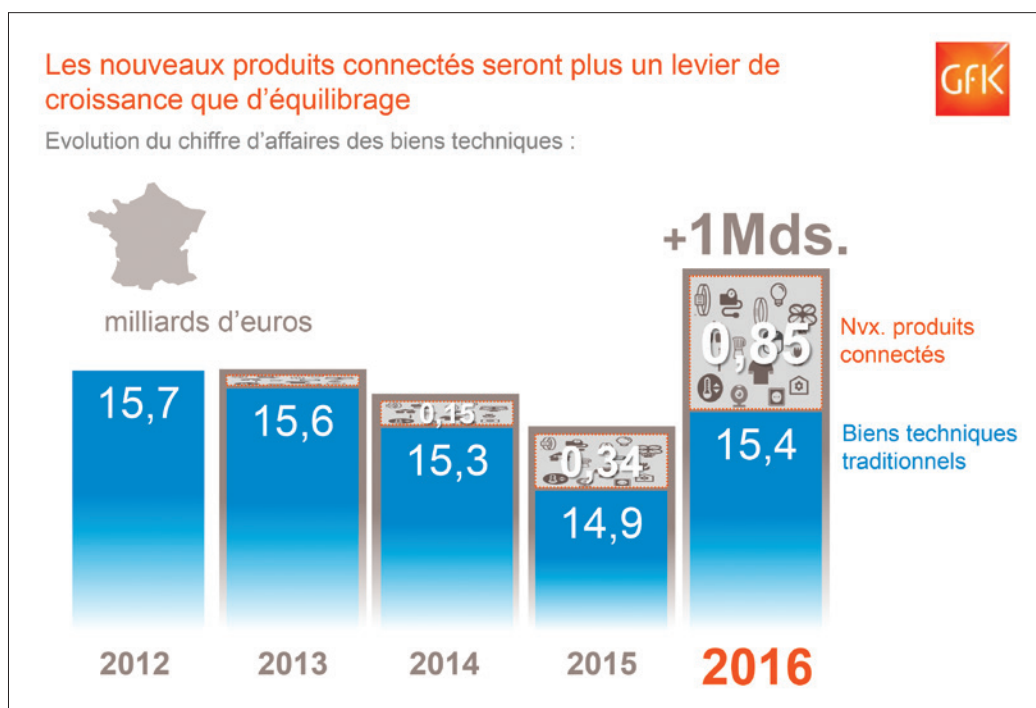
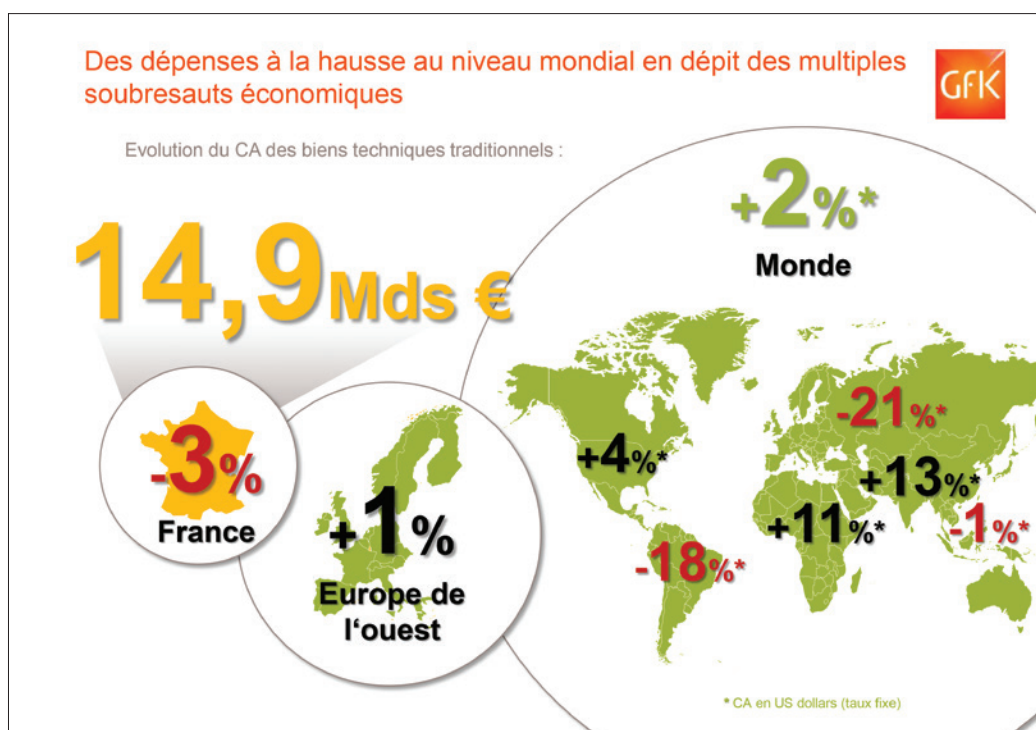


