

# GfK TEMAX France Rapport Q1 2015



Suresnes, 19 Mai 2015

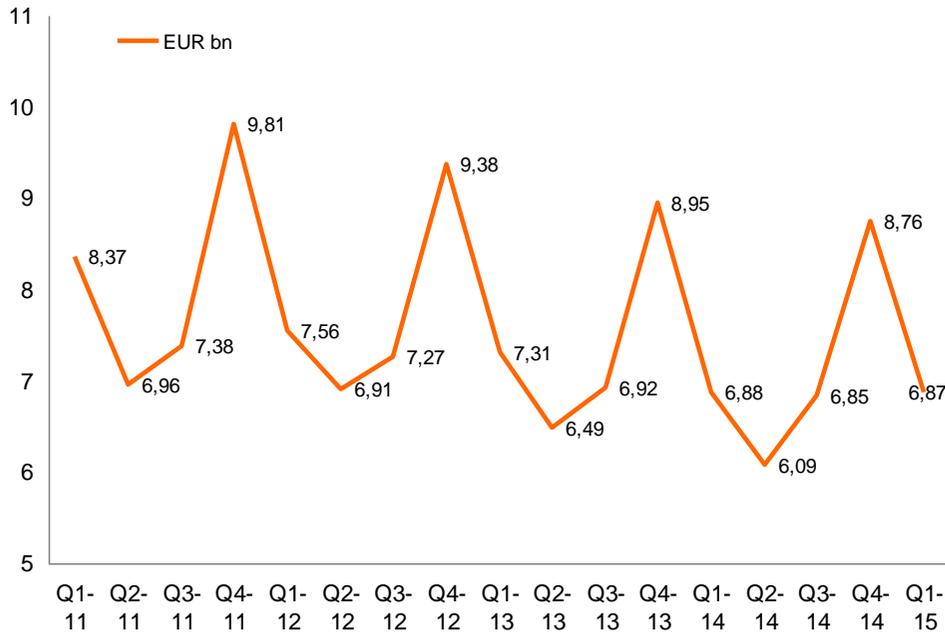
Les résultats de l'étude GfK TEMAX® France sur les biens d'équipement de la maison enregistrent un chiffre d'affaires de 6,9 milliards d'euros au premier trimestre, soit un recul de 0.2% par rapport à la même période l'année dernière.

Deux secteurs sont en croissance en ce début d'année, les Télécommunications, qui progressent de 20.1%, et le Petit Electroménager avec un chiffre d'affaires en hausse de 3.1%.

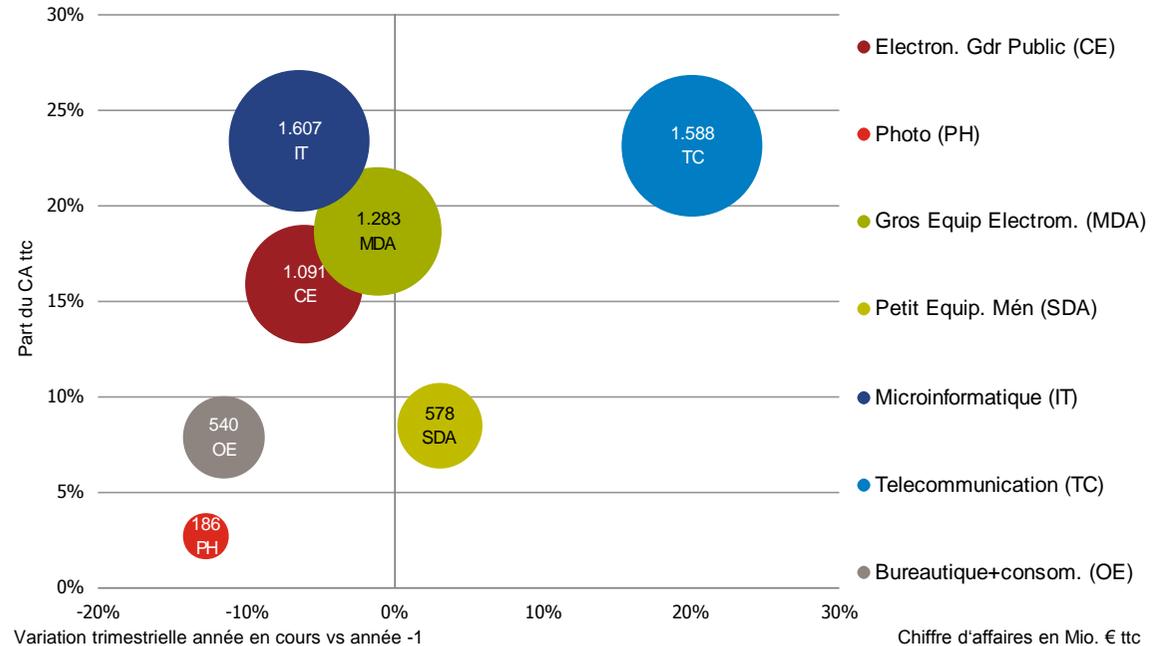
Parmi les autres secteurs, la Photo et les Produits Bureautiques et Consommables enregistrent la plus forte baisse (respectivement -12.8% et -11.5%).

