

## Trimestre noir pour LG

Comme ses concurrents directs, et notamment Samsung, LG Electronics subit de plein fouet la baisse massive et régulière des prix des écrans plats et la concurrence acharnée sur le marché des mobiles.

Le géant sud-coréen annonce en effet une chute vertigineuse de son bénéfice trimestriel net: -70% à 150,6 milliards de wons (120,5 millions d'euros) au trimestre clos le 30 juin contre 493 milliards un an plus tôt et 83 milliards au premier trimestre. Le chiffre d'affaires a baissé à 5.600 milliards de wons contre 6.030 milliards un an plus tôt. Sur le marché des écrans, les baisses de prix et la faiblesse de la demande pour le plasma ont plombé LG et notamment sa filiale avec Philips (voir nos articles). La perte opérationnelle est de 22,3 milliards de wons. Pour autant, le groupe se dit optimiste. LG.Philips LCD prévoit une augmentation des prix des écrans cette année. Mais c'est sur le marché des mobiles que LG déçoit le plus. Pour la première fois, la croissance effrénée du fabricant est stoppée. LG a ainsi publié sa première perte opérationnelle dans cette division dont les marges ont été effacées par la réduction de ses prix pour faire face à la concurrence et au ralentissement de ses exportations. LG, qui a supplanté l'année dernière Siemens au quatrième rang mondial des téléphones mobiles, a accusé une perte opérationnelle de quatre milliards de wons au deuxième trimestre contre un bénéfice de 122,8 milliards un an plus tôt. Les marges dans les combinés ont chuté à -0,2% au lieu de 3,6% au premier trimestre et 6,4% au deuxième trimestre 2004. LG a vendu 12,09 millions de téléphones au deuxième trimestre contre 11,1 millions, alors qu'il comptait en écouler plus de 13 millions. La concurrence du finlandais Nokia et de l'américain Motorola a incité LG à augmenter son budget marketing au cours du trimestre écoulé, tandis la croissance des ventes des téléphones mobiles de troisième génération que LG livre à des opérateurs mondiaux tels que Hutchison Whampoa a été moins élevée que prévu au dernier trimestre, notent les analystes. « *Etant donné l'intensification de la concurrence sur le marché des combinés et les baisses de prix dans les écrans, un contexte d'activité difficile persistera probablement* », explique-t-il dans un communiqué. Ces difficultés font un heureux: Sony-Ericsson qui affiche des ventes à la hausse et des prévisions plus optimistes. Le groupe qui a été dépassé par LG a écoulé 11,9 millions d'appareils sur la période, contre 10,4 millions un an plus tôt, soit une hausse de 14%.