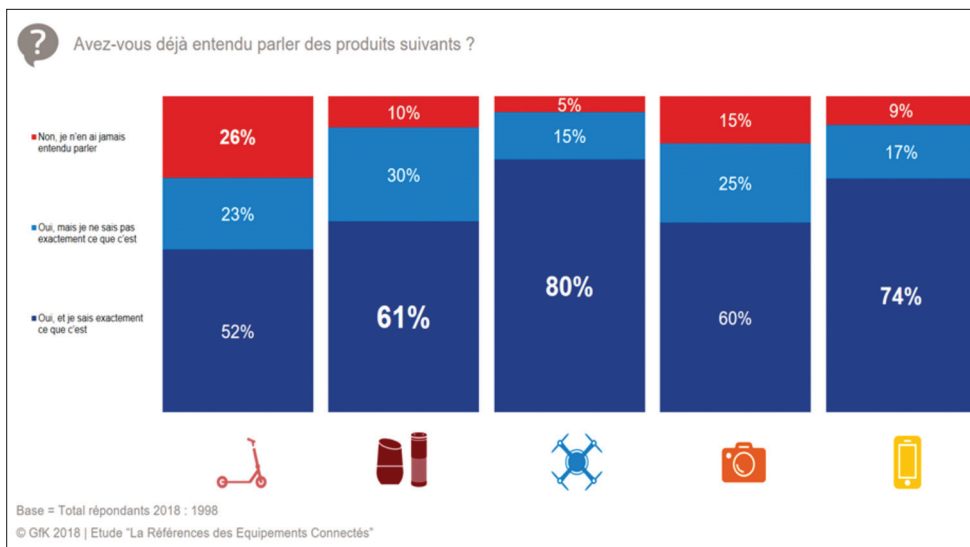


Chapitre 4

Application 5. Analyse des résultats d'une étude GfK sur les nouveaux biens d'équipement

Document 1 : Extrait de l'étude REC sur la notoriété des nouveaux biens d'équipement (véhicules connectés/enceintes/drones/appareils photos/smartphones)



1. Retrouvez les 2 questions qui ont été posées aux enquêtés pour parvenir à ces résultats.
2. Analysez précisément les résultats de l'enquête de notoriété sur les nouveaux biens d'équipement.
3. Listez les biens d'équipement qui sont méconnus et dont le fonctionnement est ignoré.

Document 2 : Extrait de l'étude REC sur les enceintes connectées et les drones

• Enceinte connectée : « oui, mais... »

Avec plus de 500 000 pièces vendues (hors ventes directes) un an après leur arrivée en France, les assistants vocaux sont au centre de toutes les attentions. Les produits ont vite trouvé leur public, notamment par une satisfaction des possesseurs élevée (2/3 des possesseurs totalement satisfaits) et des promesses produit tenues. Parmi les critères d'achat les plus importants, la pertinence de la reconnaissance vocale arrive en première position pour 1 interviewé sur 2. Suivent la facilité d'utilisation (44 %) et la qualité sonore du produit (42 %). Côté public, le cœur de cible des fabricants et distributeurs d'assistants vocaux se situe sur les 35-49 ans. En effet, ce sont les consommateurs les plus enclins à s'équiper dans les mois à venir.

Une première année d'existence réussie et une déferlante annoncée sur la fin d'année ? Possible. Cependant, les acteurs du marché devront aussi répondre aux réticences exprimées par les consommateurs. En effet, l'intrusion dans la vie privée reste un frein majeur à l'achat pour 28 % des personnes interrogées.

• Drones en vol plané

L'année 2017 a marqué le pas, avec 400 000 drones grand public vendus en 2017, en stagnation par rapport à l'année précédente. Si le premier semestre 2018 affiche une légère croissance (+ 2 % en volume), les consommateurs semblent plus difficiles à convaincre pour passer à l'achat. En effet, seulement 5 % des personnes interrogées déclarent vouloir acheter un drone dans les mois à venir, avec peu de variation selon les tranches d'âge. Le frein à l'achat majeur est l'absence d'usage clairement identifié, l'impression de « gadget » donnée par le produit. Comment, dès lors, répondre aux attentes des consommateurs ? « Si les motivations à l'achat sont avant tout ludiques, plus de 50 % des intentionnistes attendent une caméra de haute qualité, explique Fabien Gulluni, Consultant Market Insights Consumer Electronics. Les autres caractéristiques clés sont une forte autonomie de vol et des fonctions d'assistance au pilotage/vol facilitées. Il faudra donc rassurer et assurer les consommateurs sur des points pour convertir les intentions en achat. »

Les nouveaux biens techniques suscitent un certain intérêt auprès des consommateurs, ils représentent aussi une opportunité de renouvellement de l'offre pour les distributeurs. Mylène Lecarpentier, experte Sales & Retail, analyse : « Sur ce point, les consommateurs citent en priorité les circuits spécialisés (magasins mais également e-shop) quel que soit le produit, et ce même pour la mobilité électrique. Viennent ensuite les grands sites e-commerce généralistes. Les autres circuits doivent fournir des efforts, de mise en scène de leur rayon et de communication s'ils souhaitent attirer les acheteurs de ces biens techniques 2.0 ».

NB : étude Référence des Equipements Connectés (REC) mêlant données des panels distributeurs et études consommateurs auprès de 10 000 foyers, la REC propose une vision unique de l'équipement des foyers français en biens techniques.

www.gfk.com

1. Analysez précisément les résultats de l'enquête pour les enceintes connectées et les drones (tendance générale des ventes/motivations et freins des consommateurs/critères de choix des produits).

À l'aide des documents 1 et 2 :

2. Précisez quelles entreprises sont susceptibles d'être intéressées par les résultats de cette étude.
3. Quel est l'intérêt des résultats de cette étude pour ces entreprises ?