

## Communiqué de presse IFA 2008

Avec le lancement de **Whoopee**, le dernier-né de la gamme des meubles TV, ERARD crée l'événement ; avec son design épuré, ses couleurs vitaminées et un prix très attractif, **Whoopee** tranche avec l'offre existante sur le marché. Répondant aux besoins mais surtout aux envies des acquéreurs d'écrans plats, **Whoopee** crée une rupture et couronne les efforts d'ERARD en matière d'innovation.

Il complète la gamme des meubles et supports du constructeur français, dont la stratégie est axée sur la recherche et la qualité, avec une démarche marketing basée sur l'étude des usages des consommateurs. Une posture qui a permis à ERARD de prendre véritablement une position de leadership sur son marché.

Présent également sur le marché des accessoires d'antennes et de la connectique, ERARD offre des réponses technologiques pour améliorer les conditions de réception de l'image et l'intégration des écrans plats dans l'habitat.

### Le produit que le consommateur attendait

Le meuble TV **Whoopee** est né de l'écoute des consommateurs et de leurs attentes. ERARD a en effet mis en place une démarche originale de recherche des besoins, avec des panels d'acheteurs d'écrans plats et un travail d'entretiens qualitatifs. Ils ont exprimé des critiques sur l'offre existante – les meubles classiques sont ennuyeux et pas faciles à intégrer – et des envies – un design moderne pour un meuble fonctionnel à un prix accessible. Le cahier des charges était tout tracé.

Réalisé par des designers de renom, le travail de conception de **Whoopee** s'est basé sur la création d'un design épuré et coloré qui peut se marier à toutes sortes d'intérieurs. Un produit en phase avec son époque puisque la résine dont il est composé est recyclable. Un objet, enfin, qui ne grève pas le portefeuille de son acquéreur (à partir de 99 euro).

Ce lancement a été soutenu par un important plan de communication et d'action de merchandising auprès des points de vente tel que le projet en cours de développement de création de corner spécifique. Créant une rupture dans l'univers un peu aseptisé/standardisé des meubles TV, **Whoopee** devait créer l'événement.

### Une stratégie cohérente

**Whoopee** complète la gamme conçue par ERARD qui propose désormais un large choix jusqu'aux meubles haut de gamme. Ce nouveau produit incarne la stratégie du fabricant français basée sur l'innovation et la technologie.

Des exigences que l'on retrouve aussi sur les autres secteurs d'activité d'ERARD : les accessoires d'antennes et la connectique. De son côté, la division ERARD PRO (25% du chiffre d'affaires) poursuit sur sa lancée – équipements dans les hôtels notamment avec de belles perspectives de développement – affichage dynamique, visioconférences,...

Adapter toutes les fonctions de l'entreprise sur la capacité de répondre aux besoins du marché, une ligne de conduite claire chez ERARD, qui entend se distinguer par sa capacité à innover et la qualité irréprochable de ses produits. Cette stratégie se veut au service d'une politique de différenciation pour plaire aux consommateurs et se distinguer de la concurrence.

## Améliorer le taux d'équipements

Si la croissance du marché des écrans en France ne s'essouffle pas, le taux d'acquisition des meubles et supports reste modeste : ce marché est estimé pour 2008 à 1 million unités, ce qui représente une part très modeste du nombre d'acquisitions d'écrans plats.

ERARD table légitimement sur une amélioration de ce taux de transformation qu'elle entend même favoriser avec des produits correspondant aux attentes des acheteurs. C'est donc en jouant sur l'offre que l'équipement devrait se développer.

ERARD fonde également son développement sur un déploiement à l'international, qui devrait passer de 20 à 30% de son chiffre d'affaires. Présent sur les marchés européens et nord-américains via des distributeurs ou en direct sur des grands comptes, ERARD exporte également en Russie et sur des marchés d'opportunités. Ayant constaté que les envies des consommateurs diffèrent d'un pays à l'autre, le fabricant a appliqué la même démarche de connaissance des besoins et des goûts pour proposer une gamme adaptée. Une logique respectée, donc, pour pénétrer les marchés de façon sûre.

Enfin, ERARD n'a de cesse d'investir sur les fonctionnalités de ses produits, qui sont bien plus que des meubles, avec des solutions originales : ambiances lumineuses, systèmes de connectique intégrée, économiseurs d'énergie,... Développée en interne, la dernière innovation d'ERARD permet d'améliorer les fréquences sonores de l'écran plat : le **TV Sound Booster**, ou barre-son, un allié essentiel aux émotions procurées par votre système de Home Cinéma !

## A propos d'ERARD

ERARD intervient dans 3 domaines d'activités pour accompagner la convergence de tous les moyens technologiques autour de l'image et de l'écran de télévision :

- Solutions d'intégrations tables et supports écrans plats, tubes cathodiques, vidéoprojecteurs et enceintes
- Distribution audiovisuelle dans l'habitat : Connectique
- Réception audiovisuelle dans l'habitat : Systèmes de réception et accessoires d'antennes

### ERARD c'est :

- Une usine de 16 000 m<sup>2</sup>
- Un CA de 27 M €
- CA en croissance de 30 % par an depuis 3 ans
- Consacre 10% de son budget en Recherche et Développement
- A pour actionnaire le groupe financier français QUALIS
- Occupe depuis 46 ans une position de leader sur le marché français de l'audiovisuel

Pour en savoir plus [www.erard.com](http://www.erard.com)

### Contact Presse :

#### Agence Esprit des Sens

Olivia Cuir : [olivia.cuir@espritdessens.net](mailto:olivia.cuir@espritdessens.net) - Tél : +33(0)4.78.37.17.50