

Communiqué de presse

Le marché des biens d'équipement de la maison progresse de 2,3% en Europe de l'Ouest

Indice GfK TEMAX Europe de l'Ouest, deuxième trimestre 2015.

Le 17 septembre 2015

Raphaël Couderc
T +33 (0)1 74 18 61 57
raphael.couderc@gfk.com

Suresnes, le 17 septembre 2015. Au deuxième trimestre 2015 en Europe de l'Ouest, le marché des biens d'équipement de la maison enregistre une croissance valeur de +2,3%, soit un chiffre d'affaires de 46,2 milliards d'euros. Comme observé par l'Institut GfK dans l'Hexagone, les foyers de croissance se trouvent au sein des télécommunications, de l'électroménager et de l'ensemble Bureautique et Consommables. En ce qui concerne les différents pays, le développement des ventes a été largement positif, à l'exception des plus gros marchés – France, Allemagne et le Royaume-Uni, qui font face à une érosion de leur chiffre d'affaires

Au deuxième trimestre, l'activité est soutenue par 4 secteurs en croissance : les Télécommunications, qui progressent toujours aussi significativement (+15,2%), la Bureautique et Consommables (+0,8%), le petit et le gros électroménager avec respectivement +8,9% et +6% sur la période. Parmi les autres secteurs, l'Electronique Grand Public enregistre une forte baisse de 12,5%, la micro-informatique recule de 2,2% et la valeur de la Photo est toujours en retrait avec -7,1% au deuxième trimestre 2015

En dépit de la situation macro-économique instable, le marché des biens d'équipement de la maison en Europe de l'Ouest a généré un résultat positif au deuxième trimestre 2015. Sur cette période, la crise grecque a lourdement pesé sur le moral des consommateurs européens, avec par voie de conséquence, la stagnation ou la révision à la baisse des anticipations économiques dans de nombreux pays.

GfK
40 rue Pasteur
CS 30 007
92 156 Suresnes
France

T +33 01 74 18 60 00
F +33 01 74 18 72 33
fr@gfk.com
www.gfk.com/fr

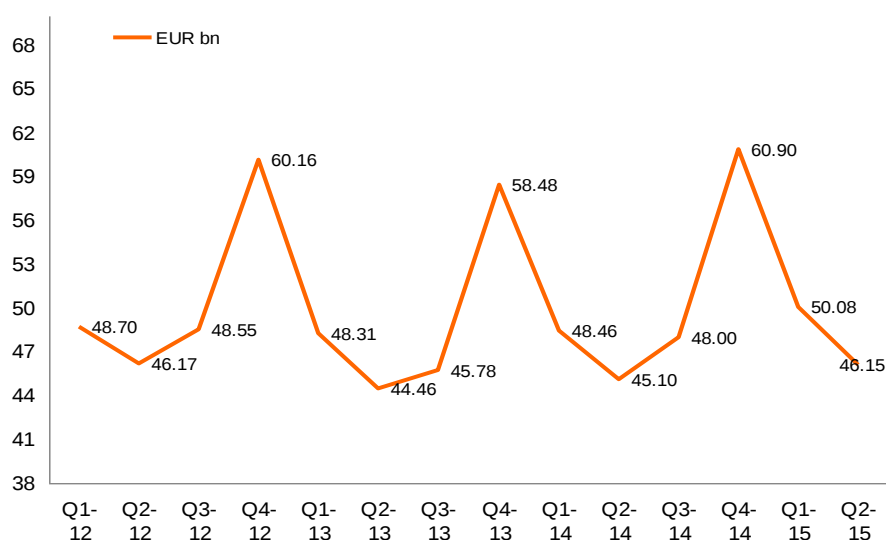
Management Board GfK SE
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausrucking
Debra A. Pruent

Supervisory Board Chairman:
Dr. Arno Mahler
RCS Nanterre B 702 004 235
SIRET 702 004 235 00041

Au travers de son étude internationale sur le climat de confiance des consommateurs réalisée pour la Commission européenne, tout laisse à penser que le moral des européens risque de se détériorer davantage au cours de l'année. Cela vaut, en particulier, pour des pays comme l'Allemagne, l'Italie, la France et l'Espagne, qui supportent une part importante de la dette grecque ou sont également aux prises avec une conjoncture économique difficile.

Les anticipations de revenu ainsi que la disposition à acheter varient selon les différents pays. Les influences propres à chaque pays au deuxième trimestre étaient plus fortes que les effets éventuels de la sortie de la Grèce de l'Union monétaire européenne. Néanmoins, l'indicateur GfK Consumer Climate UE28 a augmenté de 1 point globalement depuis le mois de mars, pour atteindre 10,8 points au deuxième trimestre 2015.

Chiffre d'affaires des biens d'équipement de la maison en Europe de l'Ouest



Source: GfK TEMAX® Western Europe, GfK

Tableau résumé

	Q3 2014	Q4 2014	Q1 2015	Q2 2015	Q2 15 /Q2 14	Q1-2 2015	Q1-2 15 /Q1-2 14
	M.EUR	M.EUR	M.EUR	M.EUR	+/-%	M.EUR	+/-%
Consumer Electronics (CE)	6,748	9,771	7,219	5,858	-12.5%	13,076	-7.6%
Photography (PH)	1,463	1,616	1,277	1,377	-7.1%	2,655	-8.6%
Major Domestic Appliances (MDA)	8,011	8,444	8,003	7,620	6.0%	15,623	5.7%
Small Domestic Appliances (SDA)	3,357	4,652	3,802	3,441	8.9%	7,243	9.3%
Information Technology (IT)	13,048	16,748	13,434	12,033	-2.2%	25,467	-2.4%
Telecommunication (TC)	11,180	14,893	11,804	11,483	15.2%	23,287	15.6%
Office Equipment & Consumables (OE)	4,190	4,775	4,538	4,343	0.8%	8,880	-0.1%
GfK TEMAX® Western Europe	47,996	60,898	50,076	46,154	2.3%	96,230	2.8%

Source: GfK TEMAX® France, GfK

Note: La valorisation du marché des Télécom mobiles (Mobiles & Smartphones) est exprimée hors subvention.

N'hésitez pas à nous contacter pour tout complément d'information **comme pour l'organisation d'un entretien téléphonique avec un consultant GfK.**

A propos de l'étude GfK TEMAX® Europe de l'Ouest

GfK TEMAX® Western Europe est un indice exclusif développé par GfK Consumer Choices qui mesure les ventes portant sur les marchés des biens d'équipement de la maison en BtoC (et en BtoB pour la micro-informatique la bureautique et consommables). Le rapport GfK TEMAX® est publié au niveau international. Les conclusions sont basées sur la consolidation des résultats mensuels et hebdomadaires des panels distributeurs de GfK Consumer Choices. Le panel intègre les données de ventes à la référence de plus de 425 000 magasins à travers le monde. GfK TEMAX® Western Europe restitue les ventes dans 15 pays : Autriche, Belgique, Danemark, Allemagne, Espagne, Finlande, France, Grèce, Italie, Pay-Bas, Portugal, Suède, Royaume-Uni, Norvège, Suisse. La valorisation du marché des Télécom mobiles (Mobiles & Smartphones) est exprimée hors subvention.

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur www.twitter.com/GfK

Contact Presse :

GfK
40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France
Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com

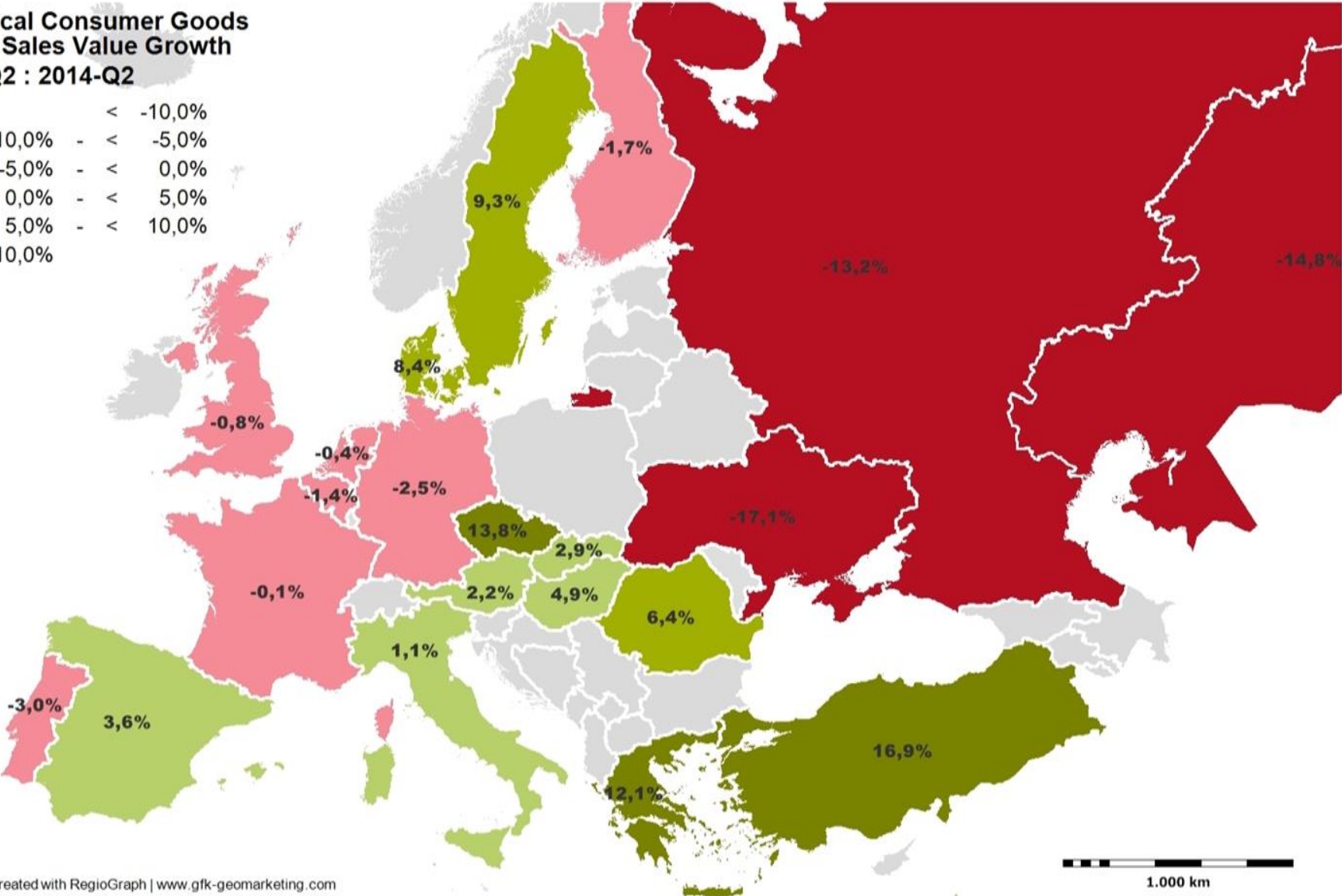
TEMAX: TECHNICAL MARKET INDEX

MAP SUMMARY – TECHNICAL CONSUMER GOODS TOTAL

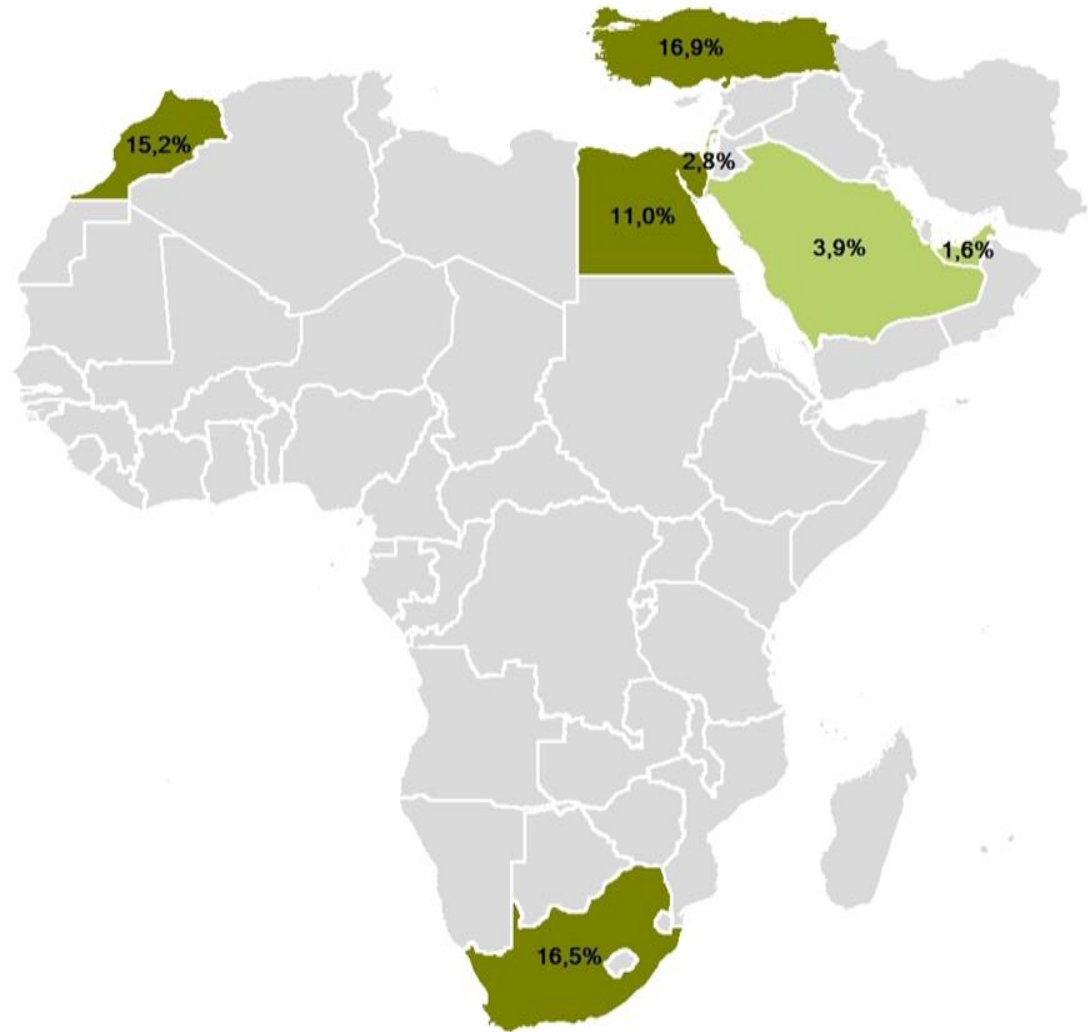
Q2-2015

Quarter to quarter comparison

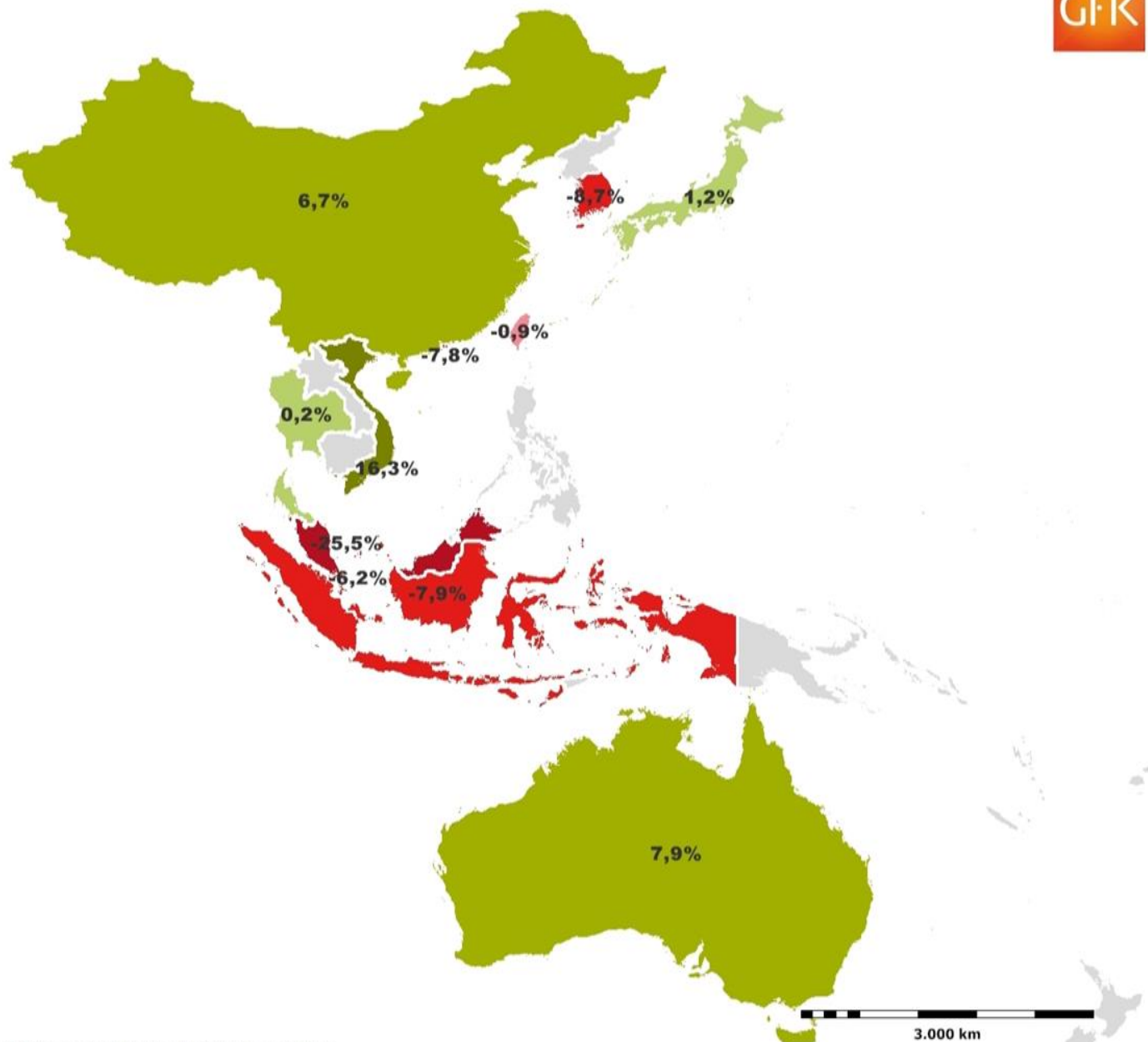
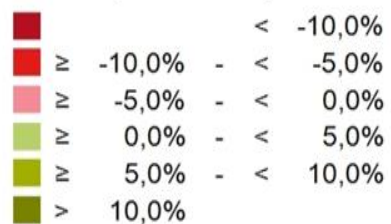
Technical Consumer Goods
Total - Sales Value Growth
2015-Q2 : 2014-Q2



Technical Consumer Goods Total - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



Technical Consumer Goods Total - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



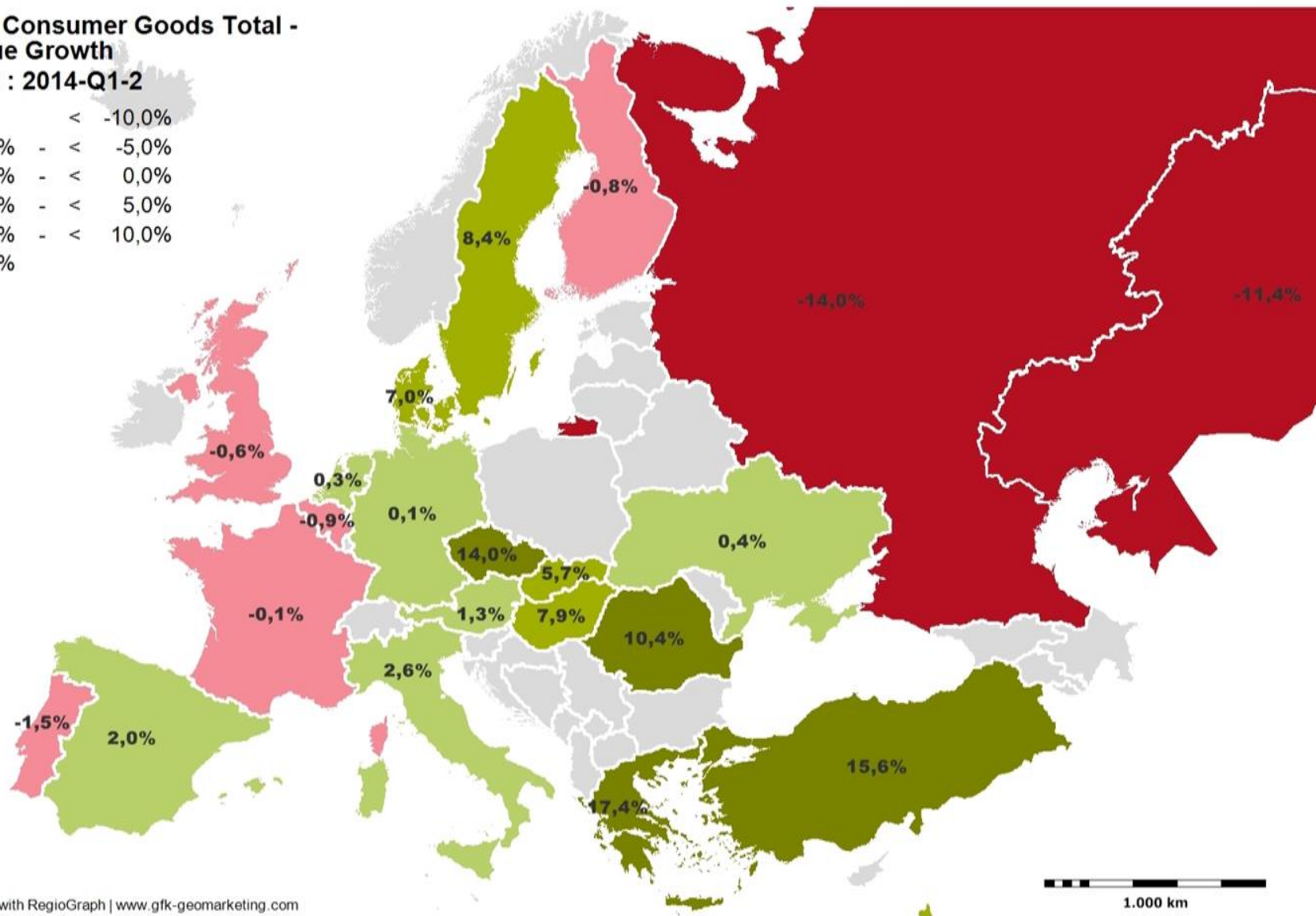
Technical Consumer Goods
Total - Sales Value Growth
2015-Q2 : 2014-Q2



1.000 km

Year-to-date comparison

	<	-10,0%	-	<	-10,0%
	≥	-10,0%	-	<	-5,0%
	≥	-5,0%	-	<	0,0%
	≥	0,0%	-	<	5,0%
	≥	5,0%	-	<	10,0%
	>	10,0%			

