

Xerfi 700

Matériel informatique (note de conjoncture)

Novembre 2007 / AMA / DFE

7-EEE-12/X7

NAF : 30.0C, 51.8G & 52.4Z
NACE : 30.02, 51.84 & 52.48
CITI : 3000, 5151 & 5239

Prévisions 2008

Ventes de micro-ordinateurs (vol.)	+10,5%
Dépenses informatiques des entreprises (val.)	+3,0%
Conso. des ménages en mat. informatiques (vol.)	+17,5%

Les chiffres clés 2007

Ventes de micro-ordinateurs (vol.)	+12,0%
Dépenses informatiques des entreprises (val.)	+3,8%
Conso. des ménages en mat. informatiques (vol.)	+18,5%
Ventes de micro-ordinateurs aux particuliers (vol.)	+16,8%
Ventes de micro-ordinateurs aux professionnels (vol.)	+8,1%
Prix à la consommation des équip. informatiques	-14,3%

Les leaders (*)

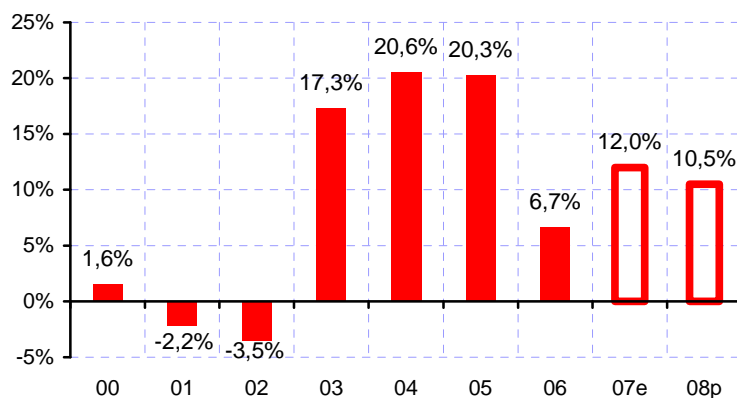
ACER
DELL
HEWLETT PACKARD
INGRAM MICRO
TECH DATA

(*) classement alphabétique

Graphique clé

Vente de micro-ordinateurs

unité : % des variations annuelles en volume / Prévision Xerfi / Estimation et source : IDC



Présentation

Le marché français du matériel informatique est composé de quelques fabricants (34 entreprises) et de nombreuses sociétés de distribution, dont les plus importantes sont des filiales de grands groupes internationaux. En France, la fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques n'a en effet représenté que 2,7% du chiffre d'affaires de l'industrie des équipements électriques et électroniques en 2006. L'activité de production reste marginale par rapport à la distribution du secteur. Les sociétés fabriquent et commercialisent plusieurs types de produits : les ordinateurs fixes et portables, les imprimantes et copieurs ainsi que tous les équipements et périphériques annexes.

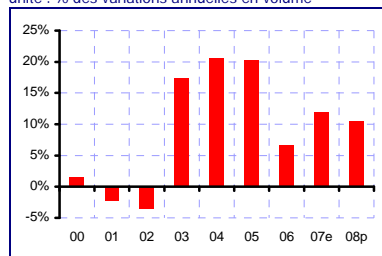
Le secteur du matériel informatique est ventilé entre la fabrication de matériel informatique, qui est très concentré, et la distribution, qui est atomisée. Mais ces deux segments sont dominés par quelques acteurs de grande envergure. Dans la fabrication, les principaux opérateurs sont HP, Dell, Packard Bell, Fujitsu Siemens et Toshiba. Dans la distribution, les leaders de la vente sont Tech Data et Ingram Micro.

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Le tableau de bord économique (source Xerfi)

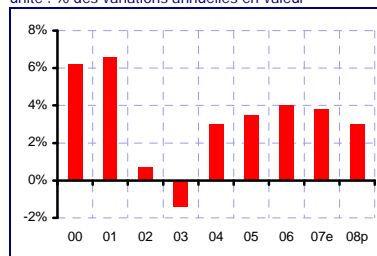
Ventes de micro-ordinateurs

unité : % des variations annuelles en volume



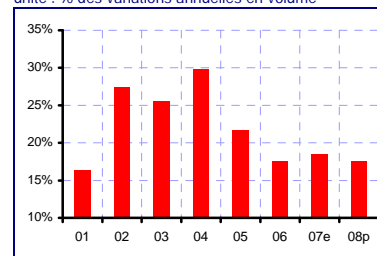
Dépenses informatiques des entreprises

unité : % des variations annuelles en valeur



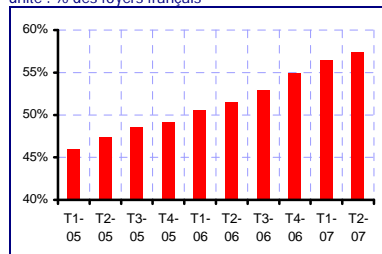
Consommation des ménages en équipements informatiques

unité : % des variations annuelles en volume



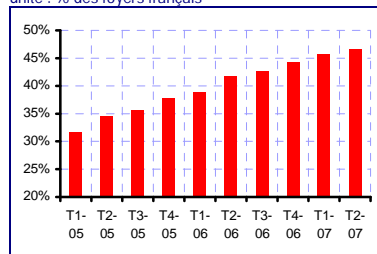
Taux d'équipement des ménages français : micro-ordinateurs

unité : % des foyers français



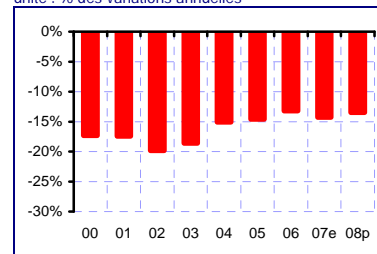
Taux d'équipement des ménages français : Accès à Internet

unité : % des foyers français



Prix à la consommation des équipements informatiques

unité : % des variations annuelles



Principales sociétés du secteur

Sociétés	Contrôle ou actionariat	Chiffre d'affaires non consolidé (M d'euros)	Date de clôture
HEWLETT PACKARD CENTRE DE COMPETENCES FRANCE	Hewlett-Packard (Pays-Bas) via Technologies et Participations (Cont. maj.)	6 749,9	31/10/2006
HEWLETT-PACKARD FRANCE	Hewlett-Packard (Pays-Bas) via Technologies et Participations (Cont. maj.)	2 545,6	31/10/2006
DELL	Dell (Etats-Unis) (Cont. maj.)	1 650,7	31/01/2006
TECH DATA FRANCE	Tech Data (Etats-Unis) via Tech Data France (100%)	1 225,6	31/01/2006
INGRAM MICRO	Ingram Micro (Etats-Unis) via Ingram Micro Luxembourg (Luxembourg)	1 110,3	31/12/2005
ACER COMPUTER FRANCE	Acer (Taiwan) (Cont. maj.)	695,4	31/12/2006
ETC METROLOGIE	SCH France (100%)	690,4	31/03/2007
BULL	Bull (100%)	675,7	31/12/2006
PACKARD BELL FRANCE	Packard Bell (Pays-Bas) (100%)	559,5	31/03/2006
ACTEBIS	Actebis (Allemagne) (100%)	455,4	31/12/2004
FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	Fujitsu Siemens Computers (Pays-Bas) (100%)	429,4	31/03/2006
DEXXON DATA MEDIA	Dexxon Groupe (99%)	419,5	31/12/2006
EPSON FRANCE	Epson Europe (Pays-Bas) (100%)	398,9	31/03/2007
TOSHIBA SYSTEMES France	Toshiba (Japon) (95%)	362,2	31/03/2006
LEXMARK INTERNATIONAL	Lexmark International (Etats-Unis) (99%)	318,4	31/12/2006
LENOVO FRANCE	Lenovo (Chine) (Cont. maj.)	297,2	31/03/2006

Source : Xerfi via Greffes des Tribunaux de Commerce

xerfi700

La base d'intelligence sur les secteurs
et les entreprises, en France et dans le Monde

Xerfi 700 est la seule source complète d'études et de prévisions sur les secteurs et leur tissu d'entreprises. Couplé avec Xerfi entreprises, c'est l'outil de référence indispensable adopté par les établissements financiers, les entreprises, les cabinets de conseil et d'audit, les grands établissements publics et para-publics pour appuyer leurs analyses et étayer leurs décisions.

Une source exceptionnelle d'analyses, d'informations et de prévisions :

Complète et mise à jour

Véritable encyclopédie sur l'activité économique, les secteurs et les entreprises, Xerfi 700 présente chaque année plusieurs centaines d'études sur tous les marchés en France et dans le Monde, plusieurs dizaines de milliers d'analyses sur les sociétés, des centaines de notes de conjoncture, des prévisions sur les secteurs en France et dans le Monde

Rigoureuse et cohérente

Puisées aux meilleures sources, les données sont vérifiées, traitées par une équipe pluridisciplinaire de professionnels spécialisés par pôles d'expertise au sein du premier bureau d'études français. Les analyses et prévisions sont mises en cohérence pour prendre en compte toutes les inter-relations de la vie économique.

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises, en France comme à l'international. Le site xerfi.com met ainsi en ligne le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Depuis sa création en 1993, Xerfi a été animé par une volonté de rigueur, de qualité, et de stricte indépendance, garantie par son autonomie financière, son statut de maison d'édition, et des règles déontologiques rigoureuses. Le groupe Xerfi est contrôlé par son équipe de dirigeants, et Présidé par son fondateur, Laurent Faibis.

Exclusive et indépendante

Xerfi 700 contient un nombre exceptionnel d'analyses originales et de prévisions exclusives pour surveiller l'évolution des activités économiques. Les synthèses sont rédigées en toute indépendance, garantie par une volonté de comprendre la vérité économique.

Claire et conviviale

Tout a été pensé pour faciliter vos recherches, vous faire gagner du temps dans vos missions et mettre à votre disposition des études immédiatement opérationnelles. Une attention toute particulière est apportée à la facilité d'utilisation : simplicité de la recherche, des présentations claires et homogènes, des textes concis éclairés par des graphiques et tableaux pour aller vite à l'essentiel.

xerfi700

Secteurs France

La seule base exhaustive sur tous les marchés en France, mise à jour chaque année. Ces études apportent l'information indispensable et rigoureuse aux décideurs. Elles présentent l'évolution du secteur, l'activité et ses perspectives, sa structure industrielle et financière, les informations clés sur la vie des entreprises qui interviennent sur le marché.

Secteurs Globaux

Les analyses internationales indispensables pour comprendre l'évolution des grands secteurs « globalisés », au plan européen ou mondial selon le degré de pertinence nécessaire. Chaque étude comprend des informations et des analyses sur les grands groupes, les marchés internationaux, leur configuration, leur structure industrielle et financière.

Prévisions macro-sectorielles France

Un suivi complet de l'activité économique française avec des prévisions détaillées en 40 grands secteurs, mises à jour 2 fois par an. Ces prévisions exclusives sont réalisées par Xerfi grâce aux études sectorielles et à une modélisation économétrique unique en France.

Prévisions macro-sectorielles Monde

Les prévisions exclusives de Xerfi sur 40 secteurs internationalisés, avec un éclairage spécifique sur l'Europe, les Etats-Unis, le Japon et l'Europe de l'Est. Chacune des 40 prévisions et analyses fait l'objet d'une étude rédigée conjointement en Français et en Anglais.

Flashs conjoncture

Xerfi publie dans la série « Flash conjoncture » une centaine d'analyses par an. Ces Flashs réagissent en temps réel à l'actualité économique (matières premières, parités monétaires, situation économique dans les différents pays du monde, consommation, investissements, etc.).

Le guide des sources

Toutes les sources d'informations utilisées par les experts de Xerfi. Un accès aux données primaires grâce à des liens vers les sites internet concernés (sociétés citées dans les études, presse professionnelle spécialisée, organisations professionnelles, sources de données spécialisées, etc.).

xerfientreprises

Les analyses de groupes

Chacune des 50 études de la collection brosse le portrait d'un groupe, avec une attention particulière aux forces et faiblesses, au positionnement par rapport aux marchés, aux orientations stratégiques, aux politiques d'investissement et grands enseignements de l'analyse de ses comptes.

Les monographies de sociétés

Sous forme de documents individualisés, les informations et analyses sur plusieurs centaines de sociétés et de groupes en France et dans le monde. Chacun de ces documents présente le positionnement et la stratégie de ces acteurs dans un contexte sectoriel précis.

Les présentations de sociétés

La présentation par les experts sectoriels de Xerfi de plusieurs milliers de sociétés, où figurent le métier, les produits, les principales informations de chaque société.

Les fiches « données-clés »

Les principaux éléments signalétiques et les indicateurs économiques et financiers de 10 000 premières sociétés françaises.

Les tableaux de classement

Pour positionner les sociétés au sein de leur secteur d'activité, des outils de classement exclusifs et des tableaux de comparaisons sectoriels selon des indicateurs économiques et financiers.

Table des matières

0. SYNTHÈSE	7
1. L'ACTIVITÉ	10
1.1. Le cadre de l'étude	11
Le champ statistique du secteur	11
Le poids du secteur dans la filière	12
Les sources d'information	13
1.2. Les fondamentaux du secteur	14
L'offre de matériel informatique	14
Les semi-conducteurs	15
La distribution des produits	16
La vente directe et indirecte	17
Ventes d'imprimantes : le grand public	18
1.3. La réglementation	19
Les dispositions légales	19
L'élimination des déchets	20
2. ANALYSE & PERSPECTIVES DU MARCHÉ	21
2.1. Les mécanismes du marché	22
Les principaux indicateurs	22
2.2. Les déterminants de la demande des ménages	23
Taux d'équipement	23
Consommation en équipements informatiques	24
2.3. Les déterminants de la demande des entreprises	25
Investissements	25
Dépenses informatiques	26
2.4. L'analyse du commerce extérieur	27
Destinations des exportations	27
Origines des importations	28
2.5. Le marché de la micro-informatique	29
Les prix à la consommation	29
Ventes mondiales de micro ordinateurs	30
Ventes de micro-ordinateurs en France	31
Ventes de micro-ordinateurs par segment	32
Ventes d'imprimantes	33
2.6. Les perspectives à l'horizon 2008	34
Le scénario prévisionnel	34
Consommation des ménages	36

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Dépenses des entreprises	37
Les prix à la consommation	38
Ventes de micro-ordinateurs	39

3. STRUCTURE DE LA CONCURRENCE **40**

3.1. Structure économique et industrielle **41**

Les chiffres clés des fabricants français	41
Diversification des fabricants de matériel informatique	42
Marché mondial des micro-ordinateurs	43
L'Internet en Europe	44
Marché français des micro-ordinateurs	45
Marché européen des imprimantes	46

3.2. Les monographies **47**

Hewlett Packard (HP)	47
Dell	49
Tech Data	50
Ingram Micro	51
Acer	52
Bull	54
Packard Bell	56
Fujitsu-Siemens Computers	57
NEC	59

3.3. Ephéméride **61**

Les faits marquants	61
---------------------	----

3.4. Les compétiteurs **62**

Le classement des groupes	62
Le classement des entreprises par chiffre d'affaires	63
Le classement des entreprises par taux de valeur ajoutée	65
Le classement des entreprises par taux de résultat net	67

4. SOURCES D'INFORMATION **69**

5. NOTE METHODOLOGIQUE **72**

0. Synthèse

Une bonne croissance, un peu plus fébrile chez les professionnels...

Le marché français du matériel informatique enregistrera une forte progression en 2008, avec une augmentation des ventes d'ordinateurs de plus de 10% en volume. La forte consommation en produits informatiques impactera tous les types d'équipements (ordinateurs de bureau, portables, imprimantes, périphériques, etc.). Le marché s'appuiera sur la demande soutenue des professionnels, qui restent le premier débouché du secteur même si l'écart avec le grand public se réduit de plus en plus. Au cours de l'année 2008, les dépenses des professionnels resteront bien orientées malgré un faible ralentissement par crainte d'une récession de l'économie américaine. Leurs investissements annuels qui ont augmenté de plus de 20% depuis le début de la décennie, gagneront encore 3% au cours de l'année à venir afin de développer et de moderniser les parcs informatiques.

...mais toujours aussi soutenue par les particuliers...

La demande des ménages présentera elle aussi une progression dynamique, et poursuivra son envolée observée depuis le développement de l'Internet dans les foyers. L'usage d'Internet a en effet favorisé l'achat de matériel informatique au cours de ces dernières années (plus de 55% des ménages possédaient un ordinateur à l'issue du premier trimestre 2007, et plus de 45% ont accès au réseau Internet). Il continuera de stimuler la demande grâce à la multiplication des offres de dégroupage des opérateurs alternatifs (offres triple-play ou quadruple-play), la possibilité d'évoluer vers des offres de dégroupage total, ou encore l'accroissement de la couverture géographique du haut-débit.

La consommation des particuliers en matériel informatique sera par ailleurs favorisée par les améliorations technologiques (apparition des processeurs à 4 cœurs dans le matériel grand public, correction de la rétrocompatibilité de Windows Vista, etc.), et par l'engouement pour les ordinateurs portables qui présentent des prix beaucoup plus accessibles depuis 2005. L'acquisition de matériel sera en outre encouragée par de nombreuses offres de crédit, telles que le crédit étudiant à un euro par jour et le crédit à 0% financé par l'Etat, qui incitent toujours les consommateurs à s'équiper.

...et la baisse des prix...

La demande en matériel informatique sera également stimulée par les politiques tarifaires très agressives pratiquées par les fabricants et les distributeurs. Les prix du matériel informatique sont sans cesse en diminution, et ce phénomène est actuellement amplifié par un taux de change euro/dollar favorable aux consommateurs européens, qui bénéficient d'une diminution mécanique de la valeur des produits importés facturés en dollars. De plus, les nombreuses évolutions technologiques du secteur conduisent à une baisse continue des tarifs. Selon l'Insee, les prix ont diminué en moyenne de 15% par an entre 2003 et 2007 pour un même type de matériel. Ainsi, à prix constant, les consommateurs bénéficient de meilleures performances, et les produits entrée de gamme sont désormais suffisamment puissants pour répondre aux attentes de la plupart des particuliers.

...dans un secteur très concurrentiel et très concentré.

Au-delà des aspects monétaires et technologiques, la baisse des tarifs du matériel informatique est notamment la résultante d'une guerre acharnée entre les opérateurs. Les entreprises évoluent sur un marché très concentré et dominé par quelques grands fabricants (HP, Acer, Dell, Packard Bell, ou encore Toshiba), ainsi que par quelques distributeurs d'envergure (Tech Data France, Ingram Micro, etc.). Cette concentration des acteurs est appelée à s'amplifier, alors même que le groupe Acer vient de lancer une offre public de rachat sur Packard Bell. Par ailleurs, la forte concentration du secteur incite les opérateurs à se restructurer et à déployer de nouvelles manœuvres pour gagner de nouvelles parts de marché. Ainsi, le groupe Dell a annoncé son intention de confier la commercialisation d'une partie de ses produits à des distributeurs, remodelant ainsi complètement sa stratégie historique de vente directe aux consommateurs.

