

Communiqué de Presse

Marché des TV connectées : le téléspectateur devient télé-acteur selon l'analyse de GfK Consumer Choices

17 juillet 2012

Raphaël Couderc
Communications Manager
GfK Consumer Choices
T : +33(0)1 47 14 21 78
raphael.couderc@gfk.com

Rueil-Malmaison, le 17 juillet 2012. Après avoir repoussé les limites de la finesse et de la qualité d'image, les constructeurs TV se différencient à travers leurs offres en connectivité. Depuis leur lancement au 1^{er} trimestre 2009 jusqu'à fin mai 2012, 3 millions de TV connectées ont été vendues en France selon le panel distributeurs GfK Consumer Choices.

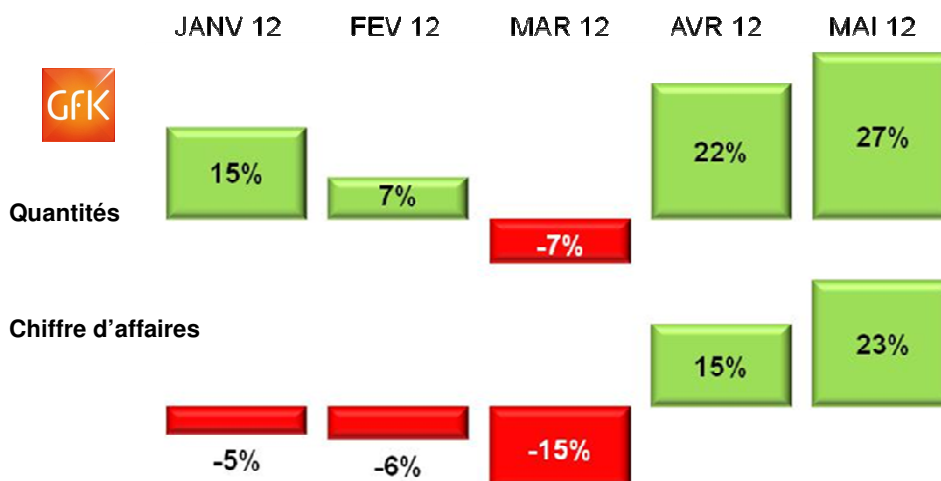
Contenu, ergonomie et simplicité d'utilisation tirent la croissance

Le travail de démocratisation de la connectivité réalisé par l'ensemble des acteurs du marché dévoile progressivement au consommateur tout le bénéfice d'un équipement à la pointe de la technologie. Avec une offre industrielle toujours plus connectée, les quantités de Web TV vendues en France sur janvier-mai 2012 affichent une croissance à deux chiffres de +13%.

En termes de chiffre d'affaires, cette dynamique est toujours positive mais nettement moins soutenue, +1%, car l'offre de connectivité s'est élargie à toutes les tailles d'écran. D'ici la fin de l'année, les ventes de TV connectées représenteront 28% des actes d'achat, soit environ 1 pièce vendue sur 4.

Pour François KLIPFEL, Directeur Général Adjoint chez GfK Consumer Choices France : « L'usage du téléviseur est à la veille d'un changement comportemental, où le téléspectateur devient « télé-acteur ». Jusqu'en mai dernier, la connectivité équipait 23% des appareils vendus, soit environ 120 000 téléviseurs écoulés en un mois. Nos mesures des premières semaines de ventes en juin 2012, nous renvoient les signes d'un marché en pleine croissance : +21% en quantité et +42% en chiffre d'affaires ! ».

Evolution du marché français des téléviseurs connectés (janvier-mai 2012)



Suivez GfK sur Twitter: www.twitter.com/GfKFrance

A propos du groupe GfK

GfK est l'un des instituts de recherches les plus importants au monde. 11 000 experts GfK travaillent sur une nouvelle compréhension de la façon dont les gens vivent, pensent et achètent au quotidien, sur plus de 100 marchés. GfK innove constamment pour utiliser les technologies les plus récentes et les méthodologies les plus intelligentes pour offrir à ses clients la meilleure connaissance des personnes les plus importantes au monde : leurs clients. En 2011, GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,37 milliard d'euros. Pour en savoir plus, visitez le site Internet <http://www.gfk.com>

Contacts presse:

Violaine Djen-Louandre : 01 47 42 48 15 /
violaine.louandre@fleishmaneuropa.com

Rosa Tomé : 01 47 42 48 16 /
rosa.tome@fleishmaneuropa.com

Raphaël Couderc, Tél. : 01 47 14 21 78 /
raphael.couderc@gfk.com