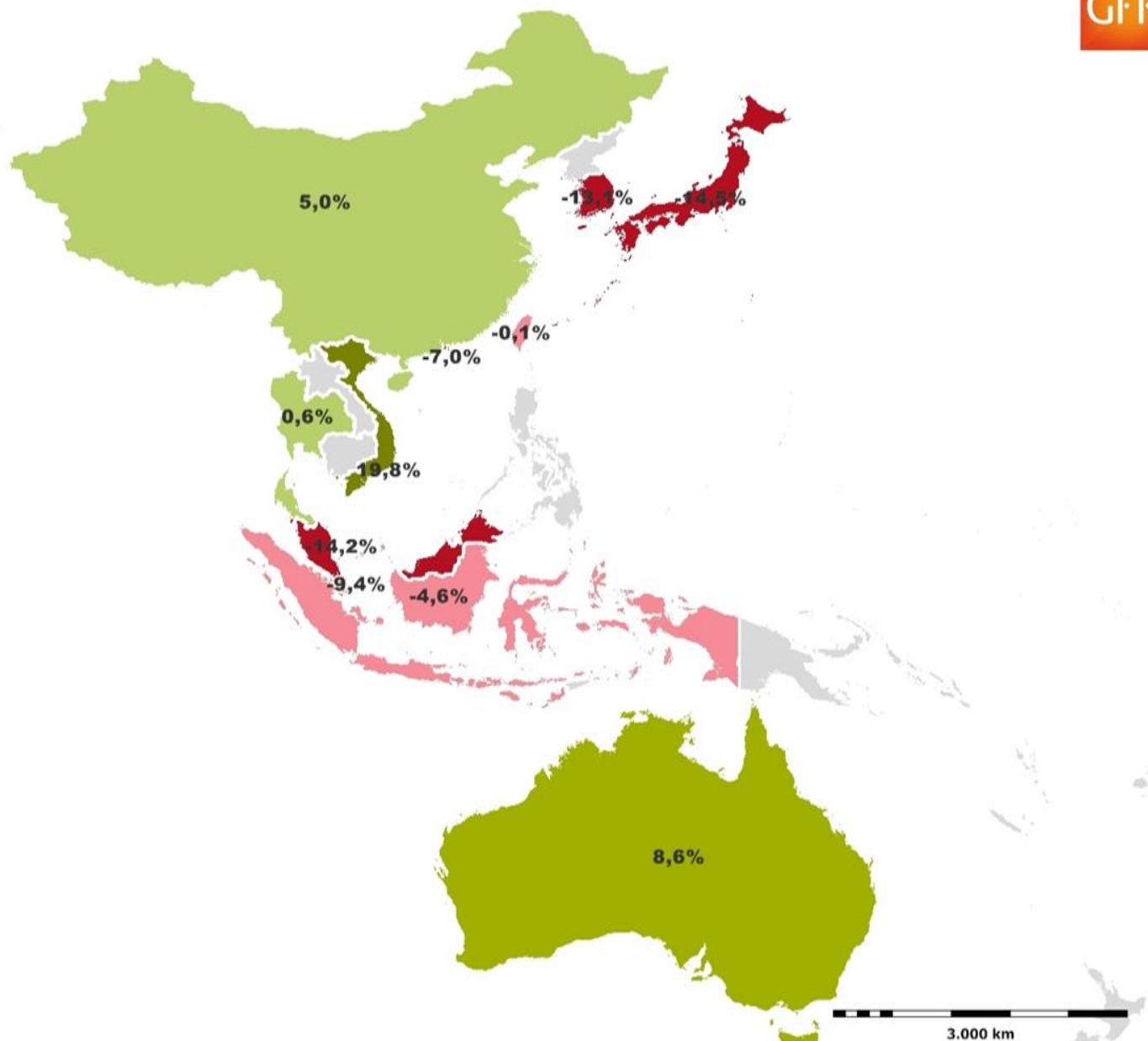


Technical Consumer Goods Total - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Technical Consumer Goods Total - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Technical Consumer Goods Total -
Sales Value Growth
2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



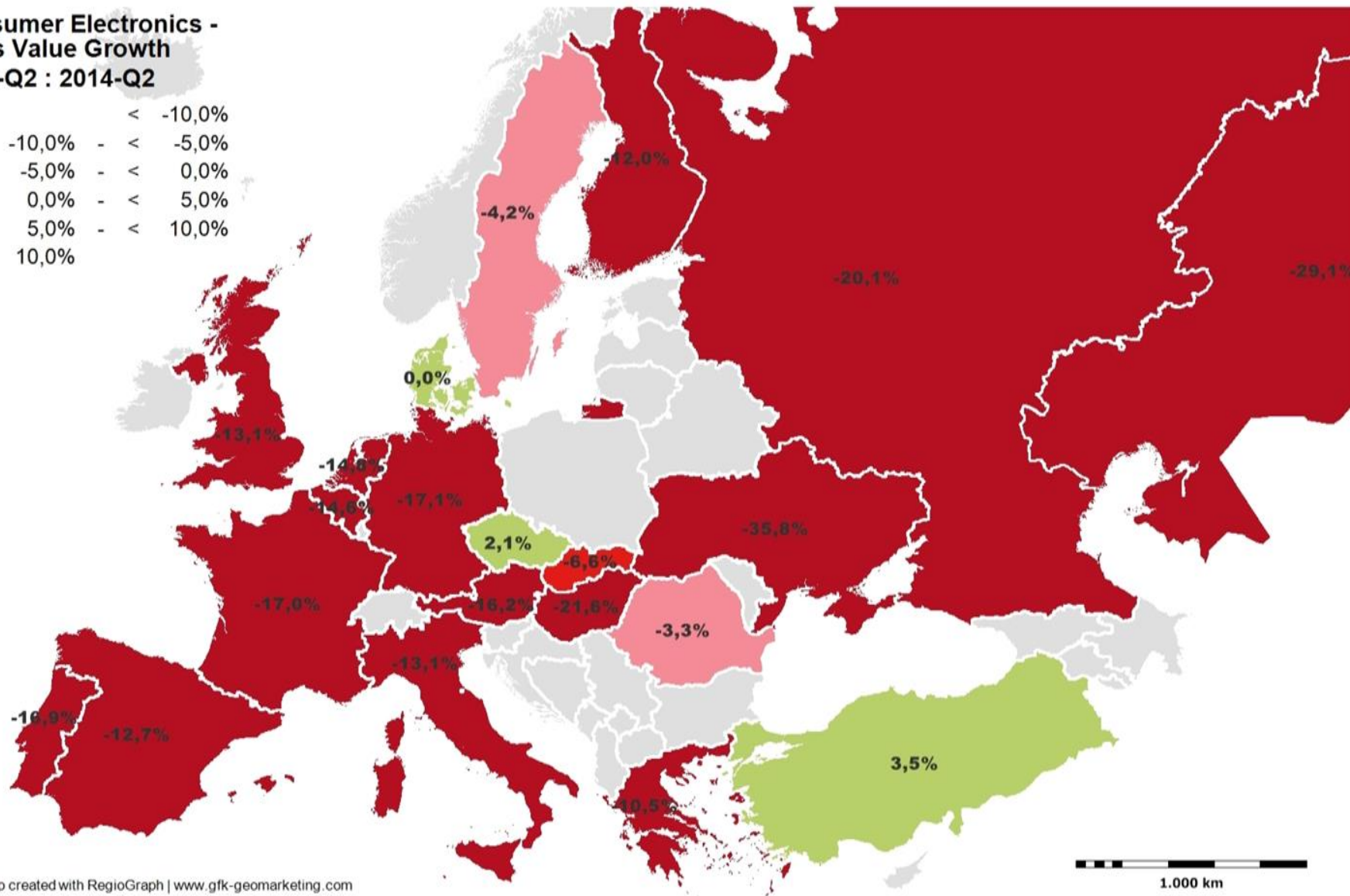
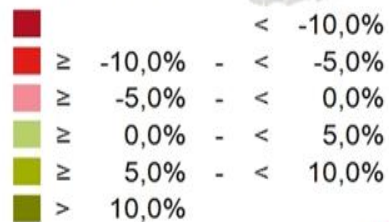
1.000 km

TEMAX: TECHNICAL MARKET INDEX MAP SUMMARY SECTORAL OVERVIEWS

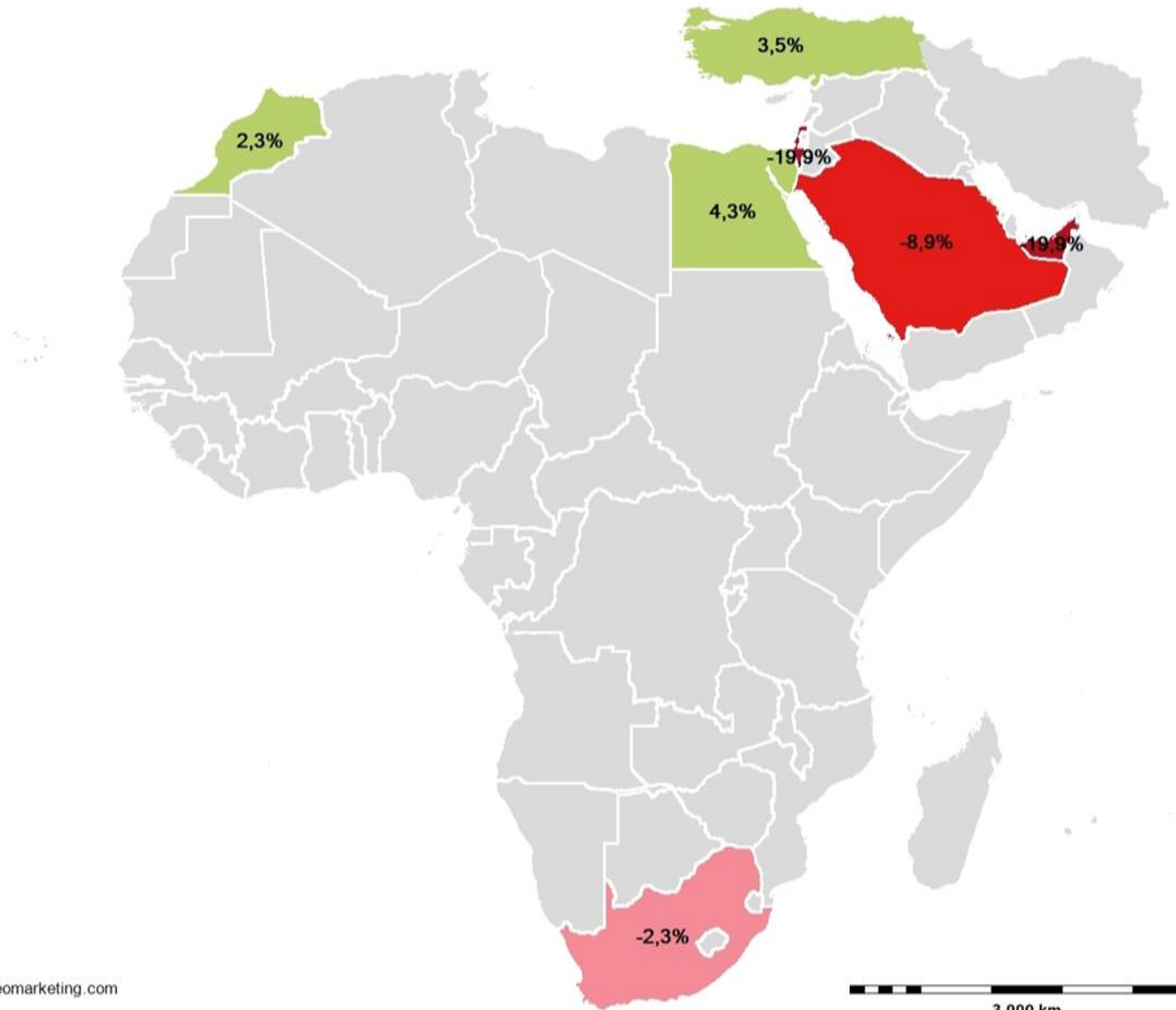
Q2-2015

Quarter to quarter comparison Consumer Electronics

Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



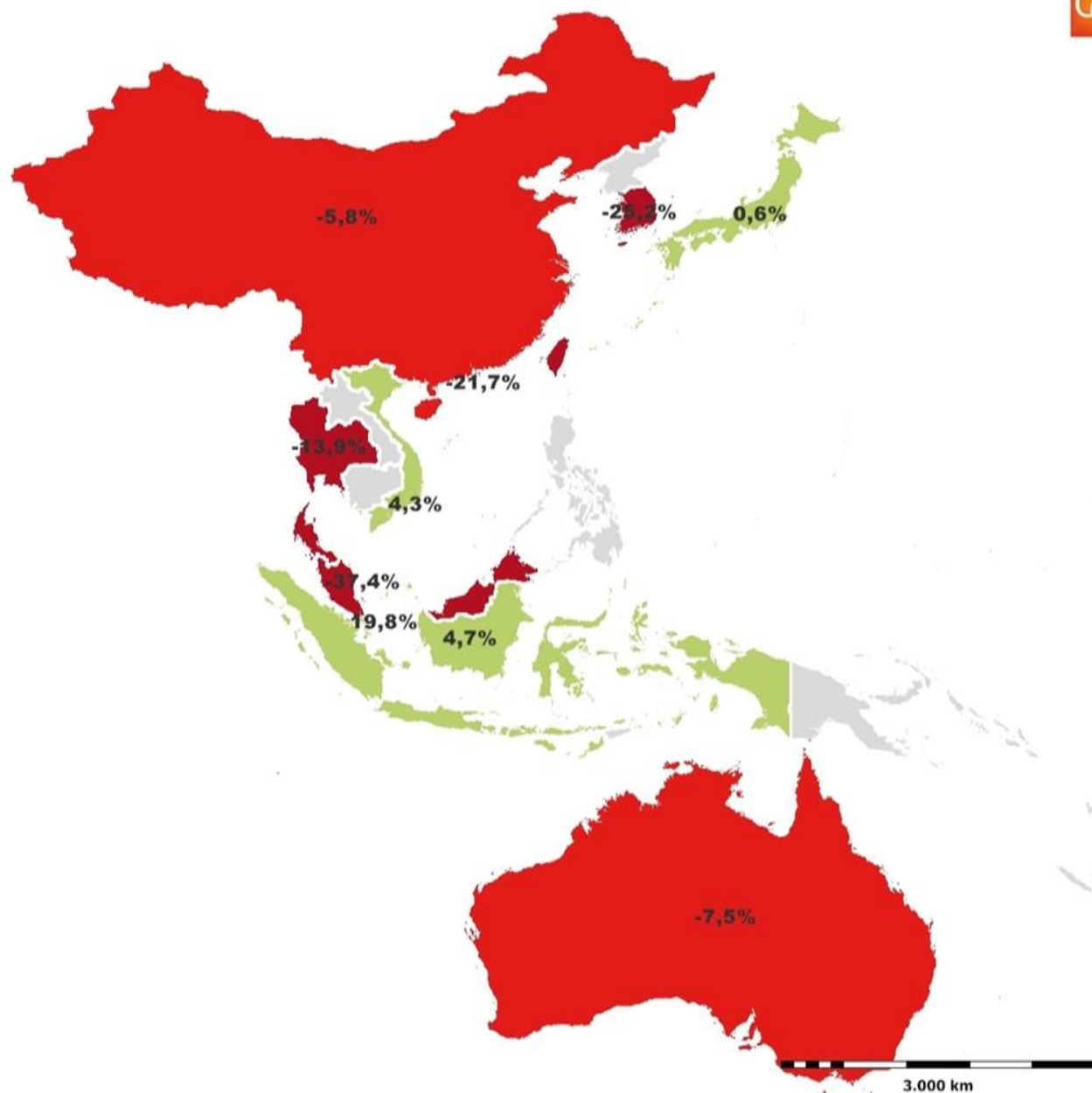
Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



GfK TEMAX

Asia Pacific

Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



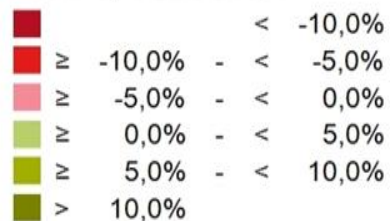
© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.cc

GfK TEMAX

South America



Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

Quarter to quarter comparison Photo

Photo - Sales Value Growth
2015-Q2 : 2014-Q2

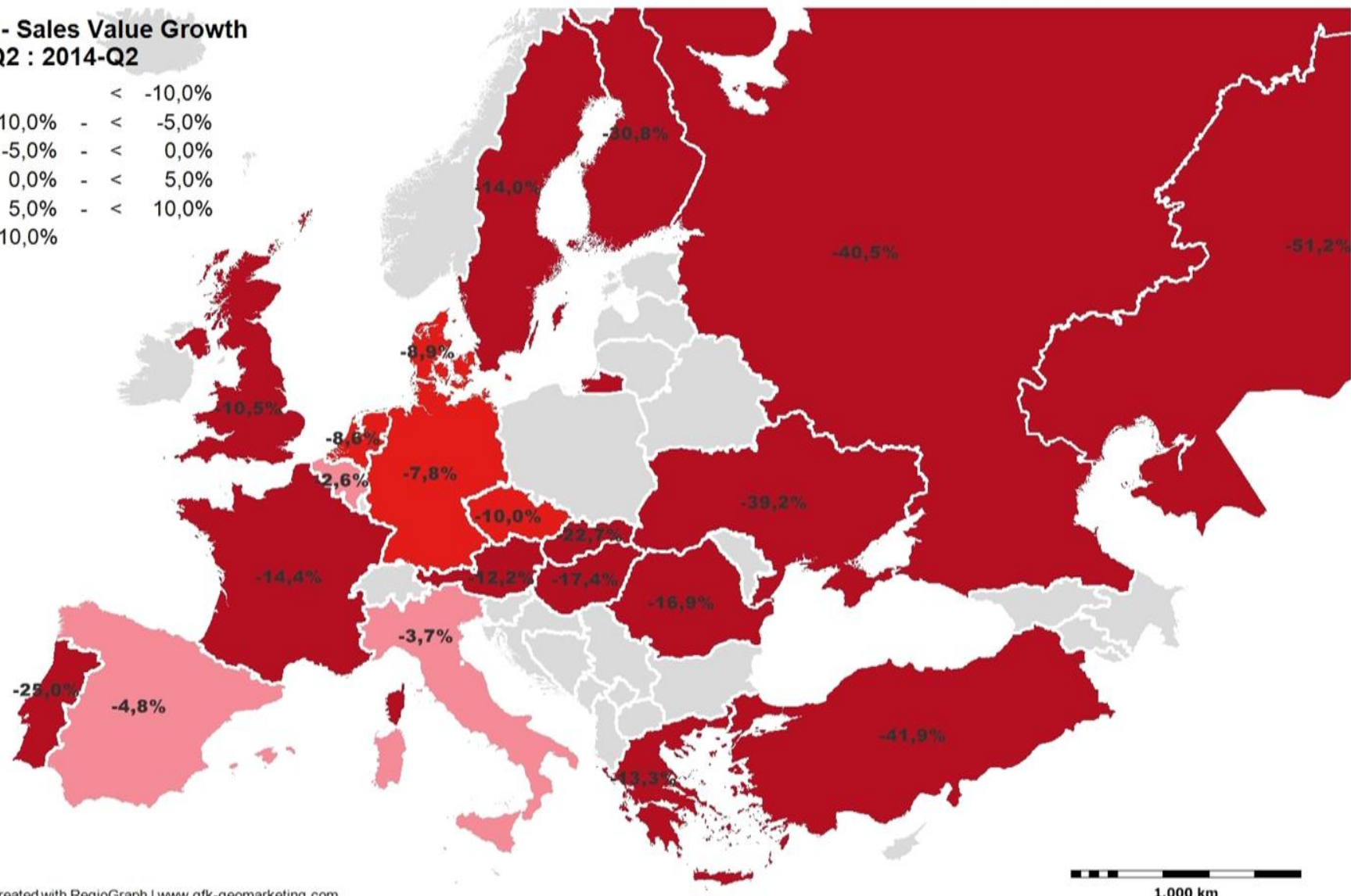
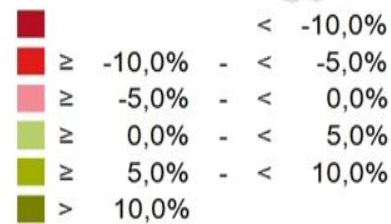


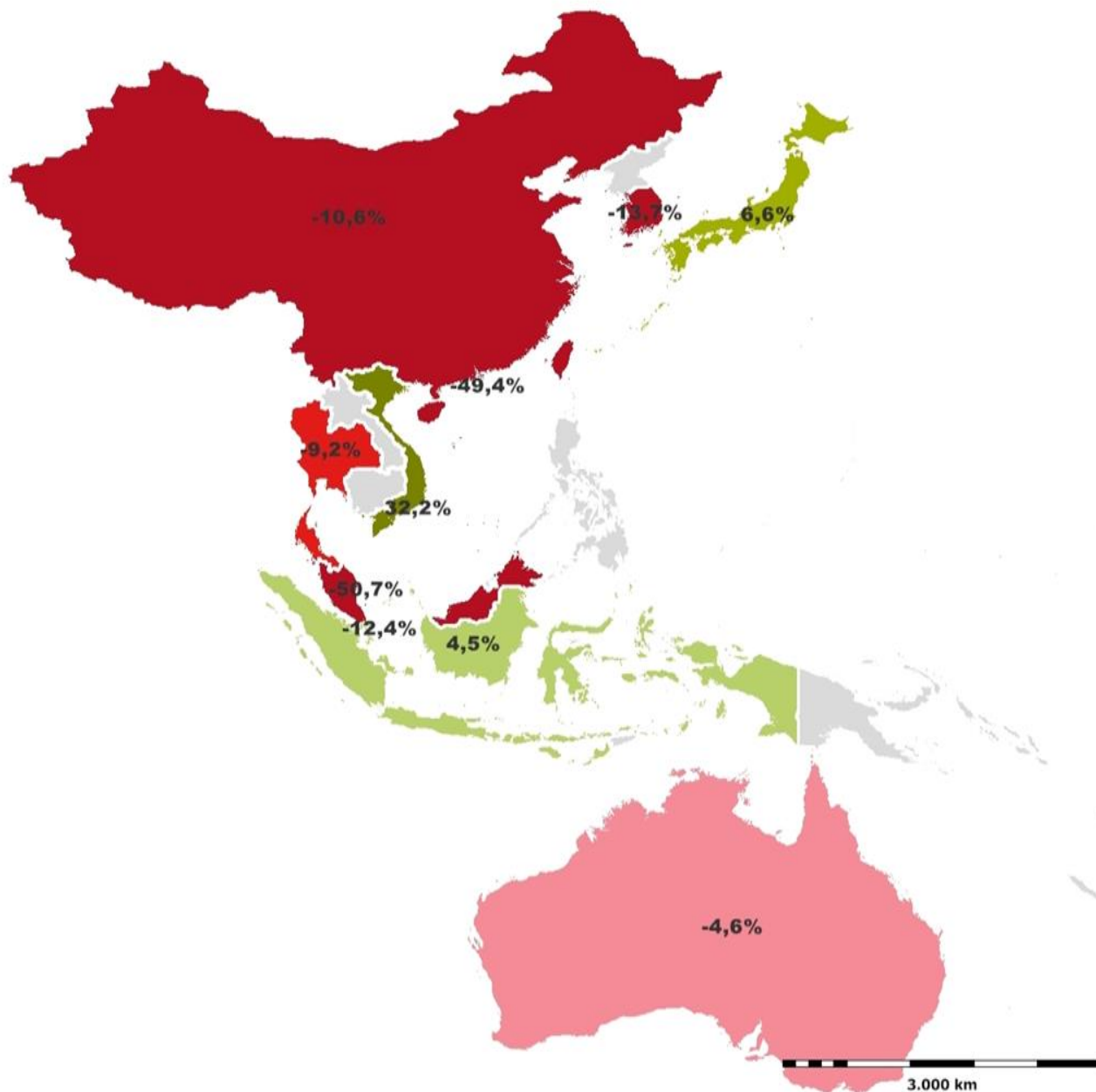
Photo - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



