

# Sony Ericsson marque le pas, menacé par LG ?

Panne de croissance pour Sony Ericsson. Le fabricant de mobiles a en effet souffert au premier trimestre et livre des chiffres plutôt médiocres après une longue période de forte hausse.

Sur les trois premiers mois de l'année, le spécialiste des mobiles Walkman et Cybershot (musique et photos) affiche un bénéfice de 133 millions d'euros, contre 254 millions d'euros au premier trimestre 2007, soit une chute de 47%. Le chiffre d'affaires, lui, a chuté de 7,6%, à 2,7 milliards d'euros. Le bénéfice d'exploitation baisse dans les mêmes proportions à 181 millions contre 346 millions au premier trimestre 2007.

Concrètement, le nippon-suédois a écoulé 22,3 millions de portables au cours du trimestre, contre 21,8 millions un an plus tôt (+2%) et 30,8 millions trois mois plus tôt. Surtout, le prix moyen des terminaux, indicateur très important, s'est fortement replié. Malgré le positionnement moyen-haut de gamme du fabricant, il est passé en un an de 134 à 121 euros...

Ces difficultés ne sont pas une surprise. Fin mars, le groupe publiait un sévère profit-warning. « *Le marché s'est révélé difficile* », commente laconiquement Dick Komiyama, p-dg de Sony Ericsson.

Malgré ses tentatives dans le low-cost, Sony Ericsson reste dépendant du marché européen (37% de ses ventes) et d'un positionnement qui a pourtant fait sa force. Le groupe cherche aujourd'hui à élargir son catalogue « *afin de réduire sa dépendance historique du segment haut de gamme* ».

Mais le ralentissement économique n'explique pas tout. Sony Ericsson a également souffert d'un manque de nouveautés et d'une concurrence acharnée de Nokia et de Samsung qui multiplient les références, notamment dans la 3G.

Sony Ericsson mise sur le lancement de nouveaux produits pour redresser la barre au second semestre. Mais en attendant, la concurrence guette, prête à fondre sur sa proie. Le sud-coréen LG, dont on ne connaît pas encore les résultats, estime qu'il se hissera à la 4e place mondiale des fabricants dès cette année, la place aujourd'hui occupée par Sony-Ericsson...

Concernant le marché global, le groupe table sur une croissance autour des 10%, tirée essentiellement par les marchés émergents.