Adeline Marionneau, le 15 novembre 2007

1. L'Activité

1.1. Le cadre de l'étude

Le champ statistique du secteur

L'industrie du hardware

Le marché de l'informatique englobe deux activités : la fabrication de matériel (hardware) et la création de logiciels (software). Dans cette étude, nous nous intéresserons uniquement aux constructeurs d'ordinateurs, c'est-à-dire au « Hardware ». Cette activité est classée par l'INSEE sous le code s'intitulant « Fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques » (NAF 30.0C). Les différents produits inclus sous cet intitulé sont les suivants : calculateurs analogiques et hybrides, micro-ordinateurs portables (« laptops »), ordinateurs intégrés non portables (« desktop »), unités centrales, mémoires, unités d'entrée ou de sortie (imprimantes, scanner, etc.), matériels de transformation de données. Il regroupe également des services tels que l'installation d'équipements informatiques et une activité de production (assemblage d'ordinateurs).

La diffusion des produits

Nous aborderons également la vente des produits informatiques qui est classée sous deux codes NAF distincts : « commerce de gros d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de progiciels » (NAF 51.8G) et « commerce de détail divers en magasin spécialisé » (NAF 52.4Z).

Nomenclature d'activité

Code NAF / Intitulé	Codes produits concernés
30.0C – Fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques	30.02.11 – Calculateurs analogiques ou hybrides
	30.02.12 – Micro-ordinateurs portables
	30.02.13 – Ordinateurs intégrés non portables
	30.02.14 – Système informatique
	30.02.15 – Unités centrales
	30.02.16 – Unités de mémoire
	30.02.17 – Unités d'entrée ou de sortie
	30.02.18 – Matériel divers de transformation de données
	30.02.19 – Pièces diverses pour matériel informatique
	30.02.20 – Assemblage d'ordinateurs
	30.02.90 – Installation d'équipements informatiques
51.8G – Commerce de gros d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de progiciels	51.84.10 – Vente en gros d'ordinateurs, de périphériques et de logiciels
52.4Z – Commerces de détail divers en magasin spécialisé	52.48.13 – Vente au détail de matériels informatiques

Source : INSEE, NAF rév.1 – CPF rév.1, Edition 2003

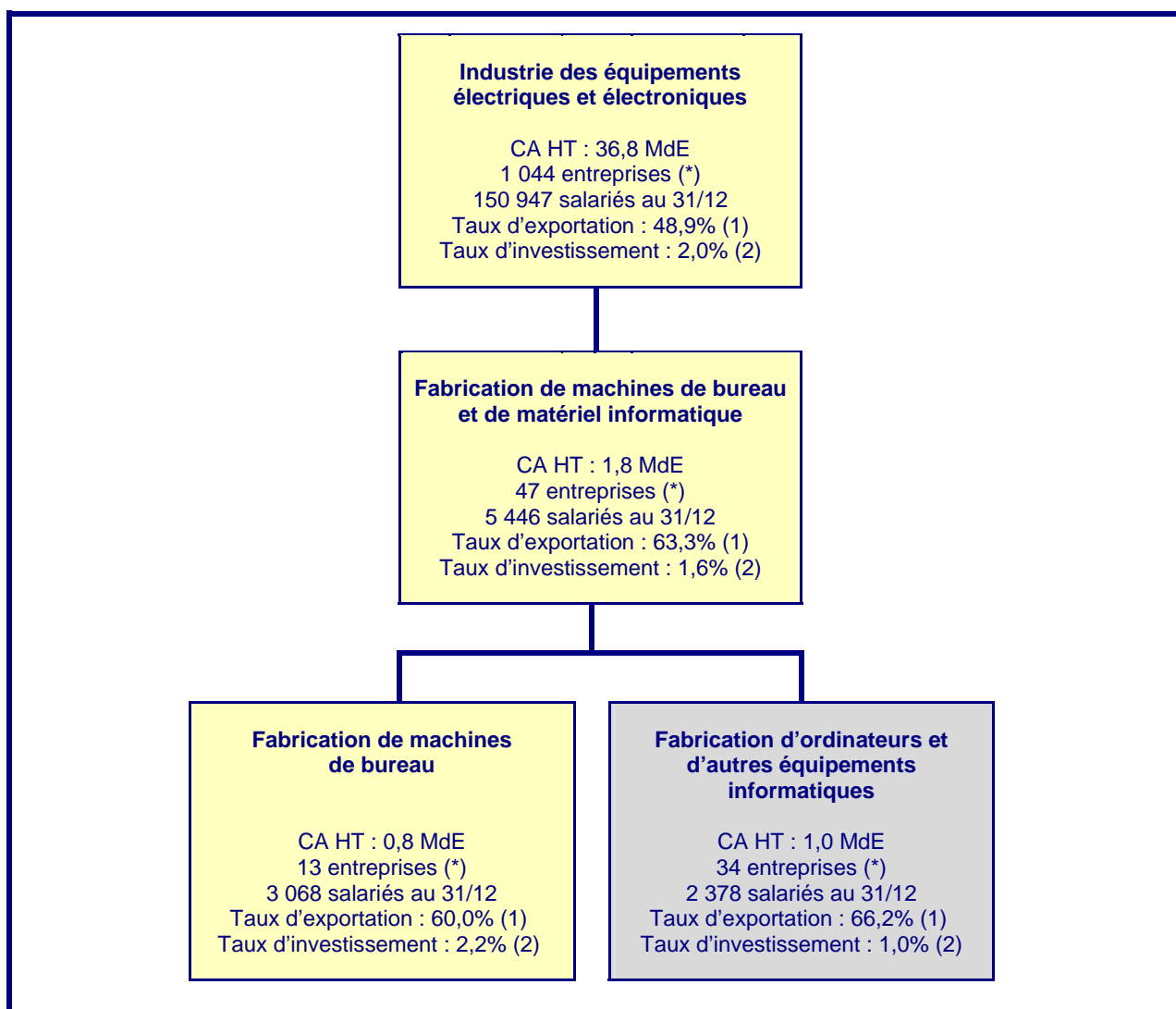
1.1. Le cadre de l'étude

Le poids du secteur dans la filière

La fabrication de matériel informatique : une activité mineure dans l'industrie des équipements électriques et électroniques

En France, la fabrication de machines de bureau et de matériel informatique représentait seulement 5,0% du chiffre d'affaires de l'industrie des équipements électriques et électroniques. Ce faible poids ne correspond pas à l'importance de cette activité sur le plan économique. En effet, les fabricants de matériel informatique, qui sont majoritairement implantés à l'étranger, sont au cœur de l'industrie des équipements électriques et électroniques.

Industrie des équipements électriques et électroniques en 2006



Source : Xerfi – SESSI (Données 2006)

(*) entreprises de 20 salariés et plus - (1) taux d'exportation : Exportations / CAHT

(2) taux d'investissement : Investissements / CAHT

1.1. Le cadre de l'étude**Les sources d'information****Une information dense**

Les sources d'information pour le suivi du marché de l'informatique sont variées et riches : les organismes publics (INSEE), la presse professionnelle (Distributique, etc.) et des cabinets d'études tels que GfK, Médiamétrie et Gartner.

Les cabinets d'étude et instituts

L'institut GfK fournit des informations sur la croissance du marché et le taux d'équipement des ménages et des professionnels.

Les cabinets d'études IDC et Gartner publient également des statistiques sur l'évolution des ventes ainsi que leurs répartitions en fonction du type de produits.

Concernant le classement des fabricants de composants, les données utilisées seront issues du cabinet ISuppli.

L'INSEE

L'INSEE publie une rétrospective des prix à la production du matériel informatique ainsi que la production de ce dernier.

Le SESSI

Le SESSI (Service des Etudes et des Statistiques Industrielles) publie chaque année dans ses Enquêtes Annuelles d'Entreprises (EAE), des données structurelles sur le secteur de la fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques : chiffre d'affaires, effectifs, diversification, localisation géographique, concentration, etc. La dernière publication des EAE concerne l'exercice 2006. Le SESSI produit également chaque mois une note de conjoncture sur l'industrie des équipements électriques et électroniques.

Les douanes

Les Douanes fournissent les données statistiques nécessaires au suivi du commerce extérieur. Notons toutefois que cet organisme délivre des chiffres souvent surestimés car les mouvements enregistrés comptabilisent les activités de négoce ainsi que les flux intra-groupes.

La presse

Enfin, la presse spécialisée comme Distributique publie très régulièrement un ensemble d'informations d'ordre économique, technique et réglementaire.

1.2. Les fondamentaux du secteur

L'offre de matériel informatique

Les micro-ordinateurs Les principaux types d'ordinateurs sont les PC (« Personal Computer ») et les Macintosh. Les critères de distinction se situent au niveau de l'architecture (carte mère, microprocesseur, etc.) et du système d'exploitation. Cependant, la frontière entre ces deux modèles tend à s'estomper depuis le lancement des Macintosh basés sur les microprocesseurs Intel, le cœur des PC.

Les autres produits Le marché de la micro-informatique comprend par ailleurs toute une gamme de périphériques et de consommables qui peuvent être utilisés conjointement avec les micro-ordinateurs.

Les produits caractéristiques de la micro-informatique (*)

Produits	Caractéristiques
Les micro-ordinateurs	<p><u>PC ou MACINTOSH</u> : la différence se situe en partie au niveau des composants. Les PC fonctionnent majoritairement sous Windows et les Macintosh sous Mac OS.</p> <p><u>Desktop ou Laptop</u> : les Desktop sont les ordinateurs de bureau avec des éléments séparés (moniteur, clavier, souris, unité centrale) alors que les Laptop sont des ordinateurs portables, pour lesquels tous les éléments sont intégrés.</p>
Leurs composants	<p><u>Processeur</u> : il exécute les tâches lors d'un échange de données (calcul, transfert, etc.)</p> <p><u>Carte mère</u> : elle est l'unité de contrôle centrale de l'ordinateur où sont installés le processeur, la mémoire, etc.</p> <p><u>Mémoire</u> : elle mémorise les données de façon temporaire pour pouvoir les traiter rapidement par le processeur.</p> <p><u>Disque dur</u> : il mémorise les données de façon permanente.</p> <p><u>Carte vidéo</u> : elle génère l'affichage de l'ordinateur.</p> <p><u>Carte audio</u> : elle génère le son.</p> <p><u>Carte réseau</u> : elle permet de se connecter à des réseaux locaux.</p> <p><u>Ventilateur</u> : il évite la surchauffe de l'ordinateur.</p> <p><u>Lecteur CD/DVD/Disquette</u> : ils peuvent être internes ou externes et permettent de lire des supports CD, DVD ou des disquettes.</p> <p><u>Graveur CD/DVD</u> : ils permettent de graver sur support CD ou DVD des données.</p> <p>Etc.</p>
Les périphériques	<p><u>Moniteur (ou écran)</u></p> <p><u>Clavier / souris</u></p> <p><u>Imprimantes</u></p> <p><u>Scanner</u></p> <p><u>Modem</u> : il permet notamment de se connecter à Internet ou à un réseau à distance.</p> <p><u>Web cam</u> : caméra miniature permettant de voir d'autres utilisateurs à distance.</p> <p>Etc.</p>
Les consommables	<p><u>Cartouches d'encre</u></p> <p><u>Papier pour imprimantes</u></p> <p><u>Support CD/DVD/Disquettes vierges</u></p> <p>Etc.</p>

(*) liste non exhaustive / Source : Xerfi

1.2. Les fondamentaux du secteur

Les semi-conducteurs

Le cœur des PC

Les microprocesseurs sont les composants électroniques à la base de la plupart des appareils informatiques. Ce sont des semi-conducteurs qui contrôlent et traitent l'ensemble des requêtes émises par l'utilisateur ou par les composants de l'ordinateur afin d'exécuter un programme. En 2006, le marché mondial des semi-conducteurs représentait 247 milliards d'euros, soit une progression de 8,3% par rapport à 2005.

Les principales sociétés

Ce marché est dominé largement par le géant américain Intel qui produit des microprocesseurs, des chipsets, des composants de technologie sans-fil (Wi-Fi) et des mémoires flash. Ses plus proches concurrents sont Samsung, Texas Instrument, Toshiba et le français STMicroelectronics.

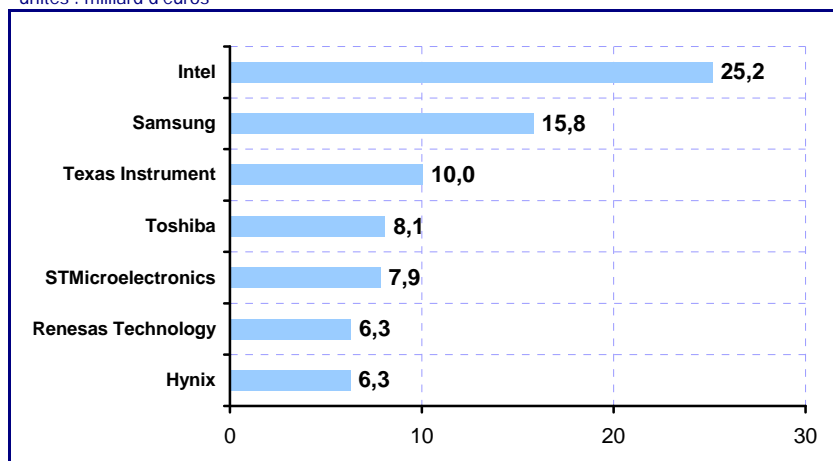
L'émergence des technologies 64 bits

Le marché connaît une rupture technologique avec le développement de nouveaux logiciels utilisant pleinement la technologie 64 bits. Toutefois, le nombre d'applications est encore restreint actuellement et se concentre essentiellement autour de certaines versions du nouveau système d'exploitation de Microsoft : Vista.

Intel est le leader incontesté sur le marché des semi-conducteurs avec un chiffre d'affaires de 25,2 milliards d'euros en 2006 et 12,1% de parts de marché.

Classement des fabricants de semi-conducteurs

unités : milliard d'euros



Taux de change moyen en 2006 : 1 euro = 0,7975 dollar

Source : Isupli - Données 2006

1.2. Les fondamentaux du secteur

La distribution des produits

La grande distribution, un poids grandissant...

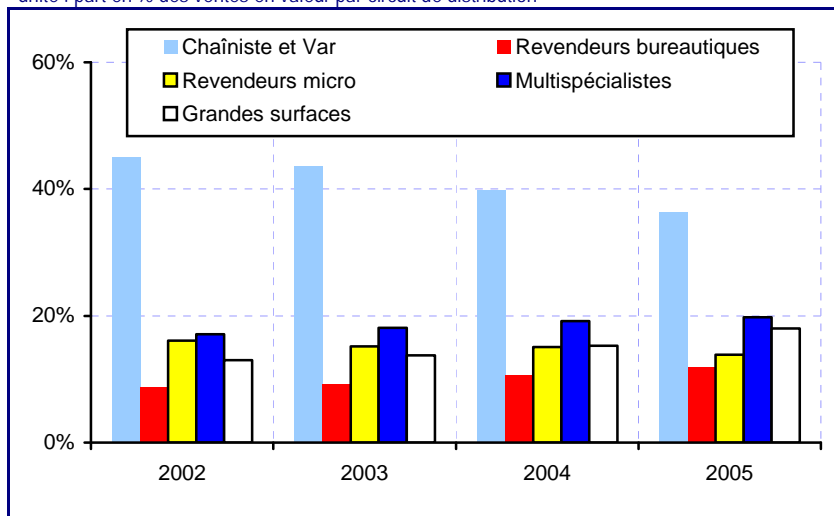
La distribution de produits informatiques a fortement évolué avec la montée en puissance des grandes surfaces et des multispécialistes depuis 2002. Ces circuits de vente ont comme cible prioritaire le grand public mais se sont également tournés vers les professionnels pour accroître leurs périmètres d'activité.

... concurrençant les circuits professionnels

Face à ce mouvement, les circuits traditionnels de professionnels comprenant les chaînistes et les VAR (« Value Added Resellers », distributeurs qui achètent des produits et les améliorent pour les revendre sous leur propre marque) voient leurs parts de marché diminuer, passant de 45,0% à 36,4% entre 2002 et 2004. Cependant, ils constituent toujours le premier circuit de distribution pour ce type de produits.

Répartition des ventes de matériel informatique (*) par circuits de distribution

unité : part en % des ventes en valeur par circuit de distribution



Malgré la montée en puissance des multispécialistes et de la grande distribution, les chaînistes et les VAR détenaient encore 36,4% du marché en 2005.

(*) inclus les ventes de PC, disques durs, onduleurs, copieurs, MFD, imprimantes, scanner, fax et cartouches d'encre

Source : CRN

Répartition des ventes de matériel informatique (*) par circuits de distribution

unité : part en % des ventes en valeur par circuit de distribution

	Chaîviste et Var	Revendeurs bureautiques	Revendeurs micro	Multi spécialistes	Grandes surfaces
2002	45,0%	8,8%	16,1%	17,1%	13,0%
2003	43,6%	9,3%	15,2%	18,1%	13,8%
2004	39,8%	10,6%	15,1%	19,2%	15,3%
2005	36,4%	11,9%	13,9%	19,8%	18,0%

(*) inclus les ventes de PC, disques durs, onduleurs, copieurs, MFD, imprimantes, scanner, fax et cartouches d'encre

Source : CRN

1.2. Les fondamentaux du secteur

La vente directe et indirecte

La vente directe sans intermédiaire

Le circuit de distribution en vente directe sans intermédiaire se caractérise par une absence d'intervenant entre le client final et le constructeur informatique. Pour diffuser leurs produits, les constructeurs doivent posséder une force commerciale importante, leurs propres boutiques ou/et un site Internet marchand.

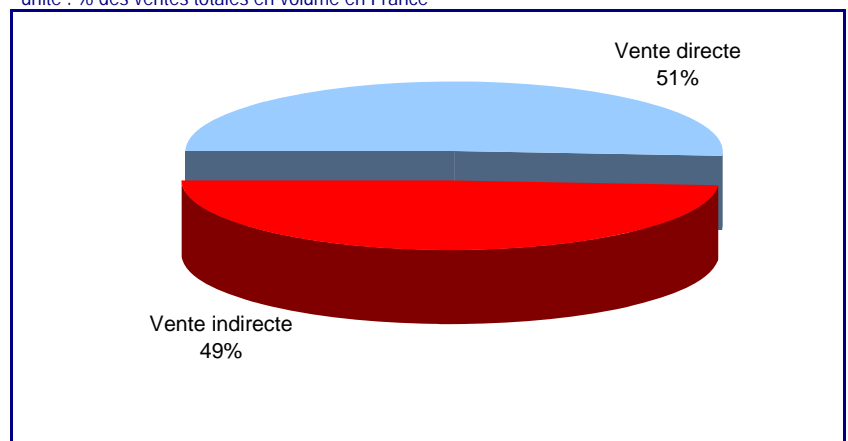
La principale cible de la vente directe est essentiellement professionnelle. Toutefois, certains groupes ont développé leurs business modèles sur cette forme de vente pour écouler leurs produits auprès du grand public. On peut citer l'exemple du groupe texan Dell.

