



invent



Marché

HP est une marque pionnière dans le domaine de l'innovation technologique et du développement durable: social, environnemental et économique. En utilisant des modèles pointus, des stratégies commerciales et technologiques, HP permet à un nombre très important de personnes de prendre part à l'économie mondiale et nationale par l'intermédiaire des technologies de l'information.

Ayant une part de marché incomparable, HP est numéro un mondial en matière d'imprimantes à jet d'encre, intégrées et à fonction unique, d'imprimantes laser monochrome et couleur, d'impression grand format, de scanners, de serveurs d'impression et de fournitures pour impression jet d'encre et laser; numéro 1 mondial en termes de revenus et d'expéditions de serveurs, en matière d'ordinateurs portables, d'ordinateur de poche, numéro un mondial en termes de systèmes de stockage sur disque totaux, de système de stockage sur disque externe totaux et de réseaux de stockage ouverts, numéro 2 mondial en termes d'expéditions de PC, de revenus PC, d'appareils portatifs, numéro 3 mondial en termes de services informatiques. Aussi, HP est le premier constructeur mondial à passer la barre de 100.000 serveurs en lames vendues en 2004.

Le chiffre d'affaires de HP pour les quatre derniers trimestres fiscaux, clos au 30 avril 2004, s'est élevé à 76,8 milliards de dollars. Ayant son siège social à Palo Alto (Californie), HP compte plus d'un milliard de clients à travers 178 pays, un véritable citoyen du monde. HP Maroc contribue substantiellement au rayonnement de la marque par un accroissement de parts de marché et par des actions humanitaires en faveur de la population marocaine.

Faits marquants

Depuis les débuts de la société en 1939, HP fait des dons philanthropiques d'argent, d'équipement et de temps aux communautés au sein desquelles elle est implantée. Le défi consiste à façonner l'impact des corporations en force constructrice au moyen d'actions de masse. En tant qu'entreprise technologique mondiale, elle apporte non seulement un soutien financier, mais privilégie aussi les projets qui lui permettent de mettre ses talents au service de collectivités et de les accompagner dans la durée. La vision de HP est celle d'un monde où

les avantages des technologies de l'information et de la communication doivent être accessibles à tous. HP octroie ainsi des fonds, des produits, des services et du temps aux écoles, universités et centres de recherche, aux collectivités locales et aux populations défavorisées. Les fonds dédiés aux activités de mécénat et d'éducation représentent

0,8% du chiffre d'affaires mondial de HP.

Parmi les nombreuses initiatives mises en place par l'entreprise, on peut citer, dès 1948, le plan retraite complémentaire pour les salariés ayant au moins 5 ans d'ancienneté ou, dès 1967, la mise en place des horaires de travail flexibles. HP a également été l'une des premières entreprises internationales à obtenir la certification ISO 14001 pour ses activités de



fabrication de par le monde. La fusion de HP en 2002 avec Compaq Computer Corporation a permis de forger une équipe dynamique et puissante de 140.000 employés, travaillant dans différents pays du monde, avec plus de 40 devises différentes et dans plus de 10 langues. Les revenus combinés des deux sociétés ont atteint 72 milliards de dollars pour l'année fiscale qui s'est terminée le 31 octobre 2002.

Par ailleurs, HP a développé un partenariat avec l'UNESCO afin de lutter contre la fuite des cerveaux dans les pays en post-conflit en équipant les universités des Balkans et de certains pays d'Afrique de la technologie de l'information. Enfin, HP a également développé le «village

digital», une initiative unique dans laquelle HP investit ses compétences technologiques en collaboration avec les collectivités locales concernées. Plusieurs villages ont déjà vu le jour aux Etats-Unis, en Europe, au Proche-Orient et en Afrique.

Pour des raisons économiques mais aussi environnementales, HP s'est engagé à réduire les émissions de gaz à effet de serre qui provoquent le réchauffement de la planète. D'autre part, elle préserve les ressources naturelles en vendant des produits recyclables.

Au Maroc, pour répondre à toutes les questions de ses revendeurs, HP Maroc a créé un centre d'appel en 2003, unique en Afrique du Nord. En 2004, HP Maroc a célébré le 20^{ème} anniversaire des imprimantes HP LaserJet avec faste coïncidant au lancement d'autres nouvelles imprimantes.

