

Marché de l'électroménager français : +5%* de croissance en 2020

Une dynamique positive, portée par une croissance sans précédent du petit électroménager, une performance notable du gros électroménager et la volonté des consommateurs de monter en gamme

Le Gifam, groupement des marques d'appareils pour la maison, a présenté aujourd'hui le bilan 2020 du secteur électroménager français. **Avec une croissance de +5% en valeur et 9,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2020, le secteur de l'électroménager démontre une réelle capacité de résilience, en dépit de la pandémie.**

« Malgré une année marquée par une crise sans précédent entraînant notamment la fermeture des magasins, le secteur de l'électroménager français a su tirer son épingle du jeu et démontre, une nouvelle fois, la place essentielle qu'il tient auprès du consommateur au quotidien », commente Brigitte Petit, Présidente du Gifam. « Les circonstances ont modifié – et accentué – le développement de certaines tendances et habitudes des consommateurs, contraints de passer davantage de temps chez eux. Le confort de son logement a ainsi pris une dimension importante : à la sortie du premier confinement, un consommateur sur deux déclarait vouloir améliorer les équipements et le confort de son logement ! Notre secteur - et les milliers de produits innovants qui le composent - a ainsi su répondre à de nouvelles attentes et préoccupations des Français, qui, pour la plupart, devraient s'installer durablement. »

Un engouement fort pour les appareils de petit électroménager, porté par le développement du fait maison, la volonté de se faire plaisir et le besoin d'améliorer le confort de son logement.

Avec 56,4 millions d'appareils vendus et 3,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le secteur du petit électroménager affiche une progression sans précédent de 11,2% en valeur (vs. +5,0% en 2019) et de +4,9% en volume (vs 2,5% en 2019).

- **Le développement du fait maison, un moteur de croissance**

Plaisir de cuisiner, besoin de varier les recettes, volonté de consommer autrement... L'année 2020 marque un véritable tournant dans le développement du fait maison.

La préparation culinaire (11% du marché en valeur) affiche ainsi la plus importante croissance de ce segment (+27,5%*), portée notamment par la hausse des kitchen machines (+47,6%*), des robots multifonctions (+24,2%*) ou encore des blenders (+16,2%*).

La cuisson des aliments (13% du marché en valeur) – regroupant les multi-cuiseurs, friteuses, appareils de cuisson conviviale et mini-four - s'inscrit également dans cette tendance (+18,4*). Parmi les succès qui ont particulièrement marqué l'année : la cuisson conviviale (+20,7%*), la friteuse (+20,7%*) ou encore le petit segment des machines à pain (+82%*) qui redevient populaire pour le plus grand plaisir des adeptes du pain frais, en toute circonstance.

Cette tendance devrait se pérenniser. D'après une étude** menée en juillet par le Gifam, près de 30 % des consommateurs témoignent cuisiner davantage.

- **L'entretien de son logement, une façon d'améliorer son confort au quotidien**

Contraints de passer plus de temps à la maison, la grande majorité de la population a porté une attention toute particulière à l'entretien et à la propreté de son logement.

L'entretien des sols a ainsi stimulé le marché du petit-électroménager. Comptant pour 28% de sa valeur, il affiche encore une progression importante de +10,2%*. Les signaux sont au vert pour de nombreux produits de la catégorie : plébiscités pour leur autonomie et leur facilité d'usage, les aspirateurs robots sont en forte hausse (+42%* en valeur), suivis par les aspirateurs balais (+13%*) et enfin les nettoyeurs vapeur (+7,4%*).

- **La volonté de se faire plaisir, avec l'achat de produits haut de gamme**

Voyages limités, loisirs restreints... les Français ont économisé et cherché à se faire plaisir différemment, avec l'achat de produits à forte valeur ajoutée. **Le segment du petit-déjeuner** (+14,5%* et 16% du marché en valeur) en est un bon exemple. En témoigne notamment l'attrait des Français pour les machines à café avec broyeur (+55,8%*), offrant à leurs utilisateurs un café de qualité premium à la maison.

