

# Marché des téléviseurs: La guerre des prix

• Samsung et LG à couteaux tirés

• Le 32" représente 60% des ventes

• Un pic de ventes attendu avec la coupe du monde

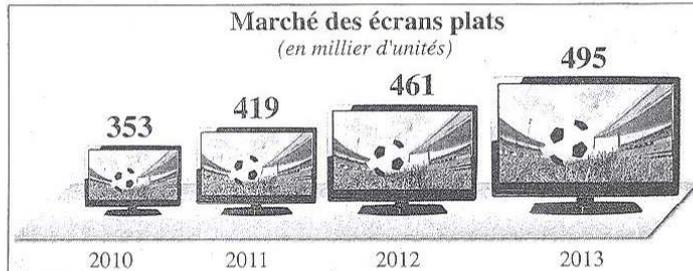
AVOIR un téléviseur chez-soi n'est plus l'apanage des seuls nantis. Plusieurs ménages en possèdent au moins deux. Le taux d'équipement en postes TV a connu une croissance importante dans les différentes zones du pays. En l'espace de 12 ans, le taux dans le rural a presque doublé passant de 42,2% en 1999 à 85,6% en 2011. Sur la même période, celui de la parabole a été multiplié par 12 (de 5,1% à 60,6%), selon les données du Haut commissariat au plan (HCP). En milieu urbain, le niveau d'équipement

des ménages est de 96,8%. Ce sont là les chiffres les plus récents. Les différents indicateurs démontrent que ces taux sont encore plus importants actuellement. Aujourd'hui, la véritable bataille se trouve

senté près de 500.000 unités avec une croissance de 8%. Le marché est sur un trend haussier depuis 2010. Toutefois, la demande reste dominée par les petits formats. Le 32" représente 60% du marché

marché de 32% avec un objectif de 34% à fin 2014. Un pic des ventes est prévu entre ces mois de mai et juin. Quasiment toutes les marques proposent des promotions notamment avec l'intégration d'un pack coupe du monde, couplé avec décodeur et abonnement.

LG compte revenir en force sur ce marché où Samsung a grignoté beaucoup de parts. Samsung mène une véritable offensive commerciale et marketing depuis quelques années. En fait, la marque bénéficie de la visibilité de sa branche téléphonique pour avoir un retour sur image pour l'ensemble des produits. «Aujourd'hui, la téléphonie est clairement plus rentable que les téléviseurs», estime Benabadji. En plus de la bataille marketing, les deux marques sont à couteaux tirés sur l'innovation technologique. Dans ce domaine, les évolutions sont très rapides. Aujourd'hui, la dernière technologie se nomme OLED incurvé. Elle permet la meilleure résolution, un temps de réponse ultra rapide et des écrans d'une épaisseur de moins de 5 mm. Beaucoup plus fin qu'un téléphone portable de dernière génération ! Le principal atout de l'OLED incurvé est de pouvoir avoir la même qualité d'image de différents points de vue. C'est juste-

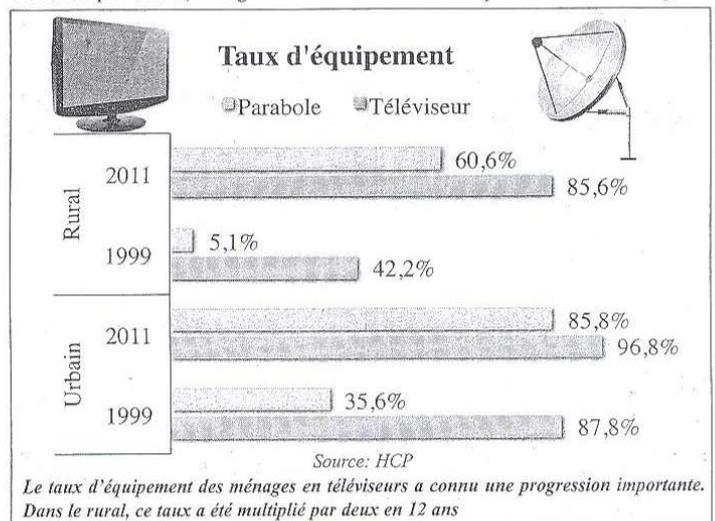


Source: gfk

Le marché marocain des téléviseurs à écran plat a connu une progression de 8% en 2013. Sur le 1er trimestre, la progression est plutôt de 5%. Les professionnels prévoient un véritable pic de consommation avec la coupe du monde de football

au niveau des écrans plats qui se généralisent de plus en plus. Malgré la baisse du pouvoir d'achat des ménages, ce marché est pour le moins très dynamique et attire toutes les convoitises. En 2013, les ventes de l'ensemble des opérateurs ont repré-

marocain. Ce type de téléviseurs démarre à partir de 3.400 DH chez les marques reconnues. Il peut être beaucoup plus bas chez les sous-marques ou les marques de distributeurs. De nouvelles tailles (notamment les 39" et 50") commencent à trouver leur marché avec une progression annuelle de 2%. Les grands formats (46" et plus) évoluent également rapidement. Selon les prévisions, le segment de 39"



va connaître une importante évolution au détriment du 32" qui commence à s'esouffler. L'offre est très vaste. Si le téléviseur le moins cher tourne autour de 3.400 DH, les prix grimpent jusqu'à 170.000 DH, voire beaucoup plus pour des écrans géants. Les professionnels se sont adaptés à la conjoncture en multipliant les facilités de paiement sur plusieurs mois.

Cette année s'annonce particulièrement importante pour les revendeurs de téléviseurs. «La coupe du monde de football sera une période cruciale pour les ventes de toute l'année», explique Soufiane Benabadji, directeur marketing LG Maroc. La marque revendique une part de

ment sur ce créneau que LG veut marquer une avance. «Jusqu'à fin 2014, LG sera la seule marque à proposer l'OLED incurvé à cause de problèmes de production chez la concurrence», confie Benabadji. Samsung dispose déjà de ce produit en prototype mais pas à la commercialisation au Maroc. Cette dernière base son offre sur l'UHD incurvé. Ce décalage technologique ne devra durer qu'une année puisque Samsung prévoit de lancer son offre OLED en 2015. □

Ihham BOUMNADE