

Même sur un marché globalement en baisse, les industriels arrivent encore à proposer des produits innovants et plus chers. Portés par de nouveaux usages, ces relais de croissance existent dans tous les segments. Reste à les faire durer.

High.

Les raisons

LES ENJEUX

■ Le secteur, en baisse, se trouve à un tournant.

Nombreuses sont les catégories bouleversées par une mutation des usages : les produits doivent être nomades (ordinateurs portables, enceintes sans fil, consoles de jeux...), beaux, vintage (appareils photo instantanés, retour du vinyle...), en plus d'être techniquement impeccables.

■ Le high-tech ne pourra pas faire l'économie d'une réflexion sur la seconde vie et le recyclage des produits.

Tout est question d'année, du moins dans les ventes de téléviseurs. Un millésime sans rendez-vous sportif de haut vol et, patatras, les chiffres virent dans le rouge. Jugez plutôt : en 2017, sans Coupe du monde de football, Euro ou Jeux olympiques, il s'est écoulé en France 4,5 millions de téléviseurs contre 5 millions l'année précédente, pour un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros. Soit une baisse en valeur de 20 %. Les fabricants ont beau jeu de mettre en avant la base de comparaison très forte - 2016 ayant été une année exceptionnelle grâce au passage à la TNT-HD -, cela ne suffit pas à expliquer ce plongeon. Le petit écran est aussi malmené par la concurrence des tablettes et des smartphones et un taux d'équipement très élevé, mais qui a tendance à s'éroder.

2018 sera meilleure que 2017

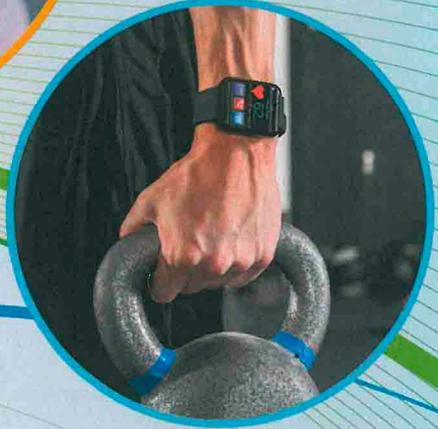
Heureusement pour les industriels, 2018 se présente sous de meilleurs auspices. Les experts estiment que la Coupe du monde de football, du 14 juin au 15 juillet en Russie, devrait permettre de vendre 300 000 à 400 000 écrans de plus, ce qui apporterait au marché un gain de 2 % en volume. Un rebond qui augure d'une meilleure année 2018 ? Michael Mathieu, expert high-tech pour GfK, en est persuadé. « En 2017, le high-tech a ralenti de 4 % en valeur, à 18,4 milliards d'euros. Mais, dans beaucoup de familles de produits, il y a des relais de croissance. » Des relais qui commencent par la montée en gamme sur un plan technologique. Car malgré ces vents contraires, les marques s'ingénient à « créer de

la valeur », comme elles disent. En télévision, les écrans de grande taille, au-delà de 55 pouces, et l'UHD-4K s'imposent comme deux niches de croissance. En 2018, les écrans ultra haute définition devraient bondir de 36 % en volume, selon GfK. Et les grands écrans ont gagné 7 points de part de marché en un an. Le prochain match entre l'Oled et le Qled devrait opposer LG et Samsung. Troisième



© PAGETTY IMAGES

-tech d'y croire



-4%
L'évolution
du marché
high-tech
en 2017,
à 18,4 Mrds €
Source : GIK

TÉLÉVISEURS

-31%,
l'évolution des ventes
en volume en 2017
(à 4,5 M d'unités)

-20%,
l'évolution en valeur
en 2017 (à 2 Mrds€)

Source: GfK

Les tendances

• **La forte baisse de 2017** résulte d'un effet mécanique :

les ventes paient le contrecoup du changement de normes (le switch off) de 2016.

• **Les téléviseurs se vendent toujours plus cher** : le prix moyen grimpe de 15 % en un an, à 444 €.

• **Les grandes tailles d'écrans (au-delà de 55 pouces) et l'UHD-4K portent le marché aujourd'hui.** L'UHD-4K devrait progresser de 36 % en volume en 2018.

La raison d'espérer

• **La Coupe du monde de football** devrait permettre d'écouler 300 000 à 400 000 écrans en plus.



