



Communiqué de presse

Date

17 mai 2010

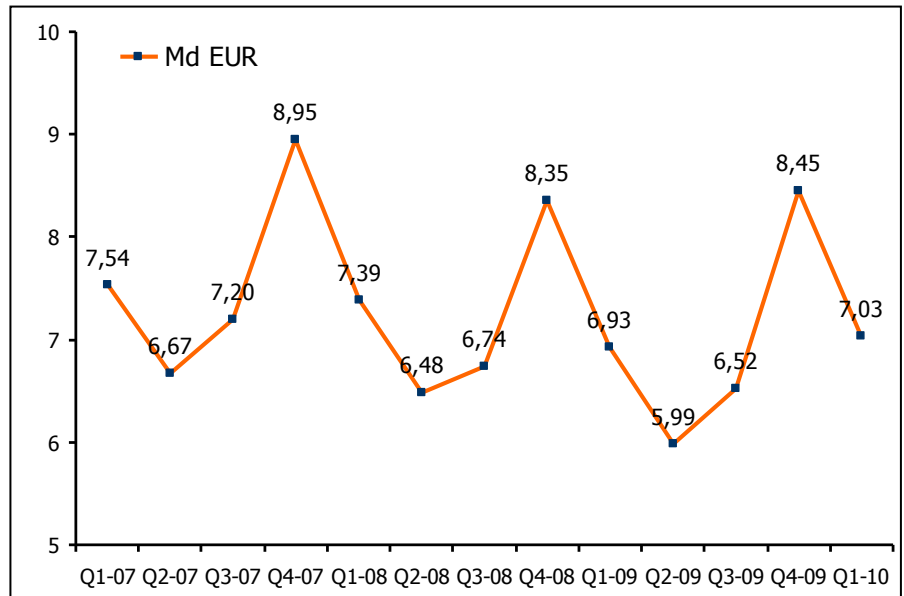
Constance de Vallois
GfK Retail and Technology
Tel. +33 1 47 14 44 50
Fax +33 1 47 14 41 73
Constance.devallois@gfk.com

Les résultats de l'étude GfK TEMAX® sur les biens d'équipement de la maison au premier trimestre 2010, confirment la reprise amorcée depuis la fin d'année 2009.

Rueil-Malmaison, 17 mai 2010 – Soutenu par les résultats de l'étude GfK TEMAX® du dernier trimestre 2009, le chiffre d'affaires des biens d'équipement de la maison poursuit sa croissance au premier trimestre 2010 et atteint un montant de 7,0 milliards d'euros, en hausse de 1,4% par rapport au premier trimestre 2009.

Les tendances observées au premier trimestre 2010 restent semblables à celles du dernier trimestre 2009 : les secteurs des télécoms et du petit électroménager poursuivent leur croissance durable et enregistrent les meilleures performances, affichant respectivement une hausse de 6,9% et 6,7% de leurs chiffres d'affaires. Le gros électroménager confirme son retour à la croissance amorcée en fin d'année 2009 avec une progression de 4,7% en valeur. Les secteurs de la micro-informatique et de l'équipement de bureau et consommables affichent une légère croissance tandis que l'électronique grand public et la photo, continuent de voir reculer leurs chiffres d'affaires.

Evolution du CA des biens d'équipement de la maison en France



Source: GfK TEMAX® France, GfK Retail and Technology

Télécommunication : un premier trimestre 2010 très prometteur

Le secteur enregistre un chiffre d'affaires de 637 millions d'euros au premier trimestre 2010, avec une croissance de 6,9% par rapport à la même période de l'année précédente. Le chiffre d'affaires des Smartphones (avant déduction de la subvention opérateur) est presque équivalent à celui des mobiles, alors que leurs ventes en volume représentent 22% des ventes totales. Au global, le marché des terminaux mobiles est en croissance de 7% en volume, au-delà des prévisions les plus optimistes. Cette dynamique impacte également les accessoires, dont le chiffre d'affaires affiche une hausse de 15% sur ce premier trimestre, et particulièrement les produits haut de gamme, comme les coques et étuis pour protéger les écrans tactiles ou les casques stéréo. Toujours aussi surprenant, le marché du téléphone domestique maintient sa croissance avec une progression de 4,7% de son chiffre d'affaires : avec plus de 6 millions de téléphones sans fil DECT vendus en 2009, les consommateurs français confirment leur volonté de renouveler leur équipement.

