

# Ecrans plats: Samsung et LG tirent la langue...

[Samsung](#) et [LG](#), respectivement **premier et deuxième** sur le marché mondial des téléviseurs, accusent des baisses significatives de leurs ventes d'**écrans plats**.

En effet, les résultats publiés par Samsung en fin de semaine affichent **une baisse de 53 % du bénéfice opérationnel** s'agissant de sa division téléviseurs au deuxième trimestre 2011. Pour LG, c'est au premier trimestre que l'on constate une **chute de 45 % du bénéfice opérationnel**, selon l'agence Bloomberg.

Que se passe-t-il pour les deux successeurs voire remplaçants de Philips sur le marché des téléviseurs? La demande en écrans plats se fait de moins en moins grande: contrecoup de la Coupe du monde de football, **fin de la transition de l'analogique vers le numérique...** Les ventes d'écrans plats ne progresseraient que de 12% en 2011, soit **une croissance presque trois fois moins élevée** que celle de 2010 qui était de 32 % selon le cabinet DisplaySearch.

Pour pallier cette baisse, les deux sud-coréens cassent davantage les prix, et misent sur des innovations telles que la **télévision connectée à Internet ainsi que le téléviseur 3D**, dont le marché s'est envolé à **plus de 104 %** au premier trimestre de cette année, d'après DisplaySearch. De plus, les deux marques ont déjà lancé leur campagne de publicité dans les pays émergents, qui sont beaucoup moins équipés en écrans plats que leurs voisins occidentaux.

Crédit photo: © jeff Metzger – Fotolia.com