- **De nouveaux usages, adaptés aux circonstances**

La fermeture des commerces et le développement du télétravail sont révélateurs de nouveaux usages chez les Français.

- A titre d'exemple, **la beauté/bien-être**, (+8,7%* et 17% du marché en valeur), est portée cette année par l'univers masculin (+14%*) et les tondeuses à cheveux (+47%*).
- **Les défroisseurs vapeur**, alliant praticité et rapidité, ont également la côte (+27,3%), malgré un léger recul de la catégorie soin du linge dans son ensemble (-7,7% et 5% du marché en valeur).

Une dynamique positive pour le gros électroménager, portée par la volonté d'améliorer son intérieur.

Avec un parc de 208 millions d'appareils présents dans les foyers français, et plus de 15,6 millions d'appareils vendus, le marché du gros électroménager se valorise à 5,3 milliards d'euros, enregistrant une croissance de +1,1%* en valeur et des volumes stables. Une croissance d'autant plus remarquable, au regard des résultats positifs de l'année précédente (+2%*).

Cette dynamique est particulièrement soutenue par la pose libre (+4,6%*), qui représente cette année 67% du chiffre d'affaires.

Le froid (27% du marché en valeur) est la catégorie la plus porteuse de ce segment (+4,7%*). L'année 2020 signe – en effet - le grand retour des congélateurs (+18%*). Véritable achat plaisir, les caves à vin enregistrent également une bonne performance, avec +7,5%* de croissance. Le réfrigérateur – et ses nombreuses innovations notamment en termes de format - n'est pas en reste (+2,1%*), reflétant d'autant plus l'envie des Français de parfaire leur intérieur.

En 2020, le congélateur a le vent en poupe !

Après plusieurs années en recul, le congélateur séduit de nouveau les consommateurs français (+18%). Les raisons ? Les Français cuisinent davantage et les mesures sanitaires – confinement comme couvre-feu – nous encouragent à privilégier les pleins de course plus conséquents aux passages quotidiens dans les rayons. Cet appareil permet ainsi de répondre à de nouveaux besoins de stockage. Avec un taux d'équipement de 34% et les évolutions de nos habitudes de consommation, le congélateur a de beaux jours devant lui !

Le lavage réalise également de bons résultats cette année (+2%* et 40% du marché en valeur). Produit phare des ménages français, le lave-linge est en croissance (+2,8%*). Le sèche-linge, quant à lui, bat les records (+4,2%*), séduisant les consommateurs à la recherche d'une solution de séchage efficace. Les lave-vaisselle restent stables (-0,3%*).

Porté habituellement par l'univers de la cuisine – impacté cette année par la fermeture des commerces et la difficulté pour les artisans de se rendre sur leurs chantiers pendant les périodes de confinement - **l'intégrable** est en retrait cette année de 4,9%*, après plusieurs années de croissance. *De facto*, **la cuisson** enregistre une légère baisse (-3%*), malgré les bons résultats des fours (+2,3%*) et des micro-

ondes (+1,3%*). La cuisine fait pour autant bien partie des projets et des aspirations des Français : 25% déclarent avoir un projet cuisine pour 2021, et 35% aimeraient dans l'idéal que leur cuisine soit renouvelée**. L'intégrable devrait donc rapidement retrouver le chemin de la croissance.

**Données en valeur*

***Étude « Trajectoires » menée par Gifam Insights en 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 1000 consommateurs représentatifs de la population française.*

Toutes les données communiquées de ce bilan ont été recueillies et consolidées par l'institut GfK.

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

Contact presse

- Morgane Laviron – 06 66 84 42 04 – morgane.laviron@maarc.fr
- Maxence Lepinoy – 06 64 96 57 39 – maxence.lepinoy@maarc.fr