La vente indirecte

La vente indirecte suppose la présence d'intermédiaires entre le constructeur et le distributeur. Ce sont en général des centrales d'achats ou des grossistes qui se rémunèrent par l'intermédiaire d'une marge. Cette forme de distribution permet une large diffusion des produits.

Répartition des ventes informatiques par circuit de distribution

unité : % des ventes totales en volume en France



Les ventes informatiques se répartissent à part égale entre la vente directe (51%) et la vente indirecte (49%).

Source : IDC 2005 – Données 2004

1.2. Les fondamentaux du secteur

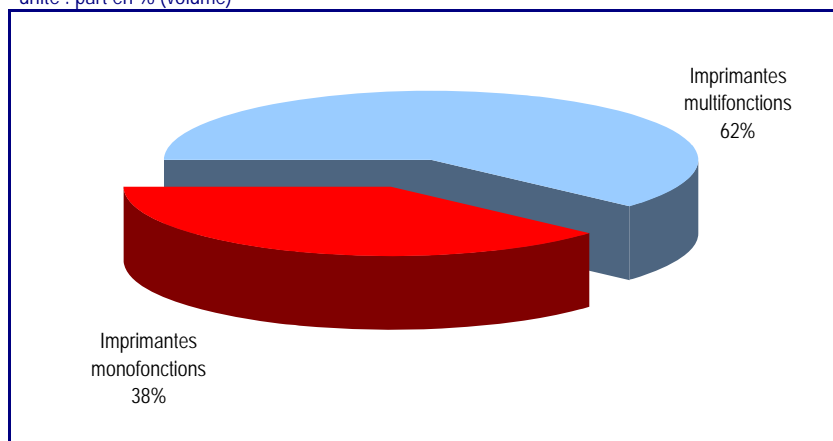
Ventes d'imprimantes : le grand public

Les multifonctions, un succès grandissant

Avec 62% des ventes en volume, les imprimantes multifonctions (imprimantes possédant plusieurs fonctions : imprimante, scanner et/ou fax et/ou copieur, etc.) sont devenues en l'espace de quelques années un produit star en détrônant les imprimantes « classiques » sur le marché des particuliers. La technologie jet d'encre est plébiscitée par le segment de clientèle grand public. La demande dans ce type d'imprimantes s'explique par une utilisation ponctuelle et un coût d'acquisition réduit pour la machine. A contrario, le prix des consommables est plus onéreux à l'utilisation, car les constructeurs se rémunèrent essentiellement *via* ce type de produits.

Vente en volume d'imprimantes à destination du grand public

unité : part en % (volume)

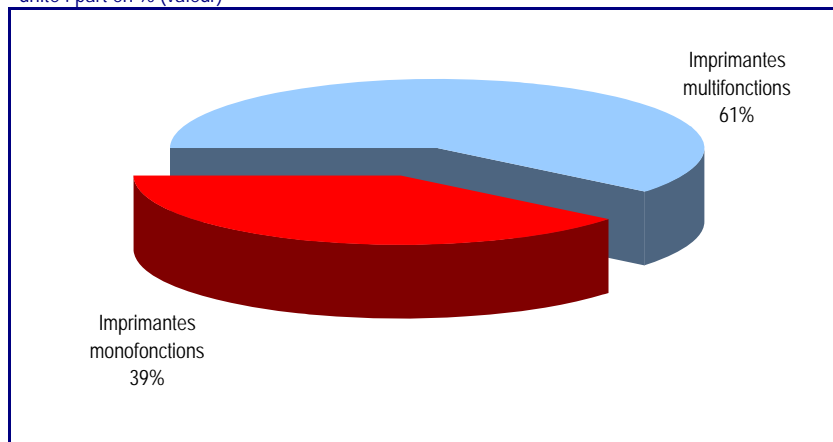


Les imprimantes multifonctions représentent les deux tiers du parc des imprimantes chez les particuliers.

Source : GfK *via* Distributique – Données 2005

Vente en valeur d'imprimantes à destination du grand public

unité : part en % (valeur)



Les ventes en valeur sont identiques aux ventes en volume des deux types d'imprimantes.

Source : GfK *via* Distributique – Données 2005

1.3. La réglementation

Les dispositions légales

Dates	Sujets
Janvier 2003	<p>L'informatique et les produits électroniques sont devenus des produits courants : augmentation des ventes, taux d'équipement des ménages, etc. En raison d'une évolution technologique rapide, les produits deviennent rapidement obsolètes. Ces deux facteurs conjugués ont provoqué une hausse du volume des déchets et de la pollution chimique. La Commission européenne a souhaité mettre un terme à ces dérives en rédigeant deux directives :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La <u>directive 2002/95/CE</u> du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne du 27 janvier 2003 ou « directive RoHS » (Restriction of certain Hazardous Substances) relative à la limitation de l'utilisation de certaines substances dangereuses dans les équipements électriques et électroniques. ➤ La <u>directive 2002/96/CE</u> du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne du 27 janvier 2003 relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE).
Décembre 2003	<p>La <u>directive 2003/108/CE</u> du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne du 8 décembre 2003 modifiant la directive 2002/96/CE relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE).</p>
Septembre 2004	<p><u>Lancement de l'opération Micro-portable étudiant (MIPE)</u> par le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.</p>
Juillet 2005	<p>Le <u>décret n°2005-829</u> du 20 juillet 2005 relatif à la composition des équipements électriques et électroniques et à l'élimination des déchets issus de ces équipements.</p>
Septembre 2005	<p>Le ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche <u>relance son label MIPE sous l'appellation « MIPE 2 »</u>.</p>
Mars 2006	<p>Suite au rapport « TIC & TPE » publié en février 2006, le gouvernement a lancé le programme « <u>Objectif Economie Numérique</u> » pour soutenir les TPE.</p> <p>Le gouvernement français annonce le lancement au premier trimestre 2007 d'un pack « tout compris » à destination des foyers modestes. Il comprendra un micro-ordinateur, une connexion haut-débit et une formation à domicile. A l'image de l'offre « Micro-portable étudiant » (MIPE), le coût pour les ménages modestes s'élèvera à un euro par jour pendant trois ans.</p>
Octobre 2007	<p>Le gouvernement envisage de modifier la loi afin de permettre aux entreprises de céder gratuitement à leurs salariés leurs ordinateurs amortis ou obsolètes. Cette modification permettrait à plus de foyers français de s'équiper en ordinateurs.</p>

Source : Xerfi

1.3. La réglementation

L'élimination des déchets

Les principales mesures relatives à la composition et l'élimination des déchets issus des équipements électriques et électroniques (DEEE)

Définitions et champ d'application	La composition des EEE	La collecte des DEEE ménagers
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les 10 catégories d'équipements à destination des ménages et assimilés et des professionnels citées ci-dessus sont concernées. ➤ Les équipements électriques et électroniques intégrés à un autre type d'équipement lui-même non répertorié ainsi que ceux liés à la protection des intérêts essentiels de sécurité de l'Etat sont exclus du champ d'application. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A l'exception des dispositifs médicaux et des instruments de surveillance et de contrôle, les EEE ne doivent plus contenir de plomb, de mercure, de cadmium, de chrome hexavalent, de polybromobiphényles (PBB) ou de polybromodiphényléthers (PBDE) depuis le 1^{er} juillet 2006. ➤ Les EEE doivent être conçus et fabriqués de façon à faciliter leur démantèlement et leur valorisation. ➤ Un pictogramme caractéristique est apposé par les producteurs sur les EEE de même qu'un marquage d'identification. ➤ Les producteurs fournissent aux exploitants des installations de traitement des DEEE des informations nécessaires à ce traitement. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lors de la vente d'un EEE, le distributeur reprend gratuitement (ou fait reprendre pour son compte) les équipements usagés que lui cède le consommateur. ➤ Les producteurs pourvoient à la collecte sélective des DEEE par le biais d'un système individuel de collecte sélective... ➤ ... ou contribuent à cette collecte en versant une participation financière à un organisme coordonnateur agréé.
L'enlèvement et le traitement des DEEE ménagers	L'enlèvement et le traitement des DEEE professionnels	Autres dispositions
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les producteurs sont tenus d'enlever puis de traiter les DEEE collectés par le biais d'un système individuel... ➤ ... ou de s'acquitter de ces obligations en adhérant à un organisme agréé. ➤ A compter de l'entrée en vigueur du décret jusqu'au 13 février 2011, les producteurs ou les distributeurs informent les acheteurs, par une mention particulière figurant au bas de la facture de vente, du coût correspondant à l'élimination des DEEE mis sur le marché avant le 13 août 2005. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les producteurs assurent l'organisation et le financement de l'enlèvement et du traitement des DEEE professionnels mis sur le marché après le 13 août 2005 sauf accord avec l'utilisateur. ➤ L'enlèvement et le traitement des DEEE professionnels mis sur le marché avant le 13 août 2005 est à la charge des utilisateurs sauf accord avec le producteur. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les modalités de traitement des DEEE (traitement sélectif, valorisation et destruction) sont fixées conjointement par les ministres chargés de l'écologie et de l'industrie. ➤ Un registre national des producteurs d'EEE géré par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie recueille les informations relatives aux quantités d'EEE et aux modalités d'élimination des déchets issus de ces équipements transmises par les producteurs.

Source : Xerfi

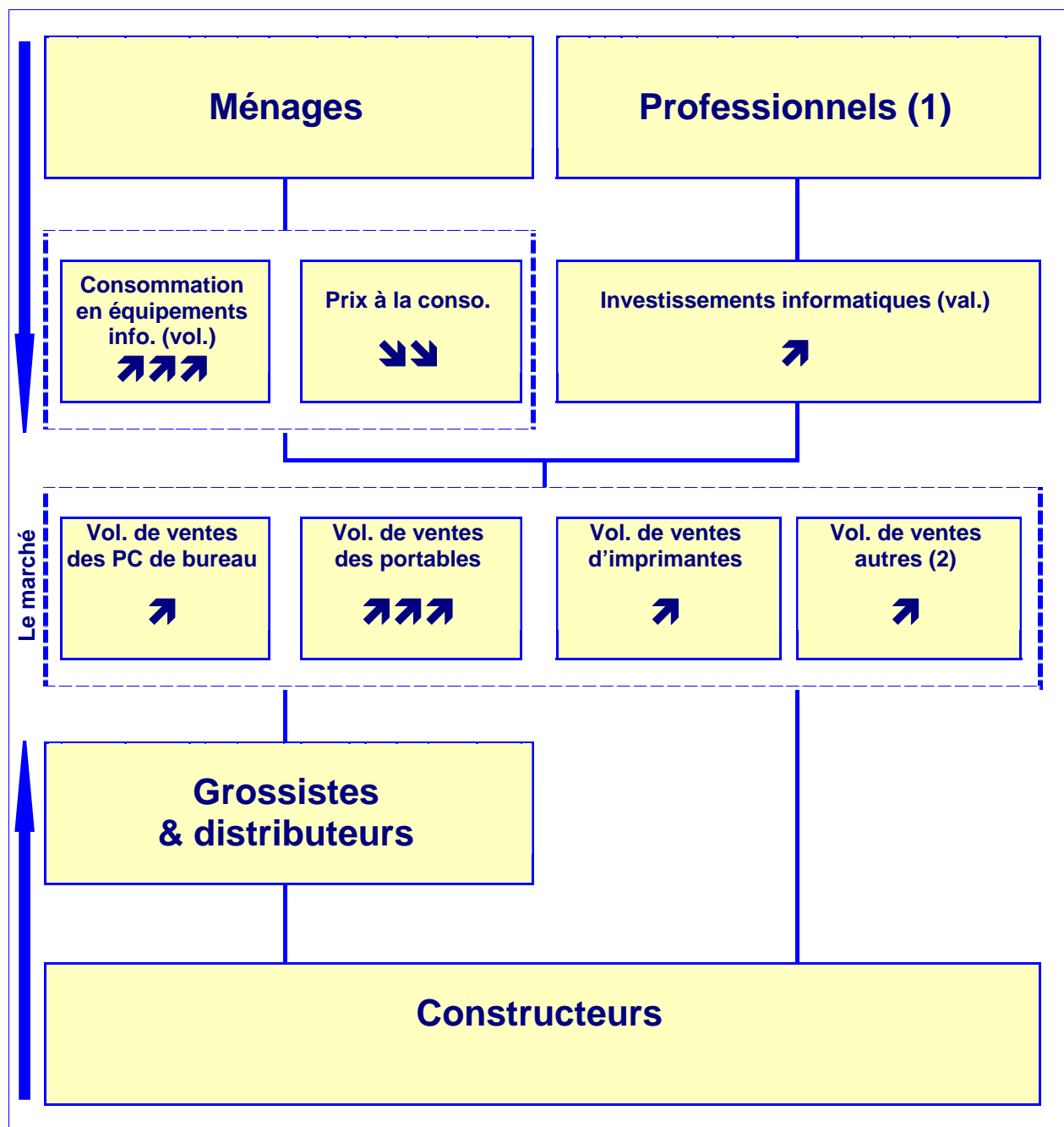
2. Analyse & perspectives du marché

2.1. Les mécanismes du marché

Les principaux indicateurs

Les principales interactions entre les indicateurs clés du marché des équipements informatiques

(les flèches « ↗ » représentent la tendance d'évolution de l'indicateur en 2007)



(1) grands comptes, PME/PMI, TPE et opérateurs publics divers

(2) périphériques de son, claviers et souris, consommables, copieurs connectés, etc.

Source : Xerfi

2.2. Les déterminants de la demande des ménages

Taux d'équipement

Les Français s'équipent de plus en plus

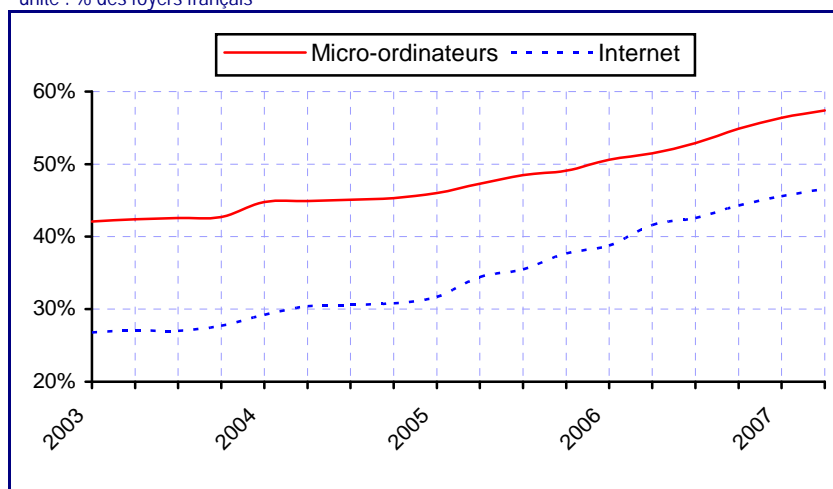
Le taux d'équipement des Français en matière d'appareils électroniques a dépassé les 55% en 2007. La France rattrape progressivement son retard par rapport à l'Europe du Nord (le taux d'équipement du Danemark est situé au-dessus des 80% depuis 2004).

Internet, une croissance exponentielle qui a dopé les ventes d'ordinateurs

Le développement de l'informatique et le réseau Internet sont complémentaires. Le succès d'Internet stimule notamment la vente de matériel. Ainsi, plus de 55% des ménages possédaient un ordinateur à l'issue du premier trimestre 2007, tandis que plus de 45% ont accès au réseau Internet. Cette situation est la résultante du développement des offres de dégroupage total des opérateurs alternatifs, et d'une couverture géographique grandissante.

Taux d'équipement des ménages français en Internet et micro-ordinateurs

unité : % des foyers français



Un peu plus de la moitié des ménages possède au moins un ordinateur dans leur foyer.

L'accès à Internet s'est démocratisé malgré les difficultés de certaines zones à accéder au réseau très haut débit.

Source : Médiamétrie

Taux d'équipement des ménages français

unités : part en % des foyers français, variation en points

	Micro-ordinateurs	Variation	Accès à Internet	Variation
2003	42,7%	nd	27,7%	nd
2004	45,3%	2,6	30,8%	3,1
2005	49,1%	3,8	37,7%	6,9
2006	54,9%	5,8	44,3%	6,6
2007 (e)	61,0%	6,1	50,5%	6,2

Estimation Xerfi

Source : Médiamétrie

2.2. Les déterminants de la demande des ménages

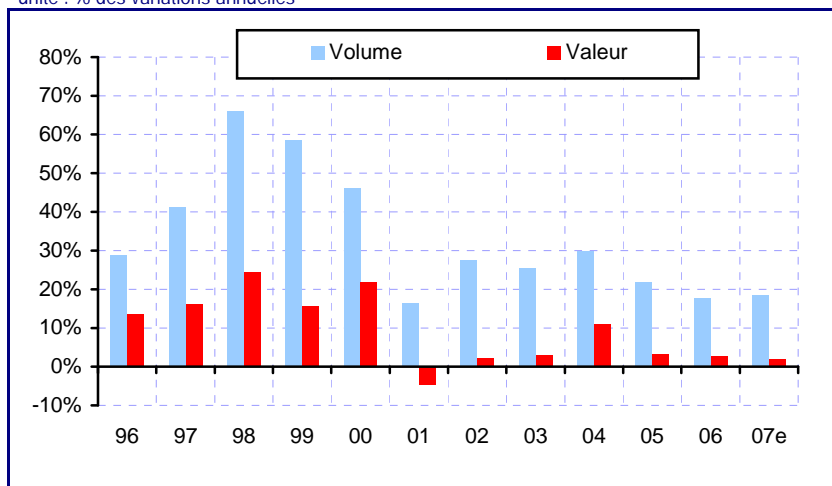
Consommation en équipements informatiques

Une consommation toujours soutenue

La consommation des ménages en équipements informatiques a de nouveau fortement progressé en 2007 et reste très soutenue. Elle a été entraînée par l'engouement croissant du grand public pour l'informatique et notamment l'internet. La demande en volume a néanmoins été largement supérieure aux dépenses en valeur, en raison du caractère déflationniste du marché des équipements informatiques. Les évolutions technologiques rapides, qui réduisent la durée des cycles de vie des produits, contribuent à une baisse régulière des prix du matériel informatique.

