

IL NUOVO CEO DI LG HOME ENTERTAINMENT COMPANY SVELA LE STRATEGIE DI BUSINESS DELL'AZIENDA PER IL 2015

Nel futuro di LG i nuovi TV OLED e 4K ULTRA HD, la piattaforma webOS2.0 e prodotti Audio/Video e IT più competitivi

Milano, 8 gennaio 2015 – [LG Electronics](#) ha svelato al CES 2015 di Las Vegas la propria strategia di business per il 2015 che intende far leva sui prodotti innovativi e ad alto valore aggiunto dell'azienda per espandere le opportunità di business in tutto il mondo. Bong-suk Kwon, il nuovo Executive Vice President e CEO di LG Home Entertainment Company, ha delineato i piani di sviluppo tecnologico, di prodotto e di marketing nel comparto TV dell'azienda per i prossimi anni, strategie aggressive per aumentare ulteriormente la competitività e la redditività di LG.

“Intendiamo aumentare ulteriormente la crescita nell'home entertainment di nuova generazione offrendo soluzioni e servizi innovativi”, ha affermato Kwon. “Rafforzeremo il profilo del brand nei mercati di tutto il mondo sviluppando prodotti altamente differenziati e di prim'ordine, tra cui i [TV OLED](#) e ULTRA HD. Allo stesso tempo, aumenteremo la convergenza tecnologica per integrare una gamma di nuove soluzioni IoT (Internet of Things) che permetteranno ai consumatori di connettere il loro televisore a device multipli senza interruzioni”.

Secondo Kwon, l'attenzione di LG all'innovazione di prodotto e ai costi competitivi porterà l'azienda in una posizione più favorevole, allontanandosi dalla crescente competizione dei player cinesi e proteggendosi dalle ripercussioni generate dall'indebolimento dello Yen giapponese.

Kwon ha citato quattro strategie onnicomprensive che rafforzeranno il ruolo di LG nel mercato dell'home entertainment: la leadership nel mercato dei TV OLED, l'aumento della penetrazione di LG nel mercato dei [TV 4K ULTRA HD](#), il raggiungimento di una posizione

dominante di LG nel proporre user experience eccezionali agli utenti e il consolidamento della competitività delle linee di prodotto audio/video e IT.

Leadership nel mercato globale dei TV OLED

“Nel 2014 [LG](#) si è focalizzata sulla promozione della propria lineup di TV OLED. Quest’anno intendiamo espandere in modo significativo la penetrazione dei TV OLED LG nel mercato, prodotti che hanno ottenuto recensioni eccezionali e sono stati definiti come i televisori di nuova generazione grazie a colori e neri perfetti e a un’esperienza di visione spettacolare. Con la tecnologia OLED ci posizioneremo come leader nel mercato di televisori di fascia premium”, ha aggiunto Kwon.

Ad agosto 2014 LG ha lanciato il primo TV OLED 4K del settore e al CES 2015 ha presentato la nuova gamma che include modelli da 55, 65 e 77 pollici con schermi curvi, piatti e flessibili. LG intende consolidare il sistema globale di produzione di display OLED nel Nord, Centro e Sud America, in Europa e in Asia. L’investimento dell’azienda nella tecnologia OLED è destinato ad aumentare, mentre LG Display – azienda del gruppo – ha già stanziato 700 miliardi di Won sudcoreani per migliorare la produzione e realizzare pannelli OLED di dimensioni maggiori.

Allo stesso tempo, LG vuole migliorare la competitività dei costi dei TV OLED con componenti e tecnologie di produzione avanzati e generando sinergie tra gli affiliati. Complessivamente, questi sforzi contribuiranno ad aumentare le vendite e permetteranno a una fascia più ampia di consumatori di beneficiare della tecnologia OLED rispetto ad altre alternative nei TV di fascia premium. LG amplierà la propria gamma di TV OLED aumentando la fornitura, per rispondere alla domanda del mercato, e implementerà una strategia di marketing aggressiva, che comprende alleanze strategiche con i principali retailer di ogni regione.

Maggiore penetrazione di LG nel mercato dei TV 4K ULTRA HD

Al CES 2015 LG ha lanciato la serie di TV ColorPrime, che comprende i televisori 4K ULTRA HD (che vantano una resa cromatica potenziata, design di prim’ordine, un suono ricco e la piattaforma LG per smart TV webOS 2.0). La serie ColorPrime include anche i TV

4K ULTRA HD con tecnologia Quantum Dot, che testimoniano l'impegno di LG nel portare sul mercato tecnologie all'avanguardia. Gli schermi dei nuovi TV vanno dai 40 ai 105 pollici, curvi e piatti.

