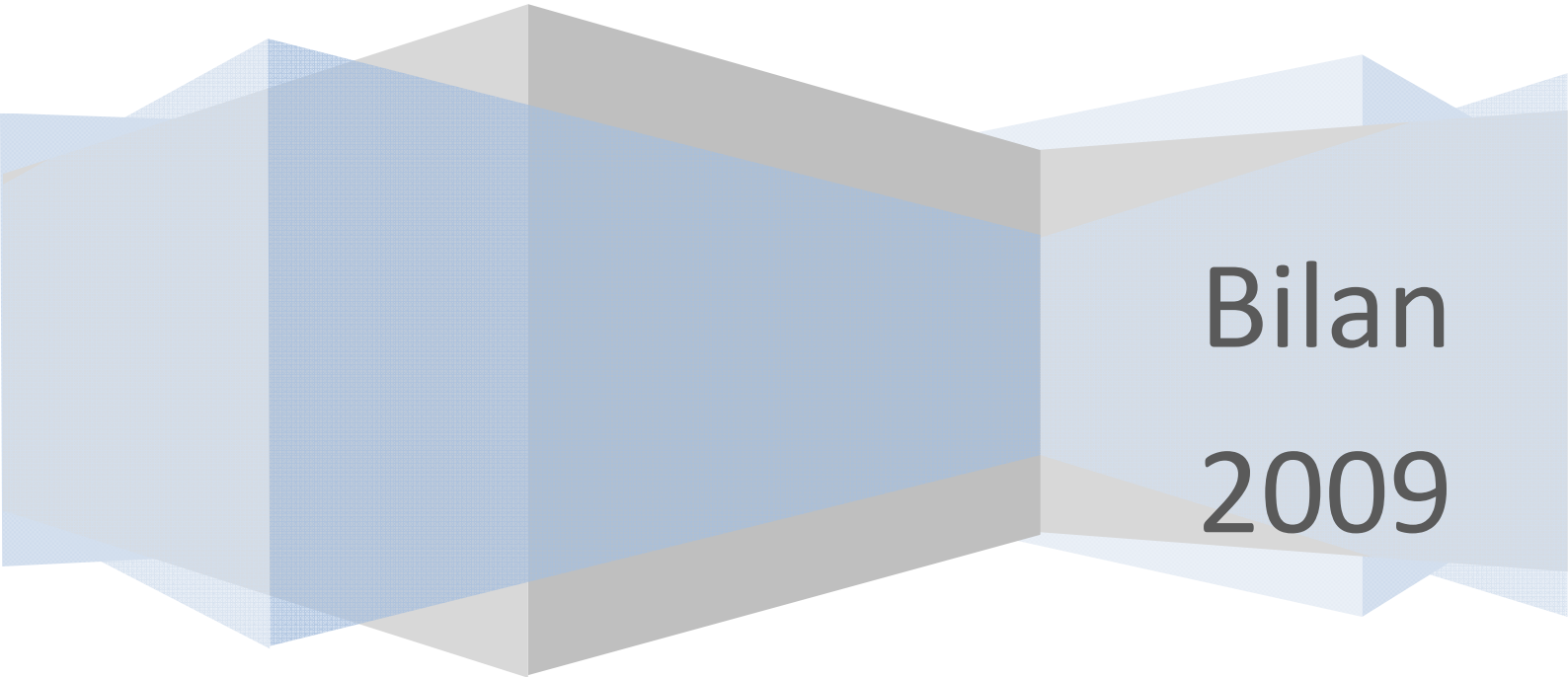




**LE MARCHE
FRANÇAIS DES
APPAREILS
ELECTROMENAGERS**

An abstract graphic at the bottom of the page consisting of several overlapping, semi-transparent 3D rectangular blocks in shades of blue and grey, creating a sense of depth and geometric complexity.

**Bilan
2009**

DONNEES GENERALES DU MARCHE FRANÇAIS

- Les produits
- Evolution du chiffre d'affaires
- Concentration de l'offre

• LES PRODUITS BLANCS

- Le marché
- Données par produits
 - a. Froid
 - b. Lavage
 - c. Cuisson

• LE PETIT ELECTROMENAGER

- Le marché
- Données par produits
 - a. Confort de la maison
 - b. Préparation et cuisson des aliments
 - c. Petit déjeuner
 - d. Hygiène – Beauté – Santé

• LE CHAUFFAGE ELECTRIQUE

- Le marché
- Données par produits

Les produits

Les appareils ménagers sont répartis en trois familles :

Les produits blancs :

- appareils frigorifiques domestiques
- appareils de lavage et de séchage du linge et de la vaisselle
- appareils de cuisson pose libre et à encastrer

Les petits appareils électroménagers :

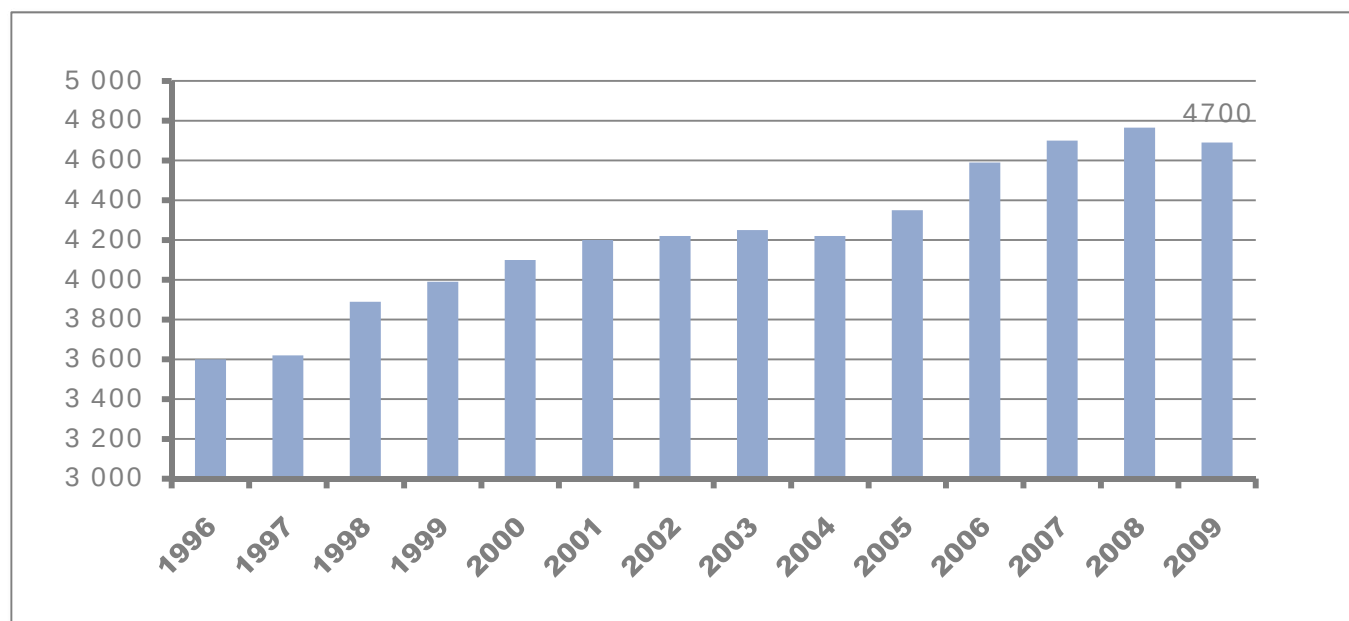
- appareils de préparation et de cuisson des aliments,
- appareils d'entretien du linge
- appareils d'entretien des sols
- appareils d'hygiène beauté et soins de la personne
- appareils de traitement de l'air et de l'eau

