

# Samsung recentre sa stratégie sur la technologie OLED

En date du 3 avril, après 21 ans d'exercice, l'activité de production d'écrans LCD Samsung Display est séparée de sa maison-mère, qui en reste détentrice majoritaire dans le cadre d'une coentreprise avec Samsung SDI, division naguère impliquée dans la fabrication d'écrans CRT.

Mise sur pied avec un capital d'environ 670 millions de dollars, cette *joint venture* réunit des effectifs de quelque 20 000 employés, pour 5 usines de production dans le monde, des contrats valorisants (notamment avec Apple) et un chiffre d'affaires 2011 autour des 20 milliards de dollars. Ce tableau a priori idyllique pâtit néanmoins d'une ombre qui n'est pas des moindres : un fort recul amorcé de longue date et ponctué de pertes nettes estimées à 500 millions de dollars sur l'année écoulée.

Dans l'optique d'assurer la pérennité de son activité déficitaire, Samsung a opté pour la scission. Le groupe coréen, qui mise notamment sur l'OLED, compte accroître sa réactivité face aux nouveaux défis qu'imposent la mobilité et la démocratisation concomitante des technologies tactiles. Analyste pour le cabinet Meko, **Bob Raikes** entrevoit en cette transition un passage obligé et en souligne l'inéluctabilité.

« Des principaux fabricants d'écrans LCD, Samsung reste celui qui enregistre le moins de pertes, [tempère](#) l'intéressé dans les colonnes de *ChannelBiz.uk*. Et d'admettre que le marché est pris dans un cercle vicieux : les prix de vente actuels ne suffisent plus à rétribuer l'ensemble des maillons de la chaîne jusqu'aux acteurs des chaînes de production. »

## Des Chinois dans l'engrenage

« Une solution évidente consisterait à augmenter les tarifs s'il y a plus de demande que d'offre », résume Bob Raikes, non sans relativiser ses propos, jouant d'autocritique : « un nouveau paramètre entre désormais en ligne de compte : le cas chinois ». En effet, côté téléviseurs, la demande en volume explose dans les contrées asiatiques.

Les producteurs locaux, désireux de tirer de leur office un fruit plus conséquent qu'à l'heure actuelle (à titre d'exemple, environ 0,5 % des 200 dollars de bénéfices que génère la vente d'un iPhone), souhaitent impliquer moins d'intermédiaires dans la vente de leurs produits. Eux qui ont récemment décrété une fronde généralisée se sont mis au diapason d'une indépendance revendiquée sur le terrain du LCD.

## L'OLED comme porte de sortie

Confronté à un tel enjeu, Samsung opère une réorientation stratégique avec en point d'orgue la technologie OLED, dont il est l'un des pionniers, avec 95 % de la masse mondiale et 4 milliards de dollars investis dans la démarche. Il en résulte aujourd'hui le premier écran flexible du marché, dénommé Youm. Il s'agit d'un véritable panneau AMOLED dont la commodité est fonction d'un curieux critère : la malléabilité.

Aux plaques de verre se substituent des films souples qui ne sont pas sans rappeler ce concept similaire de papier à encre électronique dont LG s'est récemment fait l'ambassadeur. Au rang des nombreux produits qui pourraient en découler, des *smartphones* ultra-fins, repliables sur eux-mêmes. Restent toutefois quelques inconnues : la qualité de l'affichage, l'autonomie du dispositif (LG annonce un maximum de 2000 rafraîchissements avec sa technologie) et la durée de vie de l'ensemble, quand bien même les premiers tests ont fait état de 100 000 cycles.

Crédit photo : © Mihai Simonia – Fotolia.com