GfK TEMAX

Asia Pacific

Photo - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.cc

GfK TEMAX

South America



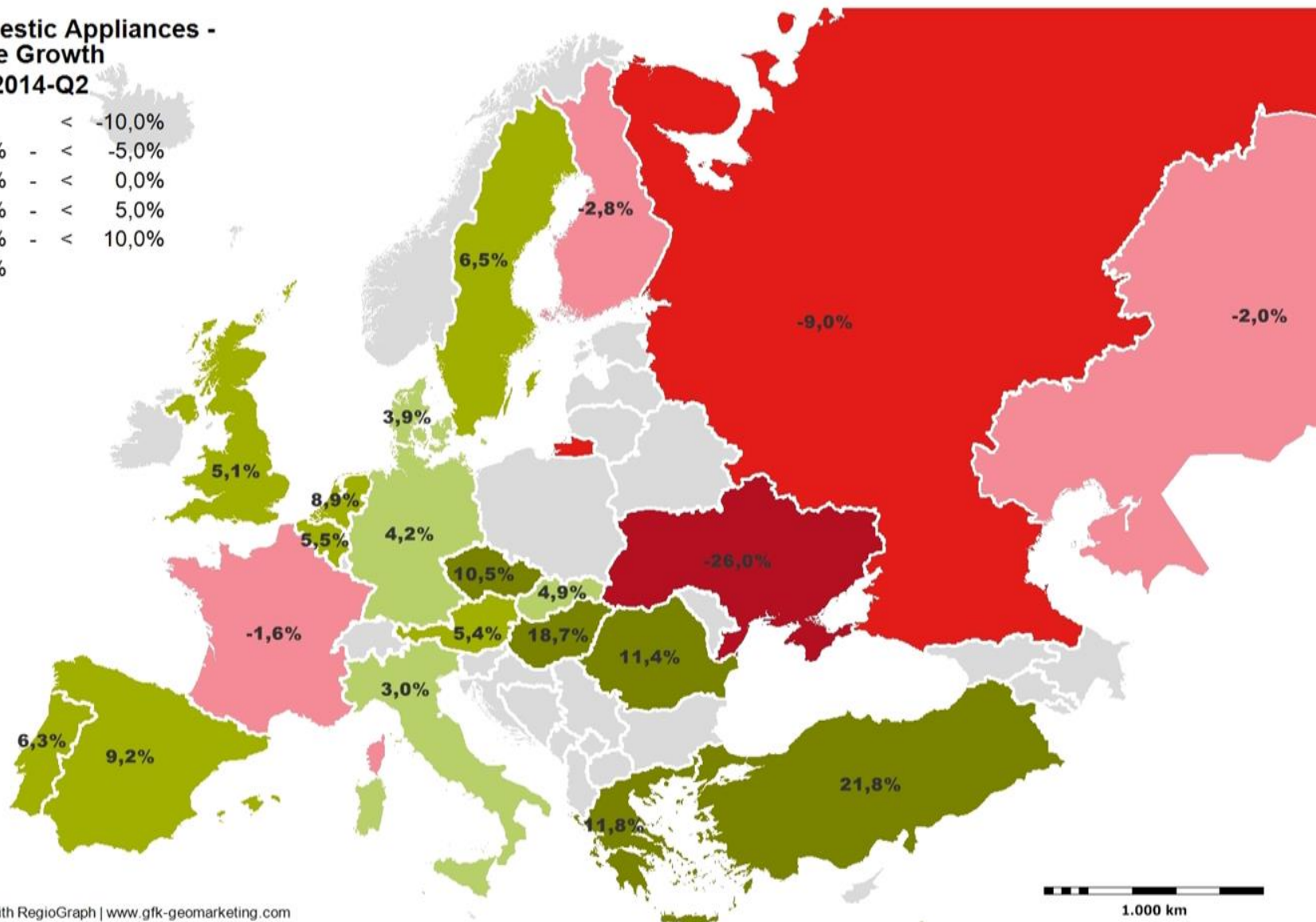
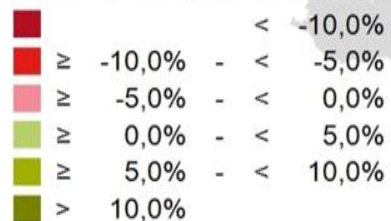
Photo - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



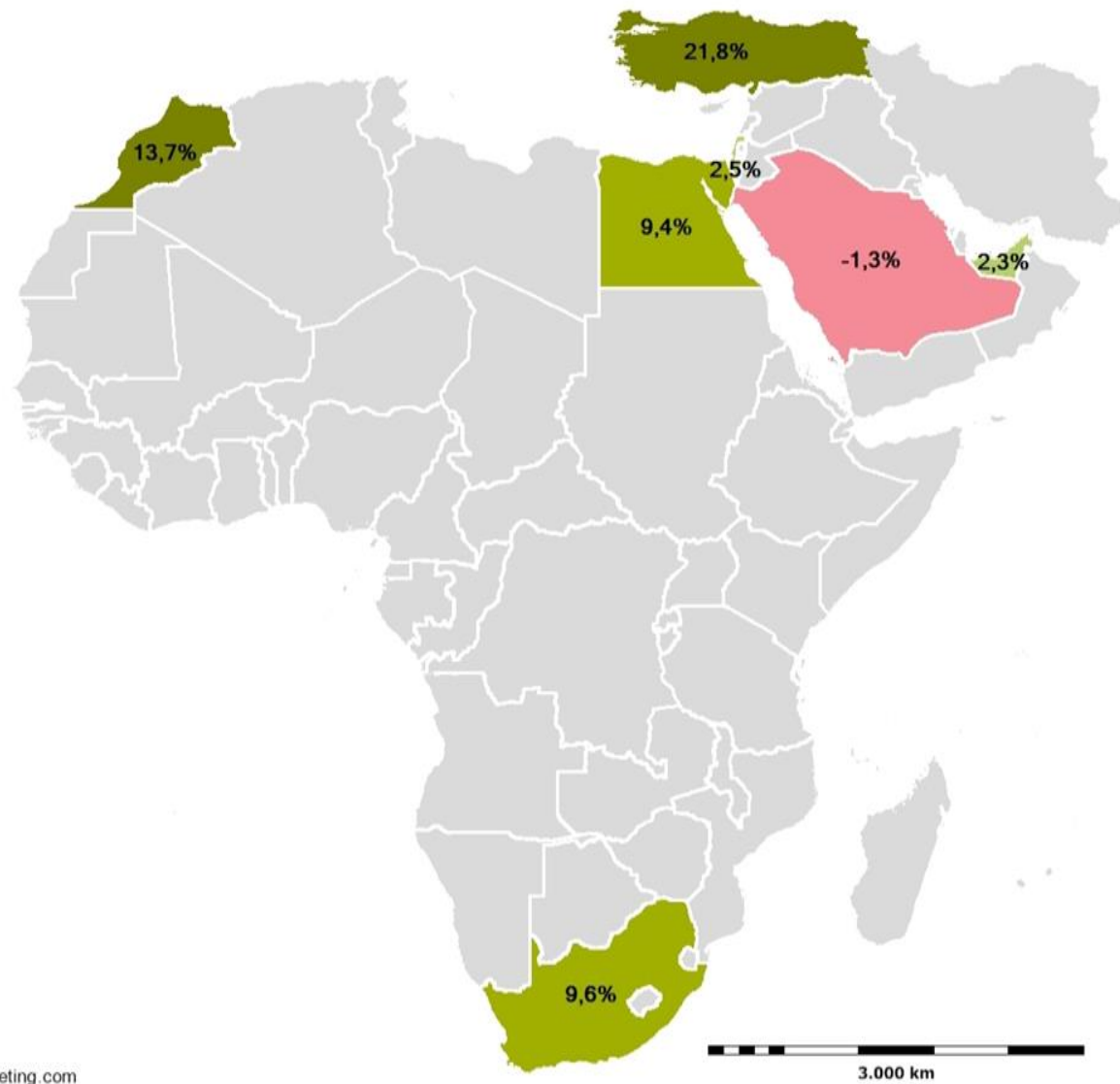
© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

Quarter to quarter comparison Major Domestic Appliances

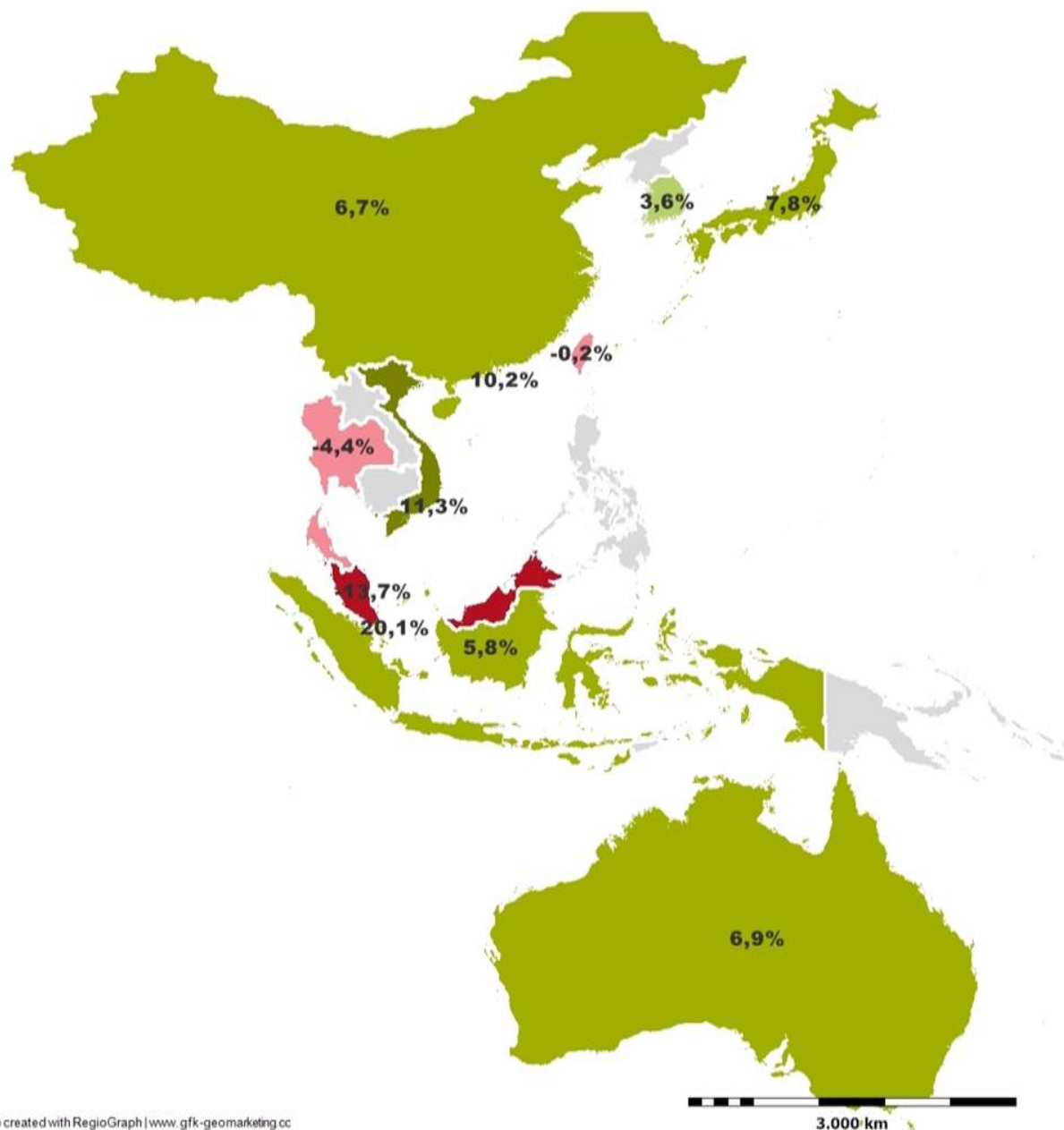
Major Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



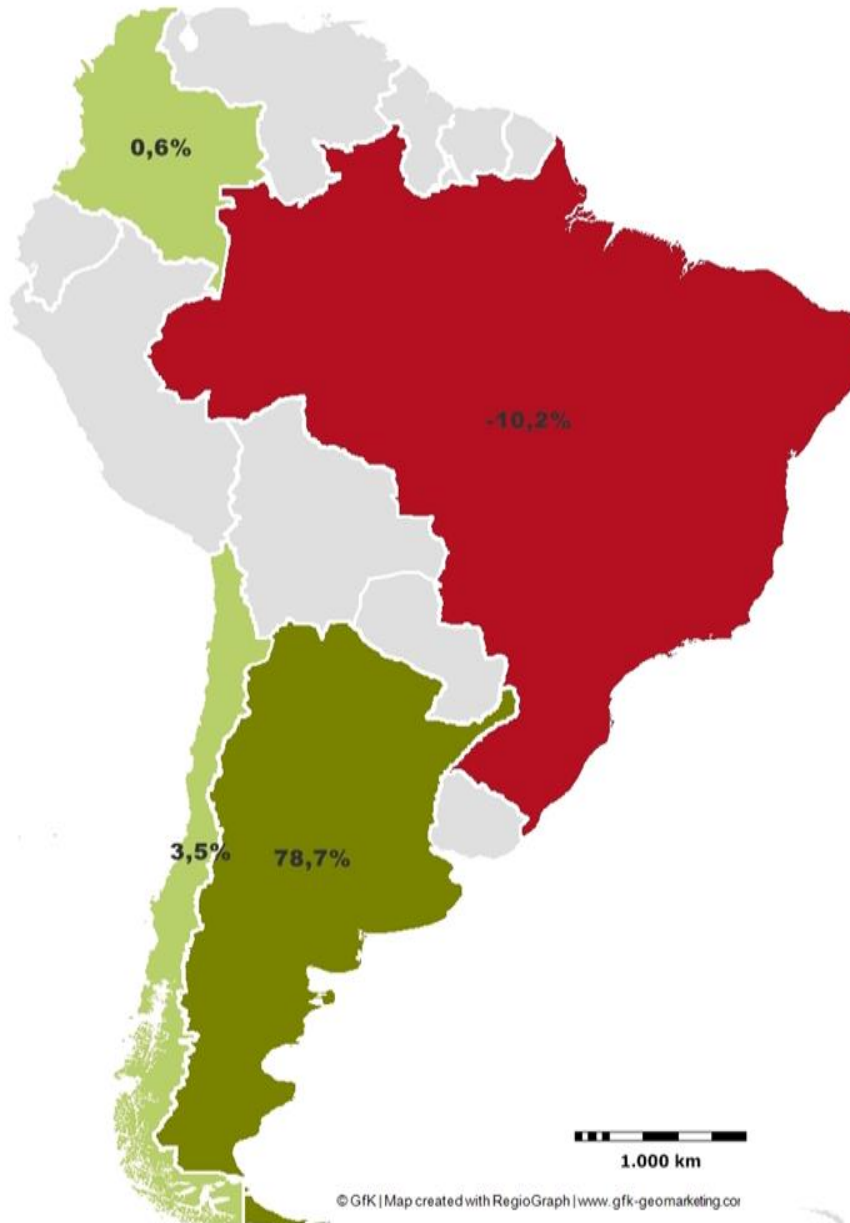
**Major Domestic Appliances -
Sales Value Growth**
2015-Q2 : 2014-Q2



Major Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2

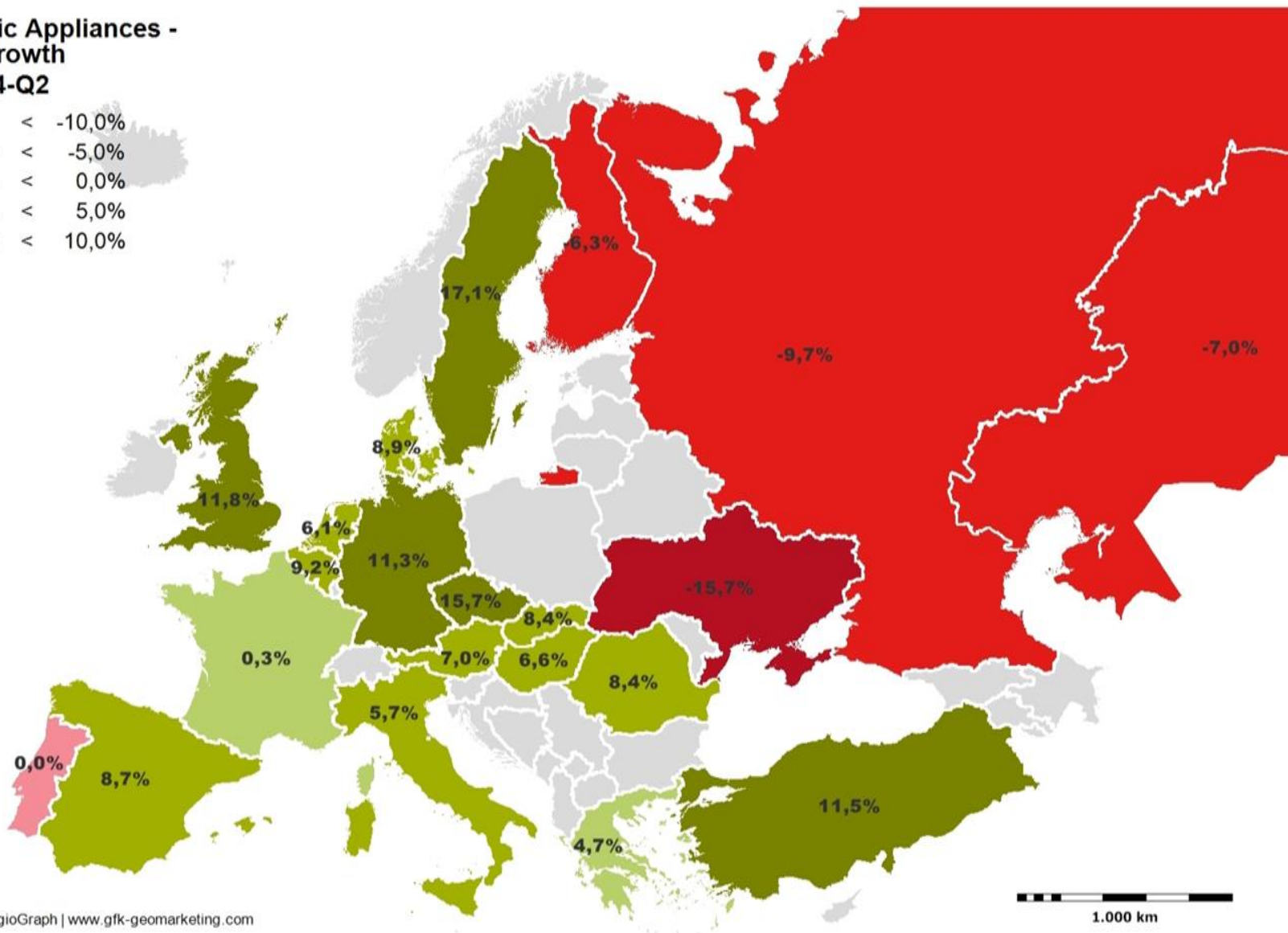
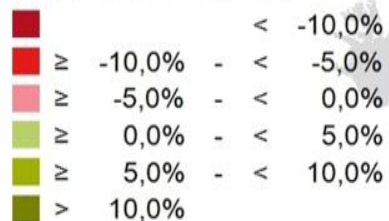


Major Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2

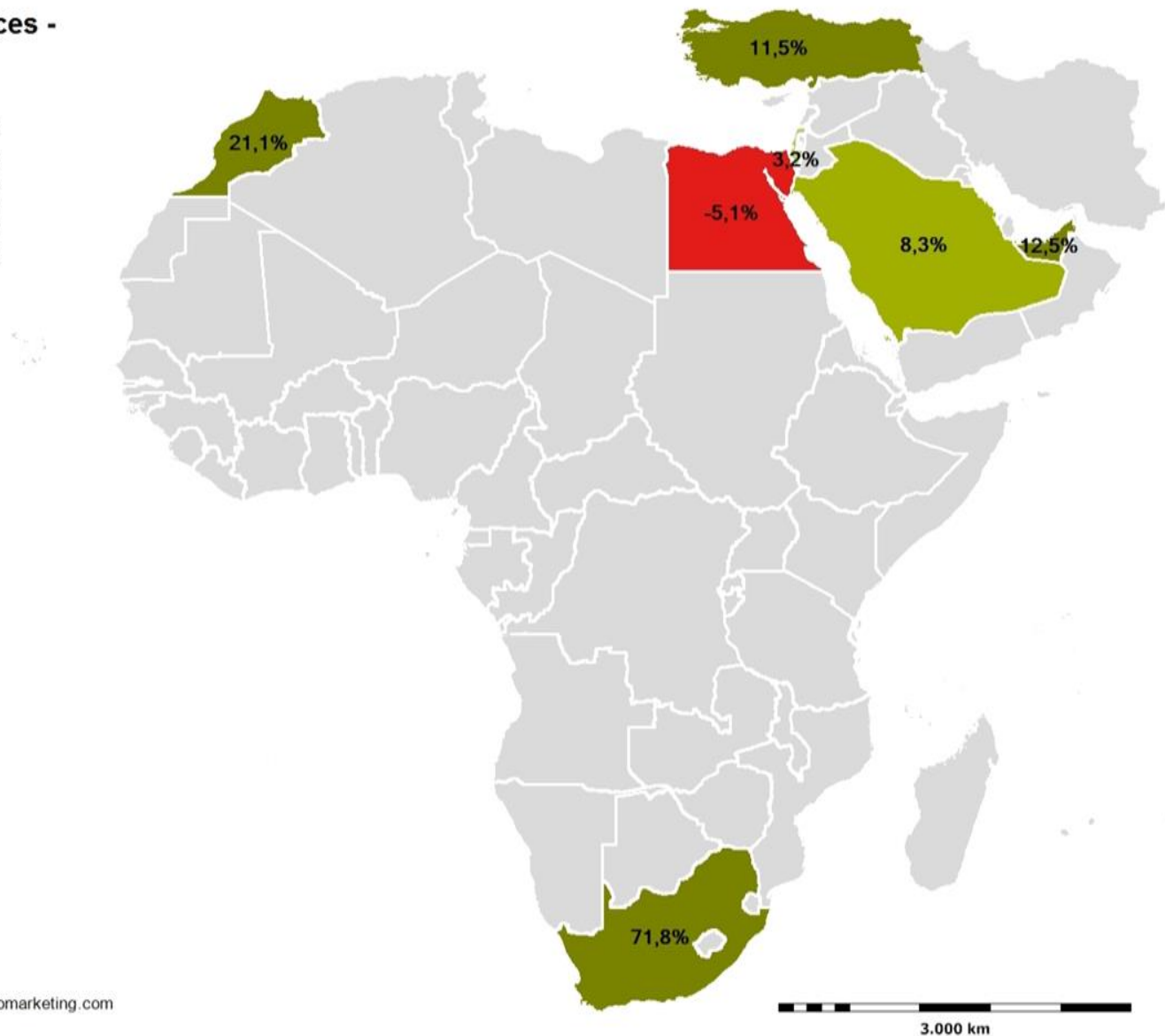


Quarter to quarter comparison Small Domestic Appliances

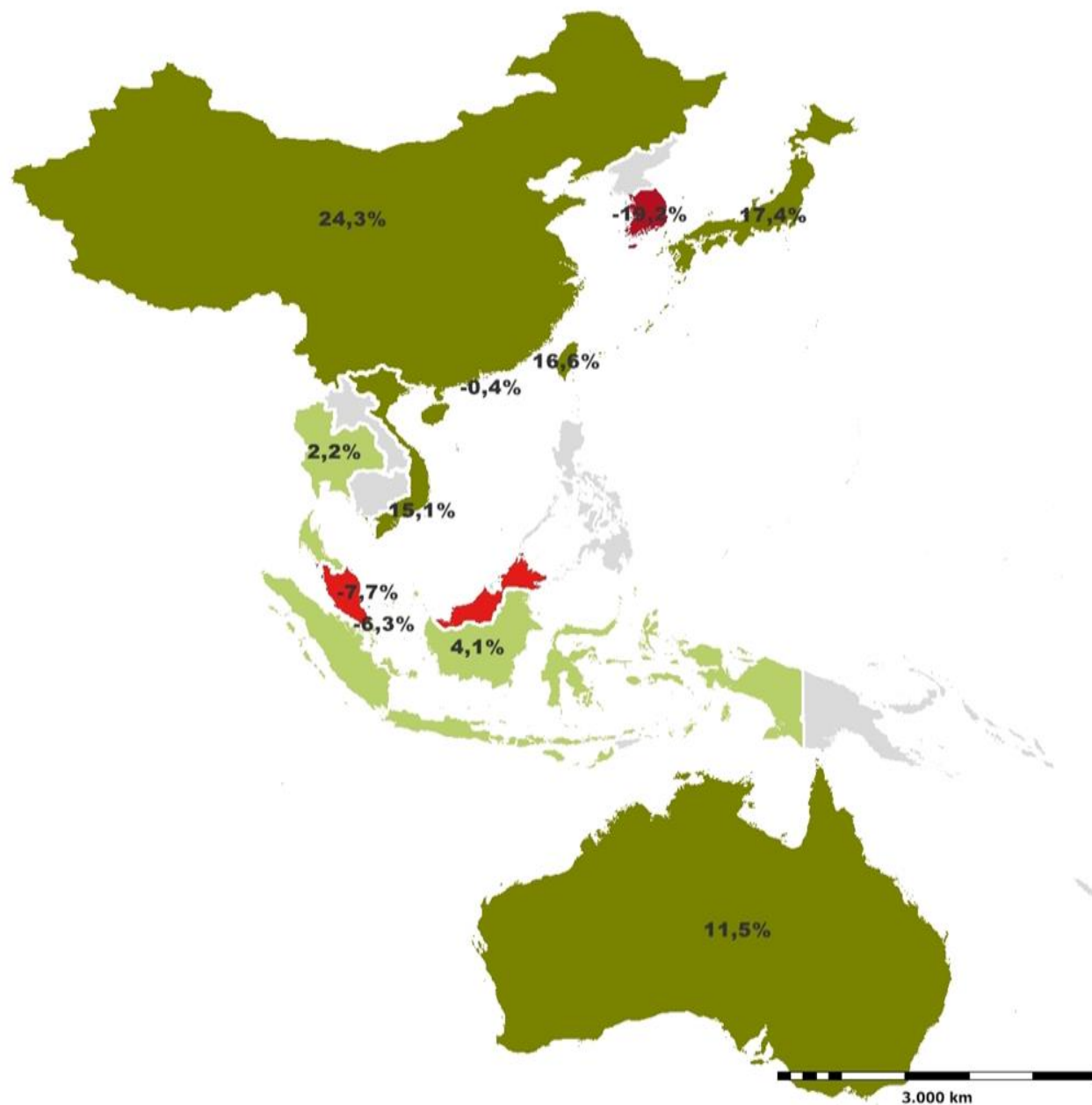
Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