Les appareils de chauffage de l'eau et des locaux :

- chauffage électrique fixe par émetteur,
- chauffe-eau électriques

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES APPAREILS ELECTROMENAGERS

- **Evolution du chiffre d'affaires (en millions d'euros)**

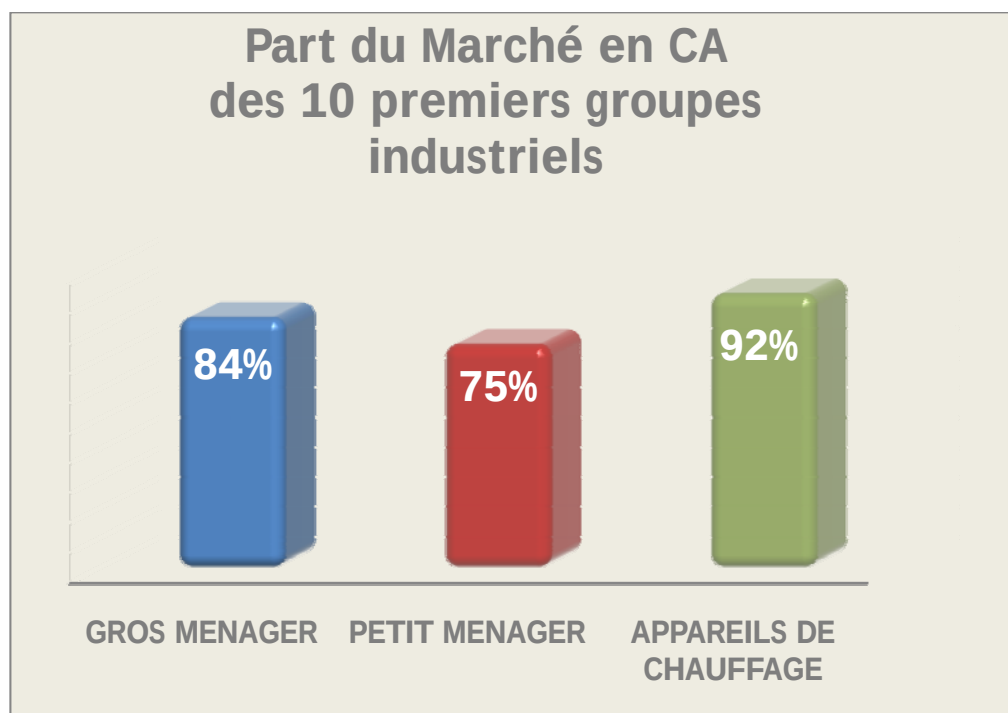


Le chiffre d'affaires des appareils ménagers s'élève à 4.7 milliards d'euros et est en léger retrait comparé à 2008 (-1.6%). Il s'agit du chiffre d'affaires des ventes hors taxe à la distribution. Si le petit électroménager enregistre une croissance de 0,3% le gros électroménager marque un recul de 2%

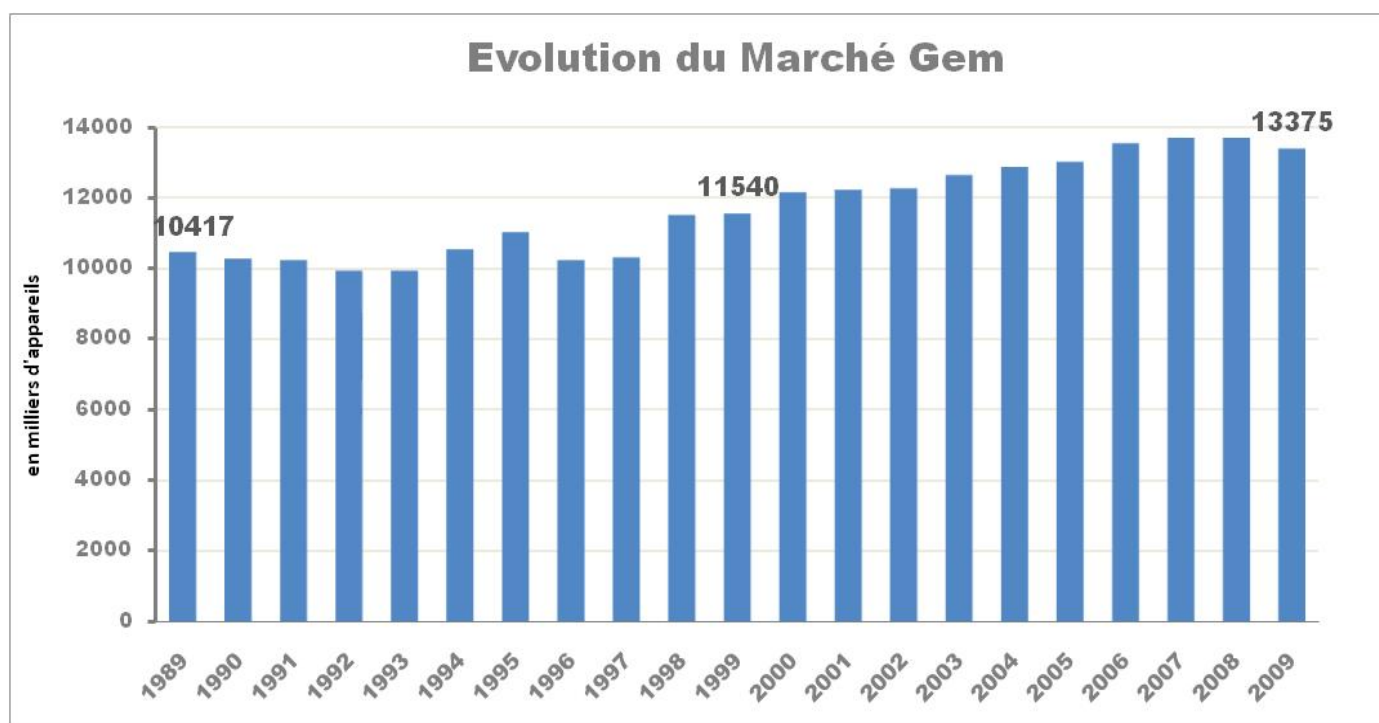
- **Répartition par marché en 2009 :**

- o Gros électroménager : 57%
- o Petit électroménager : 28%
- o Chauffage électrique / Chauffe-eau 15%

