

Communiqué de presse

Secteur de l'électroménager français : Le Gifam annonce une année 2018 globalement stable et révèle les tous premiers résultats de son étude « Leviers d'avenir » sur les attentes des consommateurs

Paris, le 4 février 2019 - Le Gifam, groupement des marques d'appareils pour la maison, a présenté aujourd'hui le bilan 2018 du secteur électroménager français : près de 63,2 millions d'appareils vendus en 2018, valorisant le marché PEM-GEM à 8,2 milliards d'euros.

« Il est important de rappeler que 2018 est une année particulière, mêlant baisse des achats de produits manufacturés, augmentation des prix à la consommation, coup de frein de la construction et en fin d'année une fréquentation des magasins en baisse sous l'impact des mouvements sociaux » commente Brigitte Petit, Présidente du Gifam. *« Au cours d'une année aussi contrastée, les tendances relativement stables de nos marchés et le fait que la valeur soit plus positive que le volume sont le signe que les fabricants savent année après année proposer des innovations de qualité et susciter l'intérêt des consommateurs même dans des contextes économiques compliqués poursuit-elle. »*

Petit électroménager : une dynamique positive stimulée par l'entretien des sols et des familles de produits très spécifiques

Avec 47,9 millions d'appareils vendus et 3 milliards d'euros de chiffres d'affaires cumulés réalisés par les fabricants, le secteur du petit électroménager affiche une croissance de +0,5% en valeur. Le parc actuel du petit électroménager en France est composé de 468 millions d'appareils.

Confirmant la tendance de 2017, l'**entretien des sols** stimule le marché : comptant pour 26% de sa valeur, il affiche une croissance remarquable de +8,1%. Les signaux sont au vert pour de nombreux produits de la catégorie : très forte croissance des aspirateurs balais (+47% en valeur) et véritable succès des produits « eau et poussière » (+23%). À noter, 2018 a signé le retour du robot (+15%) et des nettoyeurs vapeur (+10%).

Le confort domestique, s'il ne représente pour l'heure que 6% de la valeur du marché, a été tiré par les fortes chaleurs de l'été dernier et les préoccupations montantes en matière de qualité de l'air. Ce segment enregistre ainsi une croissance à deux chiffres (+11,4%), tirée notamment par une progression de +29% des appareils de traitement de l'air et de +11% des ventilateurs.

La catégorie « **cuisson des aliments** » (11% de la valeur du marché) reste relativement stable (-1%). Le succès du fun cooking s'installe durablement comme en témoigne sa progression de +7%.

La famille de produits « préparation culinaire » est elle aussi demeurée stable : pesant 10% du marché en valeur, elle enregistre une évolution de -1% par rapport à 2017. Le succès des robots et blenders rencontrés ces dernières années constituent toujours une tendance en 2018 avec +2% en valeur pour chacune de ces catégories de produits.

Le segment du petit déjeuner (16% du marché en valeur), s'il a connu un succès moindre en 2018 (-2,2%) reste innovant. En témoigne l'intérêt grandissant des consommateurs pour la récente famille de produits que constituent les robots café, qui progressent cette année de +24%.

Le segment du soin du linge (6% de la valeur du marché, -7,3% par rapport à 2017) se métamorphose au gré de l'évolution des attentes des Français. Ainsi, les défroisseurs vapeur (à main et verticaux), parce qu'ils constituent une réponse à la transformation des usages – ici le besoin de rapidité des consommateurs – ont enregistré une très forte progression : +49%.

Gros électroménager : 2018, année de stabilisation

Avec un parc de 206 millions d'appareils présents dans les foyers français, et plus de 15 millions d'appareils vendus par an, le marché du gros électroménager se valorise à 5,2 milliards d'euros, enregistrant un léger ralentissement (-0,9%) par rapport à 2017.

L'intégrable, jusqu'alors moteur de la croissance du secteur, affiche une progression ralentie, structurellement liée à la baisse de la dynamique du bâtiment et de l'immobilier en 2018.