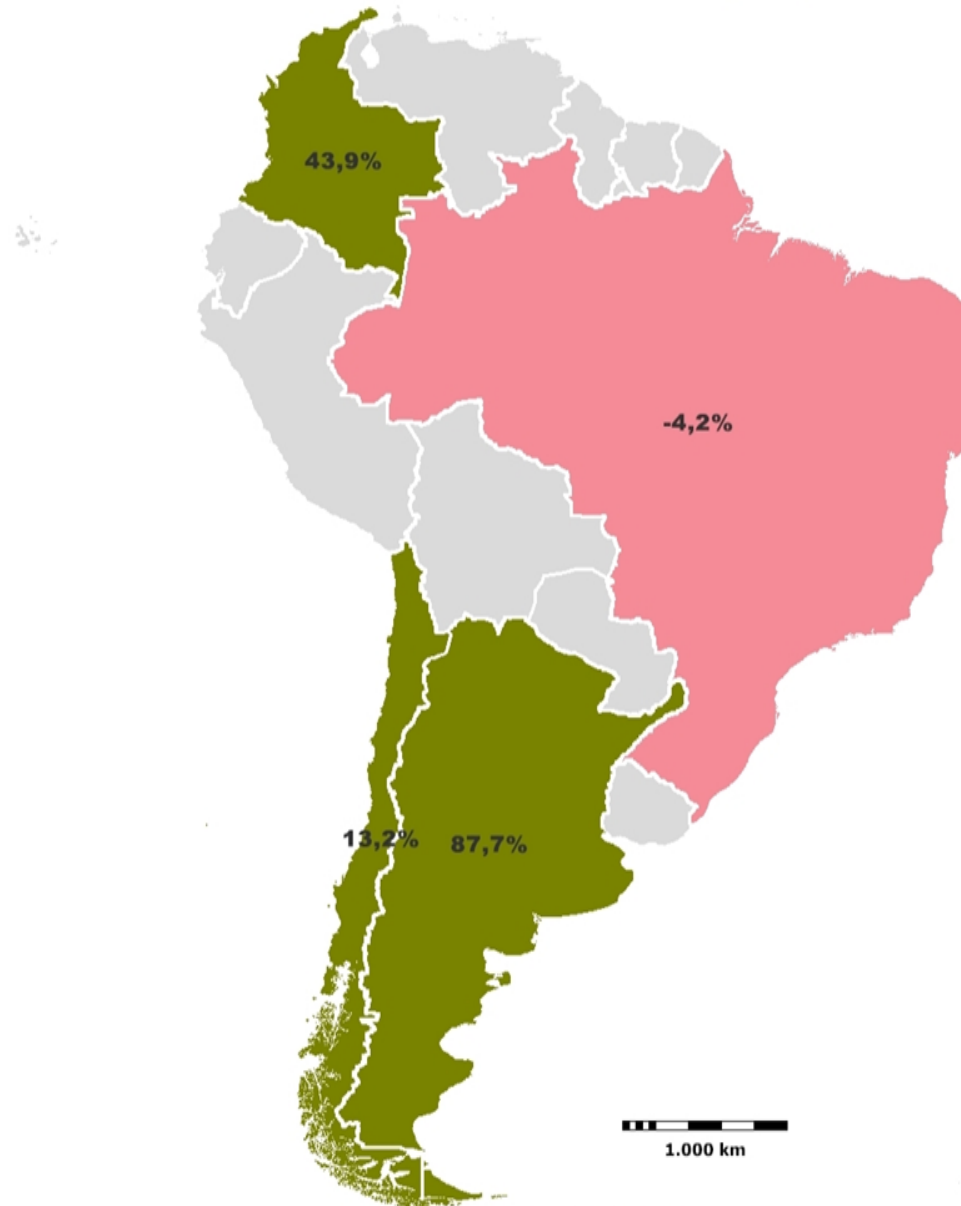
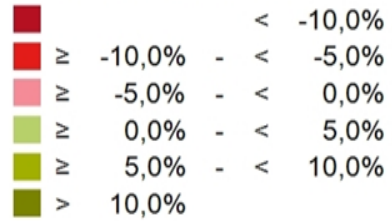
Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2

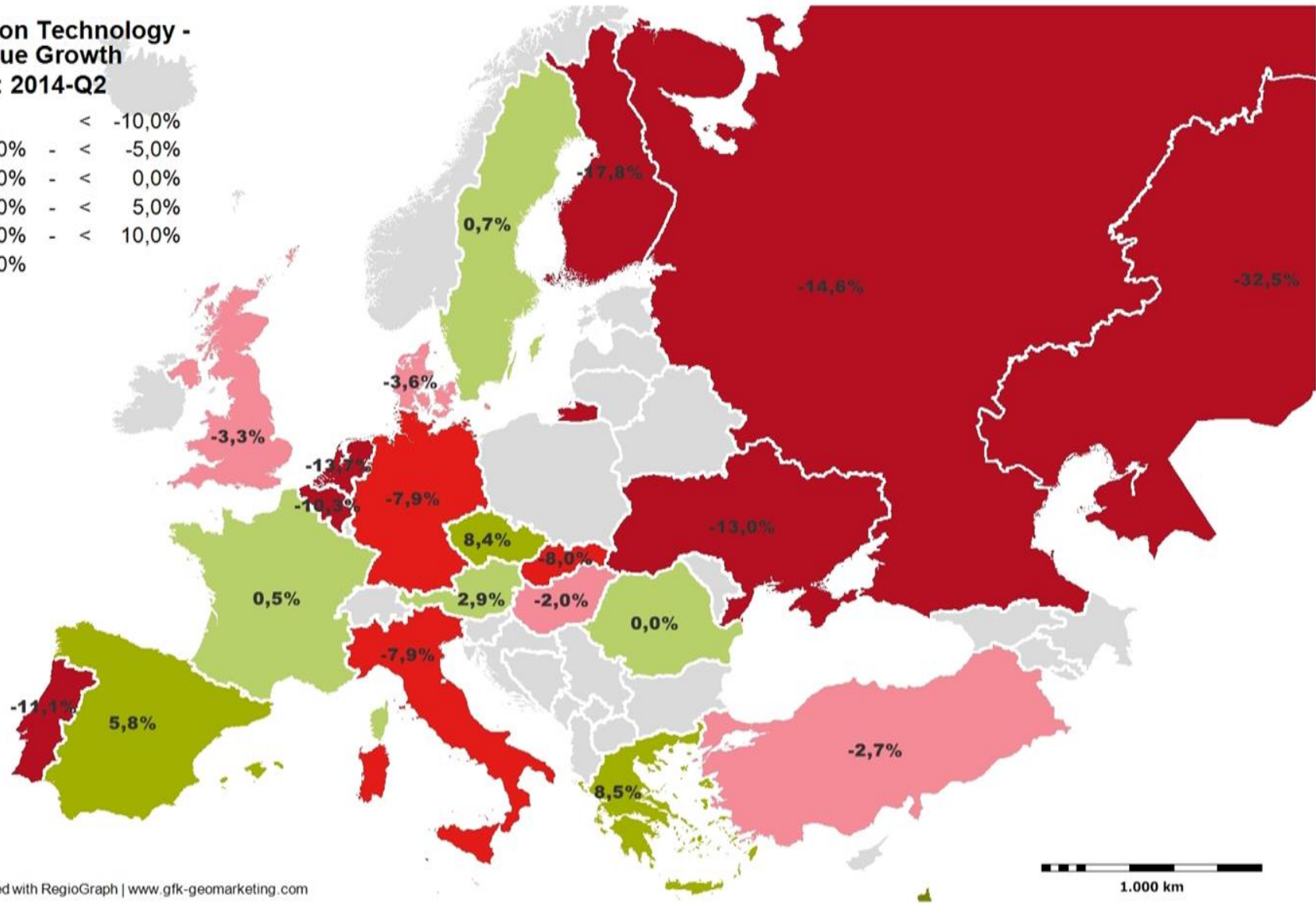


Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



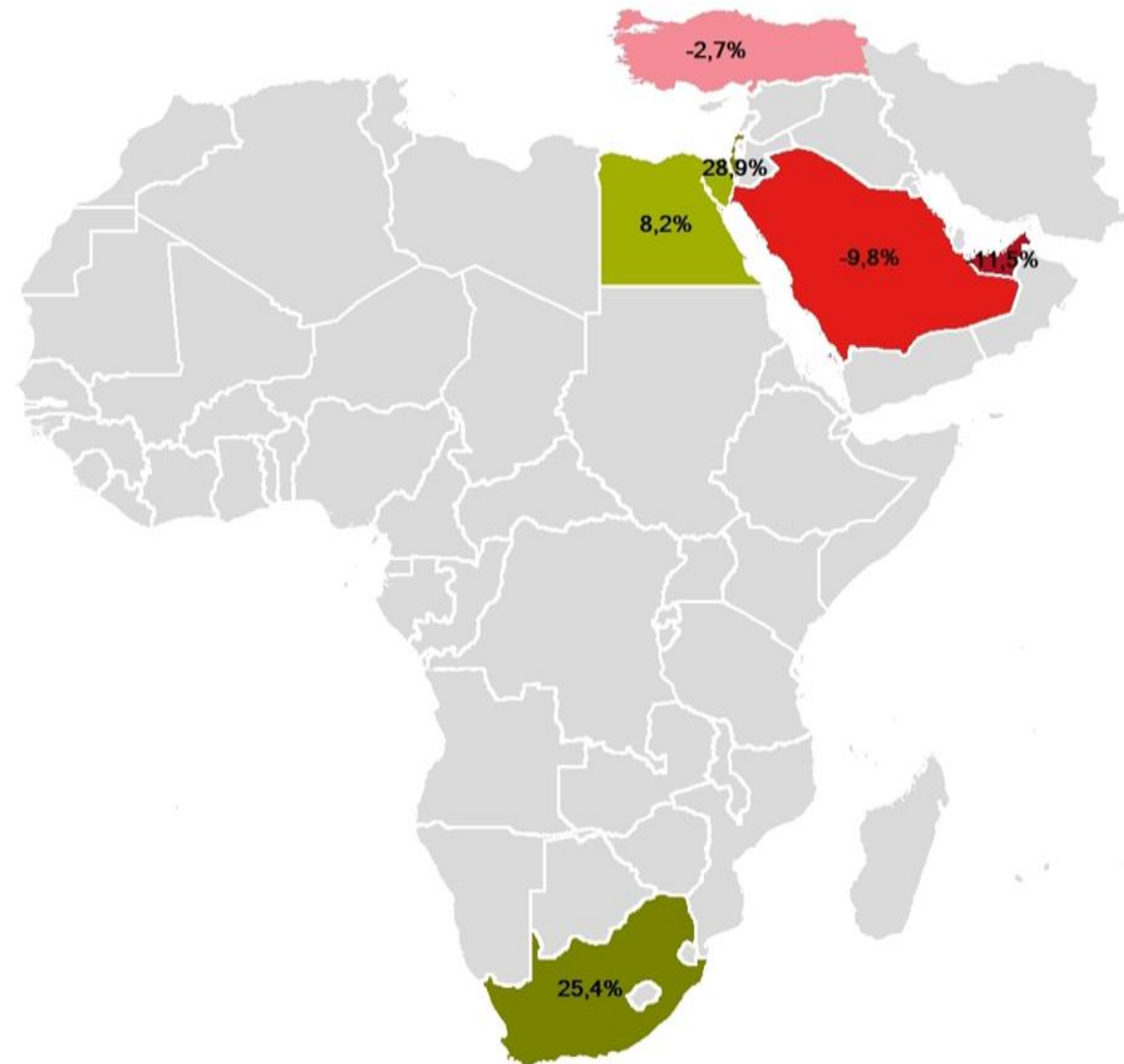
Quarter to quarter comparison Information Technology

Information Technology -
Sales Value Growth
2015-Q2 : 2014-Q2



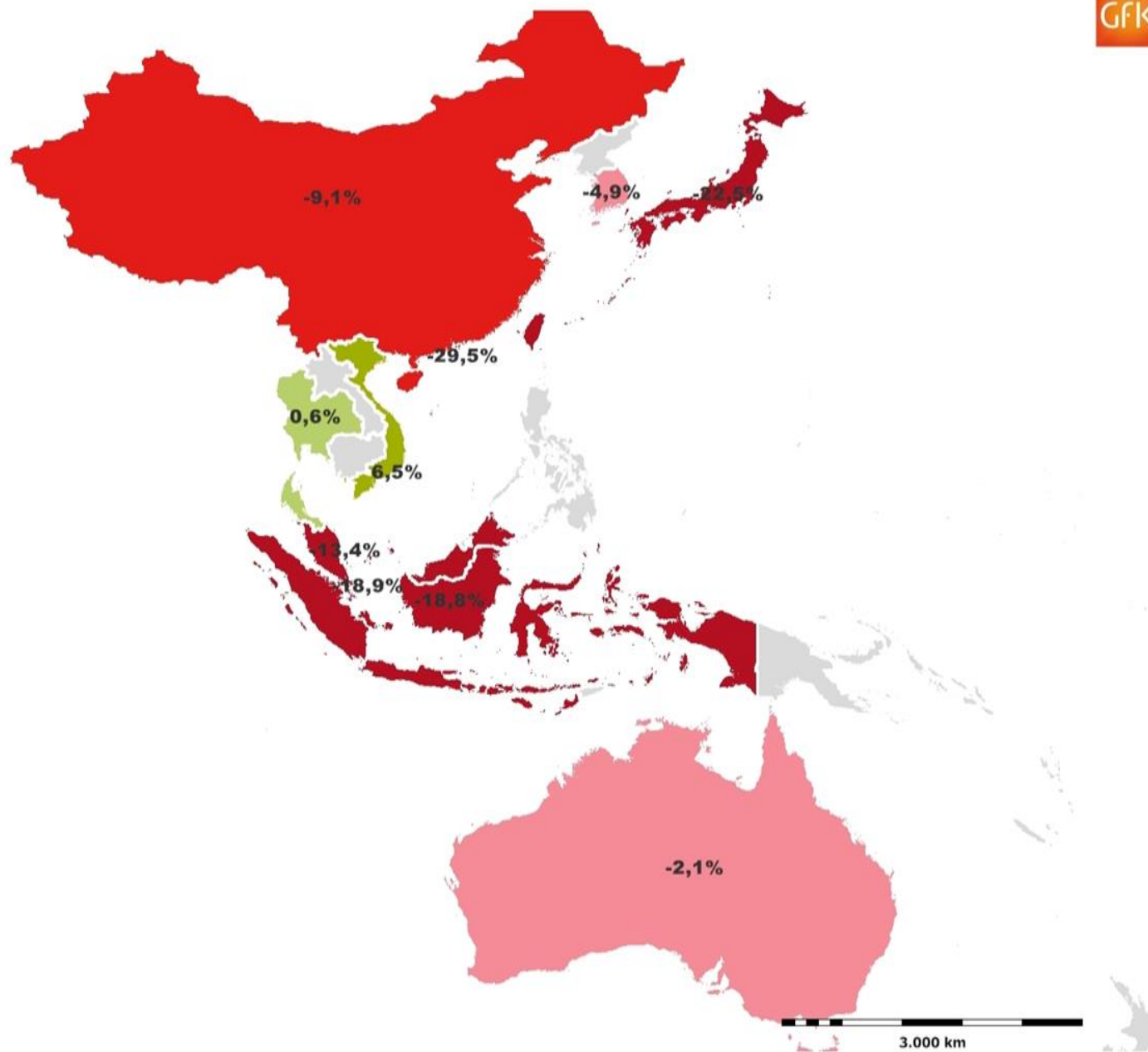
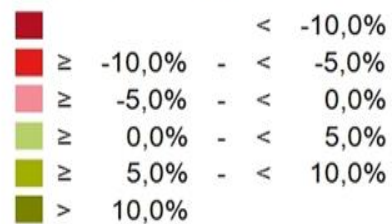
Information Technology - Sales Value Growth

2015-Q2 : 2014-Q2



Information Technology - Sales Value Growth

2015-Q2 : 2014-Q2



	<	-10,0%
≥ -10,0%	<	-5,0%
≥ -5,0%	<	0,0%
≥ 0,0%	<	5,0%
≥ 5,0%	<	10,0%
> 10,0%		



Quarter to quarter comparison Telecommunication

Telecommunication - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



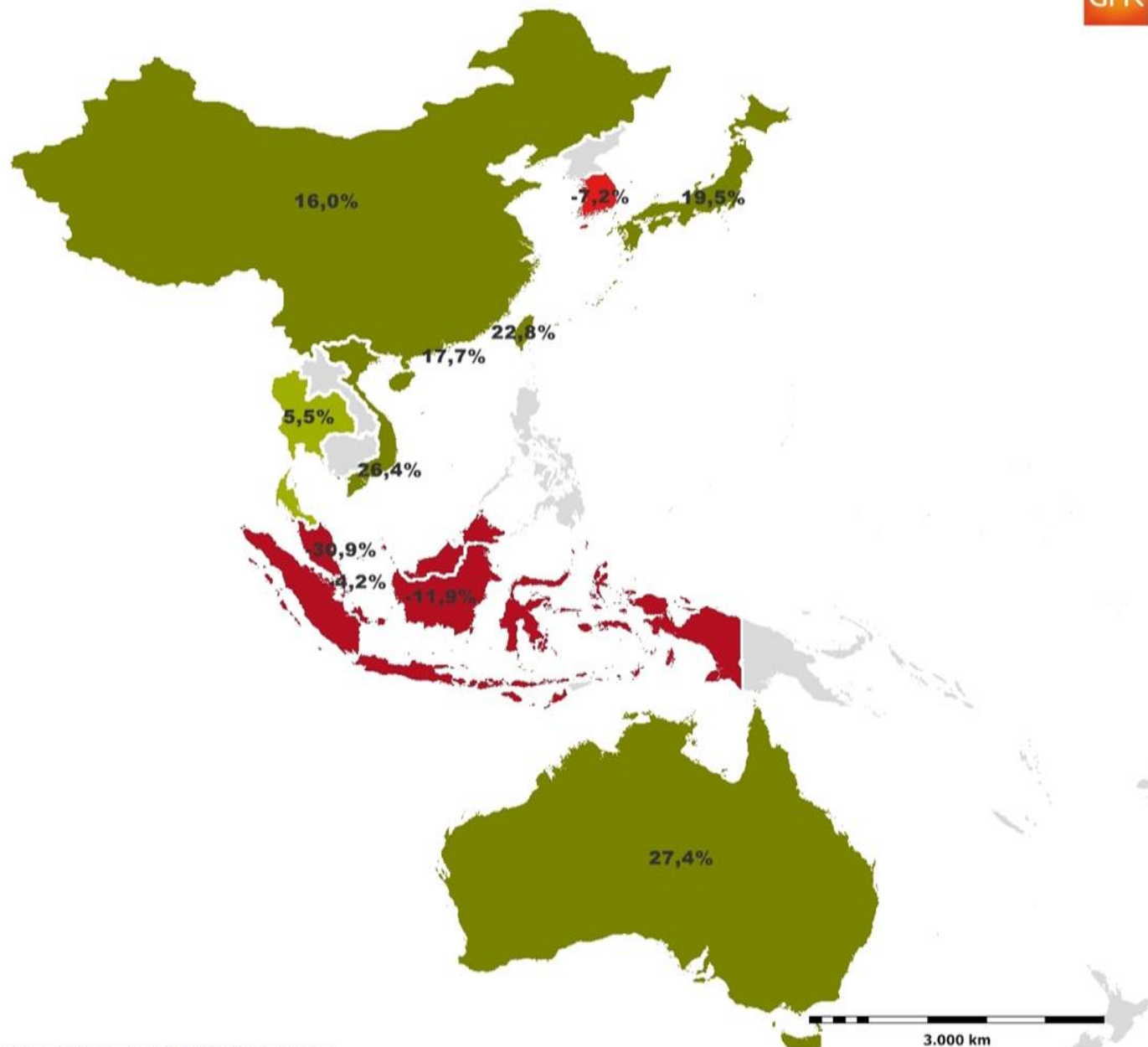
Telecommunication - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