L'exemple

Sponsor officiel de la Coupe du monde de football, le chinois Hisense, qui vise la troisième place sur le marché derrière Samsung et LG, devrait continuer à grignoter des parts de marché en France.

GfK prévoit 4,65 millions de téléviseurs (+3 %) et un chiffre d'affaires en hausse de 5 %, à 2,1 milliard d'euros pour 2018.

En déclin

• **Les petits écrans, ou secondaires**, de moins de 40 pouces, tendent à disparaître.

■ ■ ■ ■ fabricant mondial de téléviseurs, Hisense n'est pas en reste. Et compte utiliser la Coupe du monde de football, dont il est le sponsor officiel avec l'appareil U7A, comme tremplin pour accroître sa notoriété en France. « Depuis 2015, date de notre arrivée, nous sommes la seule marque à progresser dans l'Hexagone, assure Damien Neymarc, directeur marketing d'Hisense France. Au premier trimestre 2018, nous avons pris 10 % en valeur et 15 % en volume. » En Chine, sur son marché naturel, Hisense détient 42 % de part de marché sur les grandes tailles. Résultat de cette course à la technologie : le prix moyen des téléviseurs continue d'augmenter : + 15 % en 2017, à 444 €.

La course à la performance

Le prix moyen des smartphones, autre poids lourd du high-tech avec 7,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires, a aussi progressé de 4 % en 2017 pour atteindre 374 €. Écrans toujours plus grands, sans bords, dotés de fonctions photo plus sophistiquées, les appareils intégreront demain l'intelligence artificielle (IA).

« Nous n'en sommes qu'au début », estimait lors du Mobile World Congress, en février à Barcelone, Alain Serrand, responsable marketing de la division mobile de LG. Plutôt à la traîne sur les smartphones, la marque coréenne a parachevé les fonctionnalités de l'IA de la caméra de son dernier modèle, le LG G7, qui sort en juin.

Même logique pour les ordinateurs, dont les ventes n'échappent pas au marasme de 2017. En chute de 4 %, ils signent leur quatrième année de baisse consécutive. Une décrue que les fabricants essaient de compenser par des produits toujours plus performants. Depuis deux ans, sous la houlette de son patron Jason Chen, Acer s'est recentré sur des ordinateurs très mobiles. « Les consommateurs veulent des PC plus rapides, plus légers, plus design, beaux... », égrène Angelo d'Ambrosio, qui dirige Acer en France. Sur la niche de l'ultra-portable, la marque taiwanaise, quatrième constructeur de PC au monde, détient 20 % de part de marché en France. Et échappe à la morosité ambiante avec une hausse de 6 % de son chiffre d'affaires total. L'autre gisement de croissance

TÉLÉCOMS

Les tendances

• **Le marché des téléphones continue de s'essouffier en volume.** Le consommateur garde son appareil plus longtemps et opte pour un téléphone plus onéreux. Résultat : le marché continue de croître (+2 % en valeur) et le prix moyen aussi.

• **Les téléphones de seconde main, ou reconditionnés, séduisent de plus en plus**, d'autant que le marché de l'occasion se professionnalise.

La raison d'espérer

• **Véritable bulle de consommation, le créneau des montres connectées**, de sport ou pas, représente un relais de croissance. Il se vend 1,2 million de montres de ce genre par an et les experts tablent sur 20 % de plus en 2018.

En déclin

• **Les téléphones entrée de gamme**, à moins de 100 €, sont le segment le plus en baisse.



L'exemple

Samsung (photo) et Apple se sont engouffrés sur le créneau porteur des montres intelligentes. Combien de temps durera cet engouement ? En attendant, les volumes de ventes progressent (+11 % en 2017).

-3%, l'évolution des ventes en volume des téléphones en 2017 (à 21,2 M d'unités)

+20%, l'évolution en valeur des montres connectées en 2017 Source: GfK

AUDIO HI-FI

concerne les écrans pour gamers, les joueurs de jeu vidéo. Un créneau porteur car, depuis le début de l'année, leurs ventes ont grimpé de 22 % en volume.

Au-delà de la valeur que peut apporter la technologie, les leviers de développement correspondent à de nouveaux usages.

