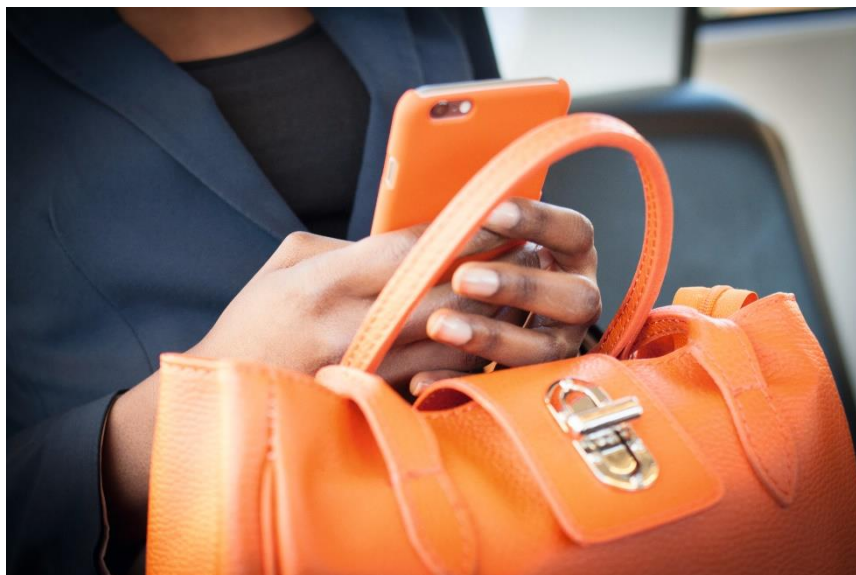


Communiqué de presse

Electronique Grand public : les Français ont dépensé 15,5 Mds € en 2016 (+2%)

01/02/2017



Suresnes, le 01 février 2017 - 2016 marque un tournant pour le marché des biens techniques. Selon les données de vente GfK, la dépense des ménages français monte à 15,5 milliards d'euros en électronique grand public, en hausse de +2%, cassant un cycle de 5 ans de baisse continue et retrouvant même le niveau d'activité de 2013. Les produits phares de l'année 2016 sont la TV, les barres de son et le PC, Gaming en tête. Et si les objets connectés ne passent pas la barre des 500 millions d'euros en revenus, ils représentent une des clés de la réussite du secteur demain.

GfK, institut d'étude *smart data* de référence mondiale, détaille les performances et tendances observées sur le marché de l'électronique Grand Public à travers son bilan 2016 Panel Consumer Choices.

L'embellie du marché s'explique en partie par un contexte évènementiel porteur. La TV étant le premier matériel contributeur à la croissance, le passage à la haute définition du signal TV et la Coupe d'Europe de Football ont très fortement impacté le marché, GfK valorisant à + 700 M€ ce surplus d'activité. Les ventes de téléviseurs ont ainsi explosé tout comme les décodeurs TNT et autres accessoires associés à l'écran.

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

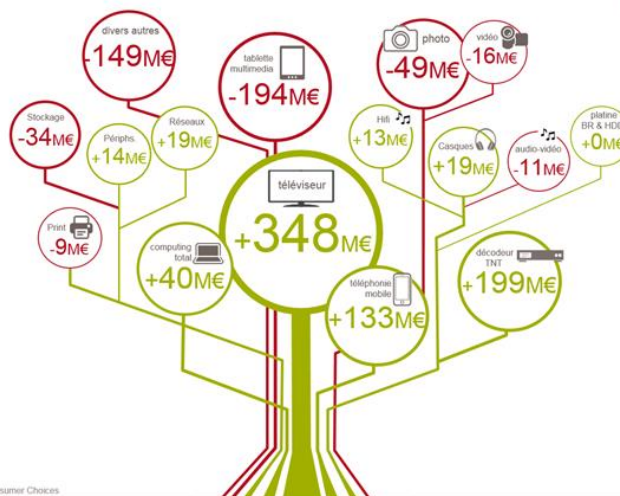
Management
Frédéric Wasson
Bruno Botton
François Klipfel
Benoît Lehut
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Extract Données GfK CC - marché des biens techniques.

	Chiffre d'affaires	Evol 16-15	Ventes 2016 (nb unités)	Evol 16-15
TV	2,4 Mds €	+16%	6,5 M	+30%
<i>Dont effet switch-off</i>			1,4 M	
Platine DVD			940 000	-11%
Barre de son			540 000	+4%
Hifi multi room			260 000	+27%
Enceintes sans fil			2,9 M	+14%
Téléphonie Mobile	3,7 Mds €	+5%	23 M	-6%
App. Photo Numérique			1,2 M	-22%
Camera			740 000	-2%
Drones			410 000	+50%
Informatique	5,5 Mds €	-4%		
<i>Dont PC portable</i>			3,9 M	-2 %
<i>PC desk (B2C)</i>			515 000	-15 %
IoT	440 M €	+19%		

Fait notable, les autres matériels électroniques n'ont pas subi de revers face à ce surinvestissement sur le matériel lié à la télévision. Et si les ménages français sont moins prompts à renouveler leur équipement, smartphones et tablettes en tête, ils restent attirés par les produits haut de gamme. De nombreux acteurs de la filière l'ont compris et travaillent leur gamme en ce sens, soucieux de préserver la rentabilité et l'avenir du secteur.