GfK TEMAX

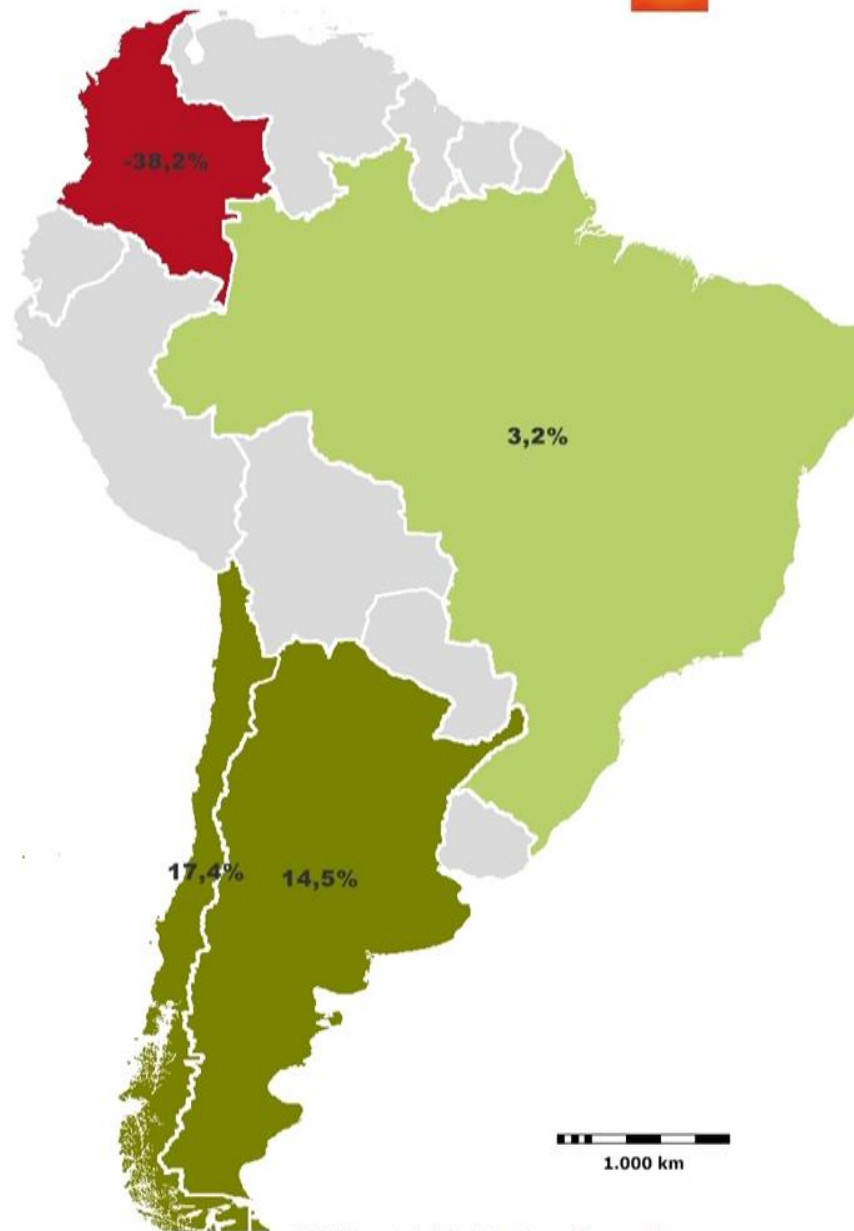
Asia Pacific

Telecommunication - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



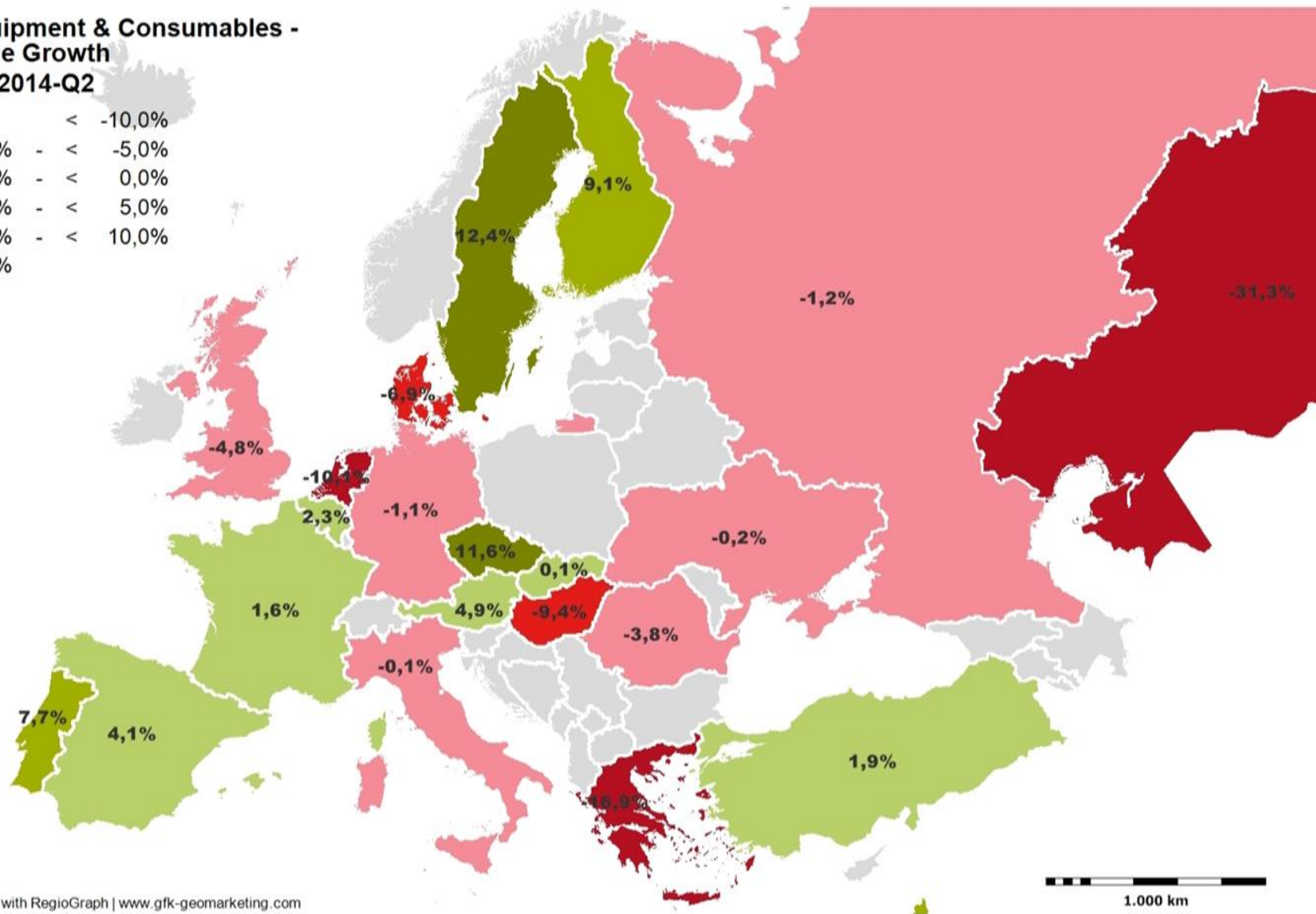
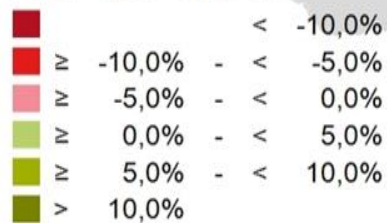
© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.cc

	<	-10,0%	-	<	-5,0%
■ ≥ -10,0%					
■ ≥ -5,0%					
■ ≥ 0,0%					
■ ≥ 5,0%					
■ ≥ 10,0%					
■ > 10,0%					

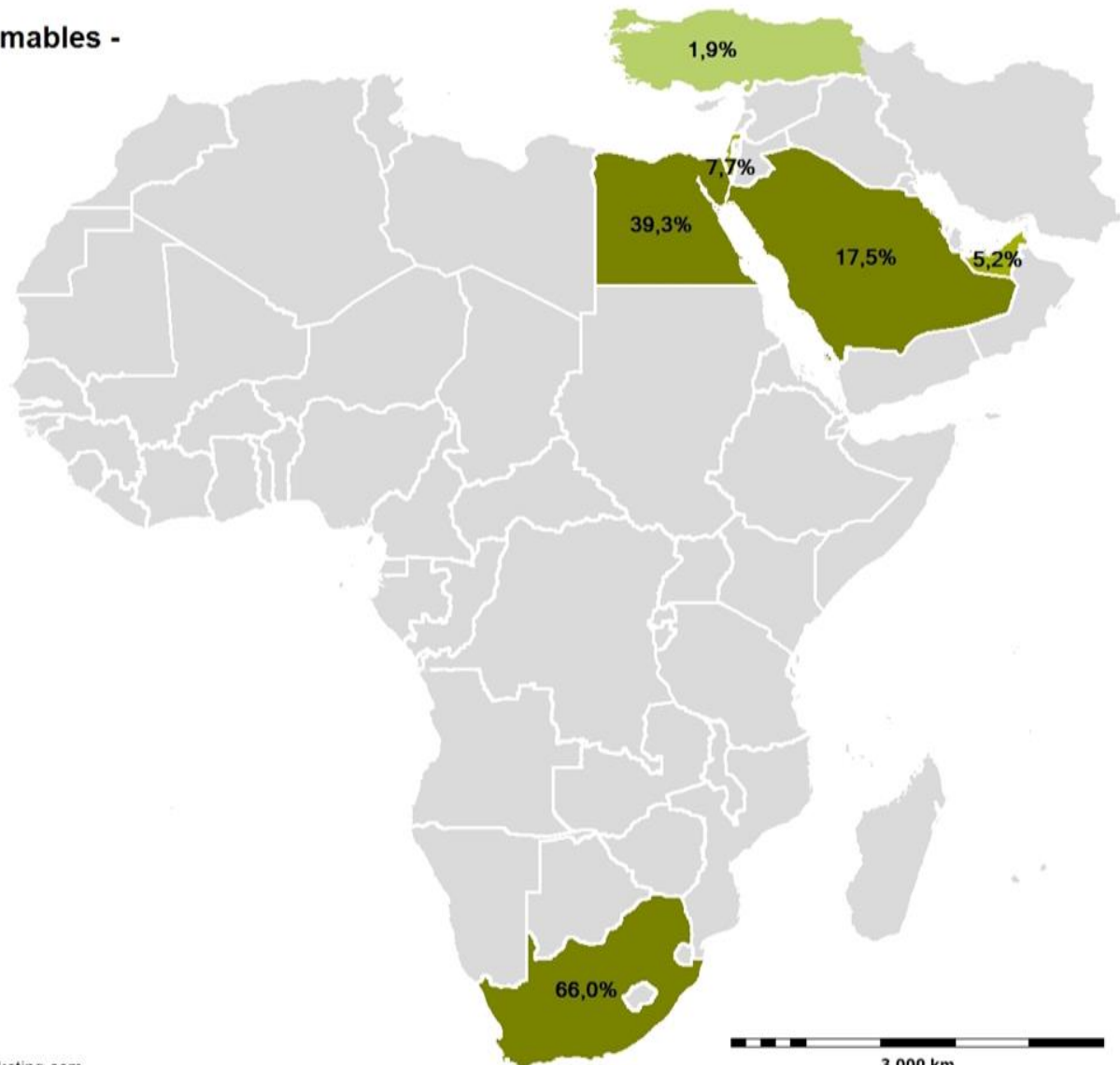


Quarter to quarter comparison Office Equipment & Consumables

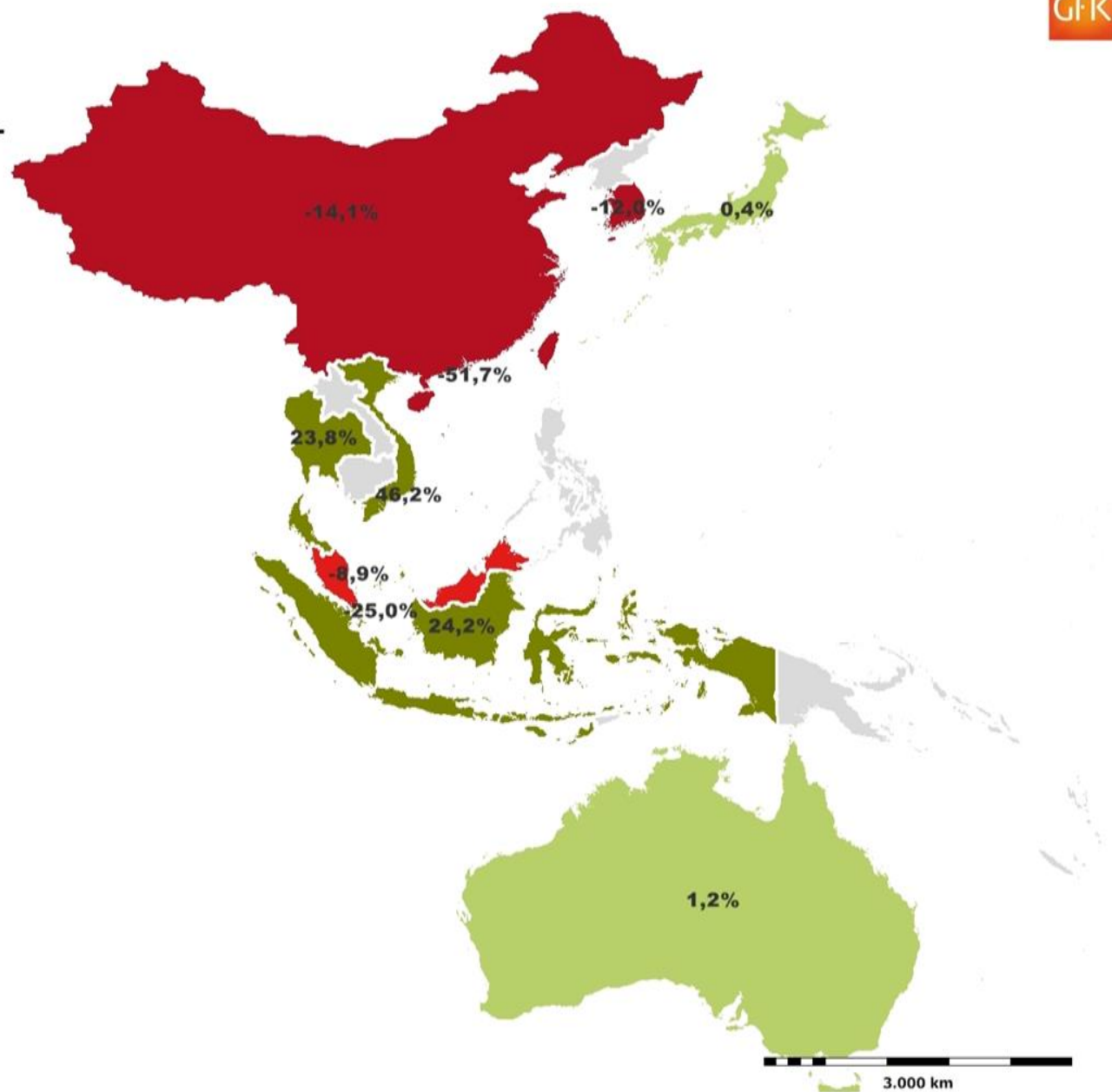
Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



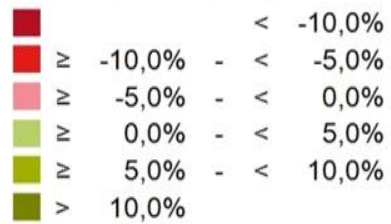
Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q2 : 2014-Q2



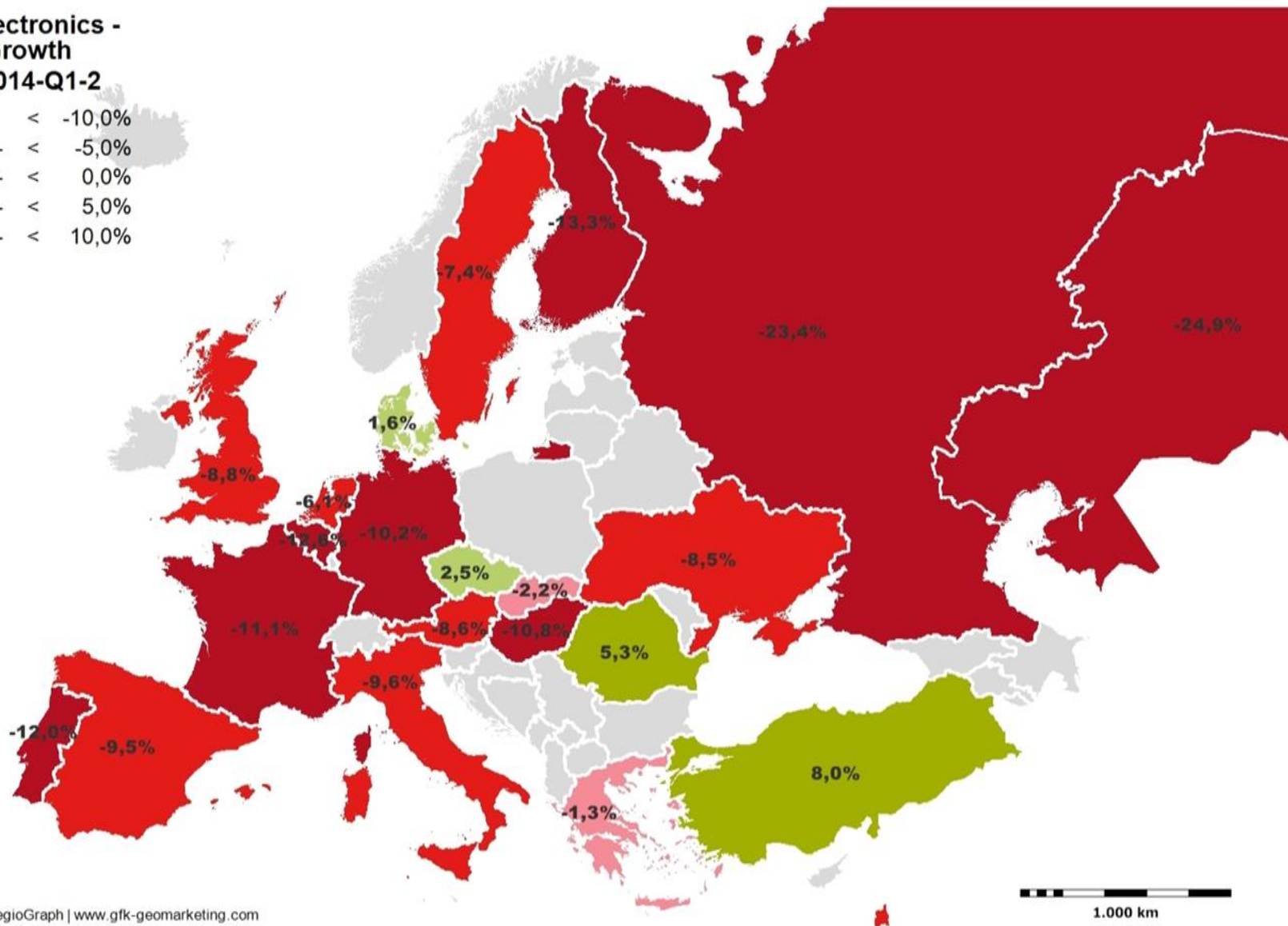
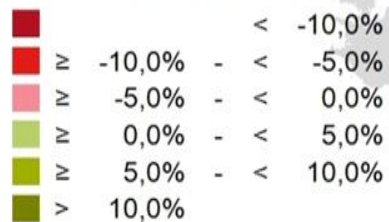
Year-to-date (cumulated year) comparison Consumer Electronics

GfK TEMAX

Europe

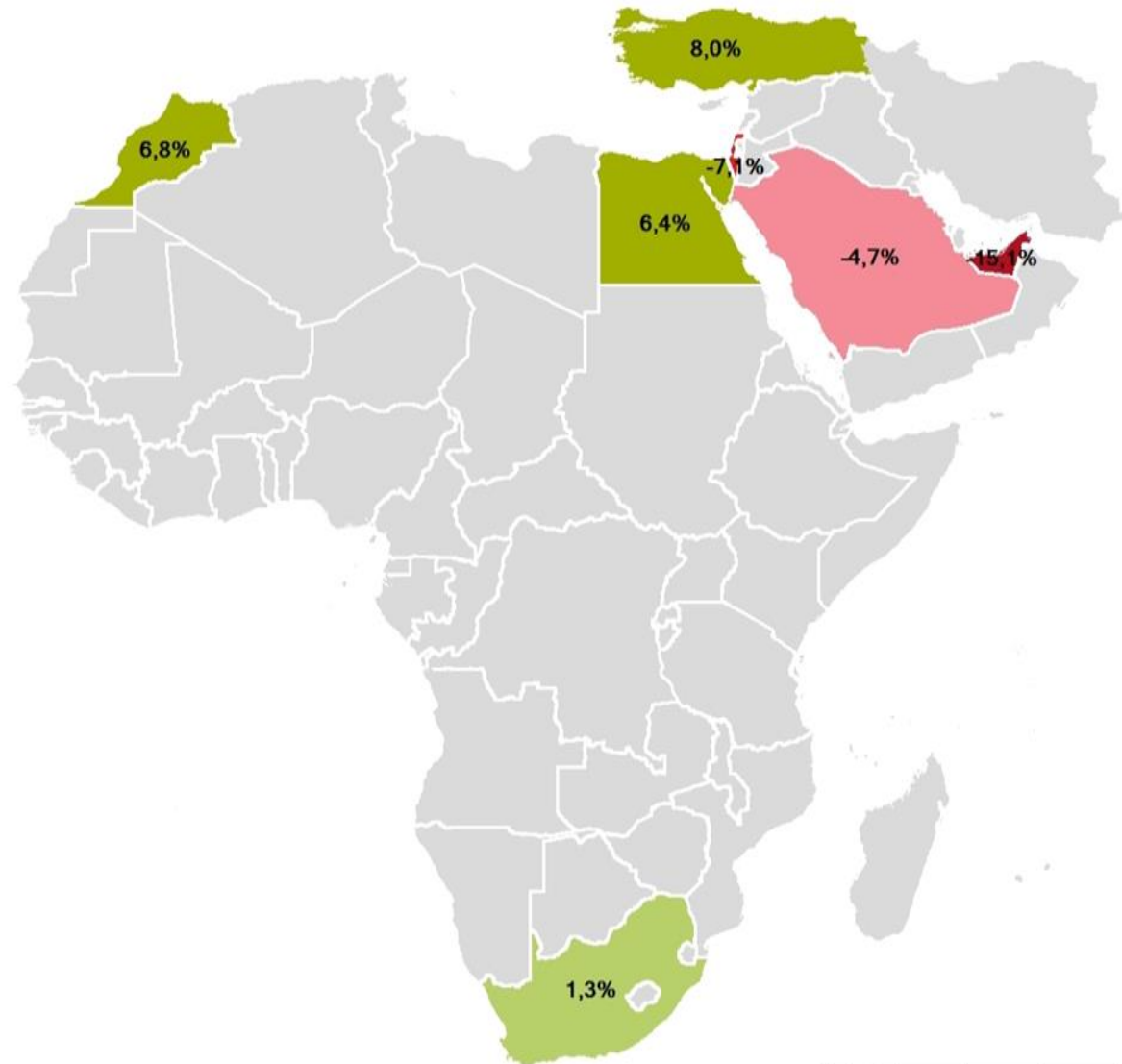


Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

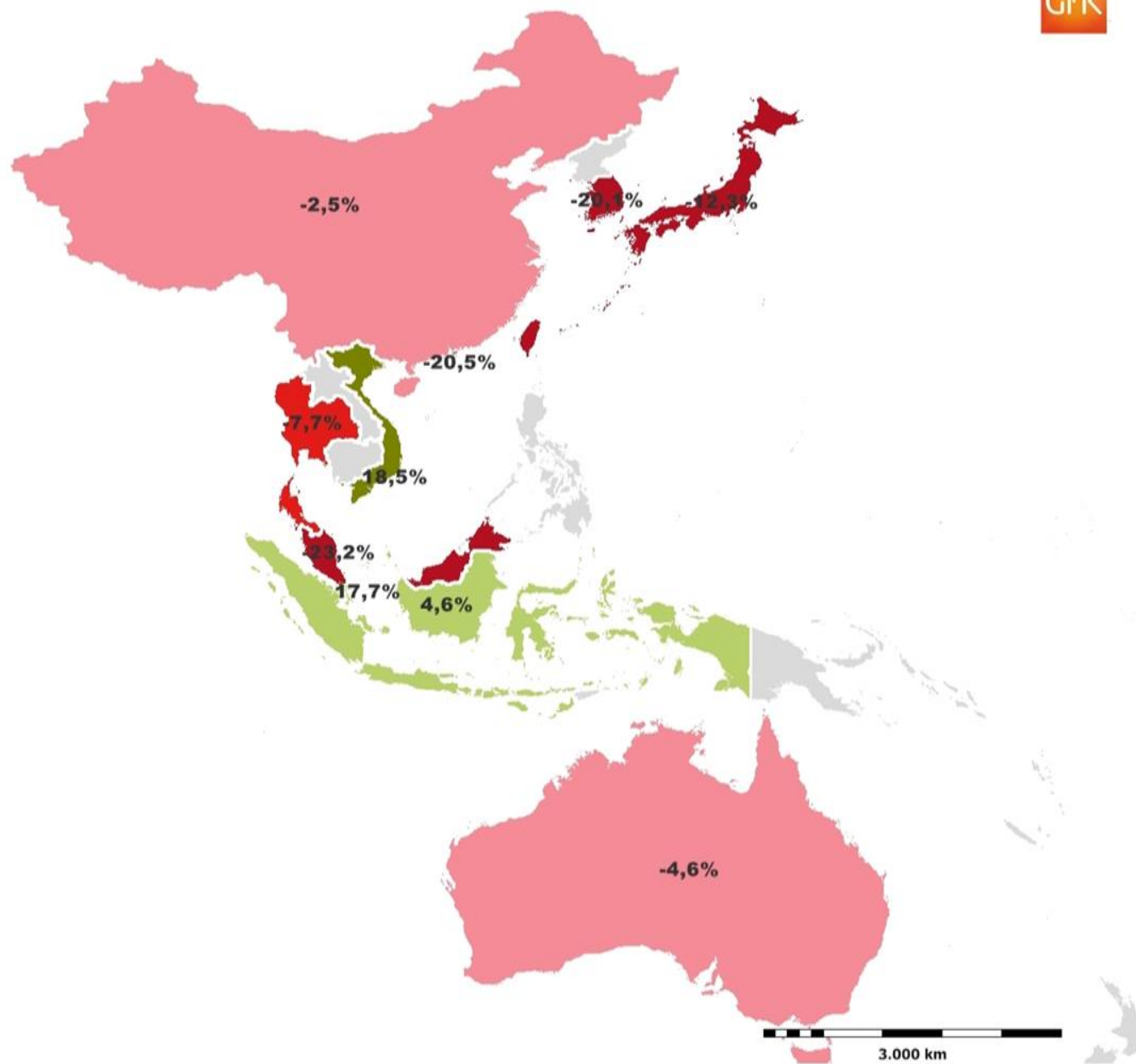
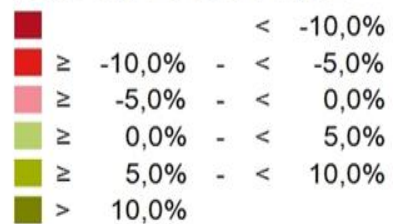


