

Communiqué de Presse

Quel relais de croissance pour la tablette ?

Etude GfK Référence des Equipements Connectés

28 mai 2015

Raphaël Couderc
Service de Presse
T : +33(0)1 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

Monaco, le 28 mai 2015 - Après trois années de croissance fulgurante, le marché de la tablette multimédia semble avoir atteint un pic en 2014 où la croissance volumique n'a été que de 1%. « Loin de souffrir d'un désamour des consommateurs, 93% des utilisateurs se déclarent satisfaits de leur tablette » commente François KLIPFEL, Directeur Général Adjoint chez GfK France.

Le marché souffre davantage d'un double phénomène :

- Saturation du marché, car depuis 2010, il s'est écoulé 18 millions de tablettes multimédia en France et le marché tend désormais à atteindre la taille naturelle, soit environ 5 millions d'unités par an
- Concurrence des Smartphones dotés d'un écran large

Evolution du marché de la tablette en France



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

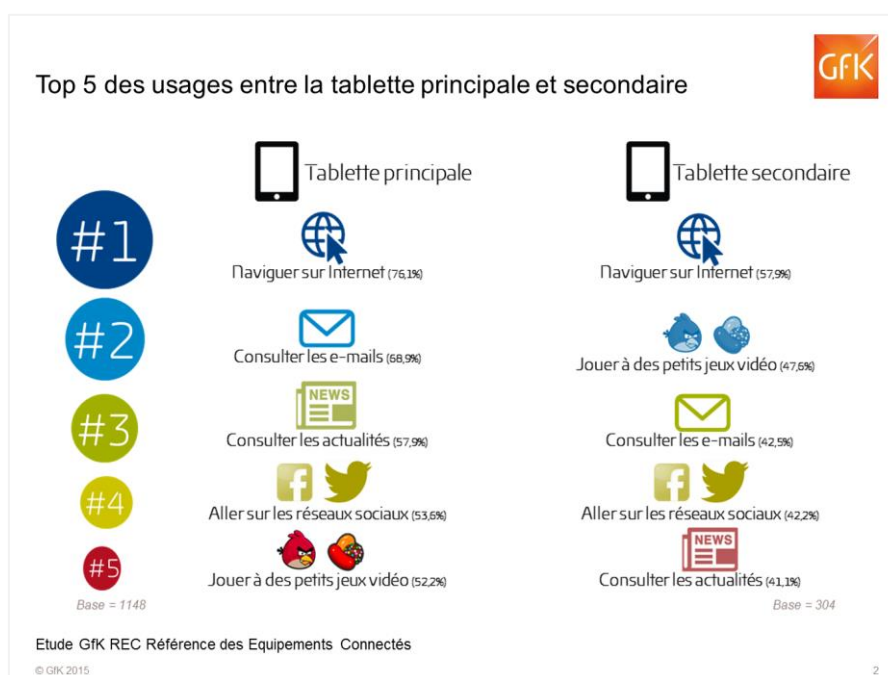
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

© GfK 2015

1

Bien que mobile, la tablette principale du foyer est majoritairement utilisée à domicile et ce pour naviguer sur Internet, consulter ses e-mails, s'informer ou jouer à des jeux vidéo...

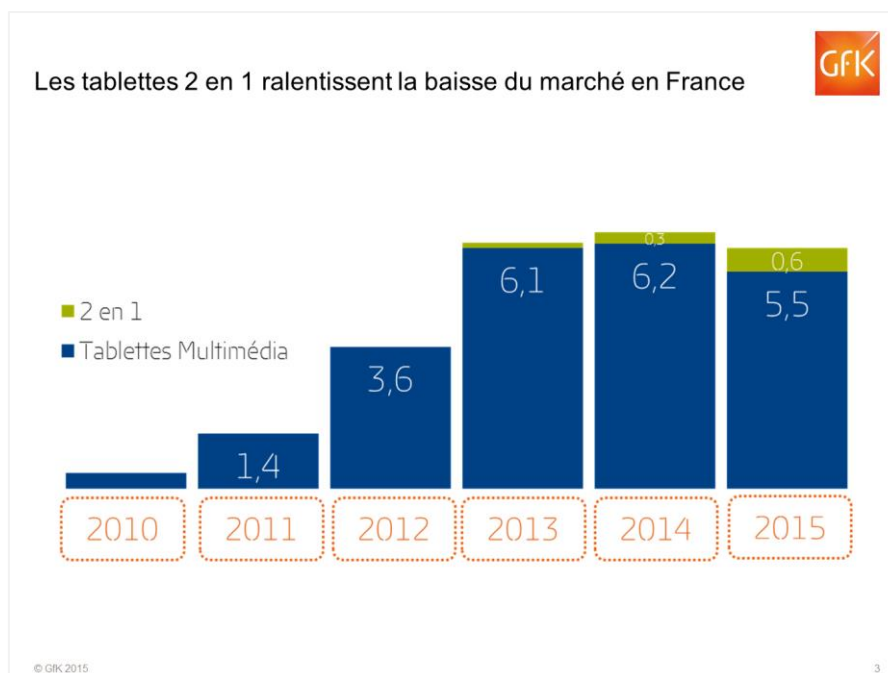
Dans les foyers qui disposent de plusieurs tablettes, les usages principaux des tablettes secondaires sont davantage ludiques (petits jeux vidéo et réseaux sociaux) confirmant qu'une partie des tablettes vendues en France est destinée aux enfants.



Malgré la multiplication des écrans, les tablettes semblent avoir un usage complémentaire du téléviseur, du PC et du smartphone, même si 17% des possesseurs de tablette déclarent préférer consulter l'actualité sur leur tablette plutôt que sur leur PC et 19% affirment préférer naviguer sur internet depuis leur tablette plutôt que depuis leur smartphone.

En effet, le confort, la simplicité d'usage et la qualité de l'écran sont les caractéristiques les plus appréciées par les utilisateurs de tablette.

En 2015, le marché de la tablette multimédia devrait reculer de 11% mais les 2 en 1 – tablettes dotées d'un système d'exploitation de PC – devraient monter en puissance et se vendre à hauteur de 600 000 unités.



« Avec 30% des consommateurs français prêts à s'équiper dans les 6 prochains mois, le marché de la tablette a encore un bel avenir devant lui. Si le prix reste un critère d'achat important, 23% des acheteurs potentiels se déclarent prêts à dépenser plus de 300 euros. Il est donc primordial pour les fabricants et les distributeurs de démontrer les bénéfices du produit afin de susciter l'envie et provoquer la montée en gamme » **conclut Michael MATHIEU, Directeur des marchés de l'Image et des Télécommunications chez GfK.**

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

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. 13 500 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 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 et suivez nous sur www.twitter.com/GfK_en

Contact Presse

GfK
Service de Presse
40 rue Pasteur
92156 Suresnes - France
www.gfk.com/fr

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

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