	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q1 15 /Q1 14
	M.EUR	M.EUR	M.EUR	M.EUR	+/-%
Electron. Gdr Public (CE)	998	1.005	1.425	1.091	-6,1%
Photo (PH)	216	210	263	186	-12,8%
Gros Equip Electrom. (MDA)	1.176	1.388	1.336	1.283	-1,2%
Petit Equip. Mén (SDA)	523	543	771	578	3,1%
Microinformatique (IT)	1.359	1.594	2.173	1.607	-6,4%
Telecommunication (TC)	1.281	1.594	2.231	1.588	20,1%
Bureautique+consom. (OE)	533	521	566	540	-11,5%
<b>GfK TEMAX® France</b>	<b>6.085</b>	<b>6.854</b>	<b>8.765</b>	<b>6.872</b>	<b>-0,2%</b>

## Biens Equipement Techniques: ventes en chiffre d'affaires ttc



## Marché en valeur, part de la valeur, taux de croissance vs année précédente





## Communiqué de presse

### Le chiffre d'affaires généré par les biens d'équipement de la maison est quasiment stable par rapport au premier trimestre 2014.

le 19 mai 2015

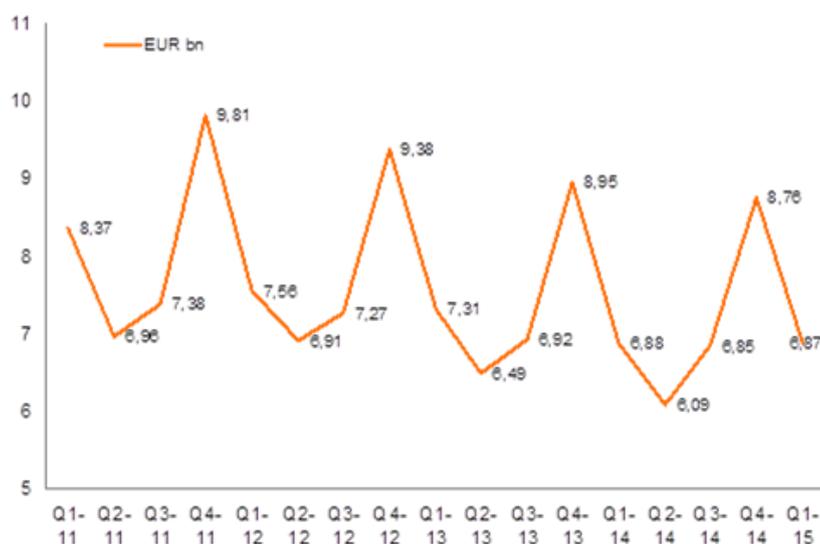
Raphaël Couderc  
T +33 (0)1 74 18 61 57  
[raphael.couderc@gfk.com](mailto:raphael.couderc@gfk.com)

#### Résultats de l'étude GfK TEMAX® France, 1er trimestre 2015.

Suresnes, le 19 mai 2015. Les résultats de l'étude GfK TEMAX® France sur les biens d'équipement de la maison enregistrent un chiffre d'affaires de 6,9 milliards d'euros au premier trimestre 2015. Porté par le dynamisme du Petit Electroménager et des Télécommunications, le marché des biens de l'équipement de la maison se rapproche de la stabilité. Avec un recul de 0.2%, il réalise une performance encourageante, nettement meilleure que les résultats observés en 2014.

Pour la première fois depuis 2013, le chiffre d'affaires de l'équipement de la maison est quasiment stable (-0.2%) par rapport à la même période l'année précédente. Deux secteurs sont en croissance en ce début d'année, les Télécommunications qui progressent de 20.1% et le Petit Electroménager avec un chiffre d'affaires en hausse de 3.1%. Parmi les autres secteurs, la Photo et les Produits Bureautiques et Consommables enregistrent la plus forte baisse (respectivement -12.8% et -11.5%).

