

COMMUNIQUE DE PRESSE – OBSERVATOIRE DE L'OUTILLAGE ENERGISE

Le Secimpac, Syndicat des Marques d'Outillages Energisés et Consommables pour les Professionnels et le Grand Public - Espaces Verts et Bricolage, et GFK -Institut d'étude de marché, spécialiste des panels GSB en outillage à destination du Grand Public, s'allient à nouveau en 2017, afin de communiquer à la filière les données de marché 2016 en vente vers la distribution et en sorties caisse (sell-in et sell-out).

Les ventes d'outillages énergisés en France progressent fortement en 2016

En 2016, selon le SECIMPAC, les ventes à la distribution PROFESSIONNELLE, ont surperformée avec une progression de 8.8% en 2016 vs 2015, en valeur, pour les outillages énergisés comme pour leurs consommables.

A noter sur ce marché, **la fulgurante progression des outillages sur batterie** (+22.1% vs 2015) et un maintien du marché de l'outillage filaire (+4.1% vs 2015) en valeur.

Pour la toute première fois en 2016, le *chiffre d'affaires réalisé par les outillages sur batterie est supérieur à celui réalisé par les outillages filaires.*

Concernant **les ventes réalisées auprès de la distribution GRAND PUBLIC**, le SECIMPAC relève une hausse de 3.6% en valeur par rapport à 2015 sur le marché du bricolage.

Nous constatons une stabilité des ventes de produits sur batterie, en volume, sur le segment outillages électroportatifs pour les bricoleurs, à 36% de part de marché.

Pour sa part, **le marché des outillages motorisés pour l'entretien des ESPACES VERTS**, se maintient à 3.5% en cumul en 2016 vs 2015 après un début d'année morose.

Ce segment ayant été impacté par les conditions météorologiques défavorables, jusqu'en mai 2016.

L'outillage électrique pour l'entretien des espaces verts progresse en volume, de 3.1% en 2016 vs 2015, et occupe, près de 58% du marché (progression de 2 points vs 2015) dont 13% d'outillages sur batterie.

Les outillages thermiques, quant à eux, représentent 42% du marché en France (baisse de 2 points vs 2015).

Par ailleurs, les entreprises adhérentes du SECIMPAC, dont Christophe HUREL est le représentant, constatent **une porosité de plus en forte des circuits de distribution**. Qu'il s'agisse de matériel de bricolage/construction ou de jardinage/maintenance des espaces verts. Les enseignes à destination du grand public, en particulier, distribuent de plus en plus de marques destinées au secteur professionnel.

Les données sorties caisse GSA et GSB issues des panels distributeurs GfK

confirment qu'en 2016 le marché français de l'OEP affiche une croissance de chiffre d'affaires. Ce marché a atteint 345 Millions d'Euros TTC (+2,2% vs 2015) malgré qu'il ait été pénalisé par la perte de vitesse des outils multifonction encore très présents en GSB+ (surface supérieure à 5000m²), en recul constant depuis 2013 (-23% vs 2015)

Hors outils multifonction, le marché de l'OEP voit son chiffre d'affaires progresser de +4%.

Les Mass Merchandisers (GSA + Pure Player Ecommerce) ont enregistré une forte croissance (+41%) au travers d'opérations promotionnelles. L'institut GfK observe que les ventes online (Pure Players Ecommerce) ont dépassé celles des GSA avec une part valeur respective de 8% et 7% sur l'année.

Les marques de distributeurs sont en décroissance de manière transverse sur les GSA (-32%) et les GSB (-13%) précise l'institut GfK. Les Marques Nationales représentent 83% du chiffre d'affaires sur le circuit grand public.

L'Institut GfK note que la valorisation du marché passe par le sans fil qui représente 44% du chiffre d'affaires OEP à fin décembre 2016. Pour la première fois sur ce mois de décembre (temps fort lié aux fêtes de fin d'année), le sans-fil a dépassé le filaire.

C'est le marché des outils sans fil 18V+ qui bénéficie le plus du développement des outils à batteries interchangeables, avec une forte croissance de +26,6% vs 2015. Ce sont les familles des perceuses, des scies ou encore des meuleuses qui sont considérées par l'Institut GfK comme les nouveaux relais de croissance, après l'expansion des perceuses. Une croissance continue depuis trois ans qui se valorise encore cette année avec un prix moyen qui a progressé de +3% en 2016.

Concernant le marché de l'outillage motorisé pour l'entretien des Espaces verts (1,28Milliard d'euros de chiffre d'affaires TTC), l'Institut GfK confirme que la relative stabilité du marché (+0,3%) est le résultat de tendance antinomique entre la décroissance du thermique (-3%) et la croissance de l'électrique (+15%). Un marché de l'électrique dynamisé par le segment des tondeuses robots en forte croissance cette année de +38%.

Le SECIMPAC en quelques mots...

Présidé par Christophe HUREL, le SECIMPAC rassemble quasiment une trentaine d'entreprises du secteur et représente les plus grandes marques de la filière des outillages motorisés (électriques filaires et sur batteries, thermiques et pneumatiques) et leurs consommables, ainsi que les instruments de mesure destinés, aux professionnels du bâtiment et de l'industrie, aux bricoleurs et à l'entretien des espaces verts.

En 2016, le chiffre d'affaires entreprises adhérentes au SECIMPAC était de près de 2,3 milliards d'euros et de 2800 salariés en France.

Pour en savoir plus sur le SECIMPAC : www.secimpac.org

Le SECIMPAC est affilié à la FICIME (Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique), ce qui permet aux adhérents du SECIMPAC de bénéficier des services supports en matière juridique, fiscale, droit social, douane, technique et environnement.

Le poids économique de la FICIME représente un Chiffre d'Affaires total estimé à 44 milliards d'euros, et 300 000 emplois en France. www.ficime.org

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 la 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 et suivez nous sur www.twitter.com/GfK