- ▶ Si les Français sont toujours intéressés par les appareils intégrables notamment dans l'univers de la cuisine, le secteur réagit de façon structurelle à la nette baisse du nombre de mises en chantier en France¹ et affiche une croissance de 0,2% en valeur (vs +6,1% en 2017). La part de marché des appareils intégrables reste identique à l'année passée avec 37% en valeur.
- ▶ La pose libre affiche quant à elle un léger recul de -1,5% en valeur ; elle représente, comme en 2017, 63% du marché.

Les familles de produits du gros électroménager affichent des évolutions honorables dans un contexte de taux d'équipements globalement élevés.

Le lavage (37% du marché en valeur soit 1,9 milliard d'euros) est demeuré stable : +0,4%.

- ▶ Les sèche-linge bénéficient d'une dynamique positive, avec un taux d'équipement en légère progression (34% des foyers français équipés) pouvant s'expliquer par les avantages offerts par les appareils dotés d'une pompe à chaleur.
- ▶ Bonne nouvelle pour le secteur : la catégorie des lave-linge reste stable (+0,3%) bien que les taux d'équipement y soient très élevés (96% des foyers français).
- ▶ Même constat de stabilité pour la catégorie des lave-vaisselle (+0,1%), grâce notamment à une bonne dynamique de l'intégrable.

¹ Ministère du logement / GfK POS Tracking : -7% de mises en chantier en 2018 vs +16% en 2017

Le froid (29% du marché en valeur pour 1,5 milliard d'euros), enregistre une légère baisse de -1,1% : un résultat attendu par les fabricants, 2018 faisant suite à une année 2017 exceptionnelle où de nombreux Français ont renouvelé leurs équipements.

- ▶ Dans un tel contexte, le marché des réfrigérateurs n'affiche qu'une légère baisse de 1% en valeur, grâce aux innovations réalisées sur les modèles de grande capacité et la conservation des aliments.
- ▶ Le segment des congélateurs a connu une année plus difficile, enregistrant une chute de -3,2% en valeur, susceptible de s'expliquer par le recours à des appareils plus modulables combinant réfrigération et congélation, en adéquation avec l'évolution des modes de consommation.
- ▶ Si les caves à vin ne représentent encore qu'une faible part du marché du froid, on observe en 2018 une très belle dynamique avec une progression de +6,6% en valeur.

La cuisson (34% du marché en valeur pour 1,7 milliard d'euros) affiche un recul de -2,1%.

- ▶ Le marché est particulièrement tiré vers le bas par les cuisinières (-5,4%) qui, dans la lignée de la tendance des consommateurs à privilégier les cuisines équipées, sont naturellement remplacées par l'achat d'un four et d'une plaque de cuisson autonomes l'un de l'autre.

Leviers d'avenir : quatre grandes tendances de consommation de demain

Le Gifam dévoile les premiers résultats de son étude menée avec Toluna en 2018 sur les leviers d'avenir en électroménager². Cette étude, dont la vocation est de mieux cerner les attentes des consommateurs français en matière d'appareils d'électroménager, a permis de dégager des tendances majeures, dont quatre sont partiellement illustrées ci-dessous.

1/ Trouver des alternatives pour consommer mieux

Des consommateurs en quête de nouveaux modes de consommation et d'usages plus vertueux dans leur vie de tous les jours.

Alimentation : les consommateurs français recherchent un mode de vie plus sain et plus durable.

- ▶ Pour prendre soin de leur santé et préserver les qualités nutritionnelles des aliments, les Français optent pour le fait-maison. Dans la même lignée, 72% d'entre eux s'intéressent à la cuisine à la vapeur.
- ▶ À l'avenir, 49% des consommateurs français aimeraient moins gaspiller d'aliments lorsqu'ils cuisinent et aspirent à cuisiner plus *durable*.
- ▶ La gestion des stocks au quotidien et la conservation des aliments sont essentielles pour un tiers des possesseurs d'appareils de froid.

² Étude menée par le Gifam avec Toluna, auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 2992 répondants répartis en 4 sous-enquêtes – 115 questions administrées en ligne sur la période du 6 au 19 décembre 2018.

Au quotidien : des consommateurs à la recherche d'un mode de vie plus respectueux de l'environnement.