- **Concentration de l'offre**



LE MARCHE FRANÇAIS DES PRODUITS BLANCS



Après un premier semestre très négatif, le troisième trimestre a laissé entrevoir les prémices d'une sortie de crise, tendance confirmée par des ventes de fin d'année qui ont renoué avec la croissance.

Au final, en volume, le marché des produits blancs aura été en légère régression en 2009 avec 13.4 millions d'appareils, soit une baisse de 2.2% par rapport à 2008. En valeur, le chiffre d'affaires a perdu 2% par rapport à l'année précédente.

Dans cet ensemble, l'impact de la crise sur la vente de gros électroménager, lié à la baisse des transactions immobilières et à la chute de la construction de logements neufs, a affecté pour la première fois les ventes d'appareils encastrables, pénalisées par la baisse du marché de la cuisine équipée. Ceux-ci on atteint près de 4.2 millions de produits, alors que les ventes d'appareils pose libre s'élèvent en 2009 à environ 9.2 millions.

FROID

- **Marché français**

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Réfrigérateurs	2330	2280	2300	0,9 %
Congélateurs	730	700	720	2,9 %

*Source : GIFAM

Après 3 années de baisse consécutives, les ventes d'appareils de froid domestique sont en hausse en 2009 avec +1% pour le réfrigérateur et + 3% pour le congélateur.

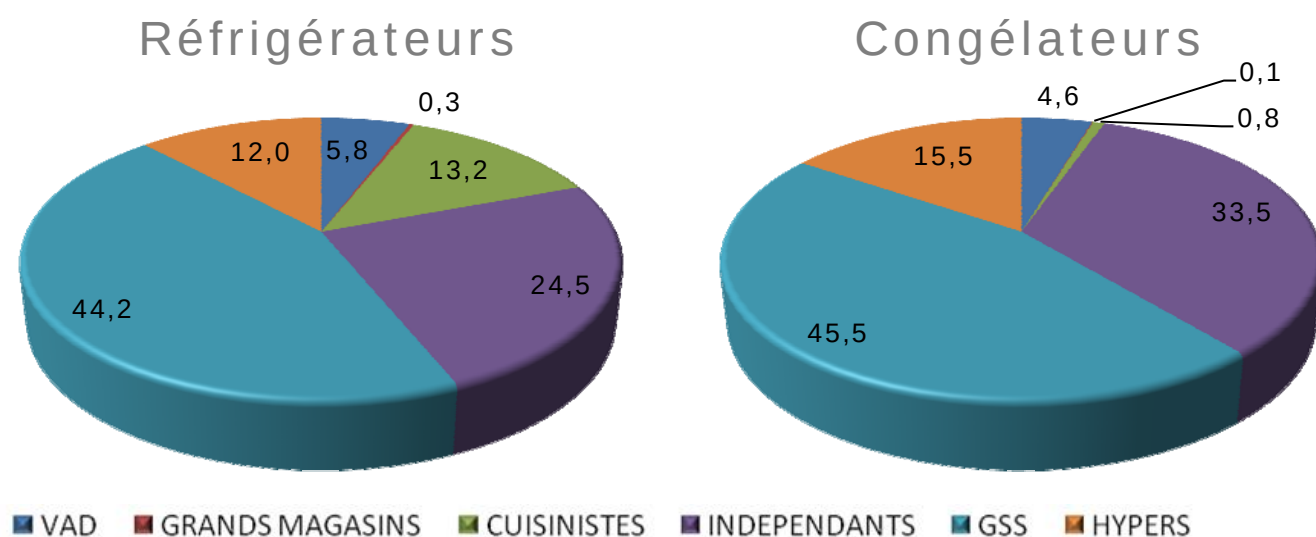
- **Tendances produits**

Le réfrigérateur en particulier en pose libre continue de séduire par sa modularité et son design de plus en plus étudié.

Le glissement des ventes vers les appareils les plus performants s'est encore accentué en 2009, avec une percée remarquée des appareils A+ + qui atteignent désormais 5% du marché des congélateurs avec une offre de gamme complète.

Les ventes d'appareils A+ s'établissent, quant à elles, à près de 40% du marché des réfrigérateurs, soit un doublement en deux ans, alors que celles des appareils A baissent régulièrement. La classe A+ est en passe de devenir ainsi le nouveau standard du marché, répondant à une préoccupation croissante des consommateurs pour l'environnement.

- **Circuits de distribution** - Source GfK -



- **Taux d'Equipement** - TNS Sofres -

FROID	en %
Réfrigérateurs	99,1
Réfrigérateurs 1 porte	44,2
Table-top	12,6
Réfrigérateurs / congélateurs 2 ou 3 portes	60,3
Réfrigérateurs américains	2,8
Réfrigérateurs intégrés	1,7
Congélateurs	61,6
Coffres	25,2
Armoires	31,8
Cave à vin	3,5

LAVAGE

- Marché français

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Lave linge	2490	2460	2400	-2,4 %
Sèche linge	690	660	600	-9,1 %
Lave vaisselle	1320	1380	1360	-1,4 %

