



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 3 février 2010

Fin 2009, le marché de l'électroménager renoue avec la croissance !

Conformément aux premiers signes de reprise perceptibles dès l'été 2009, et grâce à une fin d'année marquée par le retour à la croissance, le marché de l'électroménager affiche pour l'année écoulée un recul relatif de 1,6% par rapport à 2008, avec respectivement pour le gros électroménager un retrait de 2% et pour le petit électroménager une progression de 0,3%.

Gros électroménager

- **Un marché en recul de 2% par rapport à 2008**

Après un 1^{er} semestre négatif, le 3^{ème} trimestre a laissé entrevoir les prémices d'une sortie de crise, tendance confirmée par des ventes de fin d'année qui ont renoué avec la croissance. Au final, le marché des produits blancs aura été en légère régression en 2009 avec 13.4 millions d'appareils, soit une baisse de 2.2% en volume par rapport à 2008. En valeur, le chiffre d'affaires a perdu 2% par rapport à l'année précédente.

- **Le Froid : glissement des ventes vers les appareils les plus performants**

Après 3 années de baisse consécutives, les ventes d'appareils de froid domestique sont en hausse en 2009 avec +1% pour le réfrigérateur et +3% pour le congélateur. Le réfrigérateur, en pose libre notamment, continue de séduire par sa modularité et son design étudié. Le glissement des ventes vers les appareils les plus performants s'est encore accentué en 2009, avec une percée remarquable des appareils A++ qui atteignent désormais 5% du marché des congélateurs avec une offre de gamme complète. Les ventes d'appareils A+ s'établissent, quant à elles, à près de 40% du marché des réfrigérateurs, soit un doublement en deux ans, alors que celles des appareils A baissent régulièrement. La classe A+ est en passe de devenir le nouveau standard du marché, répondant à une préoccupation croissante des consommateurs pour l'environnement.

- **Le Lavage : le choix de la performance environnementale**

Les chiffres négatifs du gros électroménager sont en fait tirés vers le bas par le lave-linge, le sèche-linge et le lave-vaisselle, dont les ventes ont respectivement chuté de 2,4%, 9,1% et 1,4%. Toutefois, ces chiffres ne doivent pas occulter l'importance de la performance environnementale, largement plébiscitée par le consommateur : les lave-linge étiquetés A+ représentent désormais plus d'un tiers des ventes en volume. Les sèche-linge, qui pâtissaient d'une mauvaise image d'appareils énergivores il y a 10 ans, n'ont plus à rougir de leur performance environnementale : la part des appareils B est passée de 20.5% en 2008 à 30.1% cette année, tandis que la classe A opère une percée grâce aux efforts de Recherche & Développement menés ces dernières années (de 0.5 à 2.4% du marché de 2008 à 2009).

- **La cuisson : le succès des micro-ondes et des tables à induction**

Le marché est en retrait sur l'ensemble des familles à l'exception du four à micro-ondes. La cuisson encastrable, locomotive de cet univers, a connu une année difficile, heureusement clôturée par un bon dernier trimestre. L'innovation est la carte maîtresse de ce marché avec des produits qui répondent aux attentes des consommateurs : praticité, rapidité, économies d'énergie, pour des résultats de cuisson irréprochables. En témoigne le succès non démenti de l'induction qui représente désormais 40% des ventes de tables.

Petit électroménager

- **Des résultats équilibrés par rapport à 2008 (+0,3%)**

Après un début d'année difficile, l'industrie du petit électroménager clôture l'année 2009 sur des résultats équilibrés par rapport à 2008 (+0.3%). La fin d'année a fortement contribué à ce redressement. En effet, les mois de novembre et décembre, qui à eux seuls représentent près de 25% du CA annuel, ont enregistré une croissance de 5.3%. *« Par ailleurs, en dépit de la conjoncture, les fabricants ont maintenu leurs investissements publicitaires et les efforts d'innovation tout au long de l'année »*, souligne Gérard Salommez, Président du Petit Electroménager. Les résultats varient cependant en fonction des familles de produits.

- **Confort de la maison : des produits peu impactés par la crise**

Le confort de la maison se caractérise par un taux d'équipement très élevé dans les foyers. Produits d'utilisation quotidienne, les ventes sont essentiellement des achats de renouvellement et sont donc peu impactées par la situation économique. Le marché des aspirateurs est globalement stable, même si la part des aspirateurs sans sac est en régression cette année. Stabilité également sur le marché du repassage où l'innovation est très forte, tant sur le segment des fers vapeur que sur celui des centrales vapeur. Ce dernier segment est en progression (+8%).

- **Appareils de préparation culinaire : une croissance soutenue**

L'univers de la préparation culinaire connaît un essor très important depuis 2007. De multiples facteurs contribuent à expliquer cette tendance du « fait-maison ». En cette période de crise économique, les ménages ont tendance à passer plus de temps dans la sphère familiale. La facilité d'utilisation des appareils favorise la préparation des repas : faire la cuisine devient un plaisir tout en permettant de manger mieux et moins cher. Les robots culinaires (+17%) sont ainsi plébiscités par les consommateurs. En revanche, les machines à pain, qui enregistrent depuis plusieurs années des taux de croissance très élevés, sont en recul cette année (-40%). En effet, le taux d'équipement des ménages, qui s'élève à 25%, a été atteint en un temps record et l'âge moyen du parc ne permet pas pour le moment un renouvellement important.

