

## Communiqué de presse

### Un second trimestre 2016 qui confirme la tendance positive pour les biens d'équipement de la maison

24 août 2016

Mylène Lecarpentier  
T +33 (0)1 74 18 60 64  
[mylene.lecarpentier@gfk.com](mailto:mylene.lecarpentier@gfk.com)

#### Résultats de l'étude GfK TEMAX® France, 2<sup>nd</sup> trimestre 2016

Suresnes, le 22 août 2016 – Le marché des biens d'équipement de la maison en France a enregistré un chiffre d'affaires de 7,2 milliards d'euros au second trimestre 2016, soit une hausse significative de 13% par rapport à la même période en 2015.

Au cours du second trimestre en France, l'ensemble des secteurs des biens d'équipement de la maison audités par les panels distributeurs de GfK ont dégagé de la croissance significative à l'exception de la Photo qui reste en difficulté mais avec un recul moins marqué que les périodes précédentes (-7,6%). L'Electronique Grand Public se distingue clairement des autres marchés avec une hausse dynamique proche de 50% et le PEM a également bien performé avec une croissance de 10,4% par rapport au second trimestre 2015.

Dans ce contexte, l'indice GfK TEMAX® France enregistre un chiffre d'affaires de 7,2 milliards d'euros, en solide progression de 13% sur le second trimestre de l'année.

#### Répartition du chiffre d'affaires des biens d'équipement de la maison en France au second trimestre 2016

	Q3 2015 M. EUR	Q4 2015 M. EUR	Q1 2016 M. EUR	Q2 2016 M. EUR	Q2 2016 / Q2 2015 +/- %	Q1-Q2 2016 M. EUR	Q1-Q2 2016 / Q1-Q2 2015 +/- %
Electron. Gdr Public (CE)	925	1.293	1.373	1.243	49,6%	2.616	36,6%
Photo (PH)	179	226	151	170	-7,6%	321	-13,0%
Gros Electroménager (MDA)	1.411	1.325	1.349	1.252	7,9%	2.601	6,4%
Petit Electroménager (SDA)	560	798	768	679	10,4%	1.447	5,6%
Microinformatique (IT)	1.645	2.080	1.826	1.622	8,7%	3.448	6,0%
Telecommunication (TC)	1.703	2.506	1.717	1.652	9,0%	3.369	8,2%
Bureautique+consom. (OE)	555	636	678	628	2,0%	1.306	4,0%
<b>GfK TEMAX® France</b>	<b>6.978</b>	<b>8.864</b>	<b>7.863</b>	<b>7.246</b>	<b>13,0%</b>	<b>15.109</b>	<b>10,1%</b>

GfK  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes  
France

T +33 1 7418 6000

Management  
Matthias Hartmann (CEO)  
Christian Diedrich (CFO)  
Dr. Gerhard Hausrucking  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Supervisory Board Chairman  
Dr. Arno Mahlert

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

## **L'Electronique Grand Public**

La forte croissance observée sur le secteur de l'Electronique Grand Public a été tirée par la télévision. Deux événements majeurs sont à mettre en évidence : le passage à la TNT qui a eu lieu en avril et la Coupe d'Europe de football. L'activité promotionnelle sur la télévision a été intense en mai et juin.

Bien qu'une croissance continue pour les grandes tailles d'écran (+50 pouces) ait été observée au cours de mai et juin 2016, la tendance du second trimestre pour la télévision reste équilibrée avec l'impact du passage à la TNT qui a largement favorisé les petites tailles d'écran. Les décodeurs restent le marché qui a le plus bénéficié du passage à la TNT avec des ventes volume multipliées par 13 et des ventes valeur multipliées par 10 par rapport au second trimestre 2015.

Le marché de l'audio est stable en valeur pour ce second trimestre 2016 par rapport à 2015. Les chaînes Hifi traditionnelles et les barres de son sont toujours en difficulté. En revanche, on assiste à une croissance de l'audio connecté (+7%) et plus précisément des chaînes multiroom qui ont doublé leur revenu sur ce deuxième trimestre 2016 par rapport à la même période de l'année précédente.

## **La Photo**

Le marché de la Photo connaît un ralentissement de sa baisse valeur à -7,6% pour ce second trimestre comparativement à -14,4% sur la même période l'année passée.

En dépit de la baisse des volumes (349 000 articles vendus au second trimestre par rapport à 439 000 au cours de la même période en 2015), le marché est entraîné par une augmentation du prix moyen des appareils photos numériques qui se situe maintenant à 320€ (270€ en 2015 et 246€ en 2014). Cela confirme la tendance du marché qui est de mettre en avant les produits haut de gamme avec une bonne valeur ajoutée pour favoriser la montée en gamme.