Croissance de la consommation des ménages et autres équipements informatiques

unité : % des variations annuelles



L'augmentation des ventes en volume est toujours caractérisée par une croissance à deux chiffres, tandis que les dépenses en valeur ralentissent d'année en année.

Estimation Xerfi

Source : INSEE, « La Consommation des Ménages en 2006 »

Consommation des ménages en ordinateurs et autres équipements informatiques

unités : indices en valeur et en volume, base 100 en 2000, et % des variations annuelles

	Indice en volume	Croiss.	Indice en valeur	Croiss.
2000	100,0	46,1%	100,0	21,7%
2001	116,4	16,4%	95,4	-4,6%
2002	148,4	27,4%	97,6	2,3%
2003	186,1	25,5%	100,4	2,9%
2004	241,6	29,8%	111,5	11,1%
2005	293,9	21,7%	115,2	3,3%
2006	345,6	17,6%	118,3	2,7%
2007(e)	409,5	18,5%	121,0	2,3%

Estimation Xerfi

Source : INSEE, « La Consommation des Ménages en 2006 »

2.3. Les déterminants de la demande des entreprises

Investissements

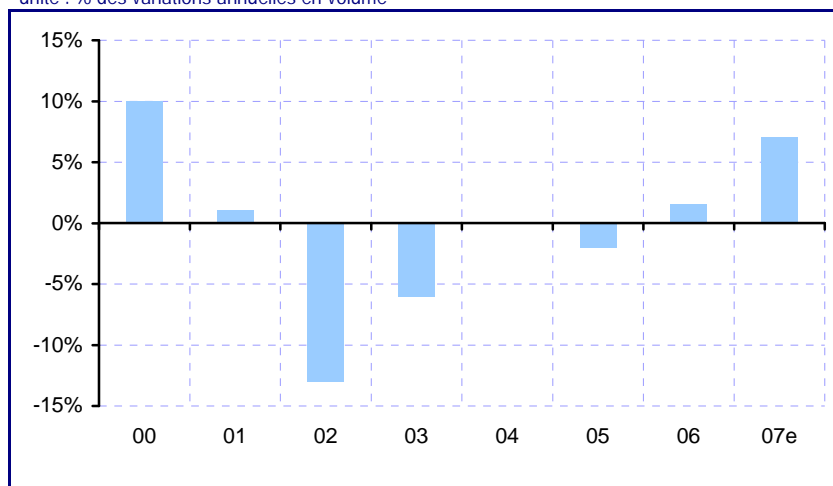
Un taux d'investissements en hausse

Le taux d'investissement des entreprises a progressé de 7% en 2007, contre 2% en 2006. C'est le taux le plus élevé depuis 2001, grâce à la bonne santé de l'industrie manufacturière et notamment de l'énergie, ainsi qu'au développement des services. L'augmentation des investissements est une opportunité pour les constructeurs et les distributeurs de matériel informatique dans la mesure où les entreprises en profitent souvent pour renouveler leur parc informatique ou acquérir de nouvelles technologies informatiques. Les dépenses informatiques des entreprises ont ainsi progressé de 3,8% en 2007.

L'investissement des entreprises en 2007 est le taux le plus élevé depuis 2001, ce qui représente une opportunité pour les entreprises spécialisées dans le matériel informatique.

Investissement des entreprises

unité : % des variations annuelles en volume



Estimation Xerfi

Source : INSEE – Comptes nationaux, base 2000

Investissement des entreprises

unités : % des variations annuelles en volume, indice base 100 en 2000

	Indice	Croissance
2000	100,0	10,0%
2001	101,0	1,0%
2002	87,9	-13,0%
2003	82,6	-6,0%
2004	82,6	0,0%
2005	80,9	-2,0%
2006	82,6	2,0%
2007 (e)	88,3	7,0%

Estimation Xerfi

Source : INSEE

2.3. Les déterminants de la demande des entreprises Dépenses informatiques

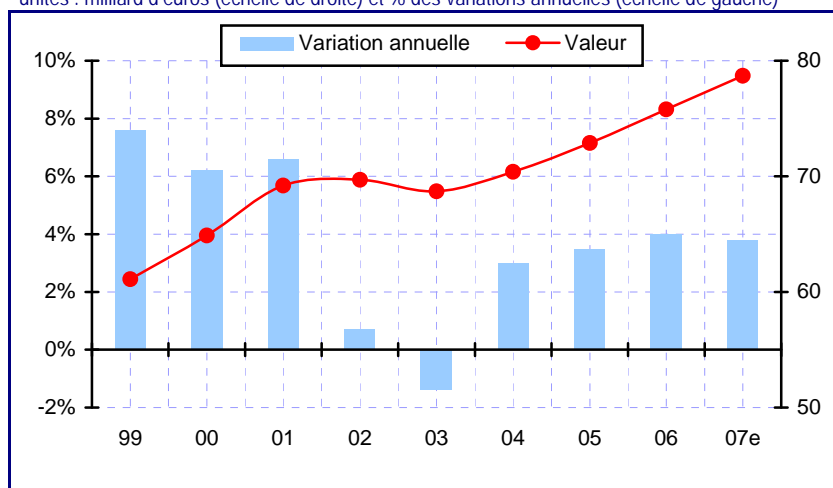
Progression des dépenses informatiques

La progression des programmes d'investissements des entreprises dans le domaine de l'informatique se poursuit. Ces dépenses sont réalisées pour renouveler le parc de micro-ordinateurs mais elles concernent également l'acquisition et le développement de nombreux logiciels et services informatiques. Ces dépenses ont progressé de façon constante depuis quatre ans.

En 2007, les dépenses informatiques des entreprises ont augmenté de 3,8%, et ont atteint 78,7 milliards d'euros.

Dépenses informatiques des entreprises(1)

unités : milliard d'euros (échelle de droite) et % des variations annuelles (échelle de gauche)



(1) matériels, logiciels et services
Estimation et source : Pierre Audoin Consultants

Dépenses informatiques des entreprises(1)

unités : milliard d'euros et % des variations annuelles

	Dépenses informatiques	Croissance
2000	64,9	6,2%
2001	69,2	6,6%
2002	69,7	0,7%
2003	68,7	-1,4%
2004	70,4	2,5%
2005	72,9	3,5%
2006	75,8	4,0%
2007 (e)	78,7	3,8%

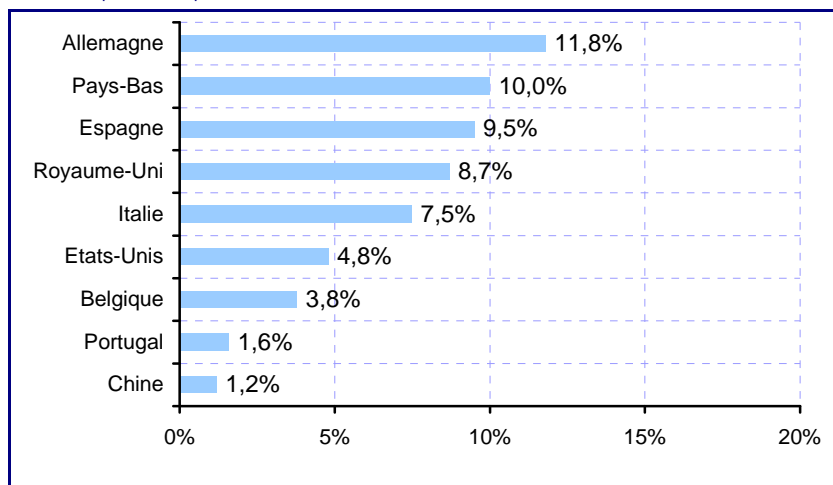
(1) matériels, logiciels et services
Estimation et source : Pierre Audoin Consultants

2.4. L'analyse du commerce extérieur

Destinations des exportations

Principales destinations des exportations

unité : %, part des exportations en valeur



Source : Douanes, données estimées 2007

Les exportations sont réalisées par des distributeurs français et étrangers qui vendent leurs produits en Europe. La France est une plaque tournante pour les équipements informatiques. Les exportations traduisent des flux entre les groupes ou entre les fabricants et les distributeurs, et le dynamisme des réseaux de distribution. Les principales destinations sont l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Espagne, et le Royaume-Uni.

Répartition des exportations par pays

unité : %, part des exportations en valeur

	2004	2005	2006	2007(e)	Crois. 2007/2005
Europe	75,6%	73,2%	74,0%	70,2%	-20,3%
Europe Occidentale, dont :	69,6%	66,8%	66,9%	63,6%	-20,8%
Allemagne	15,5%	12,9%	13,8%	11,8%	-23,9%
Italie	8,8%	8,5%	8,6%	7,5%	-26,6%
BelgiqueLux.	4,0%	6,1%	4,2%	3,8%	-47,6%
Espagne	5,9%	6,7%	8,0%	9,5%	17,9%
Portugal	1,0%	1,4%	1,1%	1,6%	-3,3%
Pays-Bas	8,6%	9,8%	10,5%	10,0%	-15,3%
Royaume-Uni	11,2%	9,1%	8,2%	8,7%	-20,1%
PECO, dont :	3,1%	3,9%	4,3%	4,2%	-8,6%
Pologne	0,6%	0,9%	0,9%	1,1%	1,2%
Roumanie	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	-38,6%
Amérique, dont :	5,3%	6,0%	5,9%	6,1%	-14,9%
Etats-Unis	3,9%	4,9%	4,6%	4,8%	-18,4%
Asie, dont :	4,5%	4,9%	4,9%	6,2%	5,4%
Chine	0,8%	0,5%	0,8%	1,2%	86,9%
Japon	0,5%	0,7%	0,9%	0,8%	-4,7%
Afrique	9,8%	11,3%	11,3%	12,7%	-6,8%
Moyen Orient	4,1%	3,7%	3,0%	3,8%	-14,9%
Divers	0,7%	0,8%	0,9%	0,9%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Estimations Xerfi à partir des 9 derniers mois de l'année

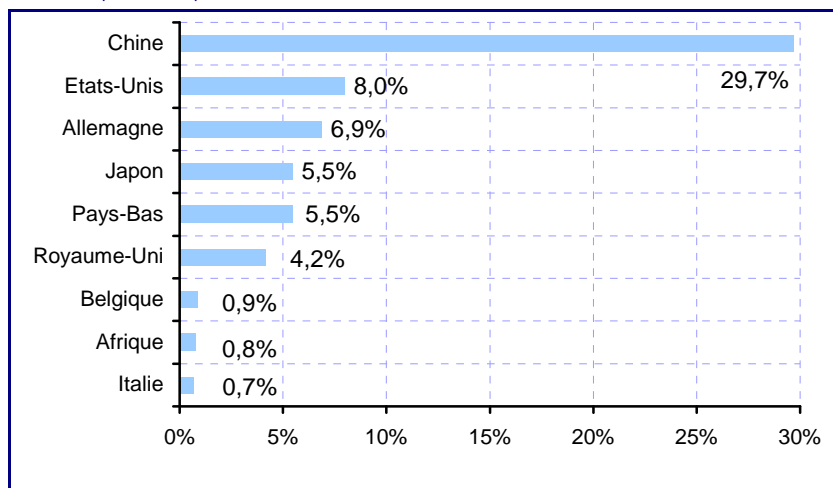
Source : Douanes

2.4. L'analyse du commerce extérieur

Origines des importations

Principales origines des importations

unité : %, part des importations en valeur



Les importations d'ordinateurs et d'équipements informatiques proviennent majoritairement de Chine dans la mesure où ces produits sont fabriqués par les multinationales en Asie. Mais ils proviennent également de pays européens, où sont présent de nombreux distributeurs.

Source : Douanes, données estimées 2007

Répartition des importations par pays

unité : %, part des importations en valeur

	2004	2005	2006	2007(e)	Crois. 2007/2005
Europe	41,3%	45,9%	39,8%	39,1%	-30,3%
Europe Occidentale, dont :	37,6%	38,1%	31,5%	31,5%	-32,4%
Allemagne	10,4%	10,0%	7,1%	6,9%	-43,6%
Italie	1,3%	1,1%	0,9%	0,7%	-48,3%
BelgiqueLux.	1,1%	1,4%	1,2%	0,9%	-47,8%
Espagne	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%	-7,2%
Portugal	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	-71,1%
Pays-Bas	7,5%	6,8%	6,2%	5,5%	-33,7%
Royaume-Uni	6,1%	7,2%	5,2%	4,2%	-51,6%
PECO, dont :	3,7%	7,8%	8,3%	7,6%	-20,0%
Pologne	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	241,0%
Roumanie	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,2%
Amérique, dont :	11,8%	10,1%	11,3%	9,0%	-27,2%
Etats-Unis	10,7%	8,9%	9,8%	8,0%	-26,6%
Asie, dont :	42,2%	42,4%	47,0%	49,9%	-3,9%
Chine	20,2%	22,1%	24,8%	29,7%	9,7%
Japon	5,9%	5,8%	6,7%	5,5%	-21,3%
Afrique	0,3%	0,5%	0,5%	0,8%	29,2%
Moyen Orient	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	6,1%
Divers	4,3%	1,0%	1,2%	1,1%	-5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Estimations Xerfi à partir des 9 derniers mois de l'année

Source : Douanes

2.5. Le marché de la micro-informatique

Les prix à la consommation

Méthodologie :

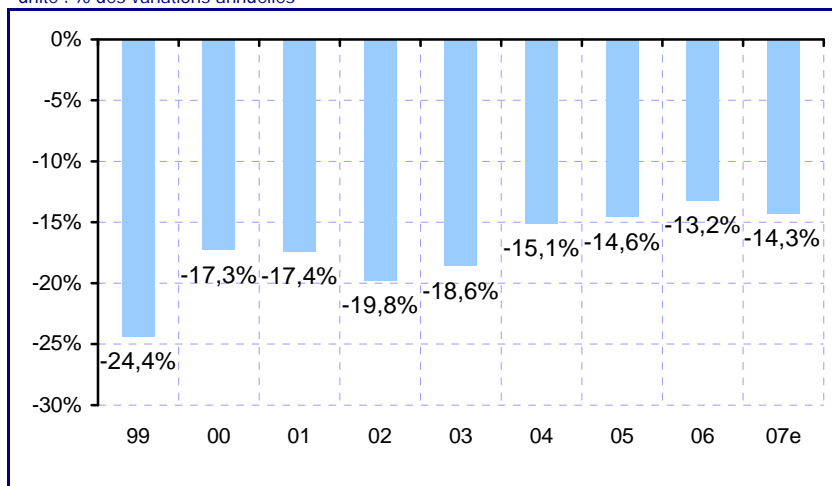
Selon l'INSEE, « l'indice des prix à la consommation est un indicateur de l'évolution des prix à structure et qualité constante » avec un échantillon de biens est réactualisé tous les ans.

Une baisse continue des prix

Les prix à la consommation des équipements informatiques sont caractérisés par une baisse continue. Ceci s'explique par les avancées technologiques régulières qui rendent le matériel rapidement obsolète et par une guerre des prix que mènent les constructeurs pour conquérir davantage de parts de marché.

Prix à la consommation des matériels de traitement de l'information (*)

unité : % des variations annuelles



Les prix du matériel informatique ont enregistré une baisse de 14,3% en 2007.

(*) unités centrales, interfaces diverses, consoles de travail, ordinateurs individuels portables et de bureau, etc.

Estimation Xerfi

Source : INSEE

Prix à la consommation des matériels de traitement de l'information

unités : indice de prix, base 100 en 2000, et % des variations annuelles

	Prix à la consommation	Croissance
2000	100,0	-17,3%
2001	82,6	-17,4%
2002	66,2	-19,8%
2003	53,9	-18,6%
2004	45,8	-15,1%
2005	39,1	-14,6%
2006	33,9	-13,2%
2007 (e)	29,1	-14,3%

Estimation Xerfi

Source : INSEE

2.5. Le marché de la micro-informatique

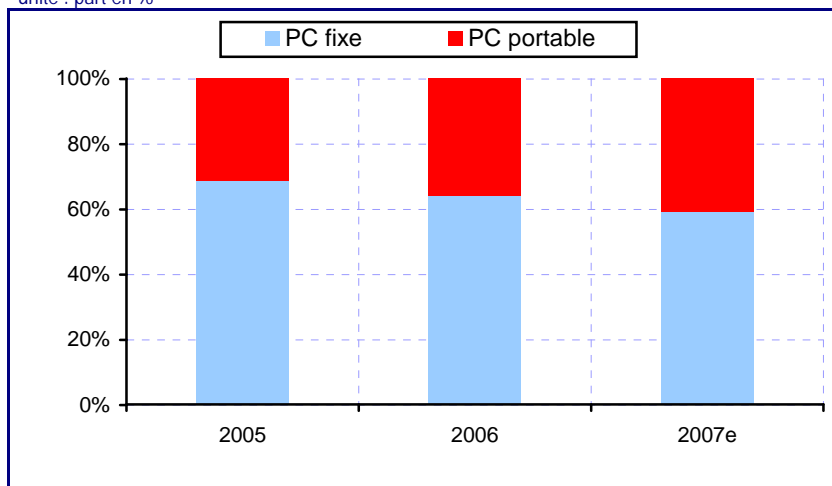
Ventes mondiales de micro ordinateurs

Le PC portable : moteur de croissance

Les ventes mondiales de micro-ordinateurs ont progressé de 12,2% en 2007. Le moteur de cette croissance est le PC portable qui a enregistré une croissance moyenne de 61,0% au cours des trois dernières années. En 2007, les ventes de PC portables ont représenté 40% des ventes totales de micro-ordinateurs dans le monde. Le PC fixe affiche, quand à lui, des taux de progression beaucoup plus modérés ne dépassant pas 10% sur la même période.

Ventes mondiales de micro-ordinateurs

unité : part en %



Le PC portable a représenté 40% des ventes en 2007.