*Source : GIFAM

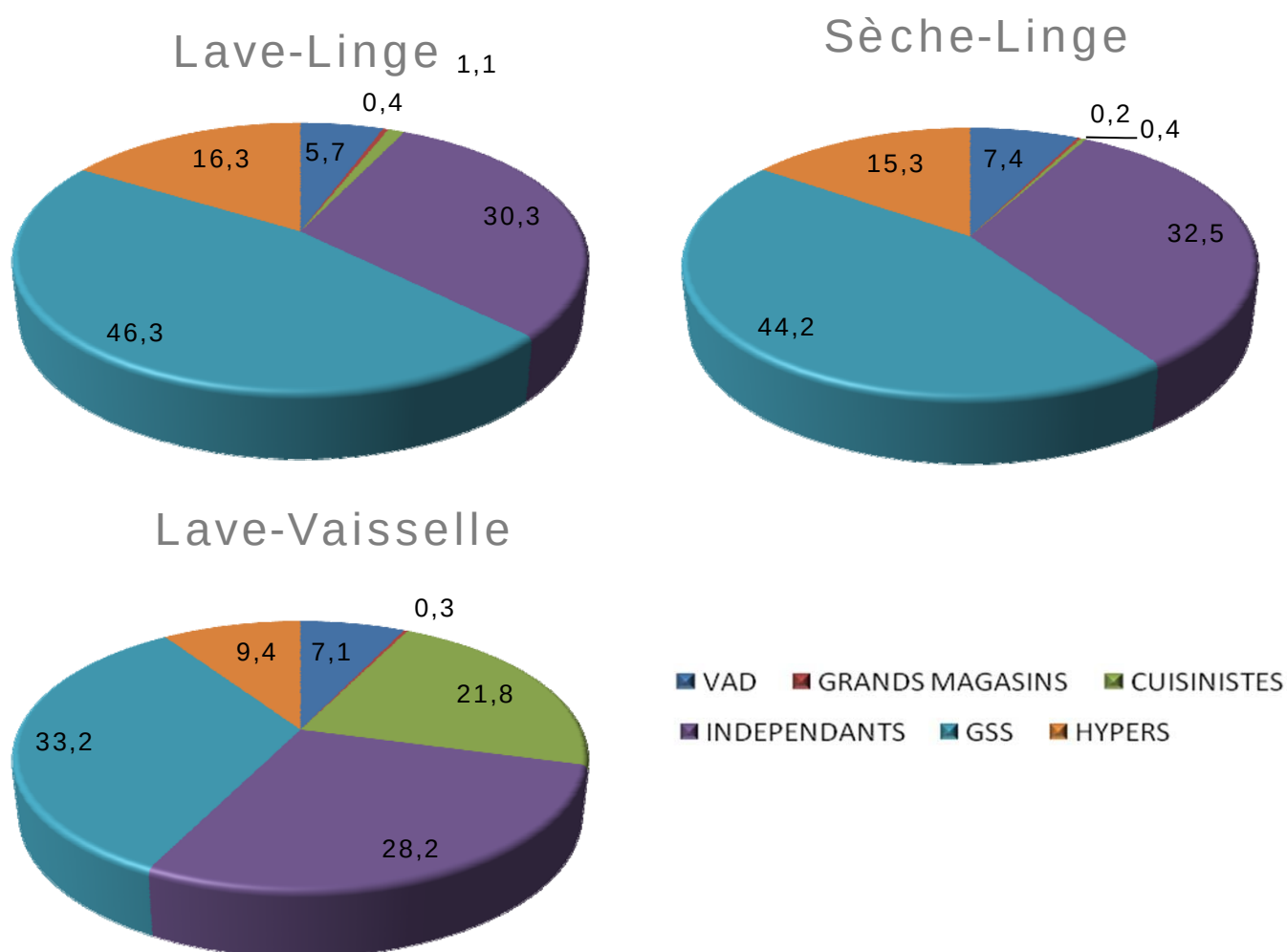
- Tendances produits

La performance environnementale est plébiscitée par le consommateur et les lave linge étiquetés A+ représentent désormais plus d'un tiers des ventes en volume. Ils consomment très peu d'électricité pour un cycle de lavage et très sobres en eau.

Les sèche-linge, qui pâtaient d'une mauvaise presse car relativement énergivores il y a 10 ans, n'ont plus à rougir de leur performance environnementale : la part des appareils B est passée de 20.5% en 2008 à 30.1% cette année, tandis que la classe A opère une percée grâce aux efforts de recherche développement menés ces dernières années (0.5 à 2.4% du marché de 2008 à 2009).

Le lave-vaisselle, pour sa part, est toujours fortement segmenté par son niveau sonore : certains appareils parviennent à un niveau sonore minime de 42 décibels.

• **Circuits de distribution** - Source GfK -



Taux d'Equipement - TNS Sofres -

LAVAGE	en %
Lave linge	95,3
Lavante-sèche	5,4
Lave linge top	53,2
Lave linge front	35,8
Charge inférieure à 5 kg	31,5
Charge de 5 à 7 kg	49,1
Charge supérieure à 7 kg	2,2
Sèche linge	32,1
Avec évacuation	17,7
A condensation	10,5
Lave vaisselle	53,7
Lave vaisselle encastré	27,4

CUISSON

- **Marché français**

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Cuisinières	740	730	660	-9,6 %
Fours à encastrer	870	890	860	-3,4 %
Tables de cuisson	1410	1440	1380	-4,2 %
Fours à micro-ondes	2045	2126	2145	0,9 %
Hottes aspirantes	1010	1010	960	-5,0 %

*Source : GIFAM

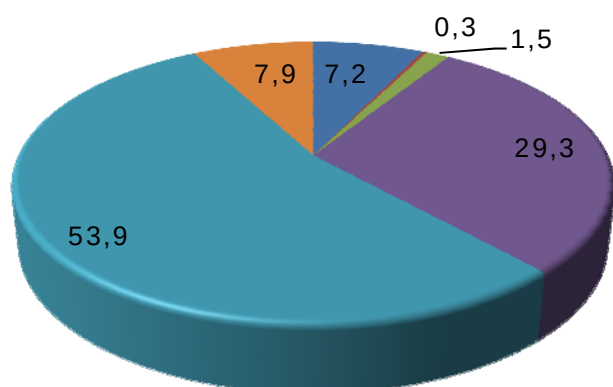
Le marché est en retrait sur l'ensemble des familles à l'exception du four à micro-ondes. La cuisson encastrable, locomotive de cet univers, a connu une année difficile, heureusement clôturée par un bon dernier trimestre.

- **Tendances produits**

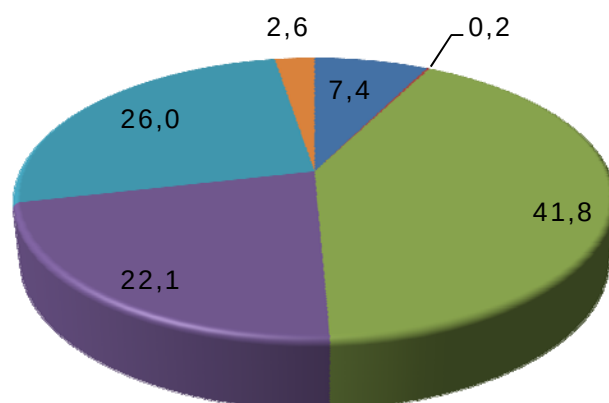
L'innovation est la carte maîtresse de ce marché avec des produits qui répondent aux attentes consommateurs : praticité, rapidité, économies d'énergie, pour des résultats de cuisson irréprochables. En témoigne le succès non démenti de l'induction qui représente désormais 40% des ventes de tables.

