

Communiqué de Presse

2 septembre 2015

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



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 Mahlert

RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Le marché du gros électroménager en Europe retrouve des couleurs, en croissance de 5% sur le premier semestre et en nette amélioration dans les principaux pays.

Les analyses GfK sur le premier semestre 2015 pour le gros électroménager

Suresnes, le 2 Septembre 2015 – Après la croissance régulière enregistrée ces dernières années sur le marché mondial des produits de gros électroménager (hors Amérique du Nord), une rupture de tendance est enregistrée au premier semestre 2015. Alors que les ventes volume affichent un recul de -1%, le chiffre d'affaire généré, influencé à la hausse par les effets de taux de change de l'euro, a quant à lui augmenté de 9%. L'Europe de l'ouest, l'Europe de l'est, la Chine, et particulièrement l'Inde en ce qui concerne les BRIC, en ont été les instigateurs. Les marchés brésiliens et russes n'ont pour leur part pas recoupé leurs résultats de l'an passé. **Tels sont les principaux enseignements communiqués par GfK sur le gros électroménager à l'occasion de l'édition 2015 du salon IFA à Berlin.**

Le marché du gros électro-ménager, Amérique du Nord incluse, devrait générer un chiffre d'affaire de 163 milliards d'euros sur l'année 2015.

Europe de l'ouest : les pays touchés par la crise en voie de rémission

L'Europe de l'ouest est toujours considérée parmi les plus importants marchés pour les produits blancs, en termes de chiffre d'affaires. Au cours du premier semestre 2015, le marché du gros électroménager a enregistré une croissance de 5% en valeur comme en volume, avec en moyenne une nette amélioration des tendances dans les principaux pays. L'Allemagne et la Grande-Bretagne enregistrent ainsi respectivement des ventes volume en croissance à +7 et 6%. De plus, les marchés les plus fortement affectés ces dernières années par la crise financière en Europe se redressent. L'Espagne et la Grèce ont vu la demande en biens électro-ménagers augmenter en volume comparativement au premier semestre 2014 : l'Espagne affiche une croissance de 9% et la Grèce de 12%. Les prévisions pour l'année complète s'élèvent à 35 milliards d'euros pour l'Europe de l'ouest. Les ventes de sèche-linge pompe à chaleur se sont considérablement accrues dans la quasi-totalité des pays de la zone, pour

atteindre chez certains une croissance à deux chiffres.

« En plus de la tendance à des produits plus efficaces, les produits électroménagers deviennent de plus en plus « smart ». Les machines peuvent par exemple être programmées à distance, via smartphone, ou sont capables d'ajuster la quantité optimale de détergent à utiliser, à l'aide de capteurs intégrés » **constate Benoit LEHUT, Directeur Général Adjoint Home, Health and Lifestyle chez GfK en France**

Europe de l'est : une croissance volume et valeur

En Europe de l'est, les ventes volume d'électroménager se sont développées de manière bien plus prononcée qu'en Europe de l'Ouest, à +8%. GfK prévoit que 15 millions d'unités devraient être écoulées en 2015. Le développement économique et une faible inflation ont créé une base solide dans presque tous les pays de la zone. La plus forte croissance volume parmi les principaux pays de la région a été enregistrée par la Hongrie (+14%), dont le gouvernement a mis en place un programme de subvention sur les réfrigérateurs et les congélateurs éco-performants. La Pologne et la République Tchèque ont également connu une nette croissance. Contrairement à certains marchés d'Europe de l'ouest, les ventes valeurs de la plupart des pays de l'Europe de l'est ont augmenté. Cette tendance s'explique par la montée en gamme des produits, présentant des caractéristiques plus qualitatives, comme la technologie NoFrost et les modèles Side-by-side pour les réfrigérateurs ou les zones flexibles sur les plaques de cuisson à induction.

Russie : un recul dû à la crise

La fièvre acheteuse de la fin d'année dernière, déclenchée par le déclin du rouble, avait fait décoller les ventes et généré des évolutions à la semaine à environ +250% en volume pour les réfrigérateurs. A la suite de cela, le premier semestre 2015 annonce une tendance nettement plus négative. Les réfrigérateurs les moins gourmands en énergie et les modèles de lave-linge permettant une charge plus importante ont toutefois gagné en popularité. Les ventes Online se sont mieux comportées que celles issues de la vente traditionnelle réalisée par les enseignes brick-and-mortar. Les mois à venir permettront de voir si cette crise, dans un pays si peuplé, peut être surmontée aussi rapidement qu'en 2009 : le marché du Blanc avait retrouvé le chemin de la croissance peu de temps après la première phase de la crise.

