

Electronique grand public : 2006 sera une bonne année ?

La dernière étude de GfK sur le marché français de l'EGP (Electronique grand public) n'apporte pas de grandes surprises et confirme l'intérêt croissant de nos concitoyens pour le multimédia.

Baladeurs numériques, écrans plats, platines DVD, appareils photo numériques... autant de produits qui se sont vendus comme des petits pains l'an dernier. Notamment grâce à des baisses de prix régulières. Selon l'étude, le marché de l'EGP a progressé de 6% en 2005 avec un chiffre d'affaires de 6,197 milliards d'euros. Un bon résultat, même s'il apparaît en retrait par rapport aux performances enregistrées par la Grande-Bretagne (+13%) ou l'Allemagne (+11%). Pour GfK, ce décalage s'explique par « le référendum du 29 mai 2005 et la crise des banlieues de novembre (qui) ont certainement eu un impact négatif auprès de consommateurs attentistes et prudents, sans pour autant les décourager de se rendre dans les magasins ». Vraiment ? Si la croissance au rendez-vous, on observe également des changements structurels, 2005 est apparue comme l'année des nouvelles orientations des acteurs du marché, souligne l'institut d'études. Pour la première fois, les écrans ont compté pour la moitié des dépenses liées aux produits de l'EGP, une nette progression par rapport aux 37% constaté en 2002. Dans son communiqué GfK estime par ailleurs que le chiffre d'affaires généré par l'audio portable sera supérieur à celui de l'audio statique. Avec **27 millions d'appareils nomades vendus cette année**, la mobilité est plus que jamais au cœur de l'innovation. Ainsi, le succès des baladeurs MP3 laisse entrevoir l'important potentiel des nouvelles applications et produits liés au nomadisme. Les baladeurs audio-vidéo numériques se sont taillé la part du lion, avec plus 4,7 millions d'unités écoulées en 2005, trois fois plus qu'en 2004. Le GPS (système de navigation par satellite), qui était jusqu'ici confidentiel, représente désormais un tiers du chiffre d'affaires total de l'électronique embarquée, avec 600.000 exemplaires vendus. GPS, magnétoscope numérique personnel (PVR) ou télévision numérique portable constituent de leur côté de futurs relais de croissance de l'EGP, estime GfK. L'autre tendance lourde se situe au niveau des contenus, véritables carburants de la croissance des contenants : TNT, VOD ou TVHD. Cette dernière, lancée à l'occasion de l'événement phare de ces prochains mois, la Coupe du Monde de Football, animera les rayons des magasins qui se muent en véritables centres des loisirs numériques. Bref, GfK table donc sur une année 2006 favorable avec une croissance de l'EGP légèrement supérieure à celle de 2005.