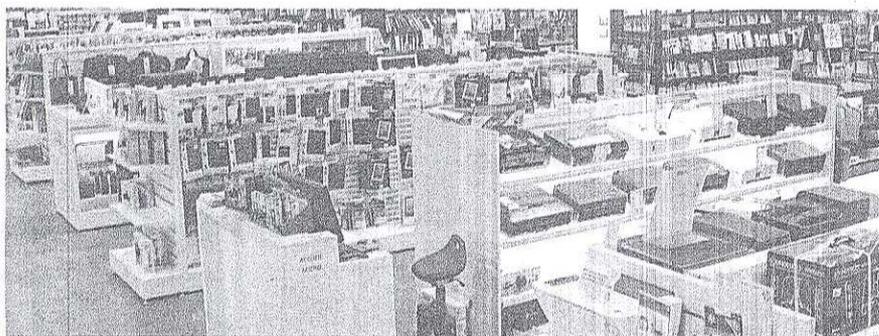


Biens d'équipement de maison

Un marché en berne en 2013

● Le secteur a fait état en 2013 d'une régression de 7,6% de son CA en un an pour se situer à 10,27 MMDH. Une évolution que l'étude de GfK TEMAX explique par un revirement de tendance au niveau du secteur des télécommunications suite à la transition vers les smartphones. Ce recul touche également l'électronique grand public et le gros équipement électroménager.



● ● ●
Le gros électroménager réalise en 2013 un chiffre d'affaires de 3,43 MMDH, en retrait de 5,9% sur un an.

RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRINCIPAUX SEGMENTS (EN MDH)

	Q1/2013	Q2/2013	Q3/2013	Q4/2013	Q4/2012 Q4/2013	2013	2012 2013 (EN %)
Électron. Gdr Public	704	582	542	587	-5.6%	2,416	-5.3%
Photo	8	7	7	5	-42.3%	27	-35.4%
Gros Équip. Électroménager	697	836	982	922	-12.0%	3,437	-5.9%
Petit Équipement Ménage	78	82	88	101	18.6%	348	9.8%
Télécommunication	934	1,146	951	1,008	-0.4%	4,039	-11.2%

SOURCE : GfK TEMAX 2013

Le marché des biens d'équipements s'essouffle. Telle est la conclusion qui ressort de l'étude GfK TEMAX sur les biens de l'équipement de maison au Maroc qui fait état d'un chiffre d'affaires de 10,267 milliards de dirhams générés au cours de l'année 2013 en recul de 7,6% par rapport à l'année 2012. Le secteur des télécommunications dont la performance est affectée par la transition vers les smartphones est le principal responsable de ce recul qui touche également l'électronique grand public et le gros équipement électroménager dans un environnement économique incertain.

La croissance du segment des télévisions limitée par le pouvoir d'achat !

Malgré un taux d'équipement qui reste inférieur à 50%, la croissance du panel des télévisions, qui représente quand même 93% du total électronique grand public, a fortement ralenti en 2013 (+0,8% en chiffre d'affaires comparative-ment à 2012) dans un marché qui devient de plus en plus sensible aux prix (promotions, produits entrée de gamme). « Ces résultats illustrent la difficulté à conquérir de nouveaux ménages, à pouvoir d'achat plus faible, qui n'ont pas encore pu accéder à cet équipement » précise

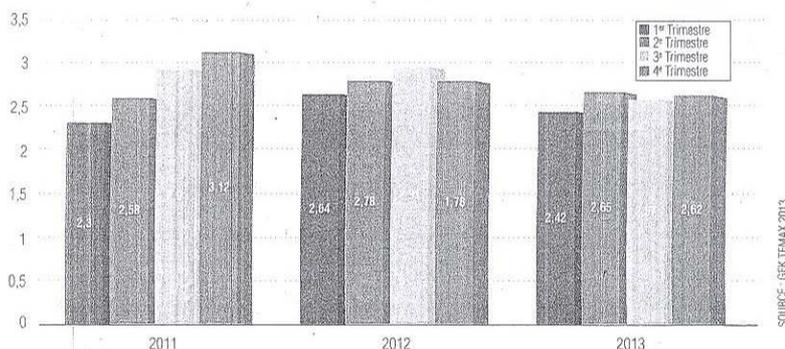
l'étude. Dans le détail, seul le segment des téléviseurs à technologie LED arrive à sortir son épingle du jeu et prend à contre-pied le ralentissement général en affichant une croissance impertinente de 123% en volume pour un chiffre d'affaire global de 1,5 milliards de dirhams (+83,61% par rapport à 2012). Quant aux autres catégories, téléviseurs à tube cathodique principalement, lecteurs DVD, audio home systèmes, elles poursuivent leur décroissance. Vé-