Consumer Electronics - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Consumer Electronics - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Year-to-date (cumulated year) comparison Photo

Photo - Sales Value
Growth
2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

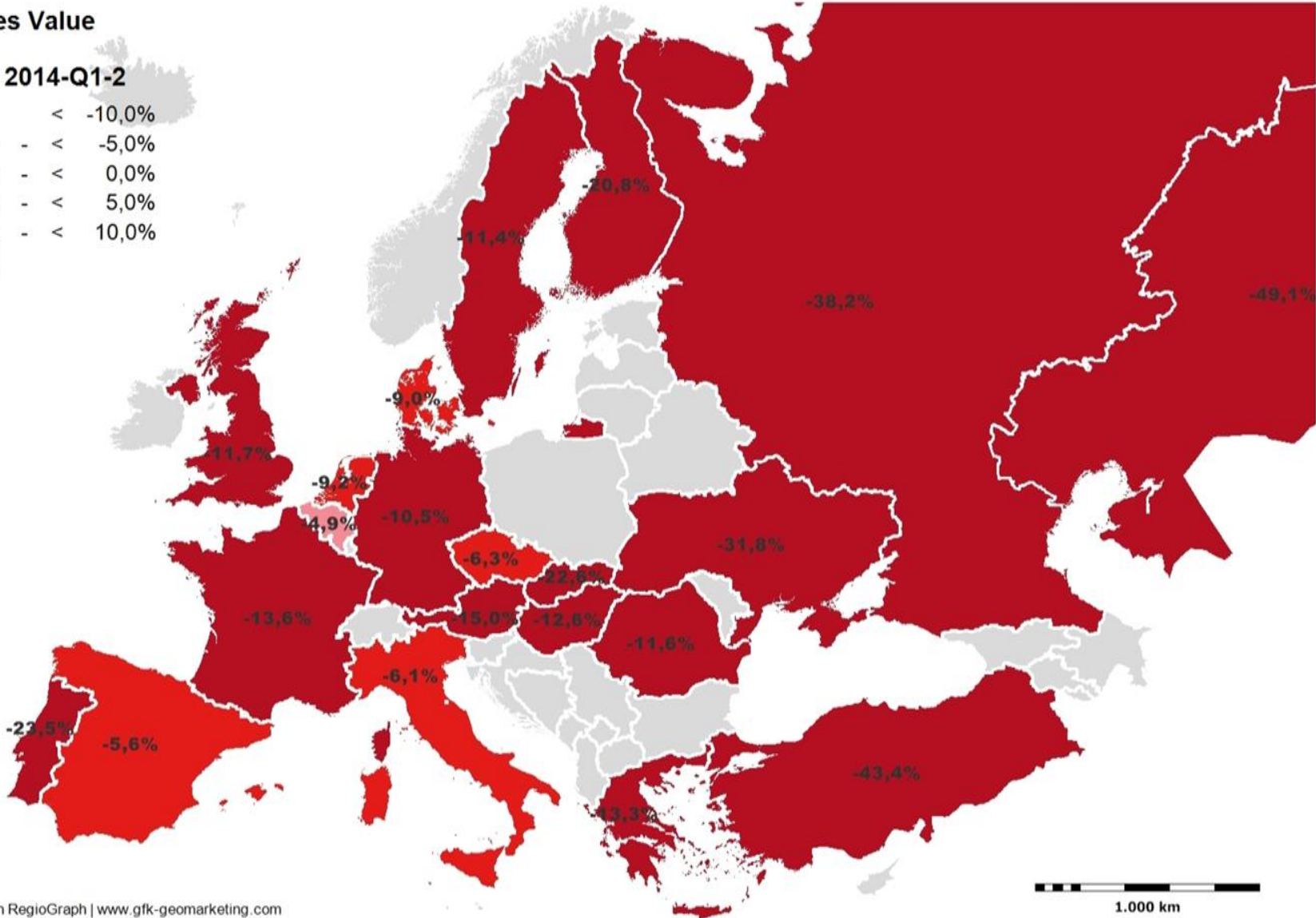
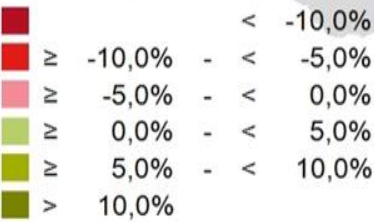
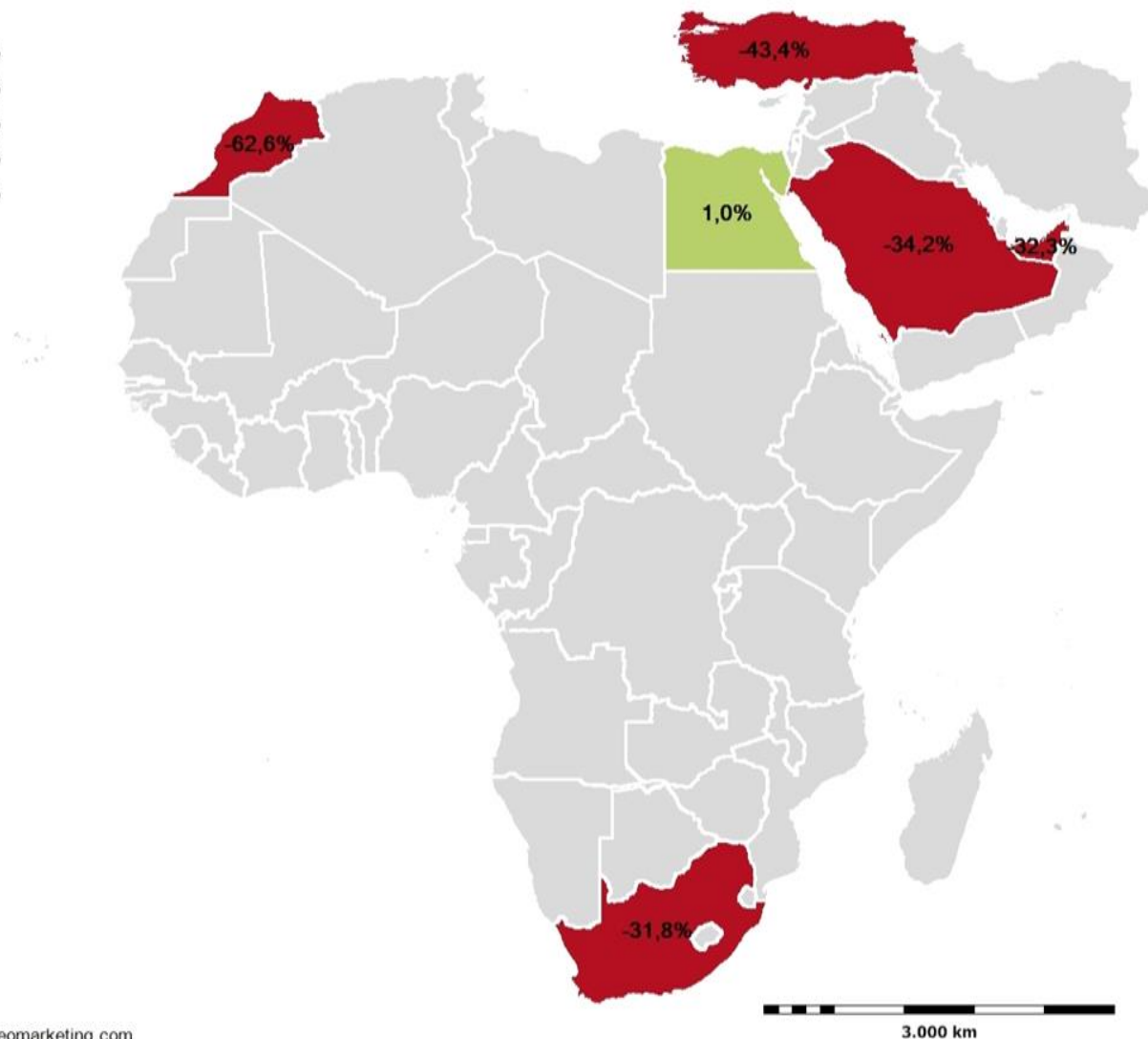


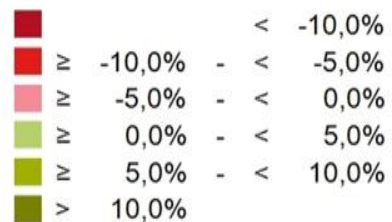
Photo - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



GfK TEMAX

Asia Pacific

Photo - Sales Value Growth
2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.cc

Photo - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

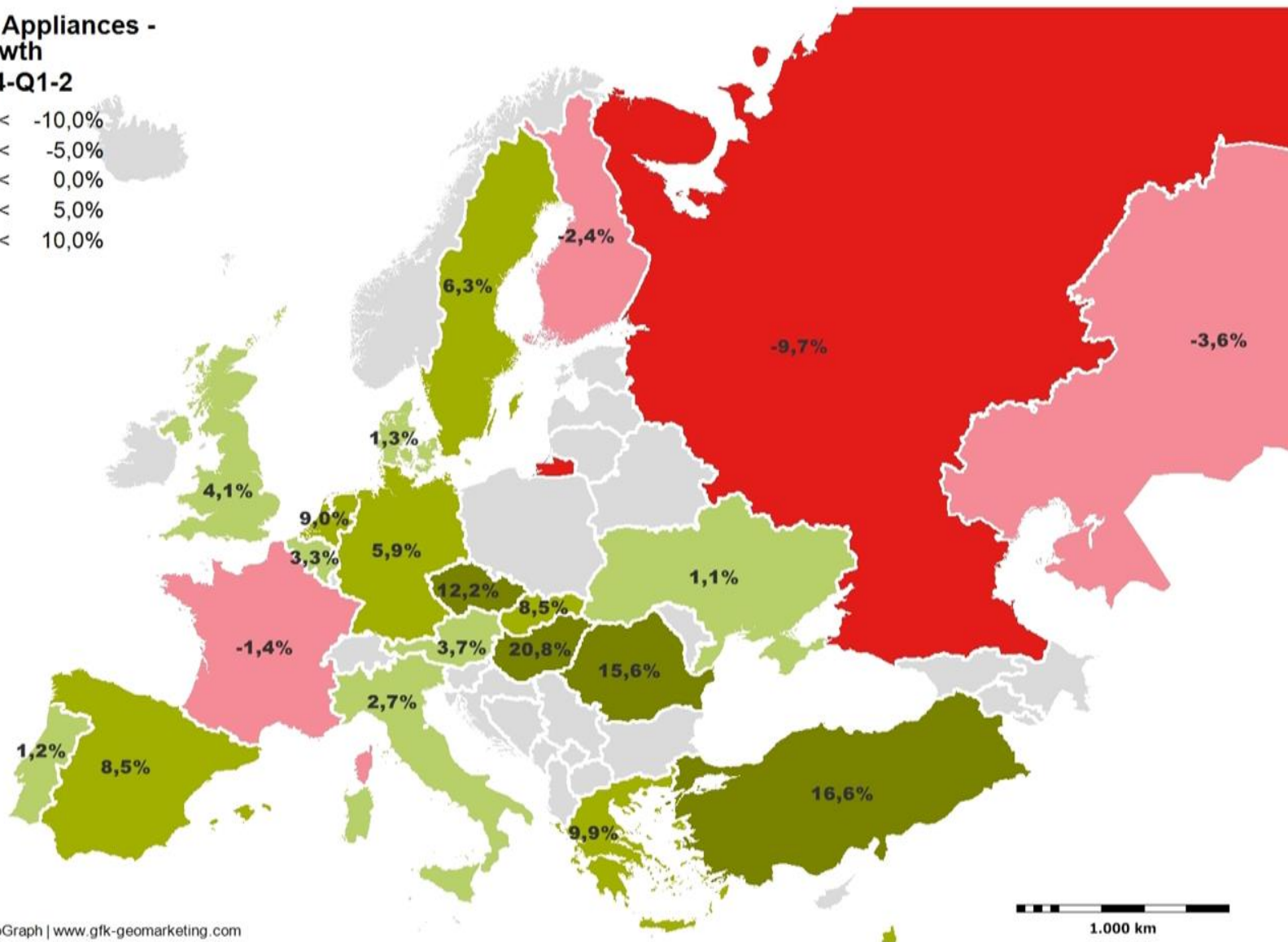


© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

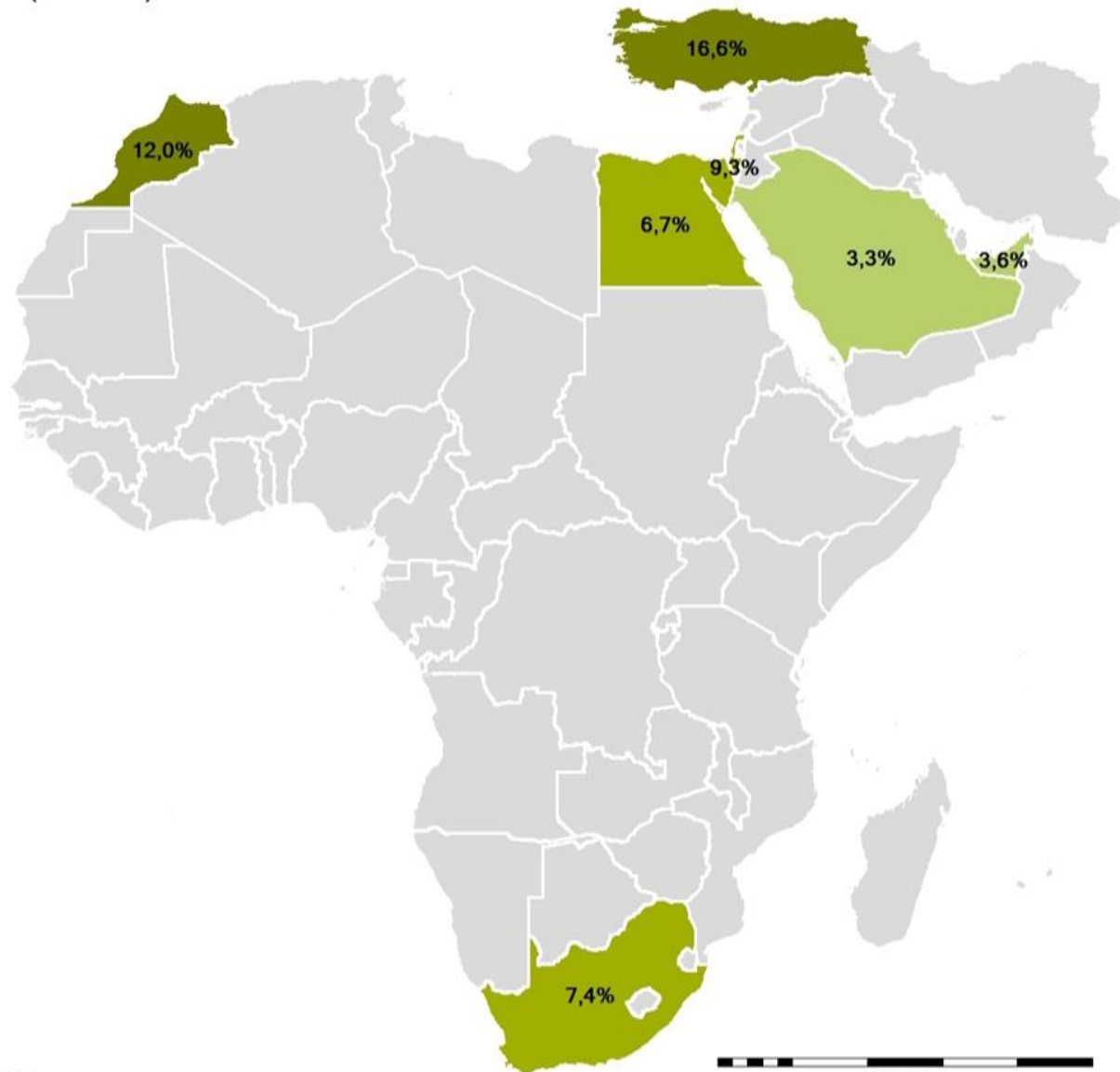
Year-to-date (cumulated year) comparison Major Domestic Appliances

Major Domestic Appliances - Sales Value Growth

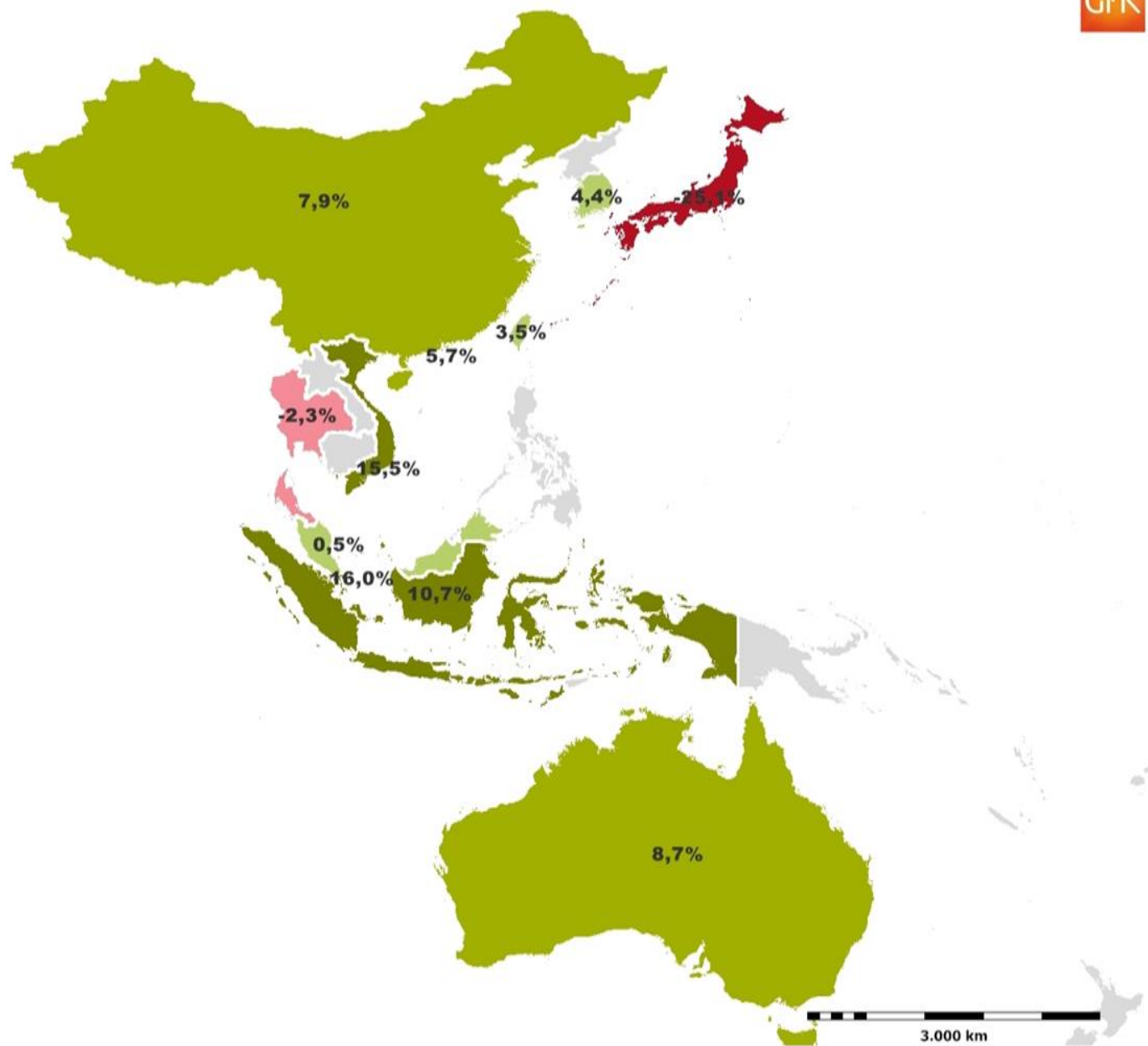
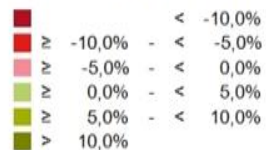
2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Major Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Major Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