• **Circuits de distribution** - Source GfK -

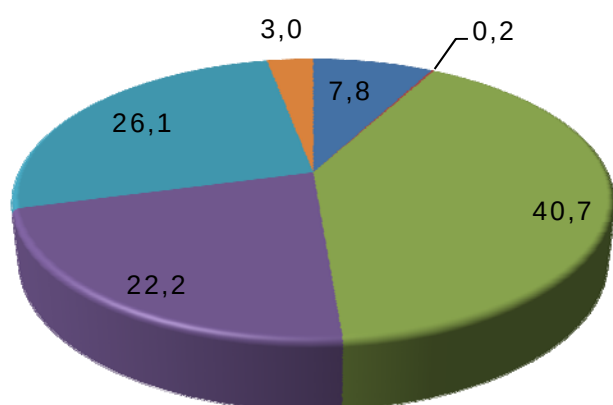
Cuisinières



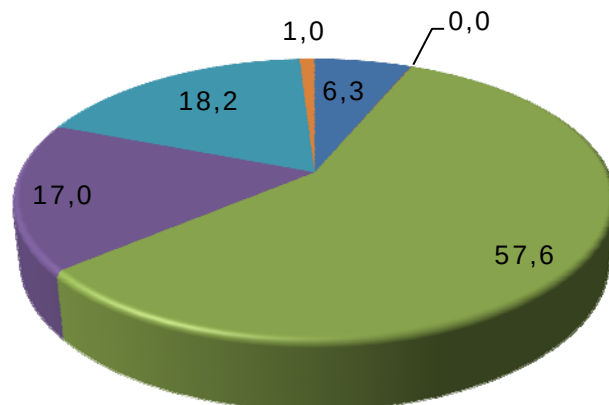
Tables



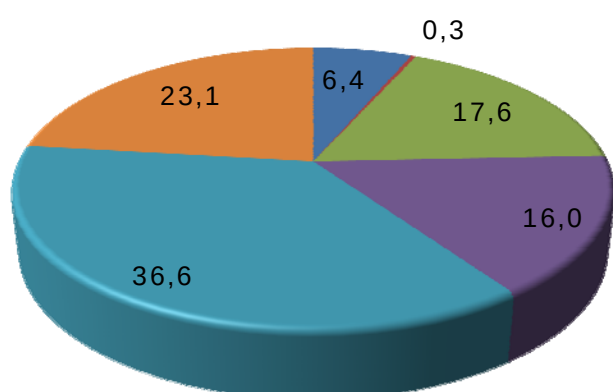
Fours



Hottes



Micro-ondes

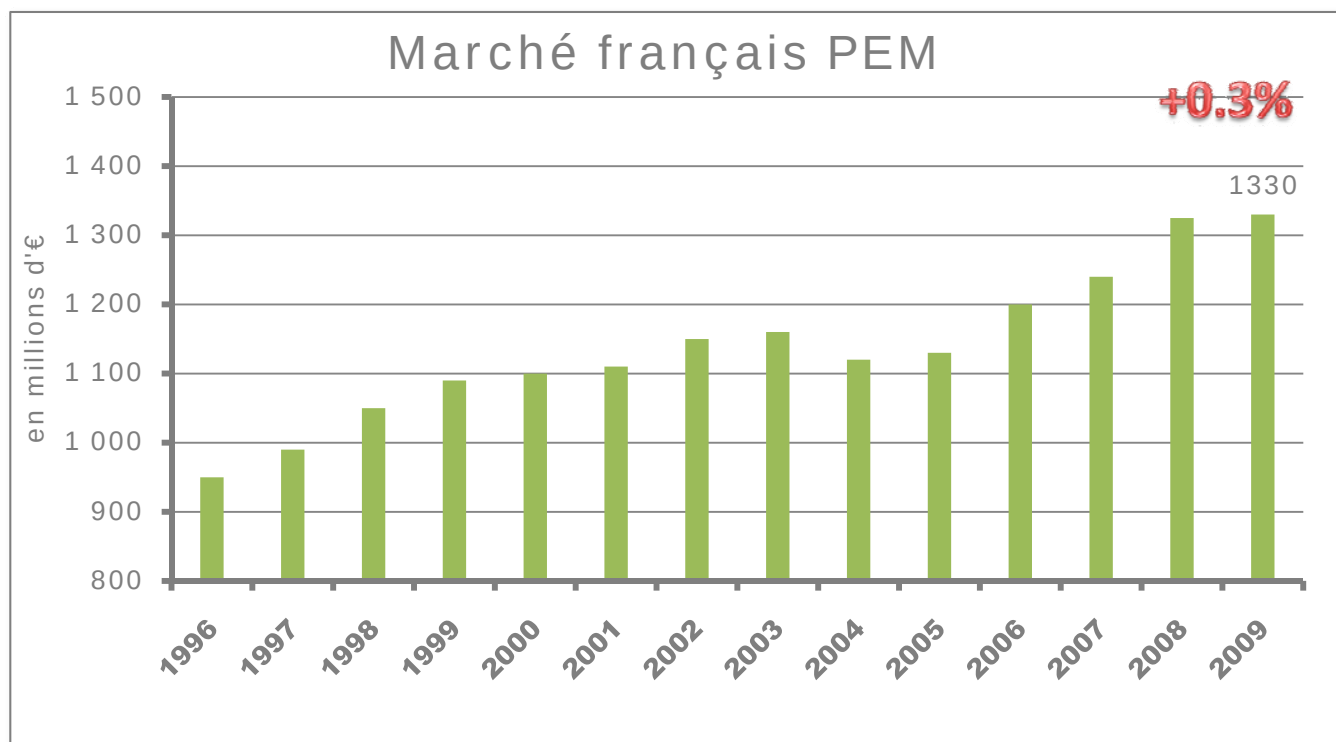


■ VAD
 ■ GRANDS MAGASINS
 ■ CUISINISTES
■ INDEPENDANTS
 ■ GSS
 ■ HYPERS

- **Taux d'Equipement** - TNS Sofres -

CUISSON	en %
Fours encastrés	45,7
Fours encastrés à pyrolyse	25,0
Four à chaleur multifonctions	22,1
Four à chaleur traditionnelle	20,4
Four vapeur	0,1
Hottes	57,5
Hottes casquettes ou visières	23,2
Hottes décoratives	13,3
Tables de cuisson	52,9
Tables émail ou inox	29,7
Tables verre ou vitrocéramique	19,1
Tables à induction	6,9
Cuisinières	46,1
Fours à micro ondes	84,9
Four à micro ondes encastré	6,1

LE PETIT ELECTROMENAGER



Après un début d'année difficile l'industrie du petit électroménager clôture l'année 2009 sur des résultats équilibrés par rapport à 2008 (+0.3%). La fin d'année a fortement contribué à ce redressement. En effet les mois de novembre et décembre qui à eux seuls représentent près de 25% du chiffre d'affaires annuel ont enregistré une croissance de 5.3%.

