

## Marché de l'électroménager

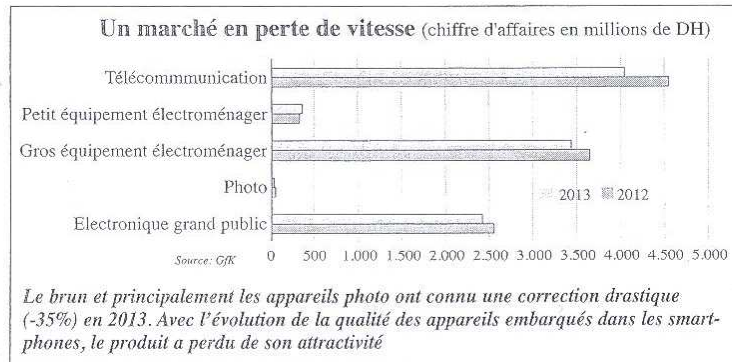
# Pourquoi les ventes reculent

- Une baisse de 7,6% du chiffre d'affaires pour l'ensemble de l'équipement de maison en 2013

- Réfrigérateurs, cuisinières, plaques encastrables... le blanc déchante

- Le petit équipement maintient le cap

LORSQUE les budgets se resserrent, il faut faire le choix de rogner sur certains achats. Une tendance qui se fait ressentir sur plusieurs familles de produits. Le marché de l'électroménager semble être particulièrement touché avec une extension à l'ensemble des équipements de maison. Ce business représente un véritable baromètre de pouvoir d'achat et de la santé des ménages. Plus les reve-



nus sont confortables, plus les ménages s'équipent de différents appareils que ce soit pour la cuisine ou le reste de la maison. Une étude récente, menée par le cabinet international GfK, fait ressortir une tendance pour le moins inquiétante. Les conclusions de l'étude 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. Au Maroc, l'indice mesure les ventes portant sur les marchés des biens d'équipement de maison en BtoC et en BtoB pour la micro-informatique, la bureautique et autres consommables. Les résultats de l'étude GfK Temax sur les biens d'équipement de maison fait ressortir un chiffre d'affaires de 10,2 milliards de DH généré au cours de l'année 2013 et un recul de 7,6% par rapport à l'année 2012. Dans des pays en croissance et à la porte de l'émergence comme le Maroc, la consommation de ce type de produits est davantage orientée vers la hausse. Cette tendance à la baisse peut être interprétée de différentes manières et fait interagir plusieurs facteurs importants. Selon les analystes du cabinet GfK: «Le secteur des télécoms, dont la performance est affectée

par la transition des «featurephones» (GSM d'ancienne génération) 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 contre-performance est ressentie dans plusieurs sous-catégories. Malgré un taux d'équipement qui reste inférieur à 50%, la croissance des postes TV -qui représentent 93% du total électronique grand public- a fortement ralenti en 2013 (+0,8%). Le marché devient de plus en plus sensible aux prix (promotions, produits d'entrée de

gamme). Le made in China trouve son compte dans cette situation avec des croissances de quelques marques. La qualité n'est pas toujours au rendez-vous en plus d'une durée de vie de plus en plus réduite. Cette contre-performance témoigne aussi de la difficulté à conquérir de nouveaux ménages à pouvoir d'achat plus faible qui n'ont pas encore pu accéder à cet équipement. Une décroissance est également enregistrée principalement du côté des téléviseurs à tube cathodique (technologie dépassée), lecteurs DVD, audio home systèmes (home cinema). Pour sa part, le gros équipement électroménager affiche un recul de 5,9% comparativement à l'année 2012. La baisse est principalement drivée par la contre-performance des réfrigérateurs, mais aussi par les cuisinières, les plaques encastrables ou encore les congélateurs. Le cas des réfrigérateurs est particulier. Après d'importantes croissances il y a quelques années, ce marché est devenu plutôt orienté renouvellement que primo-acquisition. D'où le tassement des ventes. Habituellement, le blanc (matériel de nettoyage, de cuisine, de cuisson et de froid) représente le gros des équipements électroménagers. Il connaît généralement une forte croissance lors de la période de l'Aïd al Kébir. Pourtant, le dernier trimestre de 2013 compte pour près de 60% de la baisse annuelle, résultat d'un

### Le gris en perte de tonalité

CONTRAIREMENT aux apparences, la croissance des smartphones est restée modeste en 2013 (+22% en volume, +7% en valeur). Cela s'explique par un prix moyen qui reste élevé pour le consommateur marocain malgré une tendance à la baisse (2.860 DH en moyenne en 2013, soit 20% de plus que le Smif et 7 fois le prix moyen d'un featurephone). La progression des smartphones ne permet pas de compenser le recul drastique des ventes de featurephones. Cela se traduit par une baisse de 11,2% du marché des télécommunications (gris) en 2013, soit une perte de 508 millions de DH de CA par rapport à 2012. Ce montant correspond à 60% du recul total enregistré par le marché des biens d'équipement de maison. Toutefois, les analystes de GfK ont noté une maîtrise de la baisse au dernier trimestre de 2013 avec de bonnes projections sur 2014. □

enthousiasme limité des consommateurs au cours de la période promotionnelle de l'Aïd. En revanche, le petit équipement ménager reste le seul segment qui tire son épingle du jeu, avec une croissance de plus de 9,7% en 2013. Au 4e trimestre 2013, la tendance est encore plus positive avec un développement du chiffre d'affaires de 18,5%, soutenu par les opérations promotionnelles de l'Aïd et de fin d'année. □

Ilham BOUMNADE