GfK TEMAX

South America



Major Domestic Appliances - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

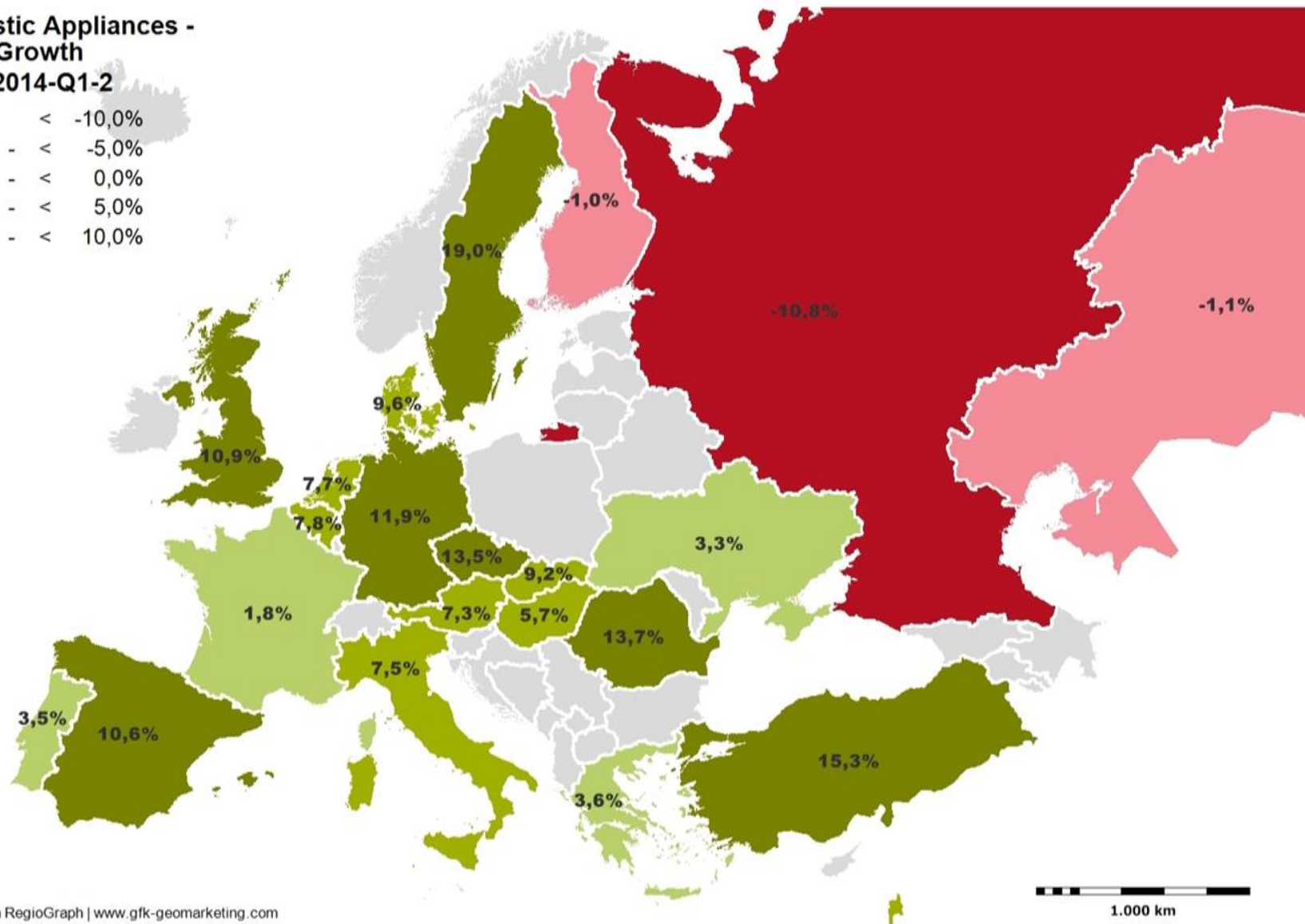
■	< -10,0%
■	≥ -10,0% - < -5,0%
■	≥ -5,0% - < 0,0%
■	≥ 0,0% - < 5,0%
■	≥ 5,0% - < 10,0%
■	> 10,0%



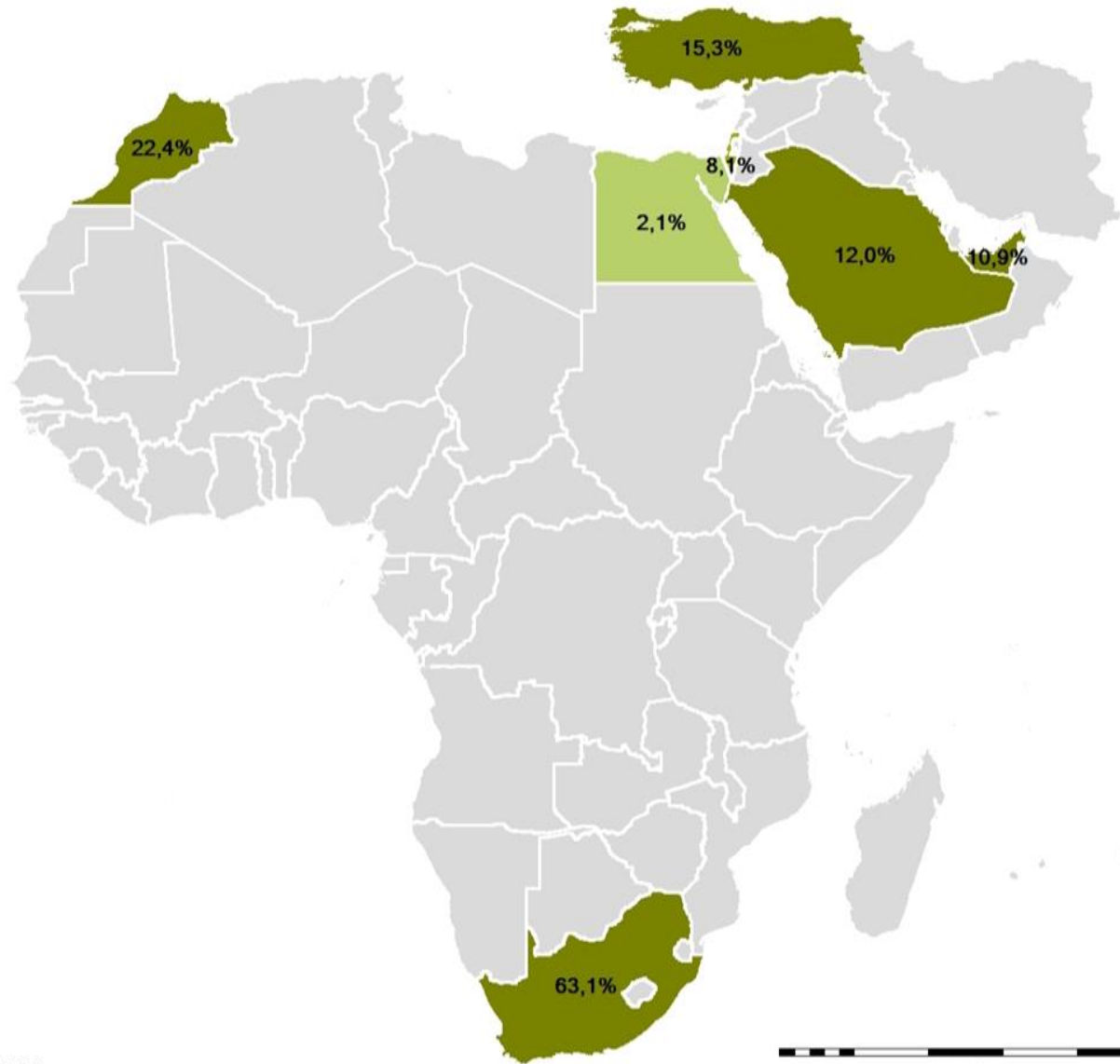
© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

Year-to-date (cumulated year) comparison Small Domestic Appliances

Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

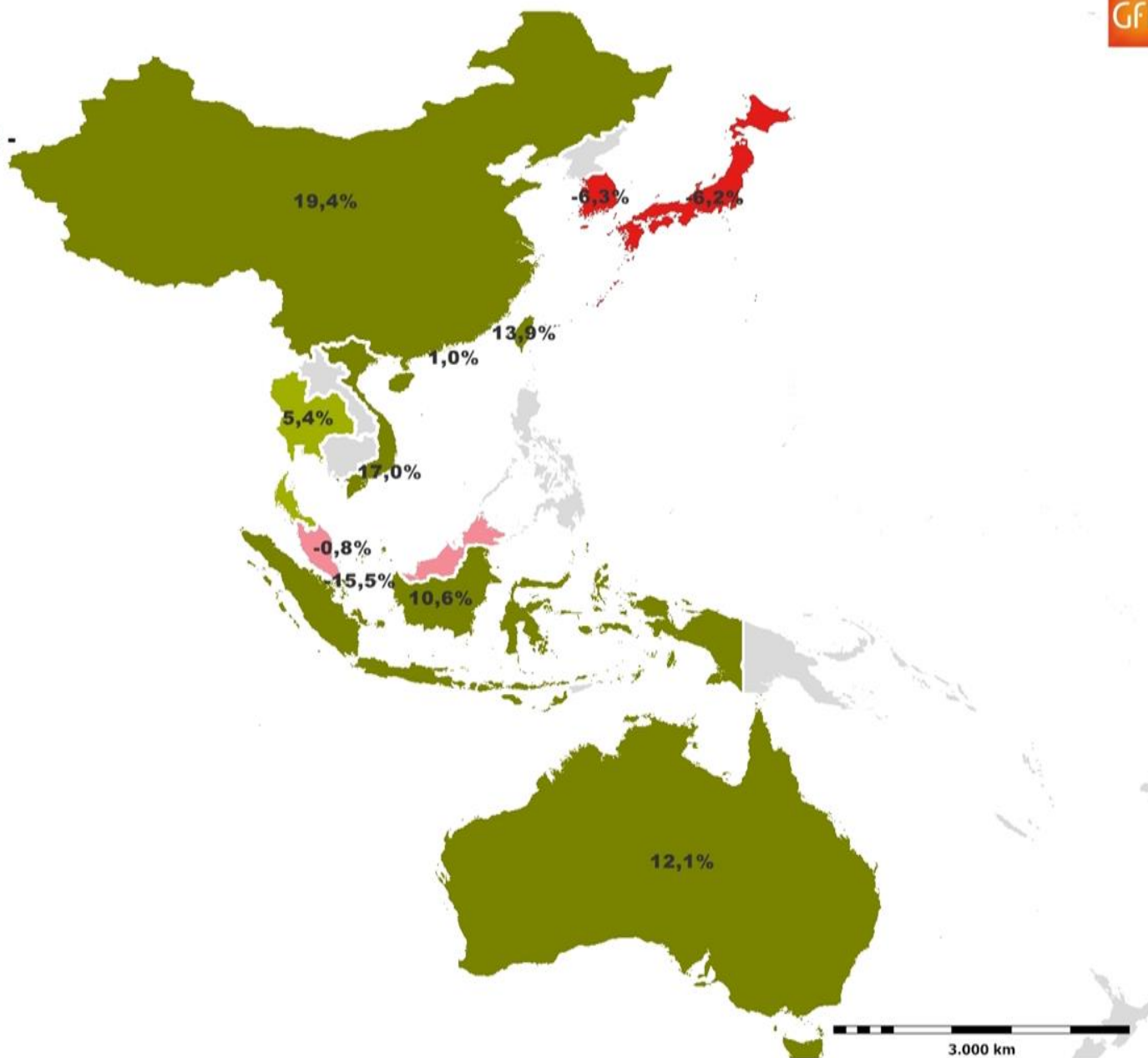
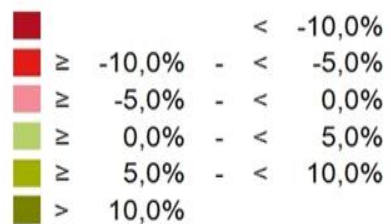


Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Small Domestic Appliances - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

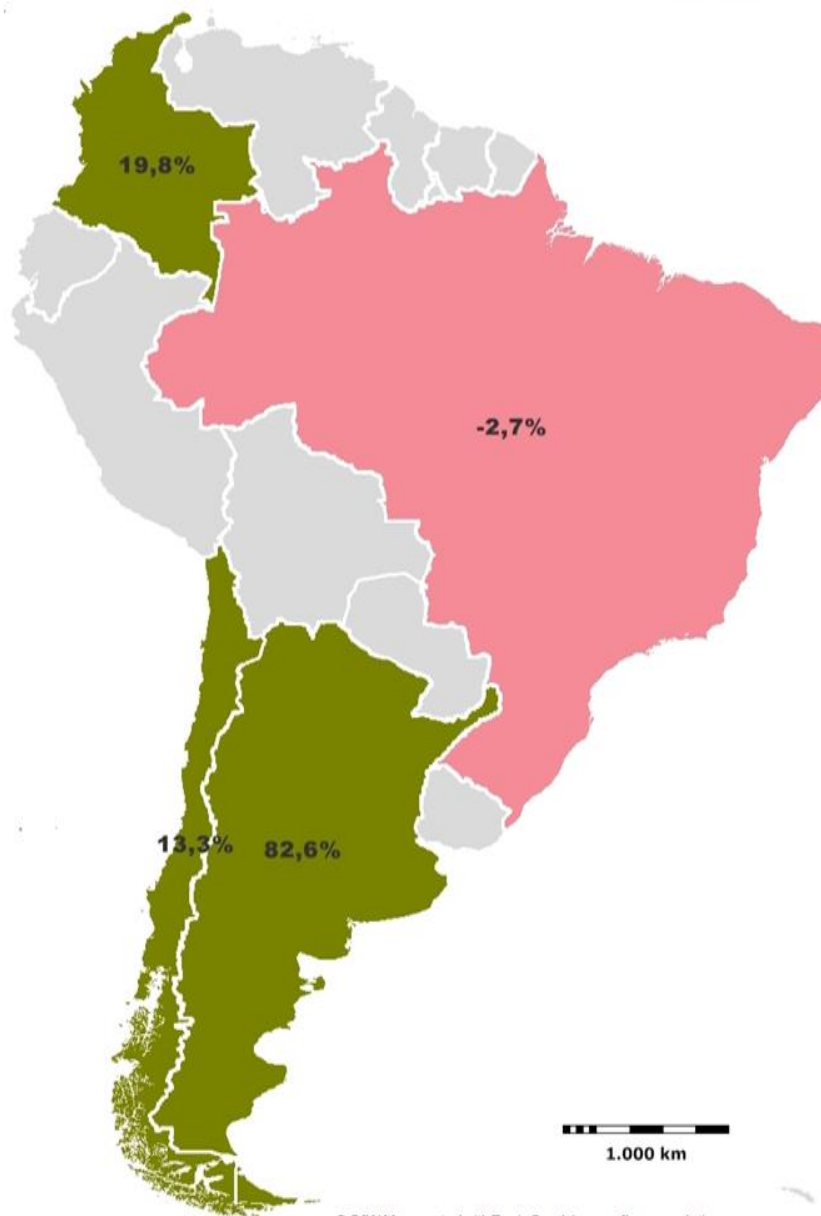


GfK TEMAX

South America



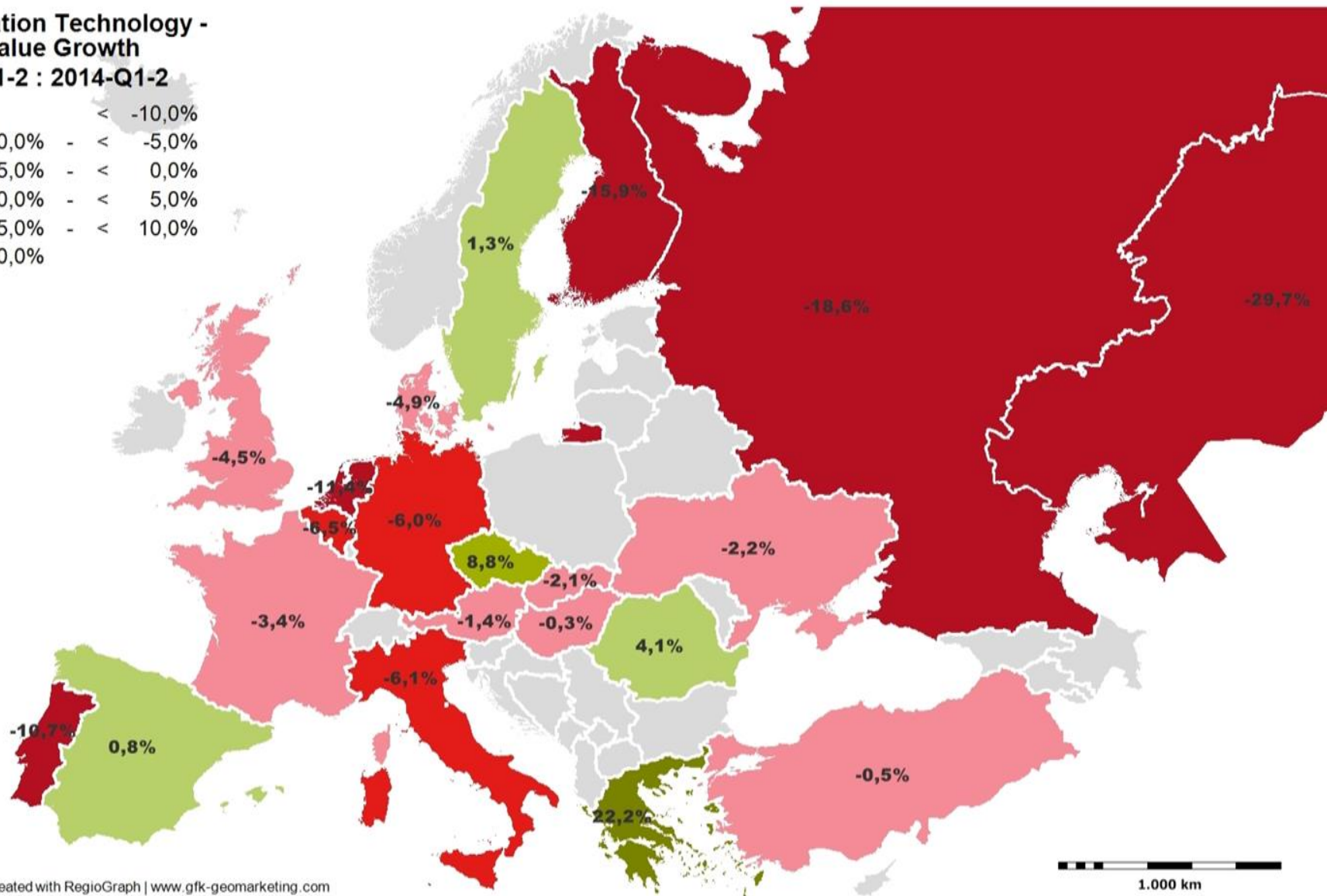
Small Domestic Appliances - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

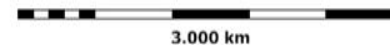
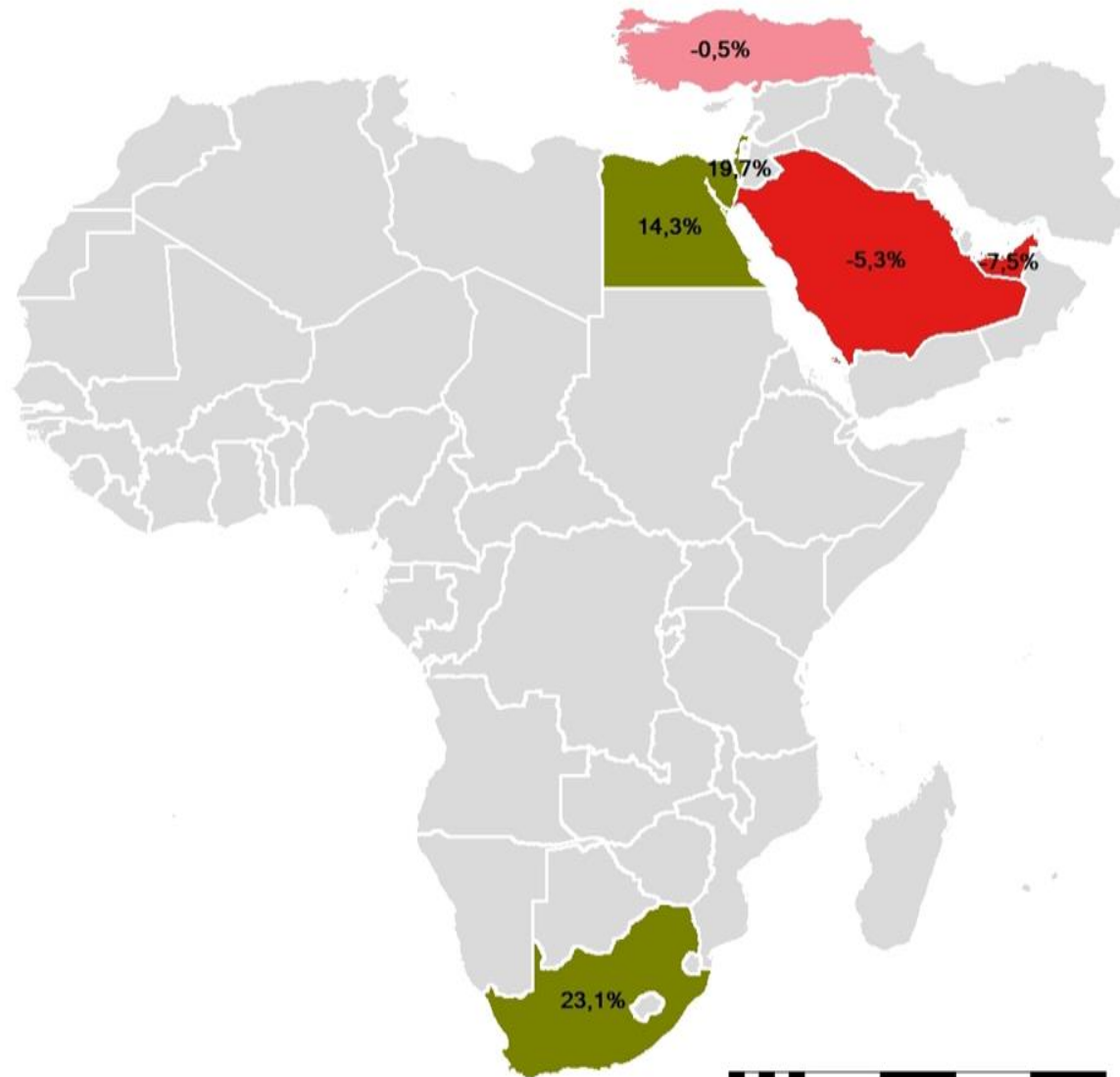
Year-to-date (cumulated year) comparison Information Technology

