

LG vise la 2^{ème} place sur le marché des téléviseurs à écran plat

Malgré la récession, le fabricant compte soutenir ses ventes en différenciant ses produits grâce à des technologies évoluées et un design élégant.

Villepinte, France, 19 janvier 2009 – LG Electronics, leader mondial des téléviseurs et des systèmes home cinéma, dévoile ses plans ambitieux pour s'imposer comme l'un des deux premiers fabricants d'écrans plats au monde.

Le fabricant vise une part de marché globale de 16 % sur le marché des téléviseurs à écran plat avec un objectif de plus de 21 millions de téléviseurs en 2009. Par catégorie, il prévoit de vendre 18 millions de téléviseurs LCD, soit 15 % de part de marché, et 3 millions de téléviseurs plasma, soit 19 % de part de marché.

"Notre objectif est d'offrir des produits qui correspondent au style de vie des consommateurs", indique Simon Kang, président et P-DG de la division Home Entertainment de LG. "La nouvelle organisation de notre entreprise nous permettra de créer davantage de synergies entre nos téléviseurs et nos produits audiovisuels."

LG cible des ventes de plus de 18 millions de téléviseurs LCD, soit 15 % de part de marché.

LG a dévoilé sa stratégie clés pour atteindre ses objectifs ambitieux concernant les téléviseurs LCD malgré le ralentissement économique mondial.

LG souhaite tout d'abord mettre l'accent sur les avantages de ses produits, tels que son expertise dans le rétroéclairage par LED, les technologies sans fil, et TruMotion 200 Hz. LG prévoit également d'étendre sa gamme de téléviseurs de petite et moyenne taille afin de répondre à l'ensemble des attentes des consommateurs.

"LG poursuivra sa stratégie de développement commerciale afin d'augmenter la dynamique des ventes, en investissant davantage dans les campagnes de marketing et dans la recherche et le développement", indique M. Kang. "Nous renforcerons notre position sur les téléviseurs LCD, en transformant les difficultés économiques actuelles en réelle opportunité de croissance tandis que d'autres adoptent une approche plus conservatrice."

LG va également poursuivre l'optimisation de la gestion de sa chaîne d'approvisionnement en renforçant son partenariat avec LG Display pour répondre rapidement à l'évolution de la demande du marché.

Enfin, la dernière priorité du fabricant concernant les téléviseurs LCD est d'accroître ses efforts de développement de nouvelles technologies telles que les écrans OLED, 3D et tactiles, ainsi que ses investissements dans de nouveaux secteurs, en particulier dans le secteur professionnel (Business Solution).

Priorité à la rentabilité pour les modules plasma

Concernant les téléviseurs plasma, LG cherche à renforcer sa position de leader en s'efforçant d'augmenter sa rentabilité. LG prévoit de mettre l'accent sur le marché des écrans plats de grande taille (plus de 127 cm) où les téléviseurs plasma représentent une part de marché importante. Le fabricant cible également davantage le marché des entreprises, où les téléviseurs plasma ont démontré un fort potentiel de croissance.

Maintenir le leadership sur le Blu-ray

Pour ses produits audiovisuels, LG prévoit de maintenir son leadership sur le marché du Blu-ray grâce au partenariat avec des fournisseurs de contenu en ligne, notamment Netflix, YouTube et CinemaNow.

LG se concentrera également sur les systèmes audio haut de gamme tels que son système de home cinéma Blu-ray. Au CES 2009, LG a présenté sa technologie audio HD, qui sera proposée dans ses produits audio haut de gamme. Cette technologie est le fruit de la collaboration du fabricant coréen avec l'expert du son haut de gamme Mark Levinson.

"La fusion de nos activités dédiées aux technologies de l'image et au multimédia dans la division « Home Entertainment » de LG profitera pleinement aux consommateurs, car elle recentre nos efforts concernant nos produits sur l'amélioration de la vie des consommateurs", explique M. Kang.

A propos de LG Electronics, Inc.

LG Electronics Inc (Bourse de Séoul : 06657.KS) est l'un des leaders mondiaux dans les domaines de l'électronique grand public, l'électroménager et la téléphonie mobile, qui emploie à travers le monde plus de 82 000 personnes travaillant dans 82 filiales, 14 centres de production, 35 centres de Recherche et Développement et 5 centres de design.

LG Electronics Inc réalise un chiffre d'affaires de 44 milliards de dollars, à travers ses 5 divisions : Home Entertainment (Electronique grand public), Home Appliance (Electroménager), Air Conditioning (Climatisation), Business Solution (Solutions professionnelles) et Mobile Communication (Téléphonie mobile). LG est le leader mondial dans la production de téléphones mobiles, TV écrans plats, climatiseurs, machines à laver à chargement frontal, disques optiques, lecteurs DVD et systèmes Home-cinéma.

Créée en 1991, sa filiale française, en pleine expansion, emploie aujourd'hui 270 personnes et a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de 900 millions d'euros.

À propos de la division « Home Entertainment »

La division « Home Entertainment » de LG Electronics, est un acteur de premier plan sur les marchés de l'électronique grand public et professionnel. La division « Home Entertainment » de LG a introduit un certain nombre de produits et technologies innovants au plan international, afin d'offrir aux consommateurs une expérience numérique optimale. Mettant l'accent sur la création d'appareils très complets, le fabricant a à cœur de proposer des produits au designs élégant et bénéficiant du meilleur de la technologie. Les produits de LG incluent notamment des téléviseurs LCD et plasma, des systèmes home cinéma, des lecteurs de disques Blu-ray, des appareils audio, des lecteurs vidéo. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site fr.lge.com.



www.lge.com/fr

PLEON

Contacts Presse Corporate:

Hortense Grégoire – hortense.gregoire@pleon.com - Tel : 01 53 04 23 30

Valérie Delbecq – vdelbecq@pleon.com - Tel : 01 53 04 23 13

Contacts Presse Produits :

Aurélié Vincent – aurelie.vincent@pleon.com - Tel : 01 53 04 24 04

Laurie Le Houedec – laurie.lehouedec@pleon.com - Tel : 01 53 04 23 12