



Samsung n°1 sur le marché français de l'impression laser grand public



Paris, le 20 mai 2009 – Aujourd'hui, sur un marché de l'impression laser en régression, le retail qui représente plus d'un quart des ventes a enregistré une croissance de 16% au premier trimestre 2009 comparé à la même période en 2008. Samsung, acteur de cette croissance, se positionne comme n°1 sur le marché de l'impression laser grand public depuis décembre 2008 avec une part de marché en volume de 33,2% sur le premier trimestre 2009.

La démocratisation de l'impression laser

Grâce à ses gammes d'imprimantes et de multifonctions innovantes, Samsung a su répondre aux attentes et aux besoins du marché grand public. En proposant des produits très compacts et design avec un coût à la page réduit et des technologies telles que le Wi-Fi ou l'économiseur de toner, Samsung a joué un rôle majeur dans la démocratisation de l'impression laser auprès du grand public. La marque a ainsi réalisé d'excellentes performances au 1^{er} trimestre 2009, avec 2 imprimantes couleur (CLP-315 et CLP-310) et 2 multifonctions couleur (CLX-3175FN et CLX-3175) en tête des ventes.

Une stratégie de proximité avec la distribution

Samsung s'est appuyé sur son savoir faire marketing et sur les compétences de l'ensemble de ses équipes pour faire évoluer son approche commerciale et proposer une politique adaptée aux besoins du retail. Ainsi, Samsung met régulièrement en place des opérations marketing en points de vente sous forme d'animations commerciales ou d'offres de remboursement. Par

exemple, jusqu'au 31 mai 2009, Samsung propose une offre de remboursement jusqu'à 250 € pour l'achat d'un multifonction (offre soumise à conditions sur une sélection de 9 produits de la gamme Samsung). Par ces actions, Samsung souhaite capitaliser sur une stratégie de proximité et construire avec les revendeurs une relation de partenariat sur le long terme pour mieux s'adapter à leurs besoins.