostro successo

Una strategia chiara: "Protect and Attack"

La formula "Protect & Attack" (ovvero: proteggere/difendere il business nelle aree di forza, "attaccare" nelle aree con opportunità di crescita) ci ha permesso di raggiungere un'ottima posizione per il futuro, con tre motori di crescita: Enterprise, Mobile ed Ecosystem/Cloud, tutti sostenuti da un solido business nel mercato PC. Oggi stiamo "proteggendo" il nostro core business nei PC, mentre siamo in fase di attacco nelle attività Mobile, Enterprise ed Ecosystem/Cloud. I PC sono stati il primo motore di crescita che ha lanciato Lenovo come leader globale; oggi questi nuovi business saranno il propellente per la nostra seconda fase di lancio e crescita - e porteranno Lenovo ancora più in alto, ancor più velocemente.

Prodotti innovativi

La nostra capacità di esecuzione, le acquisizioni e le nuove iniziative di business daranno ulteriore spinta alla crescita. Cresceremo anche attraverso l'innovazione, come abbiamo fatto nel creare i notebook e i tablet della serie YOGA. Abbiamo introdotto le ultime generazioni di questi prodotti a ottobre 2014, e grazie a questi continueremo ad essere leader nei convertibili e a crescere nel settore dei tablet. E continuiamo ad aggiungere alla nostra gamma dei prodotti innovativi, come i nuovi smartphone Lenovo Vibe, la linea di server System X e la sensazionale famiglia dei nuovi prodotti Motorola - il nuovo Moto X, lo smartwatch Moto 360, Droid e l'elegante device Hint Bluetooth.

Eccellenza operativa

Lenovo non smette mai di migliorare il suo peculiare modello di *dual-business*: servire i clienti globali, la grande impresa, tramite il modello relazionale, da un lato e servire le aziende di piccole e medie dimensioni e i consumatori tramite il modello transazionale, dall'altro. Inoltre, il nostro modello produttivo ibrido ci dà un fondamentale vantaggio competitivo, dandoci la flessibilità necessaria aggiuntiva per soddisfare le richieste dei clienti. L'eccellenza operativa è infatti uno dei punti di forza di Lenovo, e fa di noi una delle poche Società al mondo in grado di far funzionare il modello "duale" di business.

Un team multinazionale

Abbiamo un team globale forte e diversificato, che attrae grandi talenti sia a livello mondiale sia sui mercati più importanti. I nostri 12 top leader rappresentano 7 nazionalità diverse, e i 100 top executive di Lenovo provengono da 20 Paesi diversi, dando così a Lenovo quella varietà di prospettive e punti di vista che ci consente di prendere le decisioni migliori. Benché variegato, il nostro team è tuttavia accomunato e unito dal Lenovo Way.- L'impegno, la proprietà comune e

la cultura che ci porta ad essere sempre all'avanguardia. Questo set di valori condivisi ci aiuta a operare con velocità ancora maggiore, creando un evidente vantaggio competitivo.

In Italia

Anche in Italia **Lenovo** ha proseguito la sua **crescita** arrivando – secondo l'analista IDC – alla **posizione n. 2 sia nel mercato PC** complessivo (sommando il mondo professionale e quello consumer) **sia nel mercato server**, con una quota - in entrambi i settori - superiore al **18%**.

Per rimanere in contatto con noi...

Lenovo Italia è su [LinkedIn](#), [Facebook](#) e Twitter (@lenovoitalia); il nostro sito è www.lenovo.com/it Il nostro blog con notizie e approfondimenti dal mondo della tecnologia e da quello del business è <http://www.think-progress.com/it/it/>

The image shows the Lenovo logo, which consists of the word "Lenovo" in white, sans-serif font, oriented vertically on a red rectangular background.