Petit électroménager: une croissance pérenne

Sur le premier trimestre 2010, le secteur atteint un chiffre d'affaires de 540 millions d'euros soit une hausse de 6,7% par rapport à la même période de l'année dernière. Suite à une très bonne année 2009 pour l'univers de la préparation culinaire, l'ensemble des familles de produit démarrent l'année 2010 dans le vert et continue d'être un véritable moteur de croissance. C'est notamment grâce aux innovations telles que les blenders ou kitchen machines dotés d'un système de cuisson à induction, que cet univers réussit

à accélérer sa montée en gamme. Confirmant sa croissance de la fin d'année, le confort de la maison se positionne également comme essentiel à la bonne santé du petit électroménager. Les aspirateurs sans sac et des centrales vapeur ont toujours le vent en poupe tandis que les fers vapeur traditionnels repassent désormais dans le rouge. Quant au petit déjeuner, l'évolution globale est légèrement positive. Cependant, les disparités entre les différentes catégories de produits qui composent cet ensemble, sont importantes. Pour l'univers de la beauté, le premier trimestre 2010 a été également favorable. C'est la première période depuis 2008 que les rasoirs pour homme affichent une progression de leurs ventes en volume. Du côté des femmes, l'épilation poursuit sa croissance. Les récentes innovations des produits d'épilation semi-définitifs à lumière intense pulsée devraient également y contribuer pour cette saison 2010 qui commence.

Gros électroménager : l'encastrable est de retour !

Le gros électroménager réalise un bon premier trimestre 2010 avec une croissance du chiffre d'affaires de 4,7% par rapport au premier trimestre 2009. Un chiffre à relativiser si l'on tient compte de l'historique assez négatif entre les premiers trimestres 2009 et 2008 (-5,2%). Toutes les catégories, à l'exception des cuisinières, sont portées par ce dynamisme. Mais contrairement au dernier trimestre 2009, c'est l'encastrable qui connaît une croissance plus forte que la pose libre en ce début d'année. A noter également que les sèche-linge enregistrent la plus forte progression, après une fin d'année difficile en raison d'une météo trop clémente.

La croissance du gros électroménager est justifiée en ce début d'année par une baisse des prix, principalement due à l'environnement promotionnel encore fort de certaines enseignes. Cette tendance positive est principalement observée chez les chaînes et en VAD, circuits qui étaient déjà gagnants en fin d'année 2009.

Equipped de bureau et consommables : un dynamisme porté par l'impression et les vidéoprojecteurs

Avec un chiffre d'affaires de 818 millions d'euros au premier trimestre 2010, soit une croissance de 1%, le marché de l'équipement de bureau et consommables continue sa marche en avant après un dernier trimestre 2009 également positif. Une nouvelle fois ce sont les consommables d'impression, la plus importante catégorie de ce secteur, qui tirent le marché vers le haut avec une croissance de 3% au premier trimestre 2010. Les ventes d'imprimantes multifonction restent dynamiques avec une progression du chiffre d'affaires de 5% dans cette catégorie. Par ailleurs, au sein du secteur, ce sont les vidéoprojecteurs qui progressent le plus rapidement avec une croissance de +16% en ce premier trimestre 2010.

Technologie de l'information : un début d'année 2010 légèrement croissant

Le secteur IT composé des PC de bureau, PC portables, moniteurs, et périphériques PC (claviers, souris et webcam) atteint un chiffre d'affaires de 1,55 milliard d'euros au premier trimestre 2010, soit une légère progression de 1% par rapport au premier trimestre 2009. Les deux principaux groupes de produits composant le secteur IT (PC de bureau et PC portables) sont en progression. Ce n'est pas une surprise concernant les PC portables (+5% en valeur au premier trimestre 2010) dont la croissance est soutenue depuis plusieurs trimestres. C'est en revanche plus singulier concernant les PC de bureaux dont la croissance était décevante depuis plusieurs périodes : cette catégorie de produits progresse de 1% en valeur au premier trimestre 2010, portée principalement par les produits « All In One ».

Photo : un premier trimestre difficile

Le marché de la photo connaît un premier trimestre difficile avec 279 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit un recul de 2,1% par rapport à 2009. En effet, les appareils photo subissent une légère baisse de 1% en valeur, malgré un mois de mars plutôt favorable (+4% par rapport à mars 09). Le segment le plus fragile reste toujours celui des bridges avec un poids à la baisse (6,6% du marché vs 7,6% en 2009). Les compacts restent stables avec près de 800 000 pièces vendues. Avec une croissance au premier trimestre 2009 de 37%, les reflex pouvaient difficilement conserver cette progression au premier trimestre 2010, ainsi on observe une progression moindre de 1%. Il en va de même pour les optiques qui suivent la même mouvance (+3%). Le potentiel du marché reste encore important grâce notamment à la performance des zooms (apparition du x30 en compact), à la fonction vidéo HD/full HD, aux doubles écrans... De nouveaux entrants commencent aussi à pénétrer le marché des compacts à objectifs interchangeables. Le poids de ce segment reste encore très marginal (moins de 1% des ventes) mais son potentiel laisse présager un bel avenir.

