

## « L'innovation est notre héritage »

Revitalisé, Tungsram (re) investit dans des technologies visant des marchés en croissance, bien sûr, en poursuivant le développement de ses activités éclairage. Mais pas que ! Tout en restant l'activité principale, le groupe compte également s'appuyer sur son expertise acquise au niveau des matériaux utilisés pour la fabrication des lampes (métal, céramique, plastique, verre). Les deux activités réunies devraient lui permettre de passer des 300 M\$ de CA, au milliard de dollars d'ici dix ans...



Le showroom LED implanté au cœur du siège de Tungsram, à Budapest.

« Nous recherchons de nouveaux domaines et de nouvelles industries où nous pouvons développer notre expertise. » Par exemple, l'application du wolfram, métal très dur utilisé dans les ampoules à incandescence, s'avère importante dans le secteur de la santé comme en chirurgie robotique. Le secteur de l'AgriTech est l'un des segments « éclairage » en croissance au niveau de l'agriculture en intérieur, incluant l'éclairage des serres ou des fermes verticales. « Nous intégrons déjà ce marché avec notre gamme de lampes LED. Prochainement, nous prévoyons de proposer une solution complète. »

Quoi qu'il en soit, aujourd'hui encore, l'éclairage représente l'essentiel des activités de Tungsram. Avec une évolution significative ! L'an dernier, en France, les appareils représentaient 10 % des ventes contre 90 % pour les lampes.

Cette année, les ventes d'appareils ont quadruplé alors que celles des lampes sont « tombées » à 60 % (-11 % pour Tungsram contre -20 % pour le marché), les LED représentant 50 % des ventes. Au niveau des luminaires, notons une offre de plus en plus fournie à destination de l'éclairage industriel de grande hauteur. ■

## Travailler sur le long terme

« Apporter de l'expertise et de la valeur ajoutée à long terme. » Telle est la stratégie développée en France, par Philippe Gagnière, faisant déjà référence dans le groupe.



Philippe Gagnière : « Nous sommes de retour sur le devant de la scène en tant que marque européenne haut de gamme. »

Aujourd'hui, le marché de l'éclairage n'est plus dans une dynamique de croissance à deux chiffres et s'est considérablement transformé avec l'émergence de la LED, « technologie qui a ouvert les portes à de nouveaux acteurs ». « Sur le marché actuel, ce qui est déterminant, c'est notre expertise basée sur plus de 125 ans d'expérience dans le domaine de l'éclairage », considère Philippe Gagnière, qui, depuis quatre ans, a recentré son réseau de partenaires afin d'accompagner les professionnels et de maintenir une présence stable localement.

### DISTRIBUTION OUVERTE

Cette année représente une étape importante ! Car, en plus du changement de nom. « L'équipe commerciale s'agrandit en permettant d'ajouter toujours plus d'expertise et une présence terrain accrue. » Cette présence, « construite à long terme »,

**Notre présence en France est fondée sur un développement avec des partenaires historiques et des nouveaux acteurs.**

précise Kahina Hamissi, responsable marketing, est fondée sur un développement avec des partenaires historiques et des nouveaux acteurs qui prennent de plus en plus d'importance sur le marché de l'éclairage. Le réseau installateurs, quant à lui, se développe depuis 3 ans sur le plan national. Ce maillage nous permet de développer depuis 2 ans notre cellule projets. ■