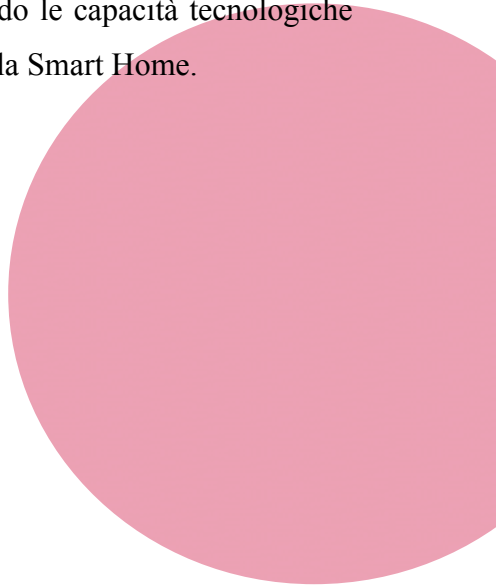
LG prevede di aumentare rapidamente la propria quota di mercato nel segmento dei TV 4K ULTRA HD e intende sviluppare azioni congiunte con i propri affiliati in diverse aree di business, tra cui Ricerca e Sviluppo, product planning, vendite e marketing.

User experience eccezionale con webOS 2.0

La nuova piattaforma per smart TV webOS 2.0, svelata al CES 2015, offre ai consumatori una user experience coinvolgente e gratificante. webOS è stato progettato per rendere la televisione di nuovo semplice e rispondere così ai sistemi eccessivamente complessi. LG prevede di raggiungere il traguardo di 1 milione di Smart TV con webOS vendute entro la prima metà del 2015.

Rafforzare la competitività dei prodotti audio/video e IT

Nel 2015 LG intende rinnovare la struttura delle linee di prodotto home theater e video per migliorarne la redditività. L'azienda ha in programma di intensificare le attività di marketing per i monitor 21:9 Panorama di fascia alta, per i monitor curvi e ULTRA HD. Le azioni di marketing si focalizzeranno anche sulle nuove sound bar e sui dispositivi audio multi-room, che stanno progressivamente guadagnando popolarità tra i consumatori. Allo stesso tempo, LG continuerà a esplorare nuove opportunità di business sfruttando le capacità tecnologiche dell'azienda nella convergenza digitale e nelle innovazioni Iot per la Smart Home.





LG Electronics, Inc.

LG Electronics Inc., è leader a livello mondiale e innovatore tecnologico nei settori dell'elettronica di consumo, telefonia mobile ed elettrodomestici. L'azienda è costituita da quattro business unit - Home Entertainment, Mobile Communications, Home Appliance & Air Solutions e Vehicle Components – e ha 119 uffici distribuiti in tutto il mondo nei quali lavorano 82.000 persone. Con un fatturato pari a 53,1 miliardi di dollari nel 2013, LG è uno dei principali produttori di TV, smartphone, climatizzatori, lavatrici e frigoriferi. LG Electronics è 2014 ENERGY STAR Partner of the Year. Per maggiori informazioni: www.lgnewsroom.com

LG Electronics Italia

LG Electronics Italia ha sede a Milano, e opera nel mercato dell'elettronica di consumo, partendo da TV, smartphone e tablet per arrivare a elettrodomestici, climatizzatori e prodotti informatici. Nel 2014 LG ha lanciato sul mercato italiano prodotti come lo smartphone LG G3, gli smartwatch LG G Watch e G Watch R, il frigorifero 5 porte con tecnologia Door-in-Door, la lavatrice con tecnologia TurboWash, il condizionatore ARTCOOL Stylist e ha confermato il suo posizionamento come unico player nel segmento dei TV OLED. LG progetta beni di elettronica di consumo dal design accattivante, intuitivi, che fanno risparmiare tempo, garantiscono la massima efficienza energetica e contribuiscono a ridurre l'impatto sul mondo che ci circonda. Nel mondo LG la tecnologia aiuta le persone a migliorare la loro vita e a rendere tutto possibile. Con LG... It's all possible.

Per maggiori informazioni: www.lg.com/it , www.lgblog.it

Contatti stampa

LG Electronics Italia

Lidia Ippolito
Tel : 02.51801.225
lidia.ippolito@lge.com

Business Press

Silvia Sala, Federica Mariani, Serena Roman
Tel : 02.725851
lg@bpress.it

Per saperne di più visita
www.lgnewsroom.it
e seguici su Twitter
[@LGItalia_Media](https://twitter.com/LGItalia_Media)