# PRODUITS TECHNIQUES : VERS UN NOUVEL ÉQUILIBRE

Comme chaque année, l'institut GfK nous livre son bilan des marchés des produits techniques qui présente des résultats mitigés en 2015 à 14,9 milliards d'euros, soit une baisse de 3 %. Sans surprise, le marché émergent des objets connectés est au centre de toutes les attentions. Loin d'être un Eldorado, celui-ci se développe avec 340 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015. Cependant les perspectives sont encourageantes sur ce secteur puisque GfK anticipe 3,6 milliards d'euros pour 2020. Certains secteurs ont souffert en 2015 comme l'IT, la photo et la télévision dont le rebond est attendu cette année. Globalement, GfK parie pour 2016 sur une reprise des biens techniques traditionnels à 15,4 milliards d'euros auxquels s'ajoutera un milliard d'euros sur les nouveaux objets connectés.

Le marché des produits techniques a connu une année 2015 difficile. Avec un repli au global de 3 % sur l'année, la consommation de produits techniques en France franchit un nouveau cap à la baisse à 14,9 milliards d'euros (Source GfK). En France, le contexte économique a été peu propice aux achats sur cette fin d'année en raison des attentats de novembre et le taux de change du dollar a rendu certains produits techniques nettement moins attirants pour le consommateur. Des résultats similaires ont été enregistrés sur les marchés britanniques et allemands (respectivement - 1 % et - 3 %). Dans le



détail, la plus forte baisse sur le marché français vient du secteur de l'IT qui enregistre un recul de 5 % (- 312 millions d'euros) à 5,6 milliards d'euros. L'EGP et notamment la TV ont également souffert avec une baisse de 271 millions d'euros (vs - 81 millions en 2014). La photo est en retrait de 128 millions d'euros mais la baisse était de 196 millions d'euros en 2014. Le secteur des Telecom, avec le succès du smartphone affiche heureusement une progression de 245 millions, un chiffre inférieur à la croissance de 2014 (+ 331 millions d'euros). Au global, le marché des produits techniques passe donc sous la barre des 15 milliards d'euros, on est désormais loin des quasi 20 milliards des années 2007. A noter que ces résultats secteur par secteur ne prennent pas en compte les nouveaux objets connectés qui pèsent pour 340 millions d'euros cette année (cf. encadré), mais dont une partie du chiffre d'affaires se fait sur la maison connectée

(domotique, gros et petit électroménager) et ne rentre pas dans la catégorie des biens techniques traditionnels.

## PERSPECTIVES 2016

L'année 2016 se prépare sous de meilleurs auspices avec une croissance retrouvée grâce à la hausse de la TV. L'écosystème du smartphone va poursuivre sa croissance et la montée en puissance des objets connectés apportera sa pierre au nouvel édifice d'un marché des produits techniques renouvelés et qui pourrait être multiplié par 11 à horizon 2020. Un secteur qui pourrait apporter 1 milliard d'euros dès 2016, milliard qui viendrait s'ajouter aux 15,4 milliards réalisés sur le périmètre traditionnel des biens techniques (cf. Les nouveaux produits connectés). GfK incite également à travailler les niches haut de gamme et à créer ainsi plus de valeur (platine vinyle, multi-room, gaming, etc.) ■

## LA HIFI ET LA BARRE DE SON EN CROISSANCE

L'audio de salon qui regroupe Hifi et Home Cinema affiche une croissance de 5 % en valeur en 2015 pour un chiffre d'affaires de 750 millions d'euros. La Hifi tire son épingle du jeu avec une croissance de 10 % à 540 millions d'euros quand le Home Cinema régresse légèrement de 4 %. Côté Hifi, la transition s'est faite. Le connecté a franchi le cap des 70 % des ventes en 2015. Pour sa part, la migration du parc Home Cinema se poursuit vers la barre de son, grand succès de l'année. Celle-ci représente un taux d'équipement encore faible de 5 % avec une base installée de 1,5 million d'unités. Celui-ci pourrait à terme dépasser les 20 % du Home Cinema.