Chine : la croissance par Internet

Malgré les gros titres plutôt pessimistes au sujet de la Chine ces derniers temps, les ventes volume de produits de gros électro-ménager ont réalisé un +5% au cours de ce premier semestre, et les prévisions de chiffre d'affaires atteignent 32 milliards d'euros pour l'année 2015. Bien que les ventes brick-and-mortar performant moins bien, l'activité online obtient de très bons résultats et la demande en produits de meilleure qualité se poursuit. En conséquence, les ventes de lave-linge hublot, dont les ménages européens sont le plus communément équipés, se sont développées. En ce qui concerne les réfrigérateurs, les Side-by-side et les modèles multi-doors ont gagné en popularité.

Inde : les lave-linge et les réfrigérateurs connaissent une croissance à deux chiffres

L'économie indienne devrait croître de +7% cette année, et peut donc se vanter, tout comme la Chine, de connaître l'une des plus importantes dynamiques mondiales. Le marché du Blanc s'est développé de manière spectaculaire dans ce pays, deuxième plus peuplé de la planète ; pour 2015, un chiffre d'affaire de 5 milliards d'euros est attendu. L'émergence des classes moyennes a constitué une demande en appareils de gros électroménager, c'est pour cette raison que les lave-linges et réfrigérateurs ont enregistré des taux de croissance si élevés. Le marché des réfrigérateurs est certes toujours dominé par les modèles mono-porte, mais la qualité conférée par les modèles double-porte a pris de l'importance aux yeux des consommateurs.

Brésil : un marché prometteur, malgré un recul annoncé du chiffre d'affaires

L'économie brésilienne ayant connu une croissance continue depuis quelques années, les prévisions annoncent un recul sur 2015, avec une situation similaire sur le marché du gros électro-ménager. Bien que des pans de la population accèdent progressivement à un revenu suffisant pour s'offrir des produits de gros électroménager, le marché recule sur les six premiers mois de cette année. Seules les ventes online continuent de se valoriser sur ce marché, et généreront certainement des gains en termes de volume. Le Brésil, avec un marché du Blanc qui figure déjà parmi les plus importants au monde et une population grandissante et jeune offre toujours de belles perspectives.

Retrouvez GfK à Berlin :

1. Les animations GfK à l'IFA, les 4-9 Septembre 2015 à Berlin : Le point info GfK à l'espace presse de l'IFA fournira toutes les informations publiées par GfK pendant l'IFA.

2. Nos experts sont à votre disposition au stand GfK à l'IFA (VIP room 2, Großer Stern) pour des entretiens. Retrouvez l'emplacement précis de notre espace sur ce plan
<http://www.gfk.com/documents/ifa-map-2015.jpg>
3. La conférence GfK « Beyond smart – relevance is key » aura lieu le 3 Septembre à 13h (fin à 15h) à l'IFA, Marshall Haus, Messegelände Berlin. L'itinéraire pour assister à cet événement peut être téléchargé sur : <http://www.gfk.com/news-and-events/events-webinars/pages/ifa-2015.aspx>
4. Présentation GfK durant « The Opening Ceremony of China Brand Show » tenue par la Chambre du Commerce Chinoise pour l'import et l'export (CCCME) le 4 Septembre, à midi (fin à 14h), Hall 29, IFA Messe Berlin. Intervenant GfK : Juergen Boyny, Global Director Consumer Electronics, sur le thème « La croissance continue chinoise sur les marchés mondiaux du monde digital et des appareils domestiques ».

Précisions méthodologiques

S'appuyant sur ses panels de distributeurs, GfK collecte, analyse et enrichit les données de ventes réelles (sorties caisses) dans plus de 100 pays à travers le monde sur les marchés du lave-linge, sèche-linge, lave-vaisselle, réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières et fours, plaques de cuisson, hottes et micro-ondes.

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

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