Les résultats peuvent cependant varier fortement en fonction des familles de produits.

CONFORT DE LA MAISON

- **Marché français**

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Aspirateurs	3286	3400	3400	=
Fers à vapeur	2105	2020	2020	=
Centrale vapeur	1260	1238	1337	8,0 %

*Source : GIFAM

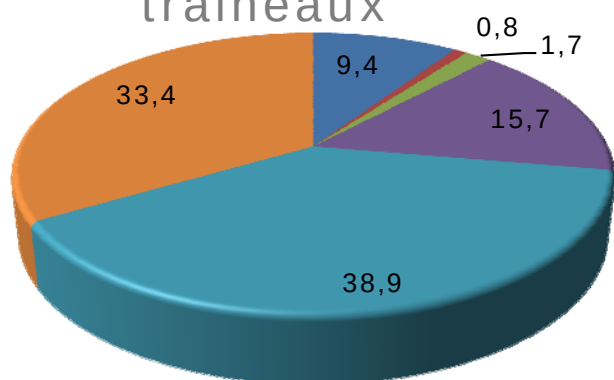
Le confort de la maison se caractérise par un taux d'équipement très élevé dans les foyers. Produits d'utilisation quotidienne les ventes sont essentiellement des achats de renouvellement et sont donc peu impactées par la situation économique.

Le marché des aspirateurs est globalement stable même si la part des aspirateurs sans sac est en régression cette année.

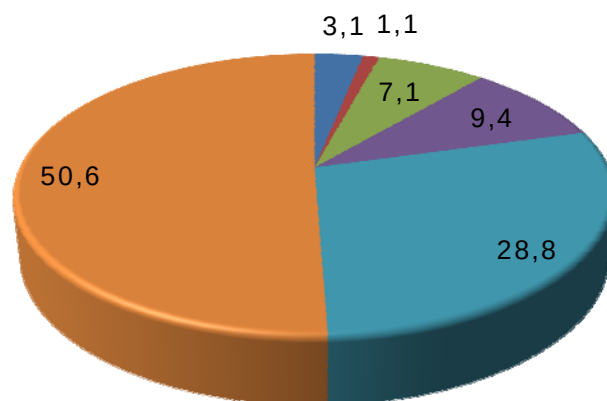
Stabilité également sur le marché du repassage où l'innovation est très forte tant sur le segment des fers vapeur que sur celui des centrales vapeur. Ce dernier segment est en progression. L'offre s'élargit et le produit devient plus accessible.

- **Circuits de distribution** - Source GfK -

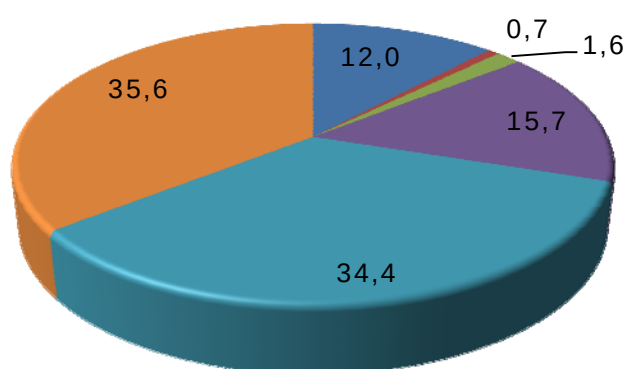
Aspirateurs
traîneaux



Fers Vapeur



Centrales Vapeur



■ VAD ■ Grands magasins ■ Supermarché
 ■ Petits spécialisés ■ GSS ■ Hypermarchés

- **Taux d'Equipement**

CONFORT DE LA MAISON		en %
Aspirateurs		91,0
	Traîneaux	76,1
	Traineaux sans sac	15,0
Repassage		90,6
	Fers vapeur	63,4
	Centrales vapeur	28,0

*Source : SOFRES - 2008

Préparation et Cuisson des aliments

- **Marché français**

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Robots culinaires	887	980	1147	17,0 %
Friteuses	1120	1288	1352	5,0 %
Machines à pain	910	929	558	-40.0 %

*Source : GIFAM

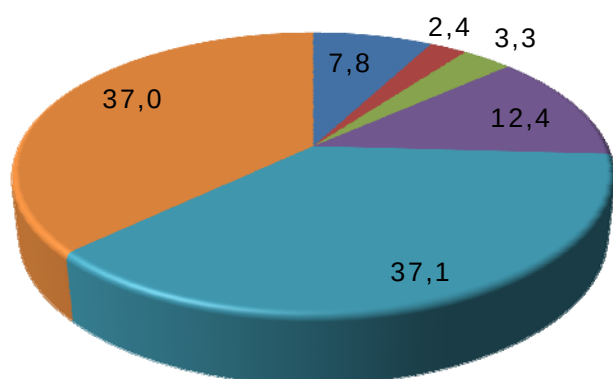
L'univers de la préparation culinaire connaît un essor très important depuis l'année 2007. De multiples facteurs contribuent à expliquer cette tendance consommateur du « Fait maison ». En cette période de crise économique les ménages ont tendance à passer plus de temps dans leur sphère familiale. La facilité d'utilisation des appareils favorise la préparation des repas : faire la cuisine devient un plaisir tout en permettant de manger mieux et moins cher. Les robots culinaires sont ainsi plébiscités par les consommateurs. Que ce soit pour la cuisine des jours de semaine ou pour la cuisine plus festive des jours de week-end ou des fêtes ils permettent la réalisation de repas simples et rapides tout comme celles de plats plus élaborés.

Les friteuses enregistrent également de bons résultats. Ce produit fait partie intégrante des habitudes alimentaires des Français. L'offre produit a su se diversifier et répondre aux attentes en équilibrant gourmandise et convivialité.