## TV : 2015 ANNÉE MOROSE, 2016 SERA PLUS PROPICE

Le marché de la télévision a connu une année 2015 avec un fort recul des volumes de ventes puisqu'on a flirté avec la barre des 5 millions d'unités vendues en 2015. On est loin des pics à presque 9 millions des années 2011. La valeur du marché baisse à 2,1 milliards d'euros (vs 2,4 en 2014). En plus d'un taux de change défavorable, la TV a subi des retards de livraison en magasin sur les 3 derniers trimestres entraînant de facto une exposition moindre. Heureusement, la valeur globale de ce marché est restée stable grâce à une remontée des prix de vente moyen (+ 8 % au dernier trimestre 2015). Autre explication des difficultés de la TV, la concurrence des écrans est toujours plus importante (cf. Nombre d'écrans par foyer) puisqu'on est passé de 3,4 écrans par foyer en 2010 à 5,3 en 2015. Le renouvellement des écrans se fait sentir avec une taille moyenne achetée en 2015 qui approche les 37 pouces. Les très grandes tailles portent la valeur de ce marché (+ 25 % de chiffre d'affaires pour les dalles de 47 pouces et plus). En 2015, le linéaire TV qui a continué de se contracter légèrement, a fait la part belle à l'Ultra HD avec 9 références gagnées. « Avec 570 000 unités vendues sur 2015, les ventes Ultra HD sont en dessous des attentes » explique Michael Mathieu, directeur marché de l'Image et des Telecom chez GfK.

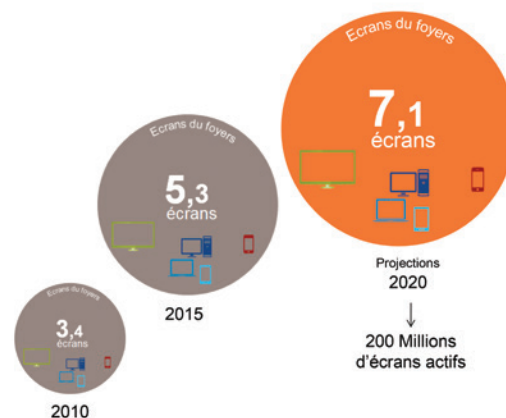
## PERSPECTIVES 2016

2016 sera l'année d'un retour à la croissance sur le marché de la TV avec un double effet avec d'une part, l'extinction du signal MPEG2 pour 4,8 millions de postes (On attend des ventes de 4 millions de décodeur MPEG4) et d'autre part l'Euro qui, si la France va loin dans la compétition, pourra être un fort accélérateur de vente. Désormais les constructeurs et la distribution doivent tout faire pour encourager les consommateurs à renouveler leurs téléviseurs. Et si possible en achetant des produits haut de gamme afin de maintenir les prix. L'arrivée de contenu Ultra HD sous toutes ses formes, y compris les premiers lecteurs Blu-ray Ultra HD devrait contribuer à convaincre le consommateur. **Le format Ultra HD doit s'imposer** sur une large partie de la gamme 2016 du marché et ainsi la faire doubler de taille. GfK estime que le segment peut atteindre **1,3 million d'unités** d'ici la fin du quatrième trimestre. Au second semestre, fabricants et distributeurs devront s'appuyer un peu plus sur la promotion pour maintenir un certain niveau de vente et parvenir aux **5,6 millions d'unités** vendues d'ici la fin de l'année 2016.

### La concurrence pour la télévision est bien plus rude



Nombre d'écrans possédés par foyers



## LES TABLETTES PÈSENT SUR L'IT

La plus forte baisse vient du secteur de l'IT qui enregistre un recul de 5 % à 5,6 milliards d'euros. Ce net repli s'explique par la chute sévère du chiffre d'affaires enregistré sur **les tablettes, en baisse de 23 %** (- 300 millions) avec 957 millions d'euros générés **et seulement 5,16 millions d'unités vendues** (vs 6,2 en 2014). Le transfert de valeur s'est clairement fait vers les smartphones. « *En parallèle, le marché du PC portable retrouve des couleurs avec une croissance de 3 % en valeur pour s'établir à 2,1 milliards d'euros, notamment grâce aux 2 en 1 et aux PC convertibles qui apportent une véritable alternative aux tablettes grâce à des performances supérieures et à la possibilité d'avoir une expérience enrichie avec le tactile* » analyse Tristan Bruchet, directeur marché IT chez GfK. Au total, 550 000 unités de 2 en 1 et de PC convertibles se sont écoulées en 2015, en croissance de 50 %. Les sources de croissance de 2015 se sont trouvées sur le haut de gamme. Les PC de moins de 15 pouces avec des performances élevées et les accessoires dédiés ont en effet généré 930 millions d'euros en 2015 en croissance de 15 %. **Le gaming** est aussi un puissant relais de croissance avec un chiffre d'affaires de **515 millions d'euros en croissance de 50 %** cette année. Des produits qui permettent de créer de la valeur sur le marché avec des prix multipliés par 2 ou 3 selon les catégories. Sur les produits bureautiques qui restent le cœur du marché IT, les ventes de PC de bureau et PC portables de plus de 15 pouces d'entrée de gamme ont poursuivi leur décroissance avec une baisse de 8 % à 2,6 milliards d'euros. Le marché de l'impression et des cartouches reste stable. Celui du stockage et de la connectique réseau, malgré une baisse de 4 % en valeur, demeure un marché important avec 568 millions d'euros.