- **Beauté et hygiène : le soin masculin, un marché à fort potentiel**

La catégorie du soin masculin électrique est portée par la croissance des tondeuses à cheveux, à barbe ou pour le corps (+5,2%). Les hommes sont de plus en plus enclins à prendre soin de leur apparence et ces produits répondent à cette attente. Le faible taux d'équipement à ce jour est riche en potentiel. Des marchés plus matures, comme les épilateurs et les rasoirs pour hommes, souffrent plus des impacts de la crise économique.

- **Petit-déjeuner : une année à l'équilibre par rapport à 2008**

Les résultats de la famille du petit déjeuner (cafetières, expresso, bouilloires, grille-pain) restent stables sur l'année écoulée. Il s'agit majoritairement d'un marché de renouvellement. Les consommateurs sont avant tout sensibles à la simplicité d'utilisation des appareils et à leur harmonie dans la cuisine. Ils privilégient les innovations liées au design, aux couleurs, aux petites contenances et aux améliorations techniques.

Thermique

Le marché français a accusé une baisse en 2009 des ventes en volume (-5% en chauffe eau, -10% en chauffage électrique fixe), en raison de la baisse importante du marché de la construction neuve. En chauffage, cette tendance s'est traduite par une chute des ventes des convecteurs au profit de produits à plus forte valeur ajoutée que sont les émetteurs rayonnants, les radiateurs et les appareils de salle de bain.

- **Chauffage électrique : des appareils de plus en plus « intelligents »**

Le chauffage électrique évolue considérablement sous l'influence des réglementations environnementales exigeant des diminutions de consommation d'énergie, vers des appareils de plus en plus intelligents. L'émetteur haut de gamme est capable aujourd'hui de détecter automatiquement l'ouverture et la fermeture des fenêtres, de détecter la présence ou l'absence de personnes dans la pièce, de modifier la programmation enregistrée, si la détection analyse que les conditions ne sont pas conformes à celle-ci (exemple : programmation pour chauffer, alors que le détecteur analyse l'absence prolongée d'une personne dans la pièce). Le radiateur de demain sera également doté d'un indicateur de la consommation.

- **Chauffe-eau électrique : la percée du chauffe-eau thermodynamique**

La part des chauffe-eau à accumulation NF catégorie C, les plus performants, est prépondérante. La gestion automatisée fait son apparition pour un chauffe-eau, lui aussi, « intelligent » : en fonction des rythmes d'usage du foyer qu'il mémorise, il est capable d'adapter sa fourniture d'eau chaude pour la satisfaction des besoins au bon moment, sans chauffer en excédent. Le chauffe-eau thermodynamique a confirmé sa percée. Il bénéficie depuis 2009 d'une certification marque NF décernée par le LCIE, d'une reconnaissance actée dans la réglementation thermique, et d'un crédit d'impôt au titre des économies d'énergie depuis janvier 2010, s'élevant à 40% du coût de l'équipement.

« Au final, le second semestre 2009 a permis au marché de l'électroménager de rattraper une grande partie du retard pris en début d'année. Un retard toutefois relatif au regard de la crise que nous avons traversée et essentiellement lié au ralentissement du marché de l'immobilier et au déstockage des distributeurs », conclut Jean-Jacques Blanc, Président du Gifam. Fort des résultats positifs enregistrés au dernier trimestre 2009, la profession se montre confiante et mise sur un retour à la croissance en 2010.

A propos du GIFAM

Organisation fédératrice de l'industrie des appareils ménagers, le GIFAM (Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipement Ménager) rassemble une cinquantaine d'entreprises, grands groupes multinationaux et PME, qui accompagnent le consommateur au quotidien en proposant une offre complète et diversifiée sous des marques de grande notoriété. Le GIFAM a pour mission de soutenir l'activité industrielle des grandes marques de l'électroménager et de défendre leurs intérêts communs, d'animer et promouvoir la filière en soutenant l'innovation et la qualité, et enfin d'anticiper et organiser l'action collective des entreprises face aux grands enjeux mondiaux en étant à la fois acteur au plan européen et relai à l'échelon national. Le GIFAM assure un grand nombre de services au bénéfice de ses adhérents : suivi de la réglementation nationale et européenne, établissement de statistiques professionnelles, réalisation d'études à caractère économique, conseils et aides juridiques, assistance à la certification et normalisation, communication et actions de relations publiques, etc.

Contacts presse

GIFAM

Patricia Michel
Tél. : 01 53 23 06 56
pmichel@gifam.fr

Oxygen

Aurélié Jeanne / Priscillia Fartoukh
Tél. : 01 41 11 37 76 / 37 86
aureliej@oxygen-rp.com