Concernant le cadre photo numérique, le marché est en recul sur le premier trimestre de 8% en volume et 28% en valeur. Ce phénomène est dû à un niveau de stocks moins important que l'année précédente en distribution. En somme, le cadre photo reste un produit cadeau et n'évolue pas vers des usages multimédia connectés, ce type de cadres n'ayant pas rencontré le succès escompté.

Electronique grand public : une demande soutenue

Au premier trimestre 2010, l'électronique grand public a subi une décroissance de 2,6% en valeur, malgré des volumes d'achats qui restent en forte hausse. La tendance depuis près d'un an reste très bonne et la reprise se confirme de façon continue. Depuis six mois, la croissance en quantité est forte mais la croissance valeur reste malheureusement morne suite à la

concurrence désormais classique des industriels et à des coûts de production orientés à la baisse.

Au rang des familles en croissance :

- la télévision LCD dont la croissance des ventes reste très forte, soutenue par le passage progressif au numérique. En revanche, les prix au premier trimestre ont très fortement baissé sur février et mars, en anticipation des lancements de gammes du mois d'avril et probablement de l'arrivée de la 3D ;
- la Hifi se porte bien, même si on constate un essoufflement de la croissance sur les systèmes 2.1 et 5.1 au profit de produits ne contenant pas de DVD intégrés ;
- les DVD blu-ray repartent en très forte progression (près de +200% par mois) après un tassement des ventes entre juillet et décembre ;
- les adaptateurs TNT sont en véritable explosion depuis le démarrage du programme d'extinction de l'analogique, les foyers devant équiper leur téléviseur (et notamment le second téléviseur) d'un récepteur pour capter le signal numérique ;
- les accessoires poursuivent leur croissance sur le premier trimestre 2010 en quantité et en valeur avec un prix moyen qui ne cesse de croître.

Les autres familles de produits connaissent plus de difficultés. Plus particulièrement, les ventes de GPS se sont stabilisées depuis plusieurs mois, même si le prix moyen continue de baisser, victime de la concurrence des téléphones portables.

La période janvier-mars 2010 marque une reprise de croissance des dépenses des consommateurs en biens d'équipement de la maison pour le deuxième trimestre consécutif, depuis janvier 2007.

Même si la création de valeur n'est pas assurée sur tous les secteurs, essentiellement à cause d'une guerre des prix et d'un environnement promotionnel et concurrentiel toujours accru, la demande en volume reste soutenue, profitant essentiellement aux hypermarchés, grands multi-spécialistes et la vente à distance. Poussés notamment par les innovations, les nouveaux segments et les nouvelles normes techniques favorisent ainsi le renouvellement de matériel et la montée en gamme. Autant de facteurs qui laissent espérer que la croissance restera au rendez-vous au second trimestre 2010.

Tableau résumé

En million d'euros	Q2 2009	Q3 2009	Q4 2009	Q1 2010	Q1 2010 Q1 2009 +/- in %
Electronique Grand Public	1 531	1 623	2 431	1 887	-2,6%
Photo	323	325	487	279	-2,1%
Gros électroménager	1 162	1 323	1 294	1 315	4,7%
Petit électroménager	464	468	696	540	6,7%
Micro-informatique	1 212	1 417	1 845	1 553	0,9%
Télécommunication	568	668	871	637	6,9%
Bureautique et Consommables	733	696	827	818	1,0%
GfK TEMAX® France	5 994	6 519	8 450	7 028	1,4%

Source: GfK TEMAX® France, GfK Retail and Technology



L'étude

GfK TEMAX[®] France est un indice exclusif développé par GfK Retail and Technology qui mesure les ventes portant sur les marchés des biens d'équipement de la maison en BtoC (et en BtoB pour la micro-informatique et la bureautique et consommables). Le rapport GfK TEMAX[®] est publié au niveau international. Les conclusions sont basées sur la consolidation des résultats mensuels et hebdomadaires des panels distributeurs de GfK Retail and Technology. Le panel intègre les données de ventes à la référence de plus de 190 000 magasins à travers le monde. Tous les rapports et les communiqués de presse sont disponibles sur <http://www.gfktemax.com>

Pour plus d'information, vous pouvez contacter:

Constance de Vallois, tel: +33 1 47 14 44 50, constance.devallois@gfk.com

A propos du Groupe GfK

Le Groupe GfK se classe au 4^{ème} rang mondial des instituts d'études marketing. Ses activités couvrent trois domaines : Custom Research, Retail and Technology et Media. Le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1220,4 millions d'euros pour l'année fiscale 2008. Le groupe GfK compte plus de 115 filiales réparties sur 100 pays. L'effectif global était de plus de 10 000 salariés au début de l'année 2009. Pour en savoir plus, visitez le site Internet <http://www.gfk.com>

Contacts presse :

Fleishman-Hillard – Violaine Louandre

Tél. : 01 47 42 48 15 / @ : violaine.louandre@fleishmaneuropa.com