ritable phénomène de consommation au début des années 2010, les smartphones ralentissent la cadence et n'affichent en 2013 qu'une croissance modeste de 22% en volume et 7% en valeur. La principale raison derrière ce repli reste le prix moyen affiché qui reste globalement élevé pour le consommateur marocain malgré l'érosion des prix (2860 dirhams en moyenne en 2013, soit 20% de plus que le SMIG et 7 fois le prix moyen d'un téléphone moyen de gamme). Cette croissance ne permet donc pas de compenser le recul drastique des ventes de ces derniers, ce qui se solde par une baisse de 11,2% du marché des télécommunications en 2013. Toujours selon les chiffres du cabinet d'étude, la contraction du chiffre d'affaires entre 2013 et 2012 atteindra près de 508 millions de dirhams, soit 60% du recul général enregistré sur le marché des biens de l'équipement de la maison. A noter toutefois une embellie au dernier trimestre 2013 au cours duquel le marché des télécommunications s'est stabilisé (-0,4%) par rapport à la même période de l'année 2012. Tendance à confirmer en 2014.

Un dernier trimestre décevant pour le gros électroménager

Pour ce qui est du gros électroménager, 2013 a été une année difficile avec un chiffre d'affaires de 3,43 milliards de dirhams, en recul de 5,9% par rapport à 2012. Dans le détail, ce sont les marchés des réfrigérateurs et de la cuisson qui connaissent les plus fortes baisses avec respectivement -12% et -15% de leur chiffre d'affaires. Quant aux congélateurs, et malgré un recul de 7%, « le segment reste prometteur et est appelé

ÉVOLUTION DU CA DES BIENS D'ÉQUIPEMENTS DE LA MAISON AU MAROC (EN MMDH)



à se redresser surtout pendant la période de l'Aïd où on constate un glissement d'une partie de la demande vers le congélateur plutôt que le réfrigérateur» indique Abdeljalil Lahlou, directeur général de Manar S.A, fabricant de Siera au Maroc. D'ailleurs les taux d'équipements des ménages marocains n'ont pas beaucoup évolués et se situent autour de 80% pour le frigo pour et de 40% pour la machine à laver faisant du segment du lavage le prochain axe de développement, après la maturité des frigos. Toutefois, l'analyse ne résiste pas aux faits puisque c'est le même son de cloche pour ce segment qui connaît une légère baisse de 3%. «Lorsqu'on scrute de plus près ce secteur, on note une tendance vers les machines à laver automatiques grandes capacités (7-9 kg) et au-delà de 1000 trs/mn pour l'essorage, plutôt que les 5 et 6 kg et les 500 trs/mn pour lesquelles la baisse a été plus prononcée» ajoute le directeur de Siera. Pour ce qui est des Semi Automatiques, le marché demeure important en raison du prix économique de ce type de produit et de sa facilité d'utilisation. Finalement, dans le marché de l'électroménager blanc, seul les lave-vaisselles s'en sortent avec une évolution positive de 20% comparée à 2012. Une conséquence logique si l'on prend en considération la démocratisation du produit qui affiche des prix abordables pour des ménagères de plus en plus à la recherche du confort. «De même, avec les nouveaux programmes économiques, la ménagère prend conscience, qu'utilisé à bon escient, un lave-vaisselle n'est pas forcément énergivore» explique Abdeljalil Lahlou. Un segment prometteur à suivre même s'il ne représente pas encore aujourd'hui un grand marché au Maroc. Avec une baisse de chiffre d'affaires de 12% par rapport à la même période de 2012, le dernier trimestre compte pour près de 60% de la baisse annuelle, résultat d'un enthousiasme limité des consommateurs au cours de la période promotionnelle de l'Aïd. Dans un

tout autre registre, le petit équipement ménager s'en sort plutôt bien, voire même très bien. Avec une croissance de 9,7% sur l'année 2013, il confirme son dynamisme et son attractivité auprès des ménages marocains. Blenders, mixers, aspirateurs, chauffages ou soin féminin, cette catégorie séduit de plus en plus au point de créer de nouveaux filons comme cela a été le cas pour les appareils de chauffage qui réalisent

en 2013 une performance exceptionnelle de 16%. Au quatrième trimestre 2013, la tendance est encore plus marquée avec un développement du chiffre d'affaires de 18,5% par rapport à la même période de l'année 2012, soutenu par les opérations promotionnelles de l'Aïd et de la fin d'année.

PAR ZAKARIA LAHRACH
z.lahrach@leseco.ma

Le groupe GfK a son baromètre

Véritable baromètre des habitudes de consommation, l'outil GfK TEMAX Maroc est un indice exclusif développé par GfK Retail and Technology. Il mesure les ventes portant sur les marchés des biens d'équipement de la maison que ce soit en BtoC ou en BtoB (micro-informatique, bureautique et consommables). Les conclusions du rapport sont basées sur la consolidation des résultats mensuels et hebdomadaires des panels distributeurs de GfK Retail and Technology. Le panel intègre les données de ventes à la référence de plus de 425.000 magasins à travers le monde. Pour rappel, le groupe GfK, cabinet d'étude et de traitement de données, est présent dans plus de 100 pays et réalise en 2012 un chiffre d'affaires de 1,52 milliards d'euros.