«*Le consommateur garde ses objets plus longtemps, qu'il s'agisse du téléphone ou de l'ordinateur*», observe Michael Mathieu. Aujourd'hui, un Français conserve en moyenne son smartphone pendant deux ans. C'était dix-huit mois, en 2013. Pragmatique, l'adepte du high-tech se montre aussi de plus en plus nomade. L'explosion des enceintes connectées sans fil le montre. «*Elles remplacent la chaîne hi-fi au sein des foyers*, poursuit Michael Mathieu. *Mais elles atteignent aussi un palier actuellement.* » Il s'en est écoulé 3,5 millions pour 270 millions d'euros en 2017, soit 10 % de plus que l'année précédente. Bientôt quatre foyers sur dix en seront équipés.

Ce besoin de nomadisme a aussi gagné les jeux vidéo. En témoigne le succès de la Switch, la dernière-née de Nintendo, qui a battu le record de la Wii en un an d'existence avec 1 million d'unités vendues en France. «*En faisant le lien entre console de salon et console portable, la Switch arrive à point nommé pour tirer parti des nouveaux usages*, estime Laurent Michaud, expert chargé des loisirs numériques au think tank Idate. *Nintendo a réalisé un tour de force, à un moment où les jeux sur smartphones explosent.* » Résultat : les jeux vidéo ont renoué avec leurs meilleures années, retrouvant le niveau de 2010. La Switch mais aussi la Xbox One X de Microsoft et la bonne tenue des ventes de la PS4 de Sony ont permis au chiffre d'affaires des consoles de croître de 23 % en 2017. Par ricochet, le marché des jeux vidéo en profite (+ 18 % en valeur). Reste à savoir si le secteur, dépendant de la sortie de nouvelles consoles, va confirmer cette embellie.

Le goût de la nostalgie

En matière de high-tech, le goût du vintage influence aussi les choix du consommateur. La photo et la hi-fi en savent quelque chose. Rudoyé par la concurrence galopante des smartphones transformés en appareils photo de l'instant, le segment de la photo trinqué. En 2017, son chiffre d'affaires (440 millions



L'exemple

Il se vend 3,5 millions d'enceintes sans fil par an dans l'Hexagone. Aux côtés des marques JBL ou Bose, le français Devialet (*photo*) joue la carte du très haut de gamme.

Les tendances

- **La hi-fi constitue une belle surprise** avec un engouement pour certains produits, comme les mini-enceintes sans fil, qui remplacent la chaîne hi-fi au sein du foyer. Quatre foyers sur dix en ayant une, l'équipement atteint un palier.
- **En l'espace de quatre ans**, le nombre de platines vinyles

+ 4 %, l'évolution du CA du marché (à 550 M €)

+ 30 %, l'évolution en volume des platines vinyles en 2017 (à 200 000 unités)

Source : GfK

vendues chaque année a doublé. Mais elles ne représentent que 30 M € de chiffre d'affaires sur un total de 550 M €.

• **L'accueil réservé à Google Home** laisse présager une bulle autour des assistants vocaux. Apple et Amazon arrivent sur cette niche.

La raison d'espérer

• **Il existe des niches de croissance** telles que le disque vinyle ou les mini-enceintes sans fil (+ 10 % en volume en 2017). Ou les assistants vocaux, dont on évalue mal encore l'impact.

En déclin

• **Le home cinéma** est peu à peu remplacé par les barres de son, moins chères et moins élitistes.



L'exemple

Polaroid profite de l'engouement pour les instantanés. La licence a été rachetée par un groupe de fans, The Impossible Project.

Les tendances

- **Concurrencé par les smartphones**, qui ne cessent de faire des progrès en termes de qualité d'image, le marché de la photo décélère chaque année. C'est particulièrement vrai en volume, car les cycles de vie des produits s'allongent.
- Mais les relais de croissance se comportent bien. **L'instantané confirme sa croissance**, par

PHOTO

- 5 %, l'évolution en valeur du marché en 2018 (à 420 M €), - 15 % en volume

Source : GfK

exemple, avec 400 000 unités vendues. **Et il reste une belle niche avec les reflex.** Résultat : le secteur continue de créer de la valeur, le prix moyen d'un appareil ayant augmenté de 12 % en 2017.

La raison d'espérer

• **Les appareils photo connaissent un effet vintage**, à l'image du secteur de la musique avec les vinyles. Si l'entrée de gamme a disparu, le haut de gamme en revanche croît toujours.

En déclin

• **Toute l'offre entrée de gamme** construite autour des petits appareils a disparu.