#### Evolution du chiffre d'affaires des biens d'équipement de la maison en France



Source: GfK TEMAX® France, GfK

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

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

### **L'Electronique Grand Public: un mois de janvier délicat pour la TV et l'Audio.**

Le marché de l'Electronique Grand Public aura généré un chiffre d'affaires de 1.1 milliards d'euros sur Q1 2015, en recul de 6.1% au premier trimestre 2015.

Après une année 2014 qui aura marqué le retour à la croissance, le début d'année 2015 s'avère être plus délicat pour le marché de la TV. C'est surtout le mois de janvier, et la période des soldes, qui concentre la déception avec une valeur en recul. La baisse en volume est plus modérée sur l'ensemble du trimestre.

Le marché du AHS (Audio Home System) est lourdement pénalisé, notamment à cause d'un mauvais mois de Janvier. Les disparités restent nombreuses avec d'un côté un fort recul des chaînes Home Cinema et de l'autre des chaînes hifi connectées (incluant la hifi multiroom) au succès qui se confirme. Avec une croissance du chiffre d'affaires à deux chiffres, les barres de son continuent de se développer mais le rythme de progression est deux fois moindre qu'en 2014.

### **Photo : un marché qui mise sur le haut de gamme**

Le marché de la Photo continue de souffrir sur le premier trimestre, avec un recul de 12.8% de son chiffre d'affaires, recul toutefois atténué par un prix moyen TTC en hausse par rapport au 1er trimestre 2014.

Deux segments illustrent cette forte montée en gamme : d'une part le compact qui devient de plus en plus premium. La perte d'1/3 de volumes était attendue, la priorité étant désormais mise sur le haut de gamme. D'autre part, l'hybride, qui perd des volumes comparativement à la même période de l'année précédente, enregistre une croissance valeur stimulée par un prix moyen en hausse de près de 25 % !

Le marché grand public laisse donc petit à petit place à un marché premium, un constat qui devrait se poursuivre tout au long de l'année 2015.

### **Gros Electroménager: un marché qui souffre de la baisse des prix**

Le marché du Gros Electroménager conserve de bonnes tendances en volume, qui ne permettent plus cependant de compenser une baisse de prix en nette accélération sur le premier trimestre 2015. Le marché recule ainsi de -1.2% en valeur.

Le Lavage reste positif en volume comme en valeur, soutenu par la croissance des sèche-linge pompe à chaleur et des lave-vaisselle pose libre.

A l'image du total GEM, le froid et la cuisson ne créent plus de valeur, malgré des ventes volume positives. Combinés pose libre et multi-portes restent très dynamiques sur le froid, la cuisson encastrable est tirée vers le bas par un recul soutenu des plaques de cuisson.

### **Petit Electroménager : un marché en bonne santé !**

Avec une majorité d'univers dynamiques, le marché du Petit Electroménager croît de 3.1% sur Q1 2015.

Les aspirateurs ont toujours le vent en poupe grâce aux aspirateurs balais et le regain de dynamisme des robots.

Bon début d'année également pour le soin de la personne essentiellement dynamisé par le soin dentaire, l'IPL et les tondeuses Barbes. Le marché du rasage enregistre un léger regain quand les marchés de la coiffure marquent le pas.

Le marché de la préparation culinaire continue sa croissance grâce à deux segments toujours porteurs : les robots et les blendeurs chauffants. Pour la première année, les Kitchen Machines classiques sont en recul valeur sur le 1<sup>er</sup> trimestre avec un prix moyen toujours en baisse.

Les multi-cuiseurs progressent à un rythme très soutenu : ils affichent une croissance à trois chiffres sur Q1 2015. Cette catégorie qui surfe sur la vague du connecté devrait continuer à se développer au cours de l'année 2015.

Le marché des friteuses est quant à lui dynamique sur le 1<sup>er</sup> trimestre grâce à un retour des friteuses classiques avec huile.

Le Beverage renoue avec un léger dynamisme grâce à la meilleure tenue du marché des machines à café. Full auto et tea makers contribuent toujours à la croissance quand le marché du portionné ne se dévalorise plus. Les bouilloires et les tireuses à bière poursuivent leur croissance.

Le Repassage reste la seule ombre au tableau avec un recul en valeur tiré par les générateurs et les fers vapeur.

### **Microinformatique : le retour aux mauvaises habitudes de la fin d'année 2014.**

Le marché de la microinformatique recule de 6,4% par rapport à Q1 2015 et passe sous la barre de 1,6 milliards d'euros. Dans un contexte de mobilité et d'émergence des formats de plus en plus compacts, l'ordinateur de bureau accuse le coup. D'autre part le PC nomade subit également une baisse. Bien que les volumes soient repartis à la hausse, l'impact sur la valeur est moins important à cause de la baisse du prix moyen. Pour le moment, les fabricants PC n'ont pas réussi à renverser la tendance en proposant de nouveaux modèles autonomes, design et tactiles. En outre, la tablette multimédia enregistre une baisse à deux chiffres du fait d'un soutien promotionnel bien moins important.