Information Technology - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

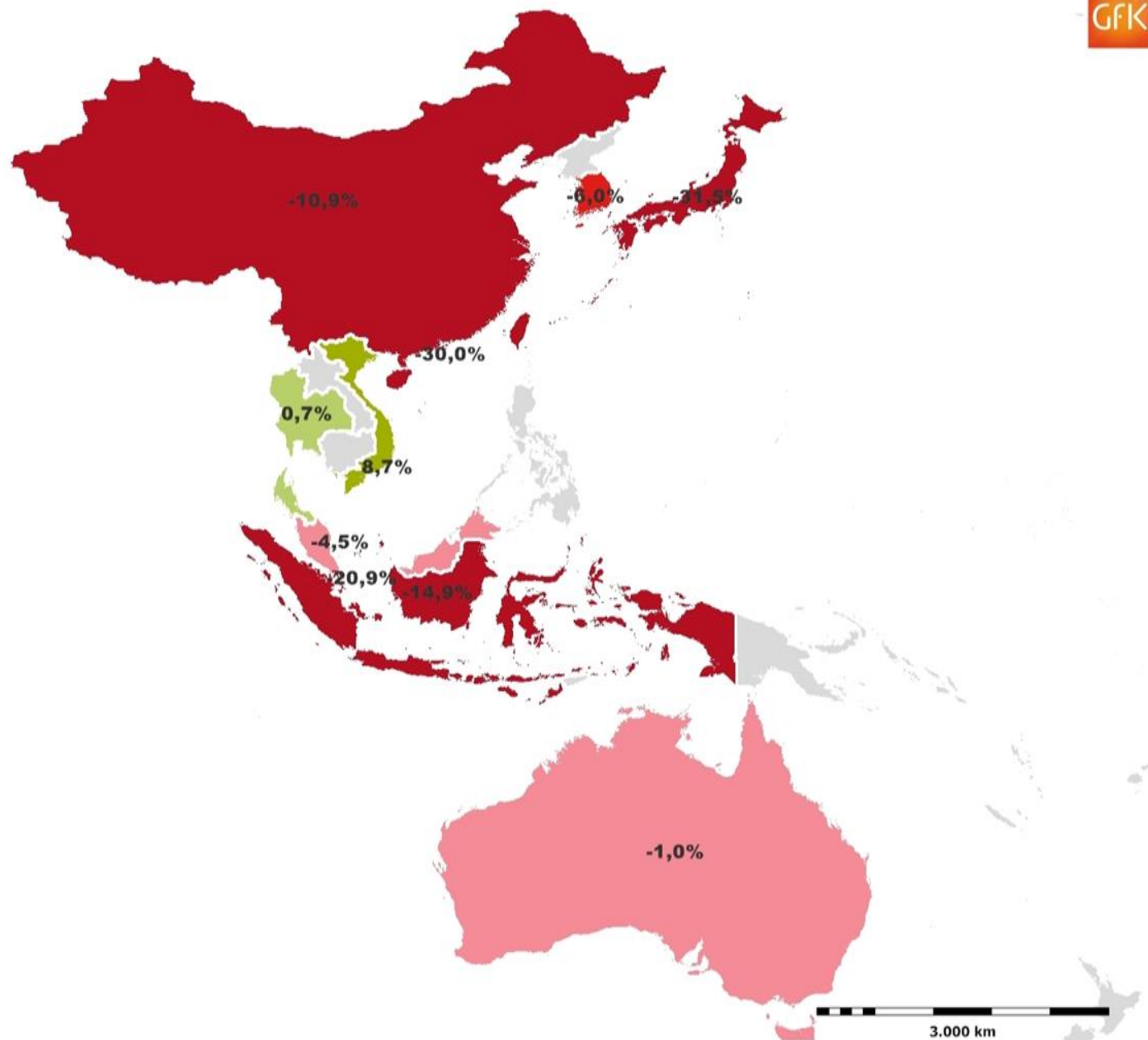


Information Technology - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Information Technology - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



GfK TEMAX

South America



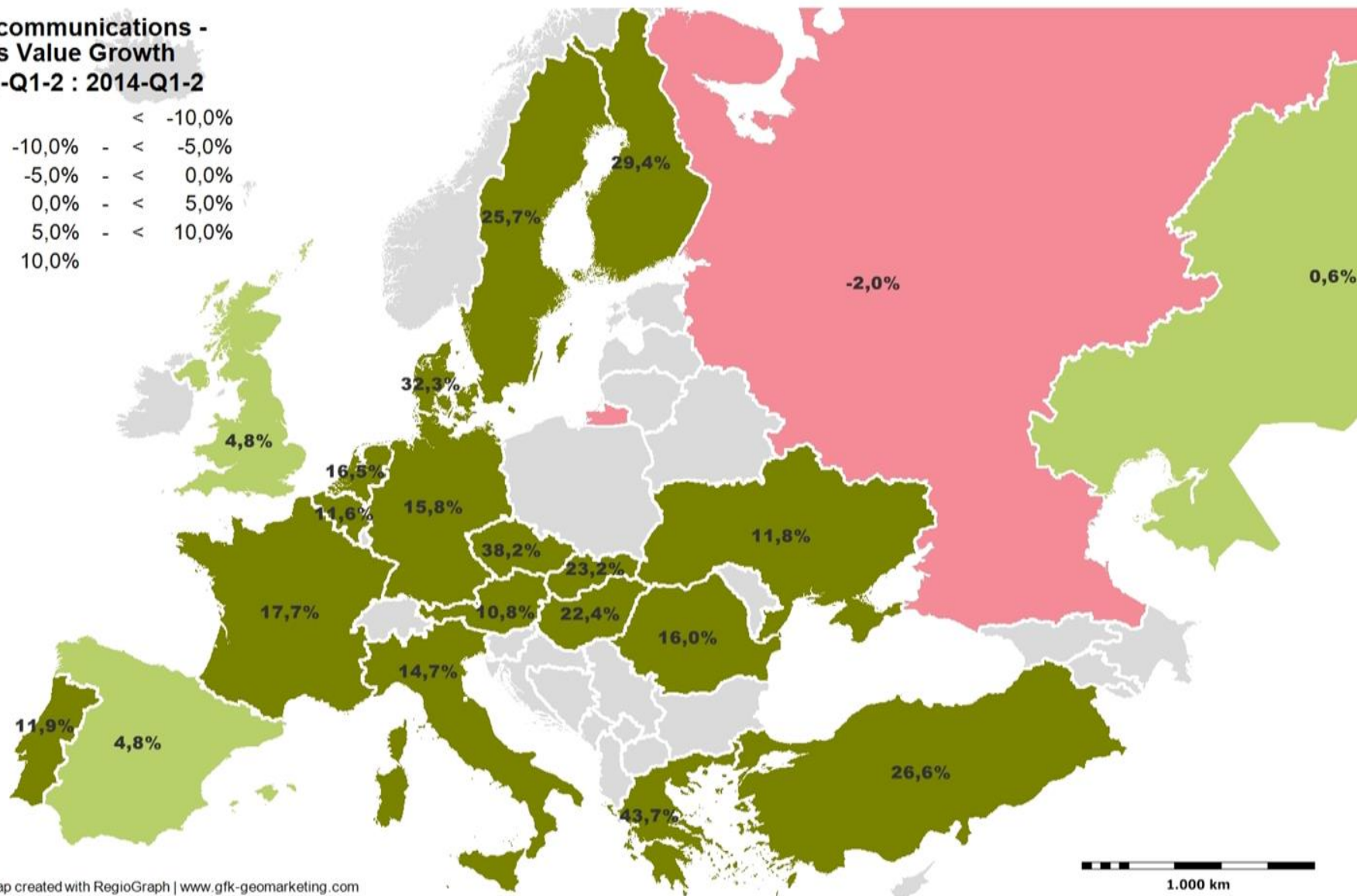
Information Technology - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



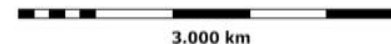
© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

Year-to-date (cumulated year) comparison Telecommunication

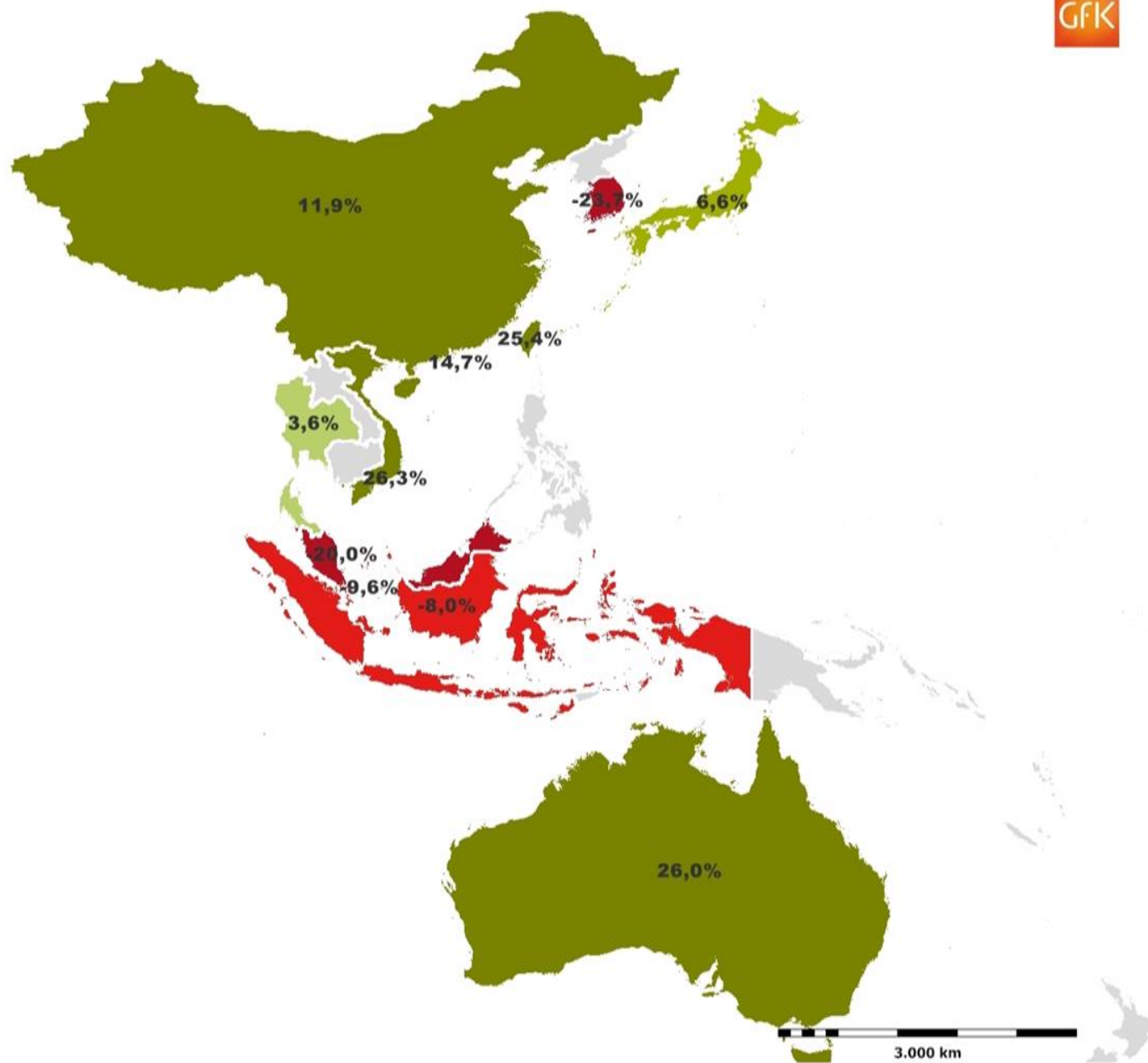
Telecommunications - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Telecommunications - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Telecommunications - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



GfK TEMAX

South America



Telecommunications - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

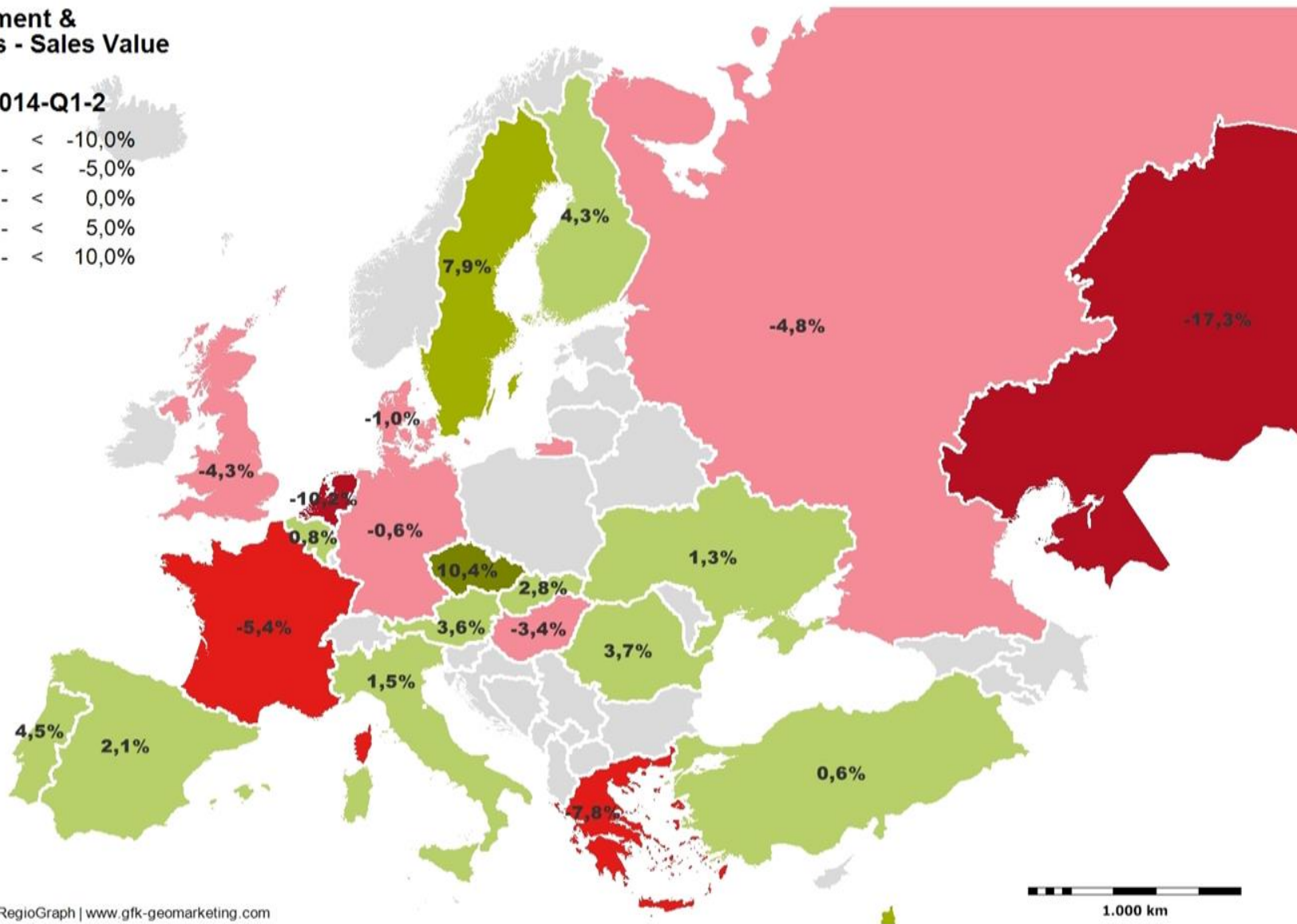


© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

Year-to-date (cumulated year) comparison Office Equipment & Consumables

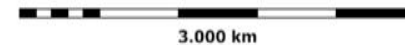
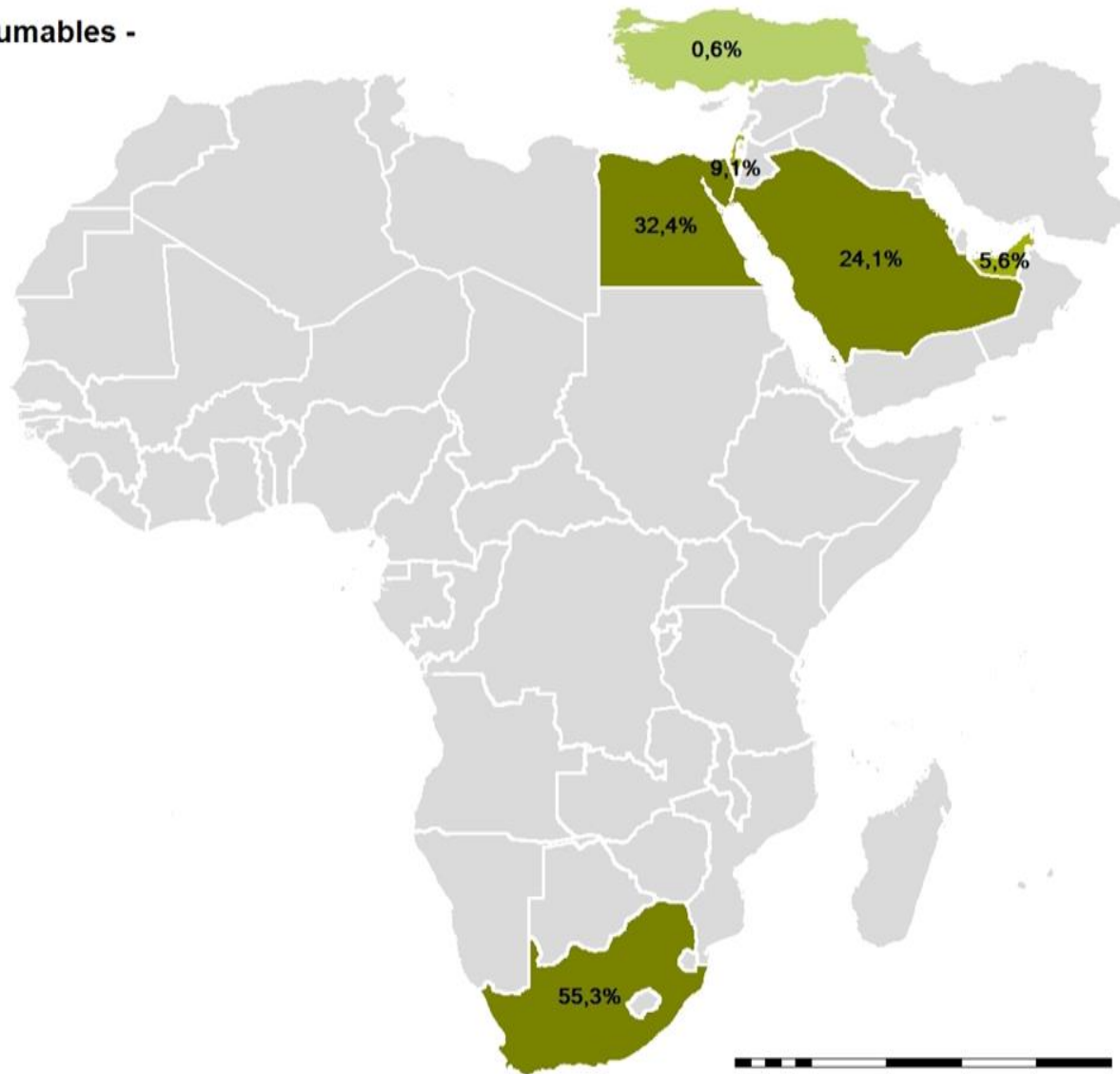
Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2

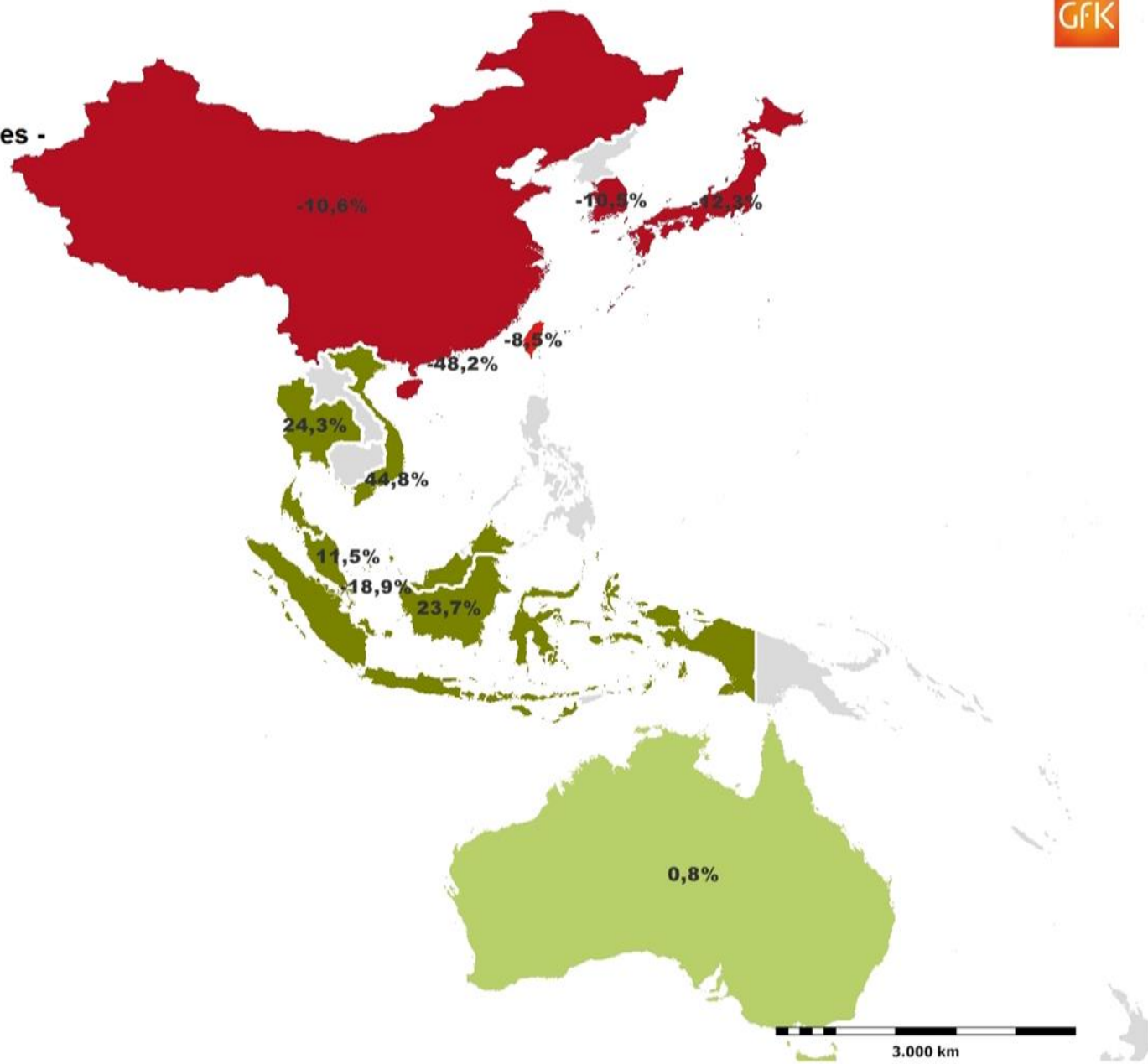


Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth

2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



GfK TEMAX

South America



Office Equipment & Consumables - Sales Value Growth 2015-Q1-2 : 2014-Q1-2



© GfK | Map created with RegioGraph | www.gfk-geomarketing.com

A propos de l'étude GfK TEMAX® Europe de l'Ouest

GfK TEMAX® Western Europe est un indice exclusif développé par GfK Consumer Choices qui mesure les ventes portant sur les marchés des biens d'équipement de la maison en BtoC (et en BtoB pour la micro-informatique la bureautique et consommables). Le rapport GfK TEMAX® est publié au niveau international. Les conclusions sont basées sur la consolidation des résultats mensuels et hebdomadaires des panels distribu-teurs de GfK Consumer Choices. Le panel intègre les données de ventes à la référence de plus de 425 000 magasins à travers le monde. GfK TE-MAX® Western Europe restitue les ventes dans 15 pays : Autriche, Belgique, Danemark, Allemagne, Espagne, Finlande, France, Grèce, Italie, Pay-Bas, Portugal, Suède, Royaume-Uni, Norvège, Suisse. La valorisation du marché des Télécom mobiles (Mobiles & Smartphones) est exprimée hors subvention.

A propos de GfK

GfK fournit une information, de référence, sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale, les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme les Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs. Pour en savoir plus, visitez www.gfk.com/fr et suivez nous sur [www.twitter.com/GfK](https://twitter.com/GfK)

Contact Presse :

GfK
40 rue Pasteur
92156 Suresnes
France
Raphaël Couderc
Tel. +33(0) 1 74 18 61 57
Mob. +33(0) 6 47 55 73 21
raphael.couderc@gfk.com