



Optimisation des accessoires

Nécessaires aux écrans plats, le meuble télé et le support mural doivent gagner davantage en lisibilité dans les magasins.

Pour l'acquéreur d'un écran plat, la question se pose : où et comment l'installer à la maison ? « Trois acheteurs sur quatre choisissent un support, meuble ou fixation murale, et un sur quatre ne prend rien en complément de l'écran », indique Pascal Marchand, directeur général d'Erard. Le marché des supports suit la courbe des ventes de téléviseurs. « Plus on vend d'écrans, plus on vend de meubles, mais la baisse des prix se répercute aussi sur nos marchés. De plus en plus de consommateurs optent pour des meubles d'entrée de gamme à moins de 199 € », souligne Pauline Garcion, responsable marketing et communication chez Ateca.

Sur le marché des supports, le meuble reste prépondérant (60 %) avec un prix moyen de 300 €, mais les systèmes de fixation au mur (prix moyen 100 €) progressent, tirés par la montée des petits écrans (cuisine ou chambre) et par l'arrivée d'écrans de plus en plus fins.

Deux circuits de distribution se partagent le marché : le réseau électronique grand public (EGP) vend 75 % des accroches murales alors que le

circuit meuble se taille la part du lion avec 75 % des ventes de meubles télé. Une situation que les grands acteurs du meuble voudraient rééquilibrer. « La logique voudrait que le consommateur puisse acheter ensemble l'écran et le support, relève Pascal Marchand. C'est à nous d'aider le circuit EGP sur ces produits qui sont générateurs de marge. »

Etre une force de proposition

Même écho du côté de chez Ateca : « Nous devons être une force de proposition pour nos revendeurs EGP, leur apporter des outils, des conseils, faire en sorte que nos meubles de présentation ne soient pas perçus dans le magasin comme une PLV. »

Les constructeurs de supports d'écran multiplient les actions en ce sens et jouent sur la différenciation : innovations en fonction de l'évolution technologique des écrans télé et de leurs périphériques, forces de vente proches du terrain, outils PLV, présence dans les salons et expositions, communication grand public. « L'option meuble est sensible à la praticité de rangement et au design, matériaux, couleurs, formes, assure ▶



- Pauline Garcion. *Notre nouveau modèle LCDE, qui sort ce mois-ci, est conçu pour s'adapter à tous les intérieurs, y compris dans les petites pièces. En tant que spécialiste du meuble télé, nous serons présents au MedPi (Rencontre d'affaires annuelle des professionnels français du marché des nouvelles technologies grand public - Ndlr), mais à l'ifa avec d'autres nouveautés.*

Innovations sur le meuble

Des innovations sur le meuble sont attendues chez Erard qui travaille également sur les accroches murales. Fixit, le nouveau concept de fixation murale du groupe, affiche une double ambition: "facile à installer pour le consommateur, facile à vendre pour le distributeur". Une panoplie d'outils marketing permet d'exposer et de démonter facilement le système Fixit en magasin. « Cette démarche s'inscrit dans notre volonté d'intensifier notre présence auprès des distributeurs, d'accentuer la visibilité de nos produits, avec une différenciation selon les réseaux », précise Pascal Marchand. Les outils Fixit vont du présentoir à poser sur le comptoir au grand panneau mural, en passant par un présentoir à poser au sol. « Ni maintenance ni stock, aussitôt livré et posé, le présentoir "prêt à vendre" est immédiatement opérationnel », dit-il. Décliné en trois tailles, Fixit est disponible pour un prix indicatif de 70 à 95 €. ● G. B.