### PERSPECTIVES 2016

L'Euro 2016 va pousser les Français à des arbitrages budgétaires et avec la chute annoncée du chiffre d'affaires des tablettes, **le marché de l'IT devrait être à nouveau en baisse en 2016 à 5,4 milliards d'euros** (vs 5,6). « Toutefois les produits haut de gamme et gaming devraient continuer à tirer le marché vers le haut. » prédit Tristan Bruchet, directeur des marchés de l'IT chez GfK.

## UN NOUVEL ÉCOSYSTÈME DU SMARTPHONE EN CROISSANCE

2016 : encore une belle année pour cet écosystème

GfK



La France a franchi la barre des **20 millions de smartphones vendus en 2015**. Le segment du smartphone représente plus de **3,5 milliards** d'euros. Le secteur des télécoms poursuit sa progression avec 24,6 millions de terminaux vendus cette année. Le secteur qui a fortement évolué depuis l'arrivée de Free a désormais trouvé un équilibre au sein des points de vente avec une distribution grand public légèrement majoritaire face aux réseaux opérateurs. On assiste à une forte domination de la distribution traditionnelle sur l'entrée de gamme avec un segment inférieur à 50 euros qui émerge. Au sein du retail, la taille d'écran se rapproche du 5 pouces (4,6) avec un prix moyen stable à 184 euros (+ 2 euros). Un smartphone sur deux est compatible 4G. De l'autre, le réseau des opérateurs s'appuie sur son modèle subventionné pour s'octroyer 70 % de part de marché sur le haut de gamme. Au-delà du marché du smartphone, les attentes se déplacent vers l'écosystème qui s'est développé autour, avec d'un côté l'ensemble des accessoires dédiés (protection, batterie mobiles, chargeur) représentant aujourd'hui quelque **400 millions** d'euros et affichant une croissance de **25 % en 2015**. De l'autre, on retrouve un autre ensemble d'accessoires qualifiés de compagnons, plus ou moins dépendant du smartphone. Historiquement, on y retrouve le marché des casques, plus récemment de la station d'écoute et enfin des montres et bracelets

connectés. Ce marché a représenté **760 millions d'euros** en croissance de **35 % en valeur**. « **C'est donc 1,2 milliard d'euros générés directement ou indirectement par l'essor du smartphone, soit un peu plus d'un tiers du chiffre d'affaires des terminaux** » explique Michael Mathieu, directeur des marchés Image et Telecom chez GfK. Les accessoires dédiés représentent donc un peu plus d'un tiers en valeur de cet écosystème.

### PERSPECTIVE 2016 :

La croissance du smartphone devrait se ralentir avec une hausse de **4 % à 3,6 milliards d'euros** quand les accessoires dédiés et compagnons approcheront **1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires (+ 27 %)**. L'écosystème du smartphone sera donc l'objet de toutes les attentions en 2016.

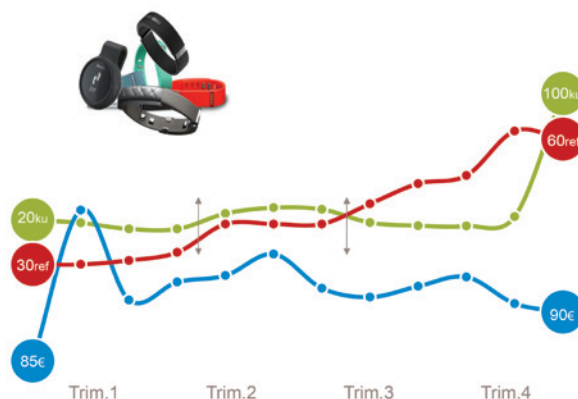
## OBJETS CONNECTÉS : ELDORADO OU DÉCEPTION ?