Estimation IDC
Source : IDC

Ventes mondiales de micro-ordinateurs

unités : millier d'unités et % des variations annuelles

	2005	2006	2007 (e)	Evol. 07/05
PC fixe et serveurs	142,7	146,2	151,4	6,1%
PC portables	65,4	82,6	105,3	61,0%
Total	208,1	228,8	256,7	23,4%

Estimation IDC
Source : IDC

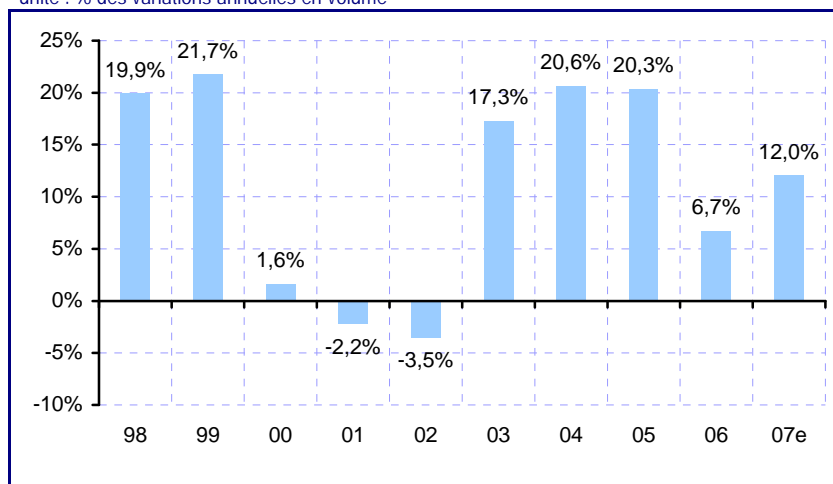
2.5. Le marché de la micro-informatique | Ventes de micro-ordinateurs en France

Bonne progression des ventes en France

Les ventes de micro-ordinateurs ont augmenté de 12,0% en France en 2007. Cette progression s'explique par une augmentation de la demande appuyée par le développement d'Internet et privilégiée par des prix attractifs, avec notamment un taux de change euro/dollar favorable aux consommateurs européens. La valeur du matériel informatique produit dans des pays facturant en dollars s'est mécaniquement réduite sur les marchés européens. Par ailleurs, le développement des offres à prix réduits, l'engouement pour les portables, les facilités de paiement mises à la disposition du public, et les investissements des entreprises ont également provoqué une hausse de la consommation en micro-ordinateurs.

Ventes de micro-ordinateurs en France

unité : % des variations annuelles en volume



Les ventes de micro-ordinateurs en France ont progressé de 12,0% en 2007, bénéficiant d'un taux de change euro/dollar favorable aux consommateurs européens.

Estimation IDC

Source : IDC

Ventes de micro-ordinateurs

unités : % des variations annuelles en volume, indice base 100 en 2000

	Indice	Variation
2000	100,0	1,6%
2001	97,8	-2,2%
2002	94,4	-3,5%
2003	110,7	17,3%
2004	133,5	20,6%
2005	160,6	20,3%
2006	171,4	6,7%
2007 (e)	191,9	12,0%

Estimation IDC

Source : IDC

2.5. Le marché de la micro-informatique

Ventes de micro-ordinateurs par segment

Les professionnels, le premier débouché

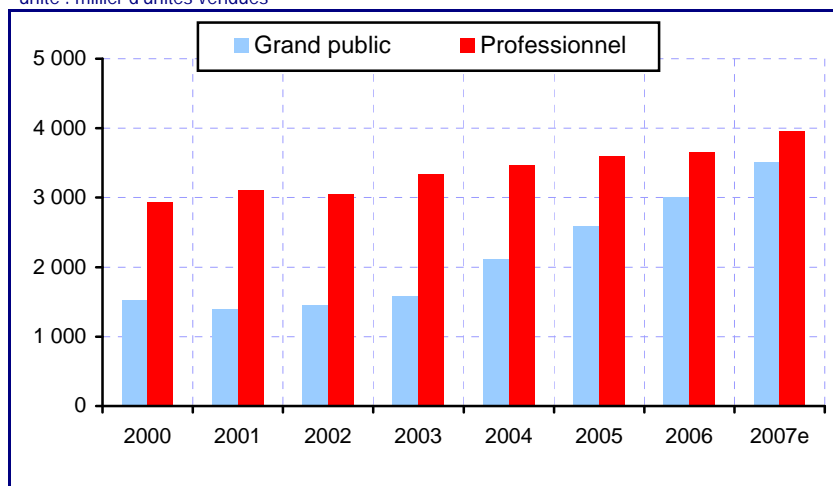
Les entreprises ont été le premier débouché pour les fabricants de matériel informatique. Elles ont constitué 53,0% des ventes totales de micro-ordinateurs en 2007 et les ventes en volume continuent d'évoluer favorablement.

Le grand public, une montée en puissance

La part du grand public progresse toujours davantage pour représenter près de la moitié de la demande française. Cette hausse de la consommation du grand public provient des offres à prix réduits et de l'augmentation de l'usage d'Internet dans les foyers.

Vente de micro-ordinateurs : grand public et professionnel

unité : millier d'unités vendues



Estimation Xerfi

Source : GFK *via* Tableau de bord de l'innovation – Ministère de l'Economie

La consommation en micro-ordinateurs a évolué de 12,0% au cours de l'année 2007, et a été tirée par le grand public dont le dynamisme des ventes s'accroît plus rapidement que celui des professionnels.

Vente de micro-ordinateurs au grand public et professionnel

unités : millier d'unités vendues, part en % des ventes totales, % des variations annuelles

	Vente totale	Tx croiss.	Grand public		Professionnel	
			Ventes	Part	Ventes	Part
2000	4 451	nd	1 515	34,0%	2 936	66,0%
2001	4 502	1,1%	1 393	30,9%	3 109	69,1%
2002	4 496	-0,1%	1 452	32,3%	3 044	67,7%
2003	4 911	9,2%	1 584	32,3%	3 327	67,7%
2004	5 564	13,3%	2 103	37,8%	3 461	62,2%
2005	6 169	10,9%	2 581	41,8%	3 588	58,2%
2006	6 652	7,8%	2 999	45,1%	3 653	54,9%
2007 (e)	7 450	12,0%	3 502	47,0%	3 949	53,0%

Estimation Xerfi

Source : GFK *via* Tableau de bord de l'innovation – Ministère de l'Economie

2.5. Le marché de la micro-informatique

Ventes d'imprimantes

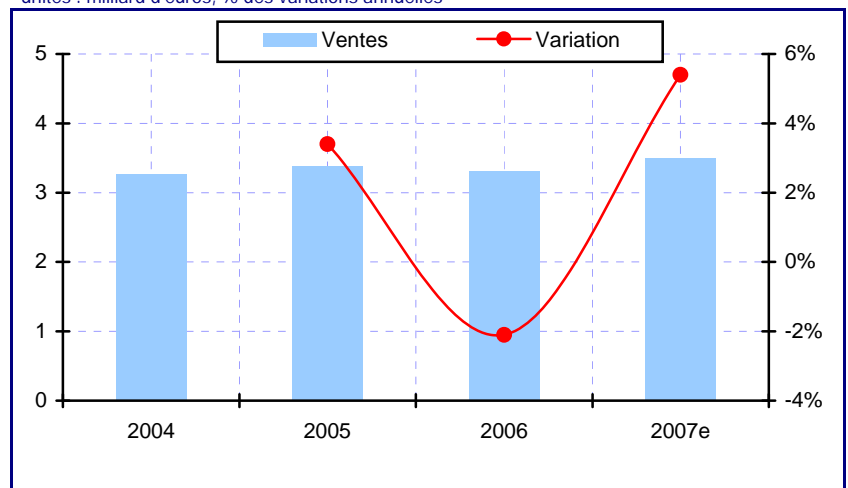
Bonne progression des imprimantes

Les ventes d'imprimantes en France ont augmenté de 5,4% en 2007. Ce taux de progression s'appuie notamment sur les dépenses informatiques des entreprises, la consommation d'imprimantes photos et des modèles multifonctions. Ce type de produits rencontre un succès grandissant, lié au développement du marché des appareils photos numériques et des « photophones ». Ces appareils disposent de nombreuses fonctionnalités facilitant le transfert de données, telles que les lecteurs de cartes et de nouvelles connectiques (Bluetooth).

La consommation d'imprimantes sur le marché français a progressé de 5,4% en 2007.

Ventes d'imprimantes en France

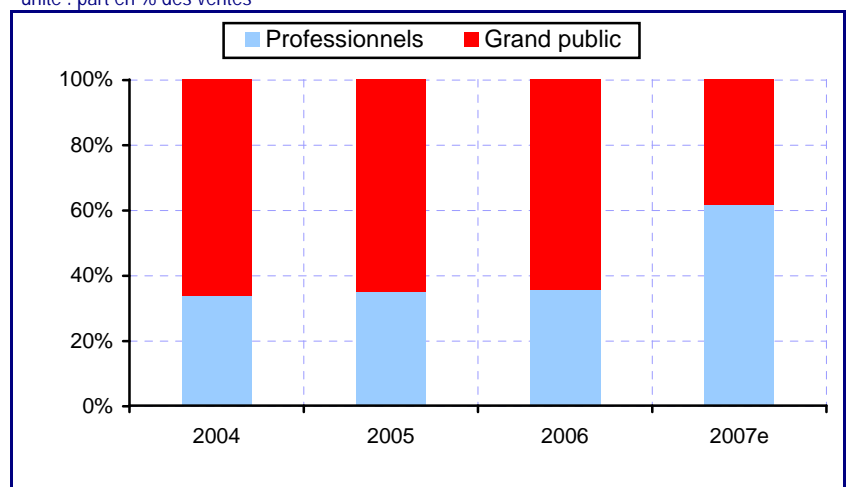
unités : milliard d'euros, % des variations annuelles



Estimation et source : GFK via Multimédia à la Une

Ventes d'imprimantes en France par marché

unité : part en % des ventes



Les ventes en valeur sur le marché des professionnels ont fortement progressé en 2007, puisqu'elles représentent désormais plus de 60% de la consommation en France.

Estimation et source : GFK via Multimédia à la Une

2.6. Les perspectives à l'horizon 2008**Le scénario prévisionnel****Des ventes toujours dynamiques**

Les ventes d'équipements informatiques progresseront de nouveau en 2008 et enregistreront un taux de croissance en volume supérieur à 10%.

Les dépenses des professionnels ralentiront légèrement

Le marché des professionnels, premier débouché du secteur, sera légèrement moins dynamique en 2008. Les dépenses d'équipements informatiques seront freinées par la crainte d'une récession de l'économie américaine. Les entreprises se trouvant dans un climat d'incertitude réduiront certaines dépenses, ce qui aura un impact négatif sur le secteur du matériel informatique. Leurs investissements resteront toutefois supérieurs de 3% à ceux de 2007.

La consommation des ménages toujours en progression

La consommation des ménages sera dynamisée par l'engouement actuel pour les ordinateurs portables, ainsi que par les facilités de paiement mises à disposition des particuliers pour encourager l'acquisition d'équipements informatiques, telles que le crédit à 0% pour les étudiants. La demande du grand public sera également stimulée par les efforts des fabricants pour fournir des produits à prix réduits, et à des performances de plus en plus attractives. Les ordinateurs entrée de gamme sont désormais suffisamment puissants pour répondre à l'ensemble des besoins de la plupart des particuliers (Internet, photo, vidéo, etc.).

Un secteur déflationniste

En raison des constantes avancées technologiques dans le secteur et des attentes du grand public, les prix à la consommation du matériel informatique continueront de baisser à technologie comparable. Cette évolution affectera à la fois les ordinateurs de bureau, les portables et les périphériques. Elle sera intensifiée par les innovations technologiques (développement des processeurs à quatre cœurs, définition de plus en plus importante des écrans à cristaux liquides, etc.), et les politiques tarifaires agressives des distributeurs. Cependant, cette baisse de prix pourrait être révisée compte tenu des difficultés d'approvisionnements en composants électroniques que les fabricants de matériel informatique pourraient rencontrer.

Les perspectives du marché informatique	2006	2007 (e)	2008 (p)
Dépenses informatiques des entreprises (val.)	+	+	+
Consommation des ménages (val.)	+	+	+
- Consommation des ménages (vol.)	+	+	+
- Prix à la consommation	-	-	-
Ventes de matériels informatiques (vol.)	+	+	+
- Ventes de PC de bureau (nombre)	+	+	+
- Ventes de portables (nombre)	+	+	+
- Ventes d'imprimantes (nombre)	+	+	+

Estimation, prévision et source : Xerfi

Methodologie :

Le tableau ci-dessus présente les perspectives de croissance du secteur. Le signe « + » (bleu) exprime une croissance positive par rapport à l'année précédente, alors que le signe « - » (rouge) signifie une croissance nulle ou négative. La taille des « + » & « - » est fonction du rythme de croissance des indicateurs.

- + Croissance positive
- Croissance nulle/négative

2.6. Les perspectives à l'horizon 2008

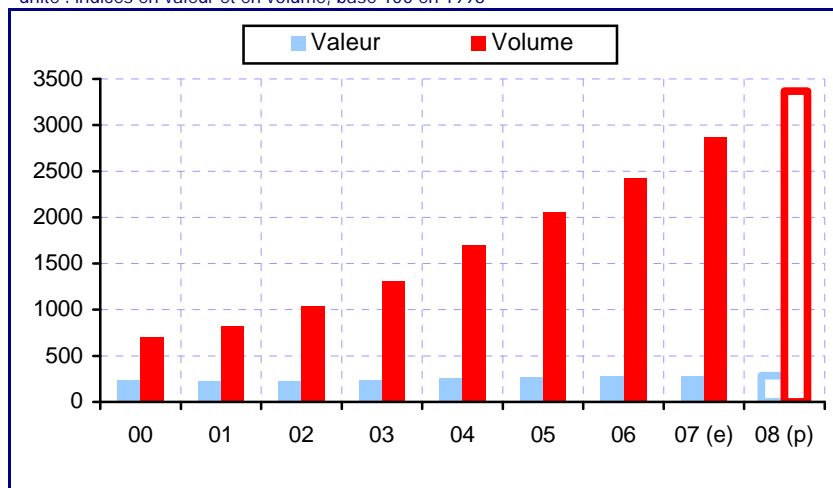
Consommation des ménages

Une consommation en volume toujours en hausse

La consommation en volume des ménages en ordinateurs et autres équipements informatiques continuera de progresser en 2008. En revanche, la consommation en valeur restera stable. En effet, les produits entrée de gamme suffisent à répondre aux besoins des particuliers moyens en terme d'usage Internet, vidéo, photo, etc. En France, le taux de pénétration en micro-ordinateurs atteindra 61% d'ici début 2008.

Consommation des ménages en ordinateurs et autres équipements informatiques

unité : indices en valeur et en volume, base 100 en 1998



La consommation en volume des ménages enregistrera une progression de 17,5%, tandis que l'augmentation des ventes en valeur ne dépassera pas 2,0%

Estimation et prévision Xerfi

Source : INSEE, « La Consommation des Ménages en 2006 »

Consommation des ménages en ordinateurs et autres équipements informatiques

unités : indices en valeur et en volume, base 100 en 2000, et % des variations annuelles

	Indice en volume	Croiss.	Indice en valeur	Croiss.
2000	100,0	46,1%	100,0	21,7%
2001	116,4	16,4%	95,4	-4,6%
2002	148,3	27,4%	97,6	2,3%
2003	186,1	25,5%	100,4	2,9%
2004	241,6	29,8%	111,6	11,1%
2005	294,0	21,7%	115,3	3,3%
2006	345,7	17,6%	118,4	2,7%
2007(e)	409,7	18,5%	121,1	2,3%
2008 (p)	481,4	17,5%	123,5	2,0%

Estimation et prévision Xerfi

Source : INSEE, « La Consommation des Ménages en 2006 »

2.6. Les perspectives à l'horizon 2008

Dépenses des entreprises

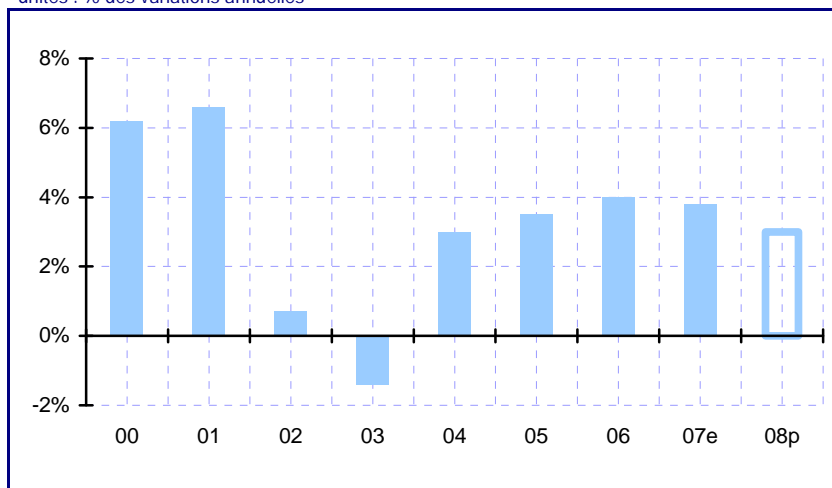
Des dépenses en léger ralentissement

Les dépenses informatiques des entreprises ralentiront légèrement en 2008 en raison d'une crainte de récession de l'économie américaine, suite à la crise financière de septembre 2007. Elles resteront toutefois très importantes, et poursuivront leur croissance ininterrompue depuis 2004 pour dépasser les 81 milliards d'euros.

Les dépenses informatiques continueront de progresser en 2008 mais seront néanmoins en léger ralentissement.

Dépenses informatiques des entreprises(1)

unités : % des variations annuelles



(1) logiciels, matériels et services

Estimation et prévision Xerfi

Source : Pierre Audoin Consultants

Dépenses informatiques des entreprises(1)

unités : milliard d'euros et % des variations annuelles

Année	Dépenses informatiques (milliard d'euros)	Croissance (%)
2000	64,9	6,2%
2001	69,2	6,6%
2002	69,7	0,7%
2003	68,7	-1,4%
2004	70,4	2,5%
2005	72,9	3,5%
2006	75,8	4,0%
2007 (e)	78,7	3,8%
2008 (p)	81,1	3,0%

(1) logiciels, matériels et services

Estimation et prévision Xerfi

Source : Pierre Audoin Consultants

2.6. Les perspectives à l'horizon 2008

Les prix à la consommation

Methodologie :

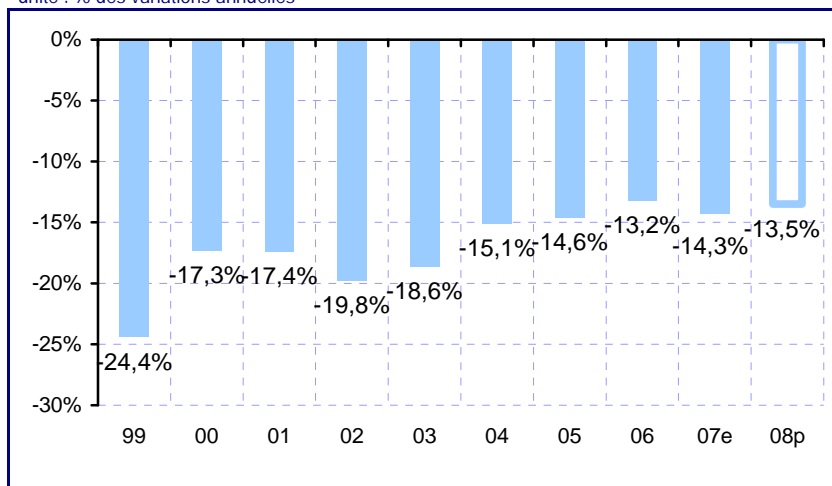
Selon l'INSEE, « l'indice des prix à la consommation est un indicateur de l'évolution des prix à structure et qualité constante » avec un échantillon de biens est réactualisé tous les ans.