Le mix produit a aussi évolué, les modèles Expert et Bridge représentent une part en valeur plus importante.

## **Le Gros Electroménager**

Le Gros Electroménager a fait face à un autre très bon deuxième trimestre avec une croissance de +7,9% en valeur.

Le prix moyen de vente a été maintenu grâce à des catégories spécifiques telles que les hottes (+3,9%), les fours micro-ondes (+7,2%) et les réfrigérateurs (+6,7%) qui sont des segments à forte valeur ajoutée qui ont bien performé.

Les machines à laver hublot ont continué de tirer le marché, avec en

parallèle le segment très dynamique des machines lavante-séchante. Les sèche-linge ont également connu des tendances positives (+24,3%) grâce à la technologie de la pompe à chaleur qui doit cependant faire face à une baisse de prix marquée.

Par ailleurs, les inondations dont certaines régions ont été témoins début juin ont eu un impact positif sur les résultats du Gros Electroménager montrant une corrélation entre la plupart des départements concernés et le dynamisme des ventes.

### **Le Petit Electroménager**

Le secteur du Petit Electroménager a fortement progressé de 10,4% au second trimestre 2016. L'univers de l'entretien de la maison a été très dynamique et ce sont les aspirateurs balais sans fil qui ont été les plus contributeurs de cette croissance. Par ailleurs, le traitement de l'air a connu un développement important de +65% au cours de ce trimestre.

L'Univers de la boisson a également bien performé grâce aux presse-agrume/centrifugeuses haut de gamme mais aussi grâce aux tireuses à bière dont les ventes ont été poussées par l'événement de la Coupe d'Europe de Football (+22,2%).

Enfin, concernant le soin de la personne, ces sont les brosses coiffantes qui ont enregistré les ventes les plus élevées au sein de cet univers avec une progression de +25,9% comparativement au second trimestre 2015.

### **Micro-Informatique**

Le secteur de l'informatique a progressé de 8,7% au deuxième trimestre 2016 par rapport à l'année dernière. Presque toutes les catégories ont contribué à cette croissance, mais les principales sont les webcams, les boîtiers pour PC, les Hubs/Switch/Routeurs et le stockage dont la valeur a été multipliée par 2.

La baisse significative des prix des disques SSD a stimulé les ventes en volume et a bénéficié de résultats positifs en valeur.

Le développement du gaming et des produits haut de gamme a eu un impact sur les différentes catégories en particulier les moniteurs, les ordinateurs, les dispositifs de pointage et les périphériques de saisie.

Enfin les tablettes confirment leur déclin avec une décroissance à -13,1%.

### **Télécommunications**

Le secteur des Télécommunications enregistre une augmentation de 9% au second trimestre 2016 par rapport au second trimestre 2015.

Le marché est encore principalement tiré par les smartphones en valeur (+8%). Ce trimestre confirme que l'année sera difficile en volume mais

étonnamment bonne en valeur. Le prix moyen est en hausse excepté la tranche 0-100 euros qui est en recul et la tranche 200-400 euros gagne des parts de marché grâce à de nouveaux acteurs.

### **Bureautique et consommables**

Au second trimestre 2016, le marché de la Bureautique et Consommables a progressé de 2% par rapport à l'année précédente et a enregistré environ 1,25M€ supplémentaire.

Excepté les imprimantes multifonctions et le papier couché, tous les segments ont contribué à la croissance de la catégorie globale.

La hausse des ventes de vidéoprojecteurs (+52,9%) est principalement due à l'événement de la Coupe d'Europe de Football 2016.

Les imprimantes multifonctions pour les professionnels ont enregistré de bons résultats tandis que les imprimantes multifonctions non professionnelles ont considérablement diminué en termes de chiffre d'affaires.

### **GfK TEMAX® France: un marché des biens d'équipement de la maison qui enregistre un second trimestre en croissance à deux chiffres.**

Tous les secteurs sont en progression pour ce second trimestre excepté la Photo qui connaît tout de même un recul de sa décroissance. Les bons résultats enregistrés montrent des biens d'équipement de maison dynamiques sur cette première moitié d'année 2016.

### **L'étude**

GfK TEMAX® France est un indice exclusif développé par GfK Consumer Choices 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. Le panel intègre les données de ventes à la référence de plus de 425 000 magasins à travers le monde.

Pour en savoir plus : Mylène Lecarpentier | [mylene.lecarpentier@gfk.com](mailto:mylene.lecarpentier@gfk.com)

### **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](http://www.gfk.com) 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+](#)