Histoire

HP a été fondée en 1939 par Bill Hewlett et David Packard, deux anciens de l'Université de Stanford (USA). HP s'est donnée pour missions d'inventer, d'innover, de développer et d'offrir des solutions qui apportent de la valeur ajoutée, améliorent la productivité des entreprises et facilitent la vie des utilisateurs.

Le premier produit de la société, construit dans un garage de Palo Alto, était un oscilloscope audio. Il s'agissait d'un instrument de test électronique destiné aux ingénieurs de son. L'un des premiers clients de HP fut Walt Disney Studios, qui fit l'acquisition de huit oscilloscopes afin de développer et de tester un système de son novateur pour le film «Fantasia».

Au milieu des années 90, HP, pionnier de l'impression laser, avait subdivisé ses activités imprimantes par lignes de produit. Il possédait une division laser et une division jet d'encre. Chaque type d'imprimante était distribué auprès du grand public et des entreprises.

HP Maroc a été créée le 2 décembre 1998 avec 6 employés. Actuellement, le bureau HP Casablanca est une plate-forme de vente gérant toute l'Afrique, y compris les DOM-TOM à l'exception de l'Égypte, le Soudan et l'Afrique du Sud, avec 80 collaborateurs.



Produit

HP, entreprise au niveau mondial, propose des solutions technologiques destinées au grand public, aux collectivités et aux entreprises. Son offre couvre l'infrastructure des systèmes informatiques, les systèmes personnels et les produits d'accès, les prestations de services, l'imagerie numérique et les systèmes d'impression. La marque offre une technologie indispensable pour la vie personnelle et professionnelle.

En tant que société de technologie grand public au monde, l'activité de HP consiste à inventer des technologies qui profitent au plus grand nombre d'utilisateurs possible. Plus de 4 milliards de dollars sont investis chaque année dans la recherche et le développement afin de financer l'invention de produits, de solutions et de nouvelles technologies visant à mieux servir les clients et à pénétrer de nouveaux marchés.

Pour mieux répondre aux besoins de ses clients et aux exigences du marché, l'offre HP est segmentée en quatre groupes d'activité. Primo, le groupe de système d'entreprise se concentre sur les composants technologiques clés de l'infrastructure informatique des entreprises: stockage, serveurs, logiciels de gestion et toute une gamme de solutions. Secondo, le groupe d'imagerie et d'impression qui propose du matériel d'imprimante, des solutions complètes, des appareils d'imagerie numérique (appareils photos et scanners par exemple), des fournitures et accessoires associés.

Tertio, HP Service est une équipe internationale de services informatiques de pointe. Elle offre un encadrement, un savoir-faire et un portefeuille de services très complet afin d'aider les clients à tirer de leurs investissements informatiques une valeur commerciale tangible. Quatro, le groupe des systèmes personnels qui propose des solutions d'informatique personnelle simple, fiables et économiques, des appareils destinés à un usage professionnel et domestique: PC de bureau, ordinateurs portables, postes de travail, clients légers, petits appareils portatifs intelligents et équipements personnels.

Parmi les programmes développés par HP, on peut

citer «Design for Environment», qui permet de prendre en compte les performances environnementales des produits dès la phase de conception, dans le but de réduire l'impact de ses produits et services sur l'environnement: les produits doivent utiliser moins de matières premières, consommer moins d'énergie et être recyclés plus facilement tout en maximisant la valeur globale pour les clients.

Développements récents

HP intègre désormais véritablement Linux au cœur de sa stratégie produit. Elle assure son développement en y associant de nouveaux produits et services, notamment en direction des grandes entreprises. Les deux autres systèmes d'exploitation utilisés par HP sont Unix et Windows 2000.

HP lance une nouvelle imprimante Deskjet qui conjugue vitesse et qualité d'impression dans une solution ultra-compacte.

Après avoir mis au point Planet Partners, un service de retour et de recyclage ayant pour objectif de recycler gratuitement les cartouches, HP innove en incluant désormais une enveloppe de réexpédition pré-affranchie dans l'emballage des cartouches les plus utilisées.

Dans une perspective de créativité, HP Maroc met sur le marché de nouveaux produits, approche de nouveaux types de clients et le fait savoir auprès de ses employés.