Des prix toujours en baisse

A l'image des années précédentes, les prix à la consommation des équipements informatiques diminueront en 2008 de 13,5%. Cette évolution affectera tous les segments de marché : portables, ordinateurs de bureau et imprimantes. Toutefois, cette baisse de prix pourrait être reconsidérée compte tenu des difficultés d'approvisionnements en composants électroniques.

Prix à la consommation des matériels de traitement de l'information (*)

unité : % des variations annuelles



En 2008, les prix à la consommation des équipements informatiques diminueront de 13,5%.

(*) unités centrales, interfaces diverses, consoles de travail, ordinateurs individuels portables et de bureau, etc.

Estimation et Prévision Xerfi

Source : INSEE

Prix à la consommation des matériels de traitement de l'information

unités : indice de prix, base 100 en 2000, et % des variations annuelles

	Prix conso.	Croissance
2000	100,0	-17,3%
2001	82,6	-17,4%
2002	66,2	-19,8%
2003	53,9	-18,6%
2004	45,8	-15,1%
2005	39,1	-14,6%
2006	33,9	-13,2%
2007 (e)	29,1	-14,3%
2008 (p)	25,2	-13,5%

Estimation et Prévision Xerfi

Source : INSEE

2.6. Les perspectives à l'horizon 2008

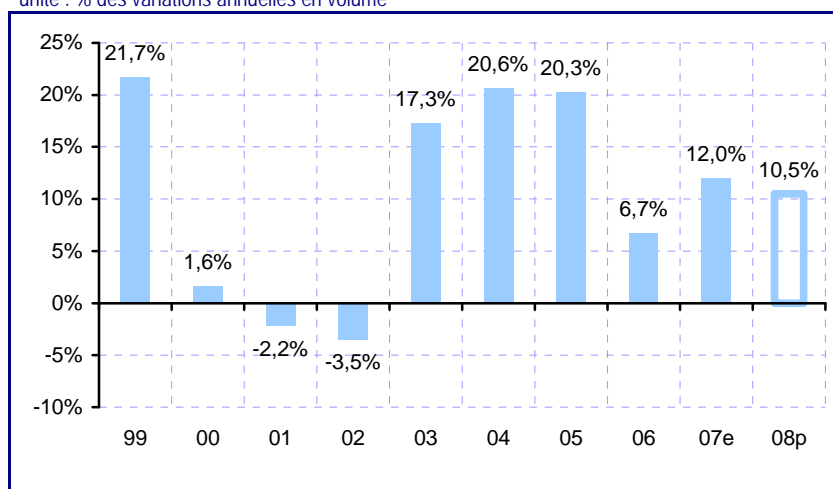
Ventes de micro-ordinateurs

Un taux de croissance supérieur à 10%

Les ventes en volume de micro-ordinateurs enregistreront de nouveau un taux de croissance supérieur à 10%, appuyées par la consommation en hausse d'ordinateurs portables, le développement des offres à prix réduits et la possibilité de passer par de nombreuses facilités de paiement. Toutefois, les ventes en valeur seront plus modérées en raison de la baisse des prix du matériel informatique et de la forte consommation d'équipements informatiques entrée de gamme, en particulier par le grand public.

Ventes de micro-ordinateurs en France

unité : % des variations annuelles en volume



Les ventes de micro-ordinateurs progresseront de nouveau de façon soutenue en 2008, tirées par la consommation d'ordinateurs portables, les offres à prix réduit et les nombreuses facilités de paiement.

Prévision : Xerfi
Estimation et Source : IDC

Ventes de micro-ordinateurs

unités : % des variations annuelles en volume, indice base 100 en 2000

	Indice	Variation
2000	100,0	1,6%
2001	97,8	-2,2%
2002	94,4	-3,5%
2003	110,7	17,3%
2004	133,5	20,6%
2005	160,6	20,3%
2006	171,4	6,7%
2007 (e)	191,9	12,0%
2008 (p)	212,1	10,5%

Prévision Xerfi
Estimation et source : IDC

3. Structure de la concurrence

3.1. Structure économique et industrielle

Les chiffres clés des fabricants français

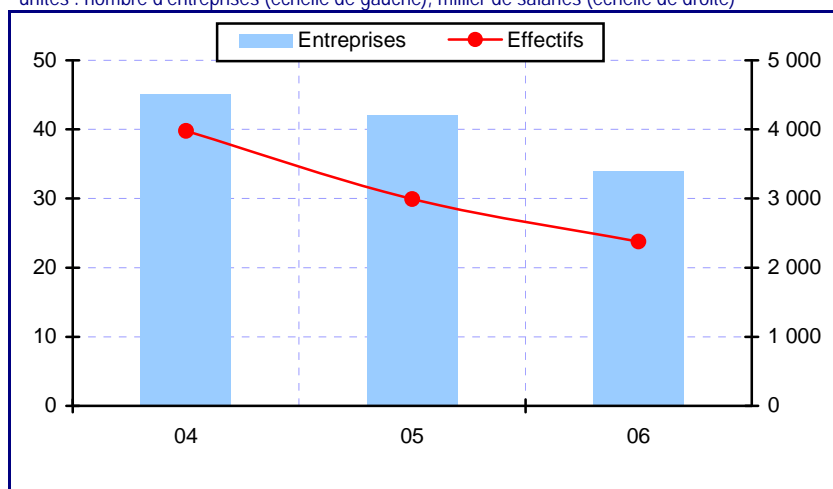
NB : le SESSI ne prend en compte que les entreprises de 20 salariés et plus intervenant dans la fabrication de matériel informatique. Les données fournies doivent donc être considérées avec prudence. L'apparition ou la disparition d'entreprises dans le périmètre d'analyse n'implique pas forcément une création ou une défaillance d'entreprise. Il peut s'agir, en effet, d'une simple variation de l'effectif.

Baisse des effectifs et du nombre d'entreprises

Le secteur de la fabrication de matériel informatique a enregistré une diminution du nombre d'entreprises en France en 2006 (34 entreprises en 2006, contre 42 en 2005). Le nombre total de salariés s'est réduit en 2006, ce qui représente la première baisse depuis 2003. Enfin, le nombre de salariés par entreprise a également diminué en 2006. La tendance à la concentration du secteur est toujours bien présente.

Population d'entreprises et effectifs intervenant dans la fabrication de matériel informatique(*)

unités : nombre d'entreprises (échelle de gauche), millier de salariés (échelle de droite)



Le nombre d'entreprises du secteur a diminué de 19,0% en 2006, tandis que les effectifs ont baissé de 20,5% la même année.

(*) Entreprises de 20 salariés et plus
Source : SESSI, EAE données 2006

Nombre d'entreprises et de salariés intervenant dans la fabrication de matériel informatique(*)

unités : million d'euros, million d'euros par entreprise, millier d'euros par salarié

	Nbre d'entreprises	CA	CA/Ent.	Effectifs	CA/Effectif	Effectif moyen
2004	45	1 701	37,8	3 980	427,4	88,4
2005	42	1 173	27,9	2 991	392,2	71,2
2006	34	976	28,7	2 378	410,4	69,9

(*) Entreprises de 20 salariés et plus
Source : SESSI - EAE, données 2006

3.1. Structure économique et industrielle

Diversification des fabricants de matériel informatique

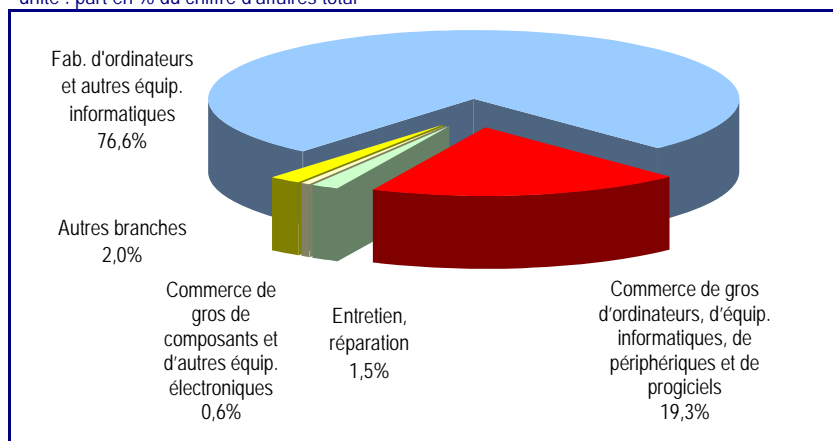
Un secteur peu diversifié

L'activité des fabricants d'ordinateurs et autres équipements informatiques est relativement peu diversifiée. Les entreprises ont réalisé l'essentiel de leur chiffre d'affaires dans leur métier de base et leurs principaux axes de diversification se limitent à la vente et au négoce d'équipements informatiques, de périphériques ou de composants électroniques, et à l'entretien et à la réparation.

Les fabricants d'ordinateurs et autres équipements informatiques ont réalisé 76,6% de leurs ventes dans leur métier de base.

Diversification

unité : part en % du chiffre d'affaires total



Source : SESSI, EAE, données 2005

Diversification des fabricants de matériel informatique

unité : part du chiffre d'affaires en %

NAF	Intitulés	Part
300C	Fabrication d'ordinateurs et d'autres équipements informatiques	76,6%
518G	Commerce de gros d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de progiciels	19,3%
725Z	Entretien, réparation	1,5%
518J	Commerce de gros de composants et d'autres équipements électroniques	0,6%
	Autres branches	2,0%
Total		100,0%

Source : SESSI, EAE, données 2005

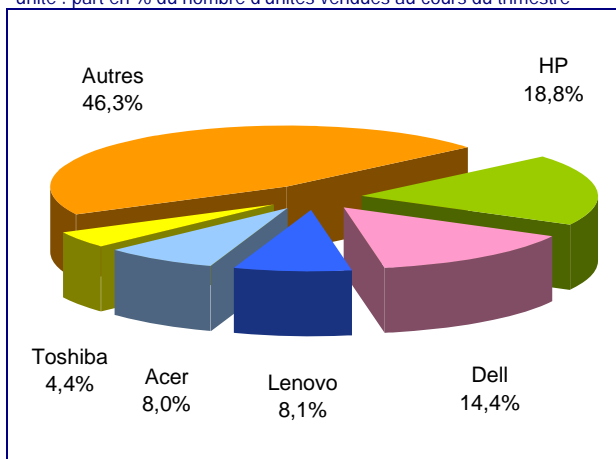
3.1. Structure économique et industrielle | Marché mondial des micro-ordinateurs

Un marché dynamique

Les ventes mondiales de micro-ordinateurs ont de nouveau fortement progressé en 2006. Les constructeurs ont enregistré une croissance de 9,5% du nombre d'unités vendues. Les cinq premiers fabricants concentraient à eux seuls plus de la moitié du marché des ordinateurs au troisième trimestre 2007. Ils ont renforcé leur position en gagnant 4,2 points de parts de marché par rapport au troisième trimestre 2006. Le marché informatique est soutenu par la vente des ordinateurs portables qui ont la faveur des consommateurs dans un environnement de plus en plus mobile.

Part de marché des constructeurs dans le monde au 3^{ème} trimestre 2007

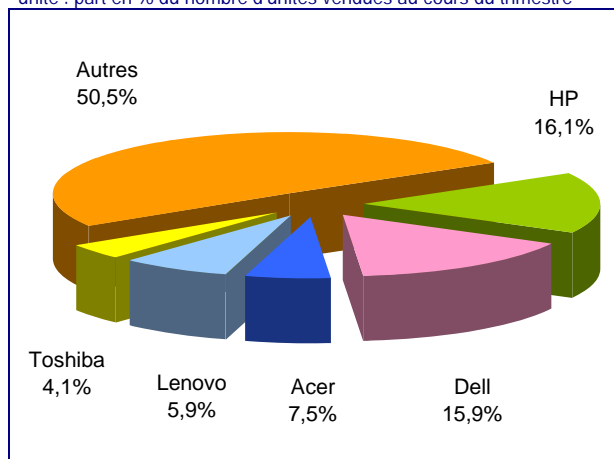
unité : part en % du nombre d'unités vendues au cours du trimestre



Source : Gartner

Part de marché des constructeurs dans le monde au 3^{ème} trimestre 2006

unité : part en % du nombre d'unités vendues au cours du trimestre



Source : Gartner

Parts de marché mondiales des constructeurs

unités : milliers d'unités vendues, % de ventes mondiales, % des variations annuelles

Constructeurs	2006		2005		Croissance
	Unités	Part en %	Unités	Part en %	
Dell	38 054	15,9%	36 752	16,8%	3,5%
HP	38 033	15,9%	31 902	14,6%	19,2%
Lenovo	16 646	7,0%	15 010	6,9%	10,9%
Acer	13 864	5,8%	10 115	4,6%	37,1%
Toshiba	9 184	3,8%	7 216	3,3%	27,3%
Autres	123 642	51,6%	117 630	53,8%	5,1%
Total	239 424	100,0%	218 626	100,0%	9,5%

Source : Gartner

3.1. Structure économique et industrielle

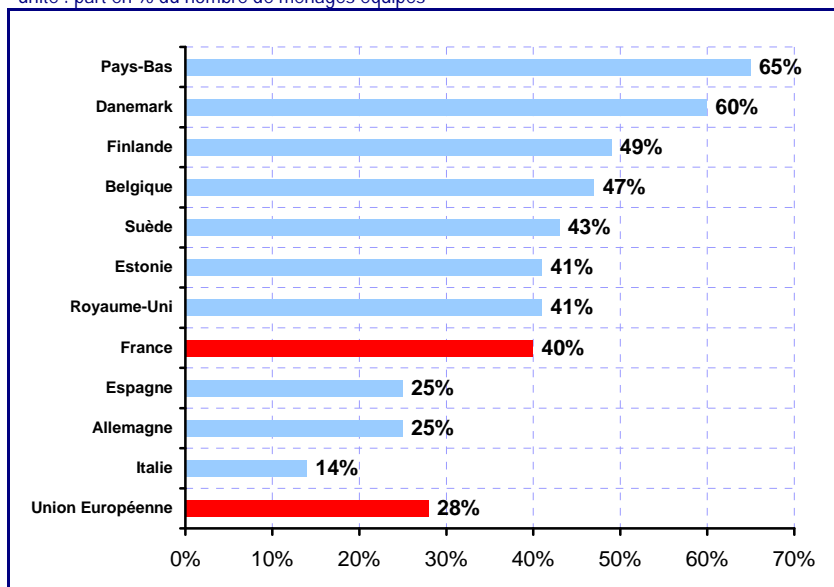
L'Internet en Europe

Le haut débit en forte progression

L'Internet se développe en Europe par le biais de connexions haut débit, qui ont équipé en moyenne 28% des ménages en 2006 (contre 12% pour le bas débit). La France arrive en milieu de classement avec un taux de pénétration total de 44% (dont 40% en haut débit). Elle rattrape progressivement son retard par rapport à l'Europe du Nord (le Danemark et les Pays-Bas dépassent les 70% d'équipement en cumulant les accès haut débit et bas débit).

Pénétration de l'Internet haut débit dans l'UE

unité : part en % du nombre de ménages équipés



Le taux de pénétration le plus élevé de l'Internet haut débit est situé aux Pays-Bas, avec 65% des ménages équipés à fin 2006. Les pays suivants sont majoritairement des pays nordiques tels que le Danemark, la Finlande et la Suède. La France arrive en huitième position avec un taux de pénétration de 40%.

Source : Commission des communautés européennes, données 2006

Pénétration de l'internet dans l'Union Européenne

unité : part en % du nombre de ménages équipés

	Haut débit	Bas débit
Pays-Bas	65%	14%
Danemark	60%	13%
Finlande	49%	9%
Belgique	47%	7%
Suède	43%	21%
Royaume-Uni	41%	10%
Estonie	41%	4%
France	40%	4%
Allemagne	25%	25%
Espagne	25%	7%
Italie	14%	17%
Union Européenne (27)	28%	12%

Source : Commission des communautés européennes, données 2006

3.1. Structure économique et industrielle | Marché français des micro-ordinateurs

Un secteur très concentré

Le marché français des micro-ordinateurs est dominé par cinq opérateurs qui concentrent plus des deux tiers des ventes au premier trimestre 2007. Tout comme sur le marché mondial, ils ont gagné 5,3 points de parts de marché depuis le premier trimestre 2006. Le nombre d'unités vendues en France a augmenté de 6,2% en 2006 par rapport à 2005.

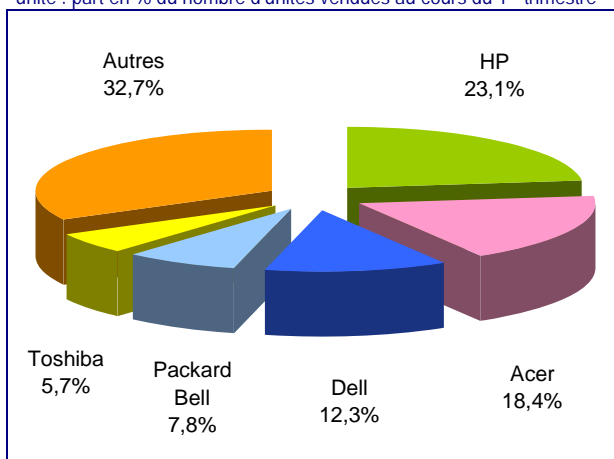
La consolidation du marché est la conséquence d'une guerre des prix acharnée sur le matériel. Les fabricants cherchent à développer des économies d'échelles dans le but de baisser les prix et d'atteindre une taille critique.

Le PC Portable, star de la croissance

Le PC portable a été un moteur de croissance pour la filière. En 2006, les ventes d'ordinateurs portables ont représenté 54% des achats du grand public, contre 38% en 2003.