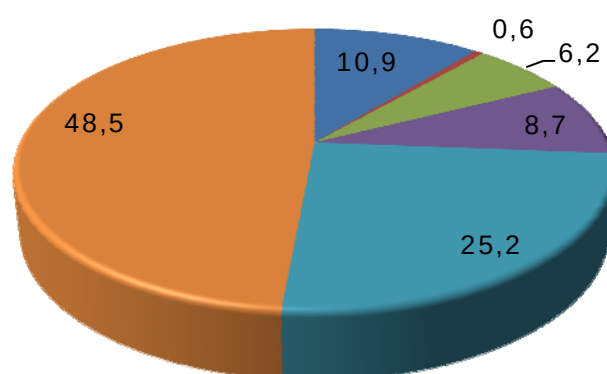
Les machines à pain qui enregistrent depuis plusieurs années des taux de croissance très élevée sont en recul cette année. Le taux d'équipement des ménages s'élève à 25% a été acquis en un temps record. L'âge moyen du parc ne permet plus pour le moment un renouvellement important. On note également un développement des ventes de produit d'entrée de gamme. Toutefois l'acquisition d'un produit de marque A reste une source de satisfaction pour les utilisateurs ou lors d'un achat cadeau.

- **Circuits de distribution** - Source GfK -

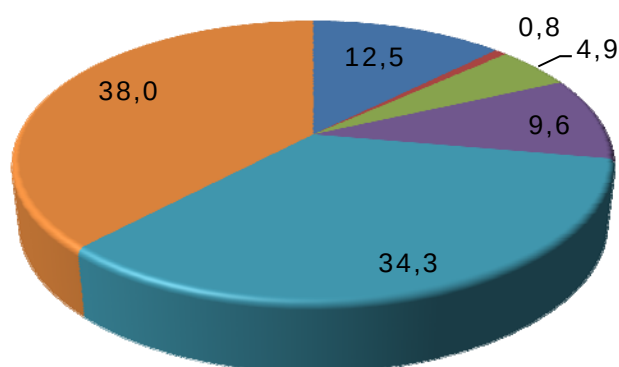
Robots culinaires



Friteuses



Machines à pain



■ VAD ■ Grands magasins ■ Supermarché
 ■ Petits spécialisés ■ GSS ■ Hypermarchés

- **Taux d'Equipement**

PREPARATION ET CUISSON DES ALIMENTS	en %
Mixeurs plongeurs	55,1
Batteurs	59,1
Robots multi fonctions	54,1
Blenders	11,8
Moulinettes / Mini-hachoirs	34,9
Friteuses	37,2
Cuiseurs vapeur	22,5
Machines à pain	24,4
Fours non encastrés	29,6
Grille viande / barbecues électriques	29,0

*Source : SOFRES – 2008

Petit déjeuner

- **Marché français**

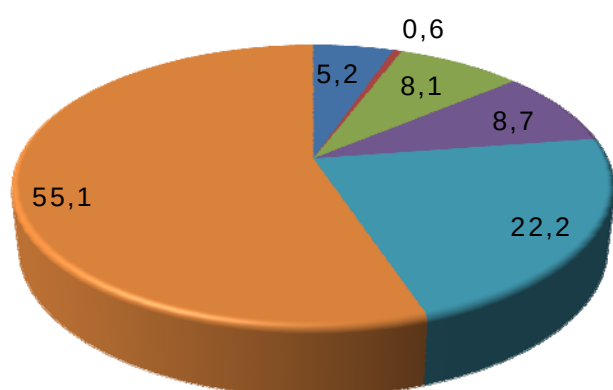
en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Cafetières filtres	4316	4316	4187	-3,0 %
Expresso	1160	1221	1258	3,0 %
Bouilloires	1553	1624	1575	-3,0 %
Grille-pain	1691	1674	1741	4,0 %

*Source : GIFAM

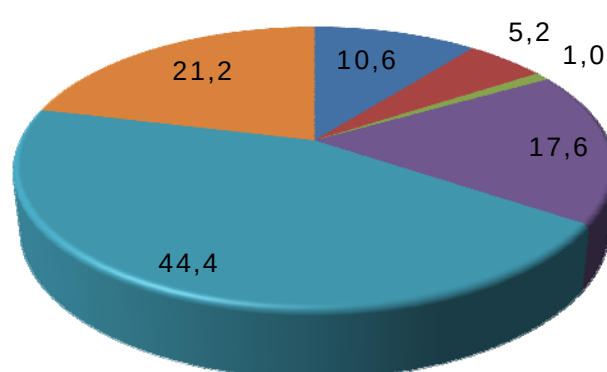
Les résultats de la famille du petit déjeuner restent stables sur l'année écoulée. Il s'agit majoritairement d'un marché de renouvellement. Les consommateurs sont avant tout sensibles à la simplicité d'utilisation des appareils et à leur harmonie dans la cuisine. Ils privilégient les innovations liées au design, aux couleurs, aux petites contenances et aux améliorations techniques.

- **Circuits de distribution** - Source GfK -

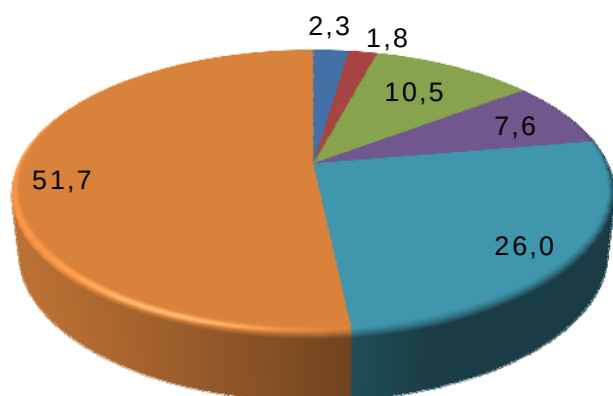
Cafetières Filtres



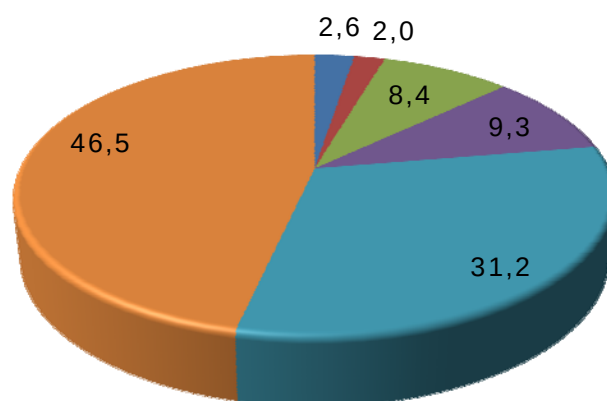
Expresso



Bouilloires



Grille-Pain



■ VAD ■ Grands magasins ■ Supermarché
■ Petits spécialisés ■ GSS ■ Hypermarchés

- **Taux d'Equipement**

PETIT DEJEUNER	en %
Cafetières électriques, Expresso et combiné	83,7
dont Cafetières électriques filtres	59,2
dont cafetières classiques	51,6
dont appareils multi boissons	23,4
dont Expresso et combinés	13,9
Bouilloires	45,4
Presse-agrumes / centrifugeuses	23,3
Grille pain	73,0

