

LG ELECTRONICS

“Life’s good” pour LG Electronics !

Téléphones mobiles, électroménager, écrans plats... Le géant coréen du high-tech ne connaît pas la crise. Mieux : il vise le leadership mondial sur l'ensemble de ses marchés d'ici 2012. Ses trois atouts majeurs : l'élégance du design, l'innovation technologique et la fiabilité.

Darty, Boulanger, FNAC, Carrefour, Auchan, Casino... Les grands noms de la distribution française et tous les détaillants l'ont constaté : les produits LG ont un succès fou. Dopées par le design créatif et la technologie utile et bien pensée cultivés par la marque, les ventes de LG s'envolent. Michel Brian, Vice-président de LG Electronics France, apprécie : *“Nous avons la*

chance d'appartenir à une société dont la croissance est d'au moins 20 % par an ! D'une part, parce que nous sommes présents sur des marchés qui se développent ; ensuite parce que nous gagnons des parts de marché sur nos marchés existants. Enfin parce que nous investissons de nouveaux marchés (lave-vaisselle, électroménager encastrable...).”

Le défi : servir 7 000 clients à temps !

Dernièrement, l'effet “Coupe du Monde” 2010 a bien sûr rempli les carnets de commandes : les achats d'écrans ont augmenté de 25 % ! Une embellie printanière anticipée par le fabricant, comme chaque pic saisonnier : le petit électroménager s'offre à la fête des Mères et à Noël ; le “froid” culmine entre mai et août ; les machines à laver se vendent pour les déménagements et les rééquipements de septembre, tout comme les ordinateurs, pour la rentrée scolaire.

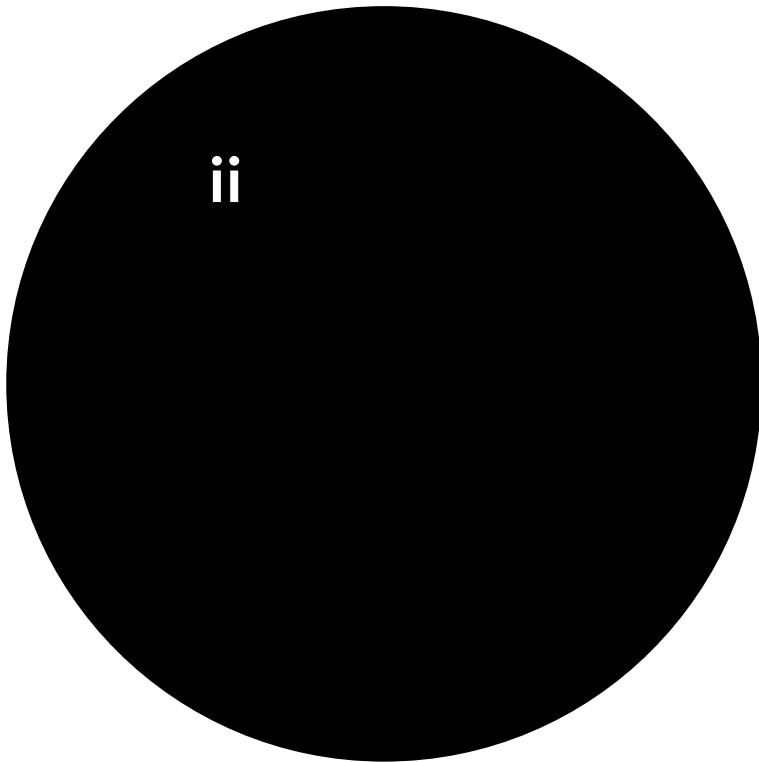
“L'achat d'impulsion contrebalance cette saisonnalité des ventes, note Michel Brian, et nous devons rester totalement flexibles face aux données que nous ne maîtrisons pas : les à-coups du marché, la volonté de nos distributeurs... Nous devons livrer entre 700 et 3 000 m³ de produits par jour ! C'est là qu'intervient le partenaire Logistique et Transport, de lui dépend la fluidité de notre présence sur le marché.”



Cinquante ans d'innovations

- 1958 : Fondation de l'entreprise Goldstar qui devient LG Electronics en 1995
- De 1959 à 1977 : Des premières radios aux premières télévisions couleur coréennes.
- 1996 : Création de LG Telecom
- 2000 : Lancement du 1^{er} réfrigérateur connecté à internet
- 2003 : Entrée sur le marché européen des GSM
- 2005 : LG 4^{ème} fournisseur mondial de téléphones mobiles
- 2009 : LG 1^{er} fabricant français dans le lavage et le 2^{ème} dans les réfrigérateurs.





L

Depuis mai 2006, LG Electronics a choisi Norbert Dentressangle comme partenaire Logistique en France pour l'ensemble de ses produits bruns et blancs. A 300 km du port du Havre, la plateforme de Meung-sur-Loire (100 personnes / 26 000 m²) réceptionne les conteneurs d'Asie du Sud Est et les camions de télévisions et réfrigérateurs en provenance de Pologne. Proche du centre de la France, la plate-forme accompagne la croissance de LG en approvisionnant les distributeurs de la marque en flux tendus. Avec plus de 300 commandes par jour, du colis au camion complet, la réactivité prime. Certains jours, comme ce mois d'avril 2010, le nombre de camions chargés est passé de 50 à 96 !

lebkjedi iea i edodi

Le site Norbert Dentressangle de Milton Keynes, à 70 km au nord-ouest de Londres, assure le stockage et les solutions de transport pour LG Electronics depuis 2008. L'ensemble de la gamme de produits blancs et bruns destinée au marché du Royaume-Uni est stockée dans ce site polyvalent de 24 000 m², en amont de la livraison aux détaillants.

70 % des produits sont importés de Pologne et 30 % de Chine et de Corée. Ces produits hauts de gamme et volumineux nécessitent des solutions de stockage multiples : entreposage

standard en racks ou stockage empilé pour les produits blancs. Norbert

Dentressangle approvisionne toutes les grandes chaînes de supermarchés du Royaume-Uni et les distributeurs spécialisés.

Toutes les livraisons se font sur prises de rendez-vous opérées directement par Norbert Dentressangle.