### LES « WEARABLES »

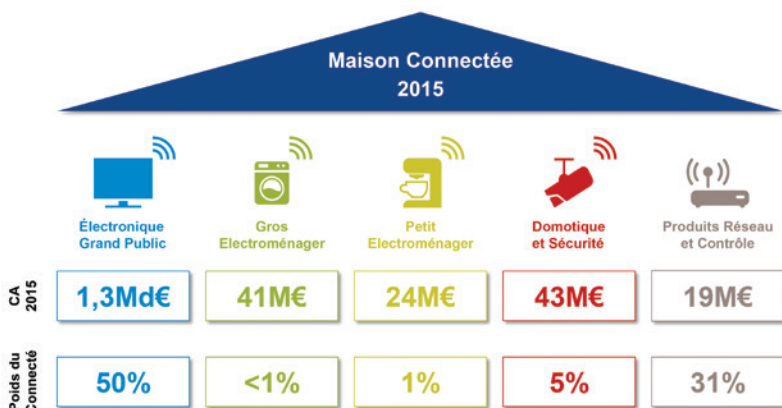
Sur le secteur des objets connectés, un secteur fait la course en tête, celui des wearables regroupant montres connectées et trackers d'activité. Ces nouveaux venus sur le marché ont suscité de très fortes attentes. Résultat : les tendances sont un peu en dessous qu'espéré cette année. Néanmoins en 2015, le marché des wearables réalise 140 millions d'euros de chiffres d'affaires, un chiffre multiplié par 3,5 (vs 40 millions en 2014), Soit près de 800 000 unités vendues en 2015. Le marché de la montre connectée a fait face à des freins importants autour de l'usage, du prix ou encore de l'attachement du consommateur pour sa montre traditionnelle. De plus, la montre connectée souffre d'une trop forte dépendance au smartphone (pas de carte SIM aujourd'hui). Côté tracker, le marché a été plus lisible sur 2015 pour GfK. Celui-ci a observé une saisonnalité « sportive » avec une activité plus soutenue sur les mois de mai/juin/juillet à l'image de l'Action Cam. Poursuivi par une montée en puissance sur la fin de l'année, pour atteindre les **100 000 pièces** vendues sur le seul mois de décembre. A noter qu'un achat sur deux a été enregistré en Ile-de-France en 2015. GfK se demande ainsi si le tracker n'est pas encore un peu trop « bobo » en France. Nos voisins allemands et britanniques ayant vendu respectivement **1 million et 1,5 million d'unités contre seulement 400 000 en France**.

### Les trackers d'activité : une saisonnalité sportive

Evolution des ventes des trackers d'activité (volume, nb de références, prix moyen)



### Un bilan en demi-teinte pour les différents pôles de la maison connectée



### LA MAISON CONNECTÉE

Sur le marché de la maison connectée, les avis divergent : certains espèrent l'eldorado promis, d'autres sont déçus face aux premiers chiffres de ventes. En effet, malgré les nombreuses initiatives mises en place en 2015 afin de promouvoir les nouveaux objets connectés en magasin, les résultats ne sont pas encore à la hauteur des attentes. Ce marché qui rassemble l'électroménager, la domotique et les produits réseaux a généré en 2015 un chiffre d'affaires de **128 millions d'euros soit deux fois plus qu'en 2014**. Le connecté reste anecdotique sur certains secteurs (à peine 1 % du chiffre d'affaires de l'électroménager et seulement **5 % du marché de la domotique**). Et pourtant, selon les études, les consommateurs réaffirment leur appétence pour la maison connectée – 75 % d'entre eux déclarent être assez ou très intéressés par le concept. Mais on sait qu'il existe encore de nombreux freins : offre restreinte, distribution limitée et positionnement tarifaire jugé souvent trop haut de gamme et dont ils ne perçoivent pas les usages. De plus, 36 % des magasins physiques ne référençaient encore aucun objet connecté sur la période novembre-décembre 2015. Il reste donc beaucoup à faire.

### PERSPECTIVE 2016

La priorité pour les industriels du secteur sera d'étendre la disponibilité des produits et de confirmer les efforts sur la mise en avant et la pédagogie. Si ces principaux freins sont adressés, le marché de la maison connectée – hors électronique grand public – devrait générer **240 millions d'euros en 2016**. L'institut GfK s'attend à une nette progression du segment des wearables avec près de **1,5 million de pièces en France**, soit un quasi doublement des volumes.