

L'ambitieux Changhong



Le fabricant chinois Changhong souhaite se positionner sur le marché français des écrans plats. Après la création d'une filiale dédiée à l'Hexagone, le constructeur ne cache pas son ambition : capter 5 % de parts de marché dans les années à venir.

Fabricant chinois encore peu connu du grand public, Changhong compte bien se faire une place (de choix) sur le marché français des écrans plats. Le premier pas a été, en début d'année, la création d'une filiale dédiée à l'Hexagone. On trouve désormais des produits Changhong chez Auchan et Carrefour. Selon « Les Echos », le constructeur, qui prévoit pour 2011 un chiffre d'affaires de 24 millions d'euros sur le marché français, espère atteindre 1,2 % de part de marché cette année. À plus long terme, l'ambition affichée du fabricant est de capter 5 % de parts de marché. Winson Wang, Directeur Général de Changhong Europe, précise qu'il s'agira d'« *une première étape* ».

Une ambition de croissance qui ne surprend pas lorsque l'on sait qu'en Chine, pour l'année 2010, Changhong a communiqué un chiffre d'affaires mondial de 4,46 milliards d'euros, principalement réalisé dans l'empire du Milieu, en Malaisie et au Viêt-Nam. Chiffre qui reste toutefois à nuancer puisque, dans ces pays, l'activité de Changhong ne se limite pas aux téléviseurs (également climatisation et électroménager).

Après avoir inauguré des filiales en République tchèque, en Allemagne, en Slovaquie, et maintenant en France, le constructeur entend également se déployer au Royaume-Uni et en Italie. Seul problème, la rude concurrence des fabricants coréens (LG, Samsung) et japonais (Sony, Panasonic). À ce sujet, Winson Wang ne semble pas trop inquiet : « *pour l'heure nous ne sommes pas directement concurrents avec ces marques. Nous souhaitons apporter de la bonne technologie à des prix plus faibles* ».