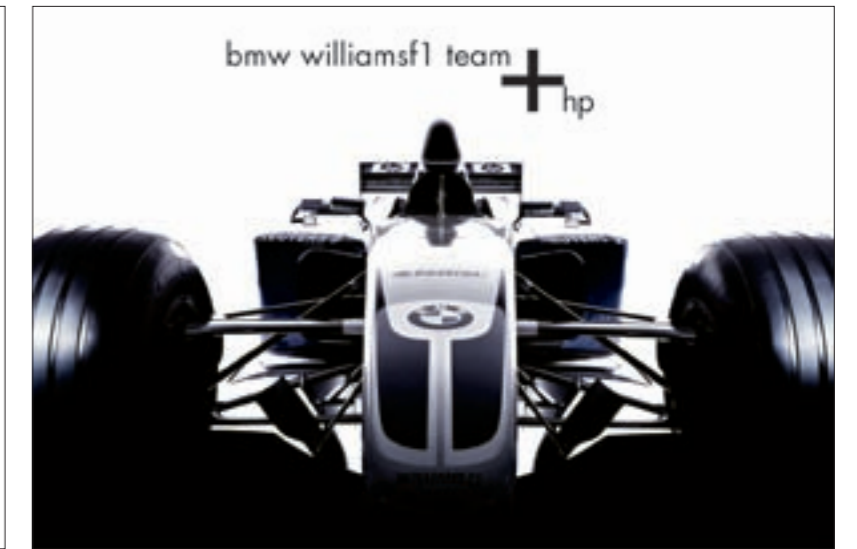
En 2004, HP Maroc a lancé quatre nouvelles imprimantes d'une performance inouïe, à savoir la Deskjet 6543, la HP LaserJet 1320, les «tout-en-un» HP PSC & HP PSC Photosmart et, HP Photosmart 325 et HP Photosmart 375.

Communication

La marque utilise une communication vivante tendant à présenter, chaque mois, des offres promotionnelles, des solutions très performantes à un prix attractif. Un catalogue HP est édité mettant en relief les brochures de services informatiques, micro-informatiques et solutions d'impression.

La marque met à contribution une campagne publicitaire pleine d'interactivité pour faire découvrir ses produits, la photocopie numérique, les expériences de chacun.

Un marketing à la hauteur de la technologie est adapté pour un



exploit commercial qui répond à l'idéal de la marque.

Par ailleurs, un site Internet renseigne l'ensemble de la clientèle avec une gamme de produits aussi diversifiés que fiables.

A travers la télévision, le cinéma, la presse, Internet, HP démontre l'étendue et la pertinence de ses produits ainsi que la manière dont elles sont mises en œuvre pour répondre aux besoins spécifiques de ses clients.

Les valeurs de la marque

HP est identifiée par les valeurs suivantes: satisfaction du client, travail en équipe, vitesse et souplesse, ainsi qu'un engagement de confiance et de respect pour tout individu. La notion de citoyenneté est au cœur des valeurs de HP depuis sa création dans les années 30. Aujourd'hui, fidèle à son engagement, la marque imagine et met en place des solutions

innovantes et originales pour mettre ses technologies à la disposition de tous, dans les domaines de l'investissement sociétal, de l'environnement et de la gouvernance de l'entreprise.

La motivation et la fidélité des employés de HP sont des facteurs clé au niveau des performances de l'entreprise. Ce qui fait la différence de la marque, c'est la confiance qu'elle place à la diversité de ses collaborateurs qui sont appelés à développer toute la stratégie créative et inventive sur une base d'objectifs clairement ciblés.

La marque fait face à ses responsabilités vis-à-vis de la société en étant un atout économique, intellectuel et social dans chaque pays. Pour HP, les critères les plus élevés en termes d'honnêteté et d'intégrité sont indispensables pour développer la fidélité de ses clients et actionnaires.

www.hp.com/afrique

Les petites choses que vous ignorez sur hp

Les fondateurs de HP ont décidé de donner le nom de l'entreprise en 1939 par le biais de pile ou face.

Le premier don caritatif de HP fut de 5 dollars en 1940.

Compaq Computer Corporation a été formée suite à une réunion tenue en 1982, dans la pâtisserie de Houston, au Texas.

Sur 17.000 brevets, HP a déjà certifié 4.000 brevets déposés en 2003.