- ▶ Consommer moins d'énergie et d'eau constitue la première attente des consommateurs pour leurs appareils de lavage.
- ▶ Entrer dans une logique d'achat durable en acquérant des appareils qui tiennent dans le temps et sont fiables est une tendance grandissante. C'est par exemple la 1^{ère} attente des consommateurs français vis-à-vis de leurs produits « beauté et bien-être ».
- ▶ Changer ses réflexes au quotidien : 59% des consommateurs seraient prêt à utiliser le nettoyage à la vapeur pour remplacer l'utilisation de détergents.

2/ Améliorer la facilité d'utilisation des appareils

Des consommateurs qui veulent des appareils d'électroménager qui s'insèrent parfaitement dans leur quotidien et leur facilitent la vie.

- ▶ Des envies exprimées en termes de facilité d'utilisation.
- ▶ 1^{ère} attente pour le petit électroménager de la cuisine ; 2^{ème} attente pour les appareils de petit-déjeuner et 3^{ème} attente pour le segment de la beauté bien-être.
- ▶ Des appareils avec lesquels le résultat est assuré.
- ▶ 23% des Français qui cuisinent rarement seraient davantage incités s'ils étaient sûr de ne pas rater une recette (2^{ème} moteur cité).
- ▶ Finalement, des appareils qui facilitent la vie au quotidien. Les consommateurs aimeraient que la tâche soit moins fatigante lorsqu'il s'agit d'aspiration et de repassage, et que le nettoyage et l'entretien soient facilités pour les appareils de petit électroménager de la cuisine.

Le connecté et la digitalisation des appareils, des options pour faciliter l'utilisation ?

- ▶ Selon les consommateurs, les appareils connectés sont utiles pour faire des économies d'énergie, améliorer le confort et gagner du temps.
- ▶ 73% des Français se disent favorables aux écrans digitaux sur les appareils électroménagers.

3/ Disposer d'appareils « professionnels » à la maison

Des consommateurs qui mettent l'accent sur le résultat en se rapprochant d'appareils proches de ceux des professionnels.

- ▶ Au sein de la cuisine, 45% des Français aimeraient cuisiner plus varié à l'avenir (nouvelles recettes, plus d'idées...). Les consommateurs souhaitent également acquérir des appareils de petit électroménager (cuisine et petit-déjeuner) apportant le meilleur résultat possible.
- ▶ Pour le soin du linge, la volonté première des consommateurs est la rapidité, et les appareils souhaités sont proches de ceux des professionnels (la table de repassage active et le défroisseur vertical)
- ▶ Finalement, pour prendre soin d'eux, les consommateurs ont également de fortes attentes en matière de résultats. 4 utilisateurs sur 10 souhaitent avoir des appareils de coiffure, épilation et rasage précis et adaptés à leurs besoins.

4/ Avoir plus de possibilités, pour différents usages

Des consommateurs à la recherche de modularité et d'appareils multifonctions, multi-usages.

- ▶ De la modularité attendue sur différents appareils de gros électroménager : 33% des consommateurs aimeraient disposer d'un réfrigérateur davantage modulable selon leur besoin et 45% ont cette même attente pour leur lave-vaisselle (adaptation à la quantité de vaisselle, tailles de vaisselle différentes...)
- ▶ En petit électroménager, 36% des consommateurs recherchent des appareils multifonction pour la préparation culinaire. Sur l'univers de l'entretien des sols, l'aspirateur multi-usages est l'un des appareils les plus désirés.

À propos du Gifam :

Groupement des marques d'appareils pour la maison, le Gifam rassemble une cinquantaine d'entreprises, grands groupes internationaux et PME, qui accompagnent le consommateur au quotidien en proposant des produits innovants en électroménager et confort thermique électrique, sous des marques de grande notoriété. Plus d'informations sur www.gifam.fr.

Facebook : [@Gifam](https://www.facebook.com/Gifam), Twitter : [@GIFAM](https://twitter.com/GIFAM), LinkedIn : [Gifam](https://www.linkedin.com/company/gifam).

Contacts presse

- ▶ Morgane Laviron – 01 40 07 07 94 – morgane.laviron@maarc.fr
- ▶ Émilie Molinier-Ravage – 01 86 95 41 94 – emilie.molinier@maarc.fr