

# Communiqué de Presse

## GfK sonde les attentes des Français envers la maison connectée.

14 décembre 2015

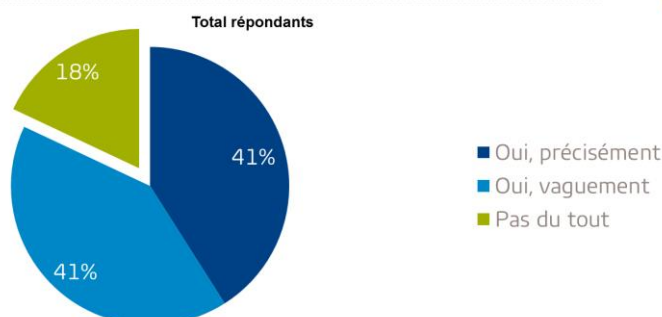
Raphaël Couderc  
Service de Presse  
01 74 18 61 57  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

Suresnes, le 14 décembre 2015. Avec 30 objets connectés par foyer d'ici 2020 en France, les prévisions de l'Institut GfK dessinent de formidables perspectives de développement pour les acteurs de ce nouveau marché, en particulier dans le secteur de la maison connectée. Dans ce contexte, l'étude Référence des Equipements Connectés (REC) de l'Institut GfK auprès de 10 000 foyers français, passe en revue les attentes des consommateurs vis-à-vis de la Maison Connectée.

Depuis 2013, les objets connectés bénéficient d'un retentissement médiatique sans précédent car ils représentent un véritable relai de croissance pour l'ensemble de l'industrie des biens techniques. « Fort de ce constat, marques et distributeurs multiplient les initiatives en magasin et sur le web pour mettre en avant ces appareils dont le point commun est l'interactivité avec le smartphone, la tablette ou le PC » affirme Jean-Marie PHILIPP, consultant sur le marché des objets connectés chez GfK.

La « maison connectée » bénéficie d'un taux de notoriété supérieur à 80% !

Avez-vous déjà entendu parler du concept de la Smart Home ou Maison Connectée ?



Base = 2005 répondants  
© GfK 2015 | REC Actu Q3

GfK  
40 rue Pasteur  
CS 30 007  
92 156 Suresnes  
France

T +33 01 74 18 60 00  
F +33 01 74 18 72 33  
fr@gfk.com  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

Management Board GfK SE  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:  
Dr. Arno Mahler

RCS Nanterre B 702 004 235  
SIRET 702 004 235 00041

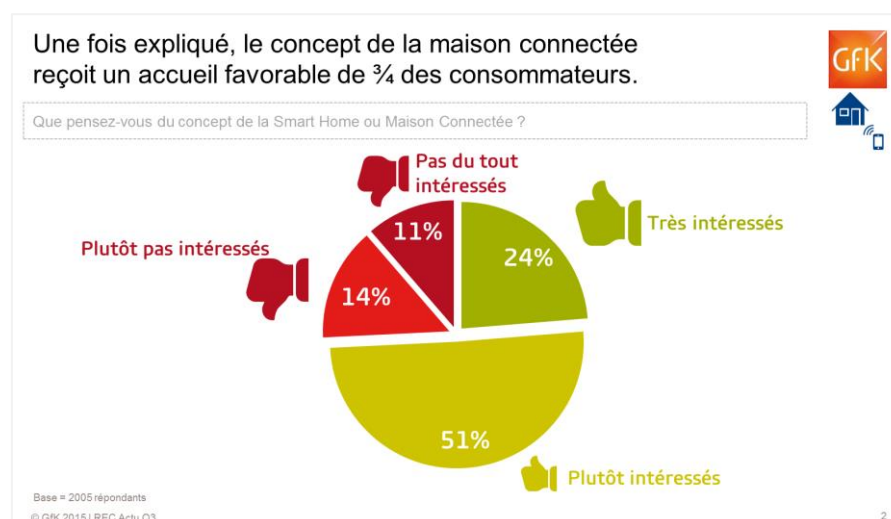
Cette médiatisation a manifestement profité au concept de « maison connectée » puisque 82% des consommateurs en ont au moins déjà entendu parler et 41% déclarent le connaître précisément.

Si la notoriété du concept est déjà élevée, celle des nouvelles marques – dont de nombreuses start-ups françaises – reste un point d'amélioration.

« Ces nouvelles marques ont une vraie légitimité sur le marché mais doivent gagner en notoriété pour faire face à des marques de domotique grand public connues par près d'un consommateur sur deux » **souligne François KLIPFEL, Directeur Général Adjoint chez GfK en France.**

### Sécurité et domotique en voie de démocratisation

Autre signe très encourageant, le concept de « maison connectée » séduit 75% des consommateurs interrogés dans le cadre de l'**étude Référence des Equipements Connectés** recueillis par GfK auprès de 10 000 foyers français en septembre 2015



Si l'amélioration de la sécurité et du confort du domicile sont les premières motivations d'achat, la perspective de faire des économies d'énergie séduit également, particulièrement pour les thermostats connectés.

**D'après Fabien RONDEAU, Directeur d'Etudes chez GfK :** « Alors qu'ils expriment un fort intérêt pour les équipements domotiques et sécurité, les consommateurs en sont très peu équipés. Certains freins doivent donc être levés comme le coût d'accès (achat et installation) et l'expérience utilisateur jugée trop complexe. »

### Conclusions

Si la connectivité séduit, il reste primordial de mettre en avant les bénéfices qu'elle apporte pour chacune des catégories de produits et donc d'offrir du conseil aux consommateurs. En effet, le principal frein à l'achat pour la plupart des objets connectés reste l'absence d'intérêt perçu par le consommateur. Il y a donc un important travail de pédagogie à faire sur le lieu de vente et sur internet.

N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'un entretien téléphonique avec un consultant GfK.**

### **Précisions méthodologiques**

S'appuyant sur ses panels de distributeurs, GfK collecte, analyse et enrichit les données de ventes dans plus de 100 pays à travers le monde, aussi bien sur les circuits physiques que dématérialisés.

### **A propos de l'étude Référence des Equipements Connectés (REC)**

La Référence des équipements connectés est une étude du groupe GfK lancée en janvier 2014. Mêlant données des panels distributeurs pour les technologies émergentes et études consommateurs pour les bien plus matures, la REC est l'étude de référence sur l'équipement des foyers français en bien techniques. La REC propose également de coller à l'actualité de ces marchés et à l'essor des objets connectés proposant plusieurs modules dédiés. 10 000 foyers seront interrogés sur l'année.

### **A propos de GfK**

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez [www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr) et suivez nous sur [www.twitter.com/GfK](https://www.twitter.com/GfK)

### **Contact Presse**

GfK  
Service de Presse  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes - France  
[www.gfk.com/fr](http://www.gfk.com/fr)

[LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#) | [G+](#) | [Pinterest](#)

Raphaël Couderc  
Tel. +33 (0) 1 74 18 61 57  
Mob. +33 (0) 6 47 55 73 21  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)