Part de marché des constructeurs en France au 1^{er} trimestre 2007

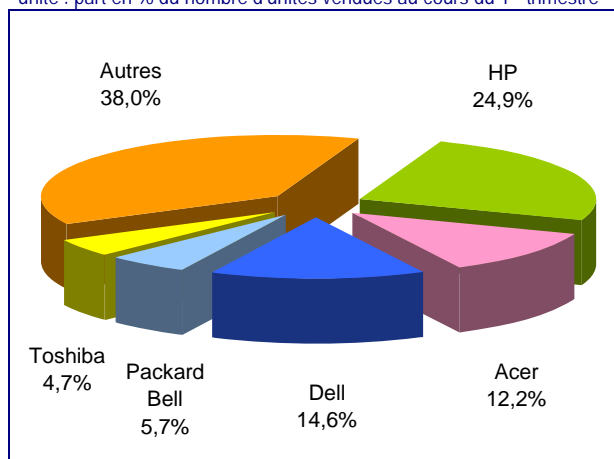
unité : part en % du nombre d'unités vendues au cours du 1^{er} trimestre



Source : Gartner

Part de marché des constructeurs en France au 1^{er} trimestre 2006

unité : part en % du nombre d'unités vendues au cours du 1^{er} trimestre



Source : Gartner

Part de marché des constructeurs en France

unités : millier d'unités, part en % des ventes en volume, % des variations annuelles

Constructeurs	2006		2005		Croissance
	Unité	Part en %	Unité	Part en %	
HP	1 884	22,5%	1 590	20,2%	+18,5%
Acer	1 379	16,5%	943	12,0%	+46,2%
Dell	1 114	13,3%	1 058	13,4%	+5,3%
NEC	774	9,3%	1 096	13,9%	-29,4%
Fujitsu	475	5,7%	517	6,6%	-8,1%
Autres	2 737	32,7%	2 667	33,9%	+2,6%
Total	8 366	100,0%	7 875	100,0%	+6,2%

Source : Gartner

3.1. Structure économique et industrielle Marché européen des imprimantes

Hausse des ventes de 5,8% au premier semestre 2007

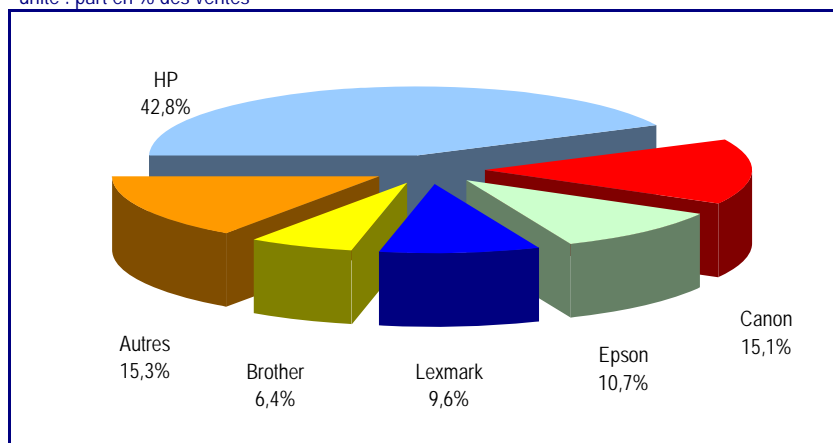
Le marché des imprimantes en zone EMEA a enregistré un taux de croissance de 5,8% au premier semestre 2007, appuyé par la hausse des ventes d'imprimantes multifonctions. Cette évolution a été portée par le leader HP, mais également par le groupe Brother qui a affiché le plus fort taux de progression (+19,0%) en 2007. Par ailleurs, la croissance de HP s'est faite au détriment des autres opérateurs qui ont perdu des parts de marché (à l'exception de Brother).

HP, leader incontesté

Ce marché est largement dominé par l'opérateur HP. Il dispose de 43% de parts de marché et continue sa progression, loin devant ses quatre concurrents les plus proches : Canon, Epson, Lexmark, et Brother.

Répartition des opérateurs sur la région EMEA

unité : part en % des ventes



HP domine largement le marché des imprimantes en région EMEA avec 42,8% des ventes en 2007.

Source : Gartner, données au premier semestre 2007

Vente d'imprimantes en zone EMEA

unités : millier d'unités vendues, part en % du marché, variations annuelles des ventes

	T1 2007		T1 2006		T1 2005		Evol. 07/06
	Unités	Part en %	Unités	Part en %	Unités	Part en %	
HP	10 025	42,8%	8 647	39,1%	8 184	38,8%	15,9%
Canon	3 533	15,1%	3 488	15,8%	3 292	15,6%	1,3%
Epson	2 518	10,7%	2 683	12,1%	3 170	15,0%	-6,1%
Lexmark	2 245	9,6%	2 192	9,9%	2 097	9,9%	2,4%
Brother	1 510	6,4%	1 269	5,7%	891	4,2%	19,0%
Autres	3 595	15,3%	3 859	17,4%	3 480	16,5%	-6,8%
Total	23 426	100,0%	22 137	100,0%	21 115	100,0%	+5,8%

Source : Gartner

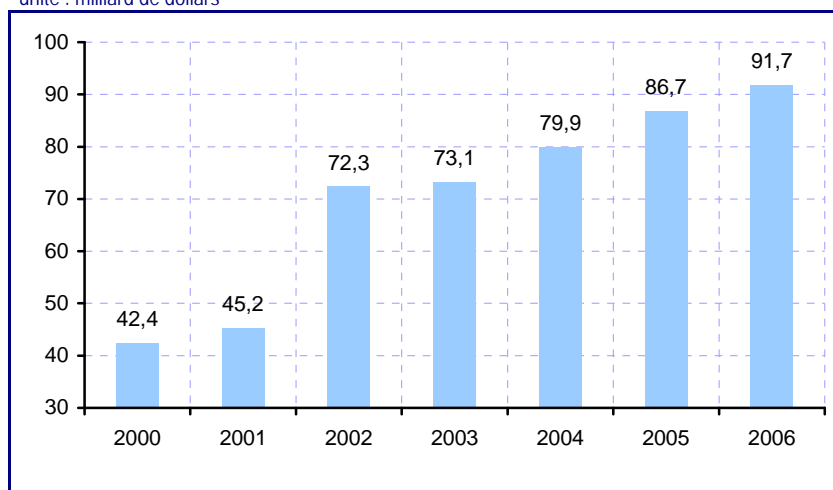
3.2. Les monographies

Hewlett Packard (HP)

Hewlett Packard	
CA consolidé 2006	73,1 milliards d'euros (exercice clos le 30/10/2006)
Nationalité	Etats-Unis
Présentation du groupe	Le groupe américain Hewlett Packard (HP) est un spécialiste de l'informatique et de l'électronique. Il est l'un des leaders mondiaux de la construction et de la distribution des ordinateurs (portables, de bureau, de poche, etc.), des serveurs, des périphériques de stockage, des imprimantes, des appareils de photographie, des appareils de mesure électroniques et des services aux entreprises. Au début des années 2000, HP s'est lancé dans un plan de restructuration et d'optimisation. En effet, le groupe a finalisé la fusion avec Compaq et a continué l'effort de réduction de ses effectifs.
Activité du groupe	<p>Le groupe fabrique et vend ses produits répartis dans plusieurs divisions :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Micro-informatique : ordinateurs de bureau, ordinateurs portables et assistants personnels ➤ Infrastructures et solutions pour entreprises : la division opère principalement dans le domaine des périphériques de stockage et les serveurs. ➤ Image et Impression : appareils photo numériques et les imprimantes (jet d'encre et laser). ➤ Services : services proposés essentiellement aux professionnels. Ils concernent le conseil, l'infogérance et les services après vente. ➤ Autres : le groupe est présent aussi sur le marché des logiciels et des services financiers.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Hewlett Packard

unité : milliard de dollars



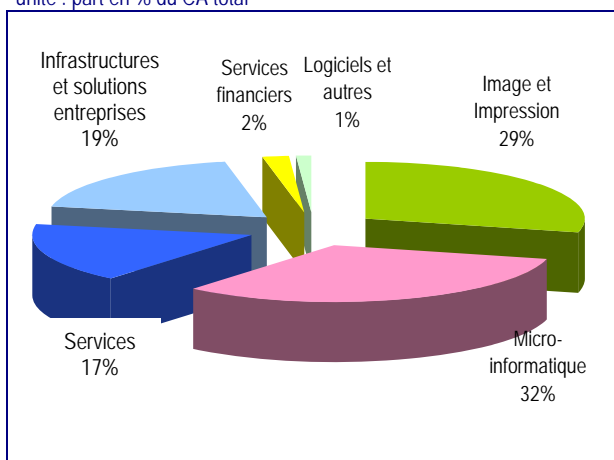
Le chiffre d'affaires de Hewlett Packard a évolué de manière considérable depuis le début des années 2000. Il a plus que doublé sur la période 2000-2006 (+116,3%).

Source : Hewlett Packard

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Répartition du CA par activité...

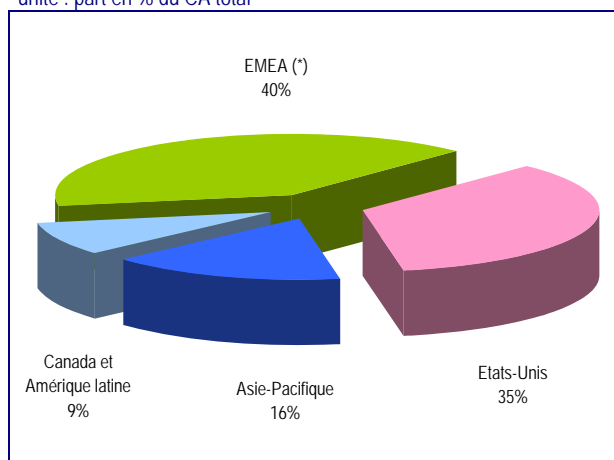
unité : part en % du CA total



Source : Hewlett Packard, données 2006

... et par zone géographique

unité : part en % du CA total



(*) Europe, Moyen-Orient, Afrique

Source : Hewlett Packard, données 2006

Activité dans le secteur

Hewlett-Packard réalise la majeure partie de son chiffre d'affaires grâce à la vente d'équipements et d'applications informatiques. Le groupe est très présent sur le marché des professionnels (PME et grandes entreprises, secteur public) auxquels il fournit une large palette de produits et services. Le marché de la micro-informatique à destination des particuliers est en progression constante. De ce fait, Hewlett Packard s'oriente progressivement vers les activités liées au grand public.

Activité en France

La société Hewlett Packard est présente en France à travers plusieurs centres de compétences spécialisés dans la recherche appliquée. Le principal, Hewlett Packard Centre de compétences France, a enregistré un chiffre d'affaires de 6,7 milliards d'euros en 2006. Le groupe dispose également de filiales, dont Hewlett Packard France qui a affiché un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros en 2006, et d'un réseau de revendeurs qui assure son organisation commerciale basée sur la vente indirecte.

Actualité / Faits marquants

- Hewlett Packard a annoncé l'acquisition de l'éditeur de logiciels Opware. L'opération a coûté 1,6 milliard de dollars.
- Hewlett Packard rachète la société américaine SPI Dynamics spécialisée dans la sécurité informatique.

Stratégie du groupe

- Le groupe a adopté une stratégie de prix cassés en matière de terminaux et imprimantes. Le but est de toucher une large partie de consommateurs susceptible de s'équiper en matériels informatiques.
- Hewlett Packard se concentre davantage sur les activités de micro-informatique lui procurant d'importants revenus avec une perspective de fidélisation de sa clientèle.
- Le groupe est très actif sur le marché des acquisitions d'entreprises prestataires de services software. L'objectif principal est de détenir 30% du marché mondial à l'horizon 2009.

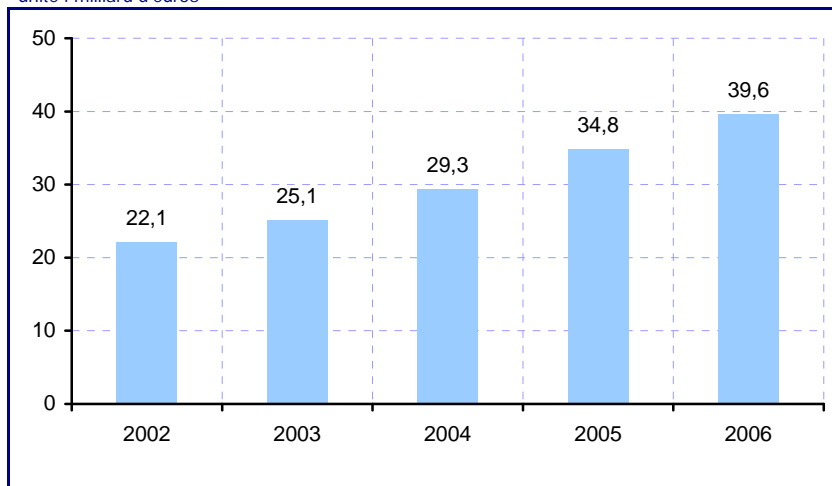
3.2. Les monographies

Dell

Dell	
CA consolidé 2006	39,6 milliards d'euros
Nationalité	Etats-Unis
Présentation du groupe	Le groupe américain Dell a été fondé en 1984 par Michael Dell au Texas et s'est imposé comme l'un des géants mondiaux de l'informatique. Son idée a été de créer une entreprise qui produit les ordinateurs à la demande, en fonction des besoins de chaque client et en les vendant en direct, c'est-à-dire sans passer par des revendeurs. Une stratégie innovante sur laquelle a reposé la forte croissance du groupe depuis les années 90, et qui lui permet de compter aujourd'hui plus de 90 400 collaborateurs et d'afficher un chiffre d'affaires de 39,6 milliards d'euros. Dell a annoncé un changement de stratégie en 2007 en décidant de vendre ses ordinateurs dans des magasins sur les 10 premiers marchés mondiaux dans le but de développer son segment grand public.
Activité du groupe	Le groupe organise sa production et ses ventes autour de quatre activités principales : <ul style="list-style-type: none"> ➤ les ordinateurs, où il se place comme le 1er fournisseur au monde de PC de bureau et portables pour particuliers et professionnels ➤ les accessoires périphériques : imprimantes, scanners, cartouches et toners ➤ les serveurs, les instruments de stockage, et les stations de connexions ➤ les services informatiques. Dans une moindre mesure, le groupe produit des caméras, des organisateurs (PDA) ou encore des logiciels.
Activité en France	Le groupe est présent en France depuis 1989 à travers sa filiale commerciale Dell qui a affiché un chiffre d'affaires de 1,6 milliard d'euros. Il possède également six directions régionales, dont une direction située à Paris en charge des entreprises de plus de 200 salariés (« grands comptes ») et une direction « grand public et petites entreprises » à Montpellier. Cette dernière est en charge des équipes commerciales, techniques et marketing.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Dell

unité : milliard d'euros



Le chiffre d'affaires du groupe Dell a progressé de 13,8% en 2006.

Source : Dell, exercice clos au 28/02 de chaque année

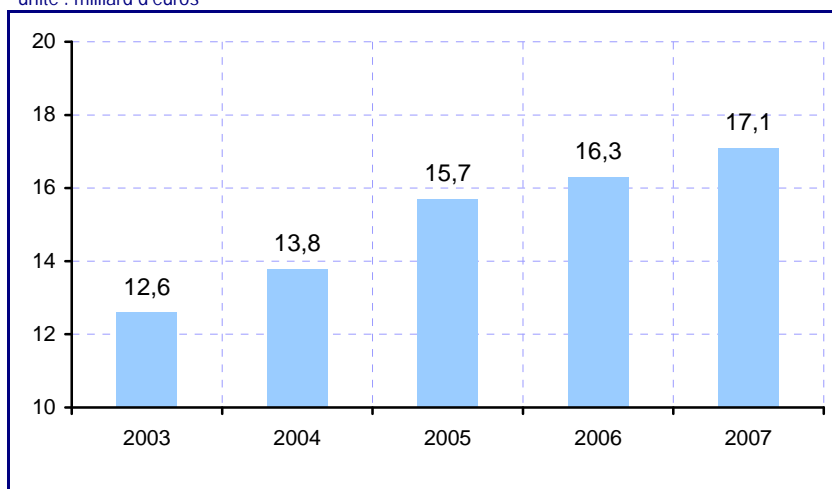
3.2. Les monographies

Tech Data

Tech Data	
CA consolidé 2007	17,1 milliards d'euros (exercice clos en janvier 2007)
Nationalité	Etats-Unis
Présentation du groupe	Le groupe Tech Data a été créé en 1974, et s'est depuis imposé comme l'un des premiers grossistes mondiaux de solutions et de produits informatiques. Son large portefeuille de clients va des revendeurs jusqu'aux « Value-Added Resellers » (VAR). Il fournit environ 100 000 revendeurs et est présent en Amérique du Nord, et en Europe. Son chiffre d'affaires 2007 est ventilé entre l'Europe (46,5% de ventes 2007) et l'Amérique (53,5%). Tech Data emploie plus de 8 500 salariés à travers le monde, dont environ 400 personnes en France.
Activité du groupe	<p>Tech Data propose des produits, des services (tels que des solutions logistiques), et des conseils dans le domaine de l'informatique. Le groupe s'organise autour de cinq pôles :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Systèmes, ➤ Périphériques, ➤ Réseaux, ➤ Mémoires et stockage, ➤ Logiciels, ➤ Accessoires et consommables.
Activité en France	<p>Le groupe possède deux filiales sur le marché français :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tech Data France est un grossiste multispecialiste. Cette filiale a réalisé un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2006, soit 7,0% du chiffre d'affaires du groupe. Elle s'approvisionne auprès de 160 fournisseurs et commercialise plus de 12 000 références de produits. La société dispose d'un centre de stockage à Marne-la-Vallée (Seine-et-Marne). ➤ La société Azlan, qui est spécialisée dans le matériel de réseau, a réalisé un chiffre d'affaires de 138,7 millions d'euros en 2005.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Tech Data

unité : milliard d'euros



Le chiffre d'affaires de Tech Data a atteint 17,1 milliards d'euros en 2006, ce qui correspond à une progression de 4,9% par rapport à 2005.