Les téléviseurs redeviennent la branche maîtresse de la croissance, mais 2016 a été florissante sur de nombreux marchés



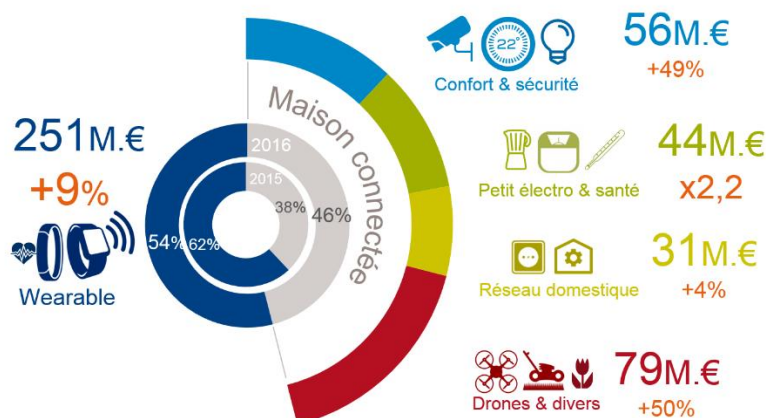
Panel GfK Consumer Choices
© GfK 2017 | Conférence Biens Techniques |

Autre relais de croissance pour l'industrie et la distribution, les produits connectés. S'ils représentent un évident gisement de valeur, le succès annoncé tarde à se concrétiser. En 2016, **GfK valorise le marché de l'IoT grand public à 440 millions d'euros, soit une croissance de +19%** des ventes.

Croissance timide du smart home et ralentissement du wearable



CA et croissance annuelle 2016 des nouveaux produits connectés



Panel GfK Consumer Choices
© GfK 2017 | Conférence Biens Techniques |

Et si les revenus tirés du Smart Home augmentent progressivement, GfK note une vraie appétence des ménages français pour **la sécurité connectée, en hausse de +50%**, soit 56 millions d'euros en 2016. Ce segment de marché est porté par les Netcams, qui représentent 34% des ventes, en croissance volume de +27% en 2016. Autre besoin identifié et validé par les actes d'achat : le besoin d'être connecté partout au foyer. Comme une évidence, les Français ont ainsi augmenté de +4% la valeur de leur budget « produits réseaux », soit CPL, Répéteurs wifi et autres box domotiques.

Cependant, si le chiffre d'affaires de la maison connectée progresse, il reste marginal au regard du revenu de la domotique en France, estimé plus d'1 Mds euros. Et l'internet des objets ne se résume pas à des nouveautés produits. Il engage les acteurs du marché à repenser le modèle économique basé sur le bundle Produit et Services : alertes, SAV, livraison de consommables... tout une offre additionnelle à créer pour les consommateurs.

Sur ce point, le marché de l'impression est un bon exemple de cette transformation en marche. Certaines marques initient avec succès de nouveaux business models d'abonnement et de livraison des cartouches à domicile. Ce véritable écosystème a généré 963 millions d'euros en 2016, dont 730 millions uniquement sur la vente de cartouches d'encre.

Une source d'inspiration pour les acteurs du marché car, si tous s'accordent sur la future place incontournable de l'IoT dans notre quotidien, l'industrie s'interroge encore sur les moyens à mettre en œuvre pour mieux conquérir le grand public, curieux mais attentiste.

« Depuis la simple création de rayons dédiés jusqu'à la communication au sens large, les chantiers restent nombreux pour les acteurs des marchés connectés, explique François KLIPFEL, Directeur Général Adjoint chez GfK Consumer Choices France. Si tous comprennent l'enjeu d'installer rapidement et massivement ces produits dans les foyers, ils cherchent encore le schéma gagnant. Une piste peut être dans l'évolution de leur proposition de valeur : de simple industriel aujourd'hui à prestataire de services demain. Les premiers à s'engager dans cette évolution et cet esprit d'innovation y gagneront en visibilité et crédibilité auprès des consommateurs. »



*Sources : Panel Consumer Choices GfK France et étude REC T4 2016.
Tous les prix moyen et marchés sont valorisés en euros TTC.*

A propos de GfK

GfK fournit une information de référence sur les marchés et 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. Par l'utilisation de technologies innovantes et la maîtrise de l'analyse de 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 et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contacts Presse

Magali Saint-Laurent
Mobile : 07 86 41 54 15 | Ligne directe : 01 74 18 60 24
magali.saint-laurent@gfk.com

GfK France

01 74 18 60 00
40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France