Le marché réserve en revanche quelques bonnes nouvelles du côté des périphériques et des outils réseaux. Tout d'abord, les souris renouent avec la croissance. Cela s'explique principalement par le segment du gaming qui se porte très bien et suscite un grand engouement chez les joueurs. Enfin, une bonne nouvelle pour les outils de réseaux : avec la démocratisation du

réseau Wifi et l'émergence des appareils mobiles au sein du foyer, les répéteurs enregistrent une croissance à deux chiffres par rapport à Q1 2014.

### **Télécom : un dynamisme toujours porté par les smartphones**

Sur Q1 2015, les ventes de smartphones ont poursuivi leur progression en continuant à prendre le pas sur les ventes de mobiles avec près de 20% d'augmentation contre -35% sur les mobiles. Les produits phares proposés à des prix records comme l'iPhone 6 ou 6 Plus ont conduit à une forte hausse du prix moyen total terminaux (mobiles et smartphones) de 218 à 250 €. Les ventes totales de terminaux mobiles et smartphones augmentent de +4% en volume, couplé à cette augmentation de prix moyen le total Télécom hardware affiche une croissance valeur\* de +20.1% (smartphones, mobiles et accessoires y compris wearable). La bonne performance des accessoires Télécom, notamment des power packs, et le succès des wearables expliquent également cette tendance.

En effet, Q1 2015 semble être le réel démarrage du wearable avec un segment des HFT qui se porte bien. La bonne nouvelle vient également d'une remontée en valeur due à plusieurs produits à forte valeur ajoutée. Concernant les smartwatches, un effet d'attente se fait ressentir avec peu d'innovations sur Q1 et une volonté d'écouler les stocks de fin d'année.

*\*valeur hors subvention opérateurs*

### **Marché de la bureautique et des consommables: les consommables en difficulté**

Le marché de la bureautique et des consommables débute l'année sur une baisse de 11.5% en valeur, soit un chiffre d'affaires de 540 millions d'euros sur ce premier trimestre. Une tendance négative imputable en grande partie aux consommables, et plus particulièrement aux cartouches jet d'encre et toners.

En effet, à lui seul, le segment des cartouches et toners concentre près des trois quarts de la valeur du marché. Le chiffre d'affaires connaît un recul à deux chiffres sur le premier trimestre 2015, malgré les bons résultats enregistrés sur les circuits Grand Public.

Le segment des multifonctions parvient quant à lui à limiter la baisse. Les imprimantes multifonctions jet d'encre renouent même avec la croissance en ce début d'année. On note également les bons résultats enregistrés par les imprimantes multifonctions Laser sur les circuits Grand public: la baisse du prix moyen amorcée en 2014 continue de stimuler les ventes. A l'inverse, le chiffre d'affaires des imprimantes Monofonction poursuit sa baisse.

## GfK TEMAX® France: un marché quasiment stable sur Q1 2015

Porté par le dynamisme du Petit Electroménager et des Télécommunications, le marché des biens de l'équipement de la maison se rapproche de la stabilité: avec un recul de 0.2%, il réalise une performance encourageante, nettement meilleure que les résultats observés en 2014.

### Tableau résumé

	Q2 2014	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q1 15 /Q1 14
	M.EUR	M.EUR	M.EUR	M.EUR	+/-%
Electron. Gdr Public (CE)	998	1.005	1.425	1.091	-6,1%
Photo (PH)	216	210	263	186	-12,8%
Gros Equip Electrom. (MDA)	1.176	1.388	1.336	1.283	-1,2%
Petit Equip. Mén (SDA)	523	543	771	578	3,1%
Microinformatique (IT)	1.359	1.594	2.173	1.607	-6,4%
Telecommunication (TC)	1.281	1.594	2.231	1.588	20,1%
Bureautique+consom. (OE)	533	521	566	540	-11,5%
GfK TEMAX® France	6.085	6.854	8.765	6.872	-0,2%

Source: GfK TEMAX® France, GfK

### Notes :

Le périmètre produits de l'étude a été réactualisé pour s'adapter aux évolutions du marché. La valorisation du marché des **Télécom mobiles (Mobiles & Smartphones)** est exprimée hors subvention.

### 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 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 425 000 magasins à travers le monde.



### **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 les 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\\_en](https://www.twitter.com/GfK_en)

### **Contact Presse :**

GfK  
40 rue Pasteur  
92156 Suresnes  
France  
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)