-4%,
l'évolution en valeur
du marché en 2017
(à 5,2 Mrds€)

38 M, le nombre
d'ordinateurs vendus
en 2017 Source : GfK

INFORMATIQUE



L'exemple

Le Black Friday est devenu un rendez-vous incontournable pour l'informatique. Pour celui de 2017, les ventes de PC portables ont bondi de 27% pendant ces trois jours.

Les tendances

• **Le marché de l'informatique**, qui enregistre sa quatrième année de baisse consécutive en valeur, est en voie de stabilisation. La bulle des tablettes atteint un palier, 40% des foyers étant équipés.

• **Le cycle de vie des ordinateurs** s'allongeant, les fabricants essaient d'aller chercher de la valeur sur des produits plus sophistiqués comme les ultra-portables ou les PC dédiés aux adeptes de jeux vidéo.

La raison d'espérer

• Il reste de belles niches de croissance comme **l'ultra-portable et les PC pour joueurs, qui sont des produits à forte valeur ajoutée**. Le premier progresse de

28% en volume depuis le début de l'année et les seconds de 22%.

En déclin

• **Le PC fixe** atteint un point bas et les tablettes sont en fin de cycle, perdant 10 à 15% chaque année en volume. Les ordinateurs de 15-17 pouces accusent aussi une baisse.

d'euros) a baissé de 11%. Et pour 2018, les experts de GfK tablent sur un recul de 5% en valeur et de 15% en volume. Heureusement, les instantanés sont là. Écoulés à 400 000 exemplaires l'an dernier, ils ont passé le stade du galop d'essai. Soit autant, en passant, que les reflex et les hybrides (300 000 exemplaires), qui représentent une belle niche. Rachetée par un groupe de onze salariés, la licence Polaroid a ses inconditionnels et son usine aux Pays-Bas. Un nouveau modèle devrait sortir en septembre.

La même vague de nostalgie a permis à la musique de trouver un nouveau souffle. Depuis quatre ans, le disque vinyle fait son grand retour et les platines avec. La « vinylmania » bat son plein en France. Depuis quatre ans, Fnac double chaque année ses ventes de disques. À leur échelle, les volumes explosent (+72%). Le vinyle représente 7,3% du marché physique de la musique. Et un foyer sur cent est désormais équipé d'une platine neuve. L'an dernier, il s'en est vendu 200 000, soit 30% de plus qu'en 2016.

La percée du marché d'occasion

Sur un secteur en perpétuel mouvement, les relais de croissance ne manquent pas. L'année 2018 devrait prendre la relève et afficher de meilleures performances que 2017. Toute la difficulté sera de faire perdurer ces relais qui sont autant de bulles plus ou moins durables. *Quid* des assistants vocaux? Google Home s'est vendu à 250 000 exemplaires depuis son lancement en France, Apple et Amazon arrivent sur le créneau.

Moins éphémère, en revanche, l'évolution des modes de consommation. Prenez les smartphones: ce n'est pas un hasard si le marché de seconde main, ou reconditionné, connaît un fort essor. Chiffrées depuis seulement deux ans par GfK, les ventes de smartphones d'occasion pèsent déjà 10% des volumes dans l'Hexagone, soit 2 des 20 millions vendus chaque année. D'ici deux à trois ans, elles devraient représenter 3 millions d'unités. La demande est encouragée par les cadences infernales de sortie de nouveaux modèles et la surenchère des prix. Les marques ne pourront pas faire longtemps l'économie d'une réflexion sur ce sujet. ■ **MAGALI PICARD**

JEUX VIDÉO

+18%, l'évolution
en valeur du marché
(à 4,3 Mrds€) en 2017

+23%, l'évolution
en valeur des consoles
en 2017 Source : Sell



L'exemple

En un an, Nintendo a vendu plus de consoles Switch (photo) en France que de Wii, soit 1 million d'unités.

Les tendances

• **En 2017**, le marché des jeux vidéo renoue avec les belles années, comme 2010.

• **Tous les pans du secteur** en profitent, des consoles aux jeux.

• **Les jeux sur mobiles** poursuivent leur envolée (+20% en 2017).

La raison d'espérer

• **Pour que l'embellie dure**, il faut que les éditeurs-

constructeurs de jeux continuent de sortir des nouveautés qui jouent le rôle de locomotives.

En déclin

• **Le modèle de la console fixe** est mis à mal par les consoles hybrides (de salon et nomades).