*Source : SOFRES – 2008

Hygiène - Beauté –Santé

- **Marché français**

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Appareils de coiffure	3900	4140	3726	-10,0 %
Tondeuses à cheveux	1668	1684	1772	5,2 %
Rasoirs pour hommes	1358	1345	1313	-2,4 %
Épilateurs	1060	954	859	-10,0 %

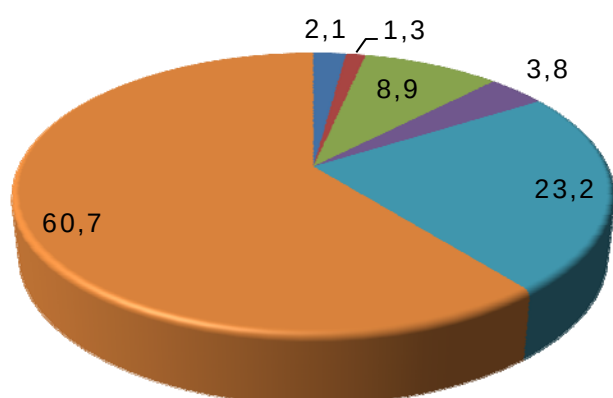
*Source : GIFAM

La catégorie du soin masculin électrique est portée par la croissance des tondeuses à cheveux, à barbe ou pour le corps. Les hommes sont de plus en plus enclins à prendre soin de leur apparence et ces produits répondent à cette attente. Le faible taux d'équipement à ce jour est riche en potentiel.

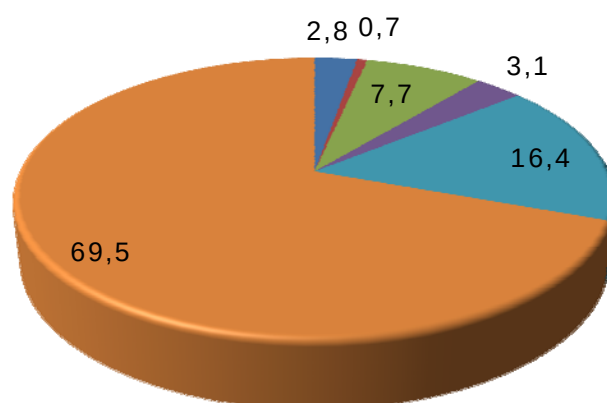
Des marchés plus matures comme les épilateurs et les rasoirs pour hommes souffrent plus des impacts de la crise économique.

- **Circuits de distribution** - Source GfK -

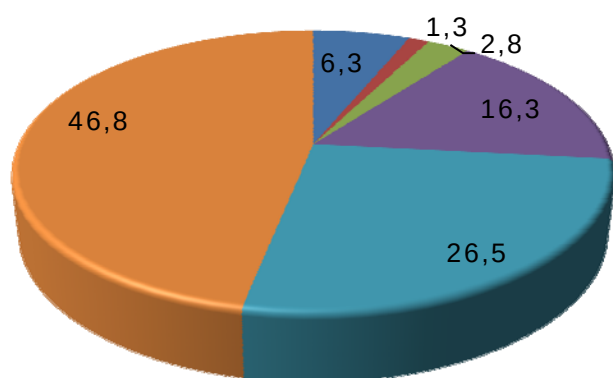
Seche-Cheveux



Brosses Coiffantes



Rasoirs Hommes



■ VAD ■ Grands magasins ■ Supermarché
 ■ Petits spécialisés ■ GSS ■ Hypermarchés

- **Taux d'Equipement**

HYGIENE BEAUTE SANTE	en %
Tondeuses électriques	25,5
Dont tondeuses à barbe et de finition	3,8
Rasoirs hommes	27,4
Appareils d'épilation féminine	28,0
Appareils de bien être	5,4
Appareils de coiffure	72,4
Brosses à dents électriques / hydropulseurs	17,5

*Source : SOFRES - 2008

Les appareils de chauffage de l'eau et des locaux

• Marché français

en milliers d'appareils	2007	2008	2009	2009/2008
Chauffe-eau électriques	1605	1670	1590	-5 %
Chauffage électrique fixe par émetteurs	4200	4150	3700	-10 %

*Source : GIFAM

Le marché français a accusé une baisse en 2009 (-5 % en chauffe eau, -10% en chauffage), en raison de la baisse importante de la construction neuve. En chauffage, cette tendance s'est traduite par une chute des convecteurs, alors que les émetteurs rayonnants et radiateurs, ainsi que les appareils de salle de bain, représentent une part croissante des ventes. Le marché de la rénovation continue de se développer.

• Tendances produits

Le chauffage électrique évolue considérablement sous l'influence des réglementations environnementales exigeant des diminutions de consommation d'énergie, vers des appareils de plus en plus intelligents.

L'émetteur haut de gamme est capable aujourd'hui :

- de détecter automatiquement l'ouverture et la fermeture des fenêtres,
- de détecter la présence ou l'absence de personnes dans la pièce,
- de modifier la programmation enregistrée, si la détection analyse que les conditions ne sont pas conformes à celle-ci (exemple : programmation pour chauffer, alors que le détecteur analyse l'absence prolongée de quelqu'un dans la pièce)

- le radiateur de demain sera également doté d'un indicateur de la consommation.

En ce qui concerne le chauffe-eau électrique:

- la part des chauffe-eau a accumulation NF catégorie C, les plus performants, est prépondérante.
- la gestion automatisée fait son apparition pour un chauffe-eau lui aussi « intelligent » : en fonction des rythmes d'usage du foyer, qu'il « mémorise », il est capable d'adapter sa fourniture d'eau chaude pour la satisfaction des besoins au bon moment, sans chauffer en excédent.
- le chauffe eau thermodynamique a confirmé sa percée. Il bénéficie depuis 2009 d'une certification marque NF décernée par le LCIE, d'une reconnaissance actée dans la réglementation thermique, et d'un crédit d'impôt au titre des économies d'énergie depuis janvier 2010, s'élevant à 40% du coût de l'équipement.



39 Avenue d'Iéna
75783 Paris Cedex 16
Tél : 01 53 23 06 53
www.gifam.fr