Taux de change annuel moyen 2006 : 1 euro = 0,7975 euro

Source : Tech Data

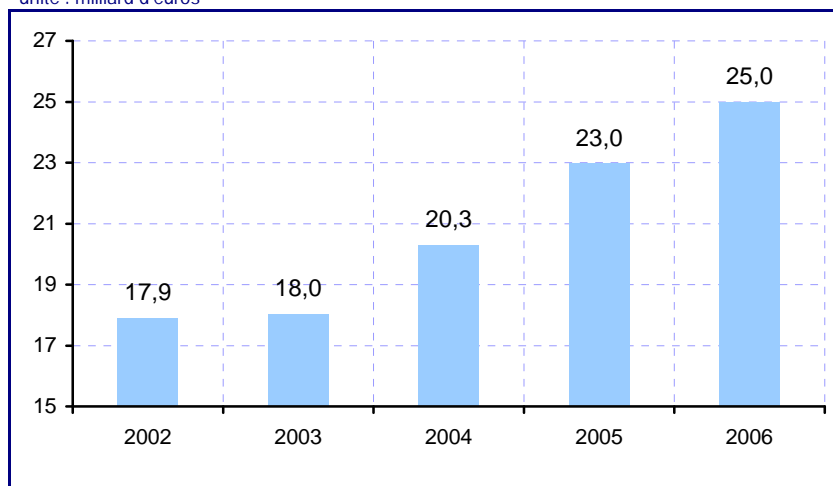
3.2. Les monographies

Ingram Micro

Ingram Micro	
CA consolidé 2006	25,0 milliards d'euros
Nationalité	Etats-Unis
Présentation du groupe	<p>Ingram Micro a été créé en 1979 et s'est imposé comme l'un des plus importants distributeurs mondiaux de technologies de l'information. Le groupe s'adresse à 1 300 fournisseurs et compte plus de 160 000 revendeurs, qui sont essentiellement des professionnels de l'informatique (grande distribution, VPC, chaînes, boutiques, VAR, SSII, intégrateurs et consultants informatiques). Ingram Micro est présent dans 150 pays et emploie environ 13 700 salariés.</p> <p>Sa stratégie consiste à se renforcer sur le marché du matériel informatique mobile (ordinateurs portables, PDA et domotiques), qui rencontre un succès grandissant.</p>
Activité du groupe	<p>Ingram Micro vend des produits ainsi que des prestations de services à travers cinq divisions :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ réseaux, ➤ logiciels, ➤ systèmes, ➤ périphériques, ➤ services.
Activité en France	<p>Fondée en 1989, la société Ingram Micro France a réalisé un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros en 2005. Elle dispose de trois implantations sur le territoire national :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ le siège social situé à Lille-Lesquin, ➤ une agence commerciale à Paris, ➤ une plate-forme logistique à Lille-Lomme.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Ingram Micro

unité : milliard d'euros



Le chiffre d'affaires d'Ingram Micro a affiché une évolution de 8,7% en 2006 pour atteindre 25,0 milliards d'euros.

Taux de change annuel moyen 2006 : 1 euro = 0,7975 euro
Source : Ingram Micro

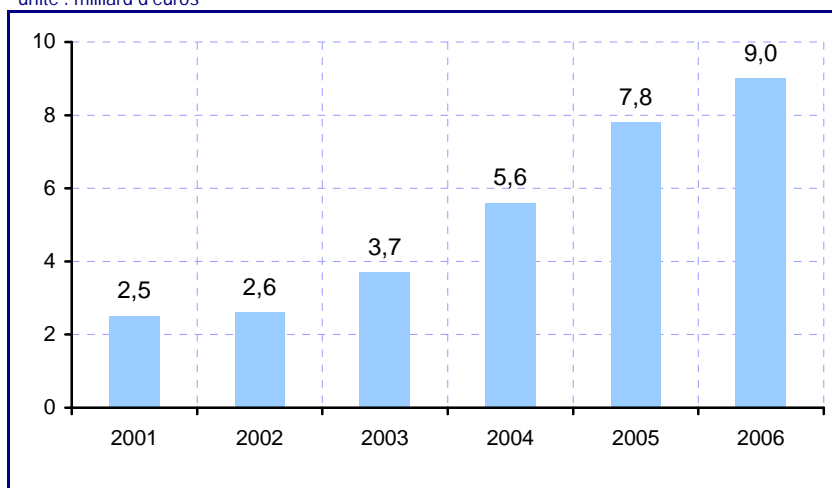
3.2. Les monographies

Acer

Acer	
CA consolidé 2006	9,0 milliards d'euros
Nationalité	Taiwan
Présentation du groupe	Le constructeur taiwanais fondé en 1976 est un des plus grands spécialistes mondiaux des ordinateurs portables. Il opère aussi dans le domaine des moniteurs et des périphériques informatiques. Depuis le début des années 2000, Acer se consacre entièrement aux activités de commercialisation et de distribution de ses produits en se détachant des activités de production pour le compte des tiers. Grâce à cette démarche, le groupe a réalisé des résultats importants dans le monde entier. Acer emploie près de 5 600 personnes dans plus de 100 pays à travers son réseau de commercialisation.
Activité du groupe	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ordinateurs de bureau ➤ Ordinateurs portables ➤ Serveurs et dispositifs de stockage ➤ Ecrans et moniteurs LCD ➤ TV et lecteurs de salon ➤ Solutions internet, etc.
Activité en France	Acer est implanté en France à travers sa filiale Acer Computers France. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 695,4 millions d'euros en 2006.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Acer

unité : milliard d'euros

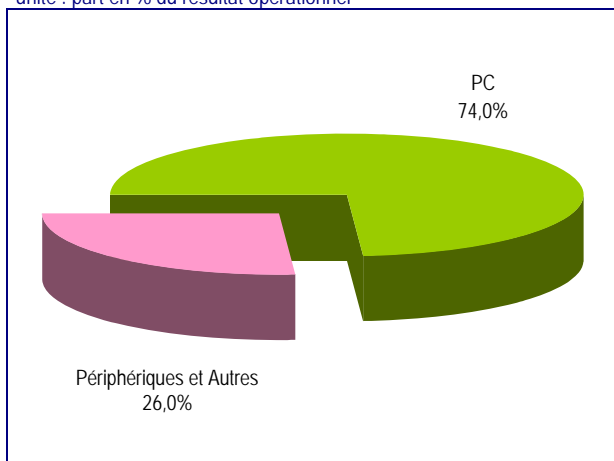


Le chiffre d'affaires du groupe Acer a bondi de 15,4% en 2006 pour atteindre près de trois fois et demi son niveau de 2001.

Taux de change moyen en 2006 : 1 dollar=0,7975 euro
Source : Acer

Répartition du résultat opérationnel par activité...

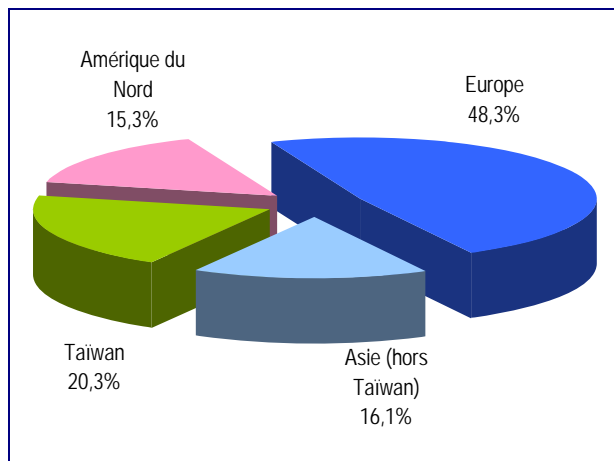
unité : part en % du résultat opérationnel



Source : Acer, données 2006

... et par zone géographique

unité : part en % du CA total



Source : Acer, données 2006

Activité dans le secteur

Sur le marché mondial des constructeurs, le groupe Acer a détenu 8,0% de parts de marché au troisième trimestre de 2007. Il s'est également placé comme un acteur majeur dans la fabrication et la vente d'ordinateurs portables. Dans certains pays de l'Europe de l'est, il s'est même positionné comme leader de ce marché. Acer développe, par ailleurs, la majeure partie des composants de ses produits informatiques (chipsets audio et graphiques, dalles pour écrans, etc.).

Actualité / Faits marquants

- Le groupe a réalisé une croissance de 35,8% sur le marché des PC au deuxième trimestre de 2007. Acer se place désormais à la quatrième position sur le marché mondial des PC.
- En septembre 2007, Acer a fait l'acquisition de l'américain Gateway, spécialisé dans la production et la vente d'ordinateurs. Le coût de l'opération s'est élevé à 504 millions d'euros.

Stratégie du groupe

- Le groupe se focalise sur les points suivants :
- Acer souhaite développer les segments des ordinateurs de bureau et des postes de télévision LCD.
 - Le groupe continue son effort d'amélioration de ses relations avec ses partenaires commerciaux et industriels.
 - Acer se concentre davantage sur les activités de R&D dans le but de préserver sa position voire même l'améliorer à long terme.
 - Acer se réorganise pour mieux se concentrer et s'adapter au marché des professionnels. En effet, le groupe réalise une croissance importante sur ce segment grâce à une palette plus large de produits à destination des professionnels en général et aux PME en particulier.

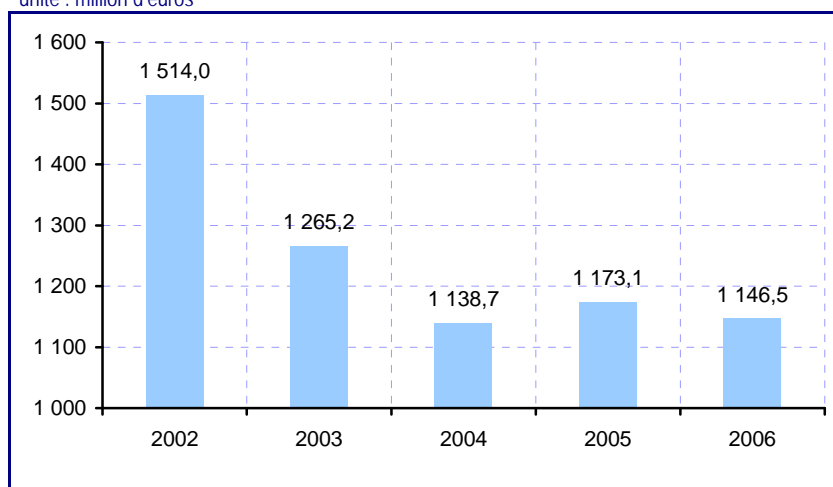
3.2. Les monographies

Bull

Bull	
CA consolidé 2006	1 146,5 millions d'euros
Nationalité	Flottant (84,9%), France Télécom (10,1%), NEC (3,0%), Debeka (2,0%)
Présentation du groupe	La société Bull a été fondée en 1931 en France et est spécialisée dans la production et la vente d'équipements informatiques professionnelles. Elle est aujourd'hui un des plus grands constructeurs européens de serveurs d'entreprises, et fournisseur de solutions open-source, et de sécurité intégrée. Bull est présent dans une centaine de pays. Il a employé 7 178 personnes à travers le monde en 2006. Les clients de la société Bull sont principalement des grandes et moyennes organisations du secteur public dont la défense et la santé, mais aussi les banques, l'industrie, et les télécommunications. Parmi ses clients français, le groupe compte la Marine Nationale, l'Armée de l'Air, Dassault Aviation, Groupama, Conforama, EDF, l'Agence de la biomédecine, la Poste, France Télécom et la SNCF.
Activité du groupe	L'activité du groupe s'organise en trois divisions : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les produits : serveurs et solutions de stockage, intergiciels, solutions de sécurité informatique ➤ Les services : conseil, intégration, infogérance ➤ La maintenance
Activité en France	Bull est présent en France à travers sa société mère Bull qui a enregistré un chiffre d'affaires de 675,7 millions d'euros en 2006. Le groupe dispose de 8 entités sur l'hexagone dont le siège social situé en région parisienne et 2 sites de production à Angers. La société a employé 4 461 personnes en France.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Bull

unité : million d'euros



Le chiffre d'affaires du groupe Bull a baissé régulièrement depuis 2002. Il a enregistré une diminution de 2,3% en 2006 pour atteindre 1,1 milliard d'euros.

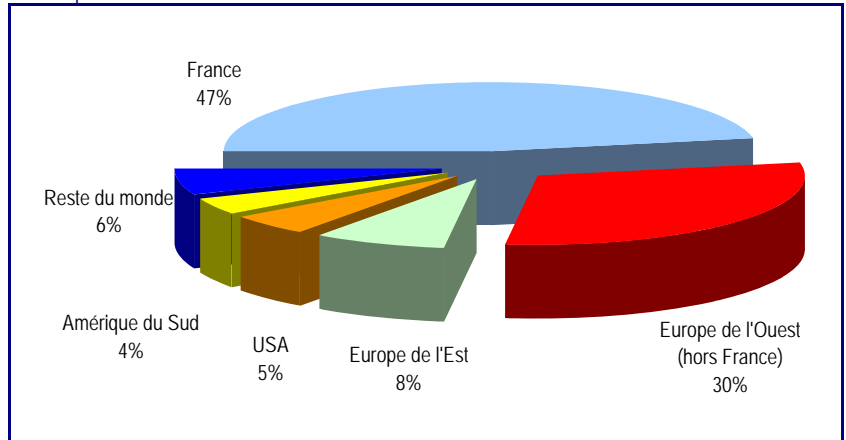
Source : Bull

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

La France a constitué près de la moitié des ventes en 2006. La zone Europe (dont la France) a représenté 85% du chiffre d'affaires du groupe Bull en 2006.

Répartition par zone géographique

unité : part en % du CA total

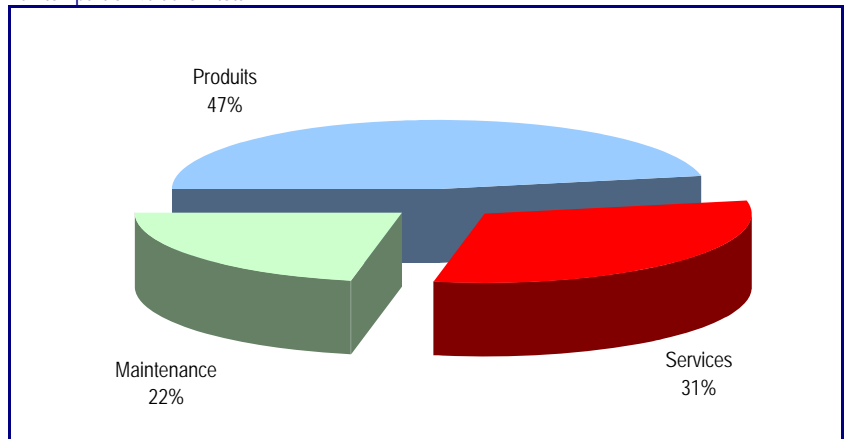


Source : Bull, données 2006

La vente de produits est l'activité la plus importante pour le groupe Bull, elle a représenté 47% du chiffre d'affaires de Bull.

Répartition du CA par activité

unité : part en % du CA total

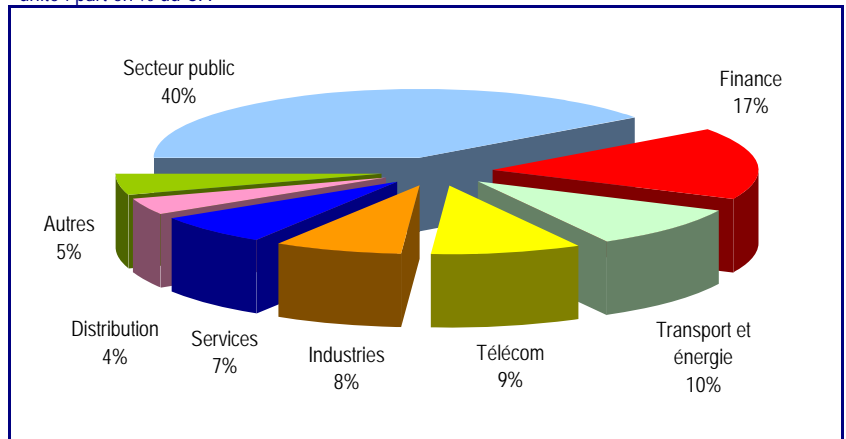


Source : Bull, données 2006

Le secteur public est le principal marché de Bull, mais les débouchés du groupe restent néanmoins nombreux.

Le chiffre d'affaires par débouchés

unité : part en % du CA



Source : Bull, données 2006

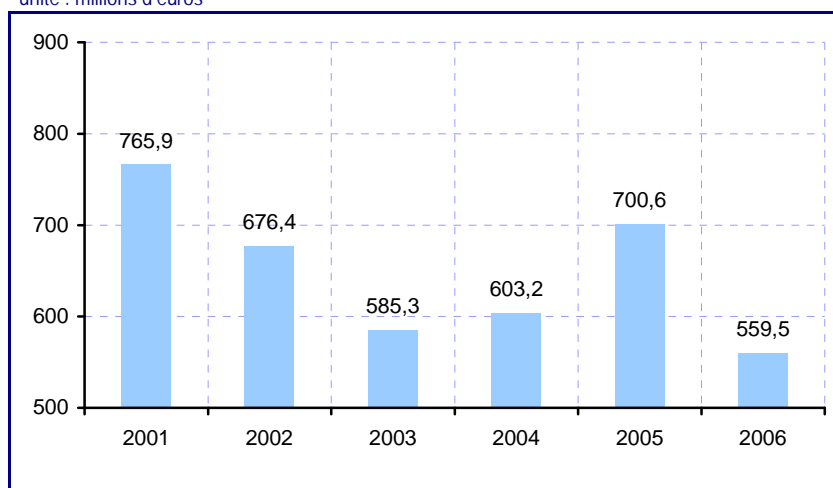
3.2. Les monographies

Packard Bell

Packard Bell	
CA consolidé 2006	559,5 millions d'euros
Nationalité	Etats-Unis
Présentation du groupe	La société Packard Bell a été créée aux Etats-Unis en 1991. Packard Bell se positionne parmi les géants mondiaux de l'informatique. Le groupe a fondé sa stratégie sur la grande distribution. Il ne vend ses produits au grand public que par le biais de cet unique canal. Packard Bell est présent en Europe, en Extrême Orient et en Amérique du Sud. Il a basé sa stratégie sur le développement des « loisirs numériques à domicile ».
Activité du groupe	Les activités du groupe sont structurées en six pôles : ordinateurs de bureau, ordinateurs portables, moniteurs et TV LCD, disques durs externes, lecteur MP3 et GPS.
Activité en France	Le groupe est présent en France à travers sa filiale Packard Bell France, dont le chiffre d'affaires 2006 s'est élevé à 559,5 millions d'euros. La société dispose de 2 sites en France : le siège social situé à Puteaux, en région parisienne, ainsi qu'une seconde entité à Angers. Les équipes de direction et d'opération spécialisées dans le design et la conception des produits au niveau mondial sont basées en France. Les produits Packard Bell sont vendus uniquement par des grands distributeurs tels que Auchan, Carrefour, Darty, GrosBill, La Fnac, Rue du Commerce, Planète Saturne, etc. où via le site Internet du groupe.
Actualité / Faits marquants	Par le biais d'un accord signé en 2004 entre le groupe Gateway et le principal actionnaire de Packard Bell, Gateway a le droit de s'opposer aux changements d'actionnaires du groupe Packard Bell. Gateway ayant été racheté par Acer en Août 2007, ce droit d'opposition revient au groupe Acer, qui a ainsi empêché l'acquisition de Packard Bell par le groupe Lenovo. Acer a ensuite lancé une offre de rachat sur Packard Bell en octobre 2007.

Chiffre d'affaires de Packard Bell France

unité : millions d'euros



Le chiffre d'affaires de Packard Bell France a diminué de 20,1% en 2006 et a atteint son niveau le plus bas depuis 2001.

Source : Greffes des Tribunaux de Commerce

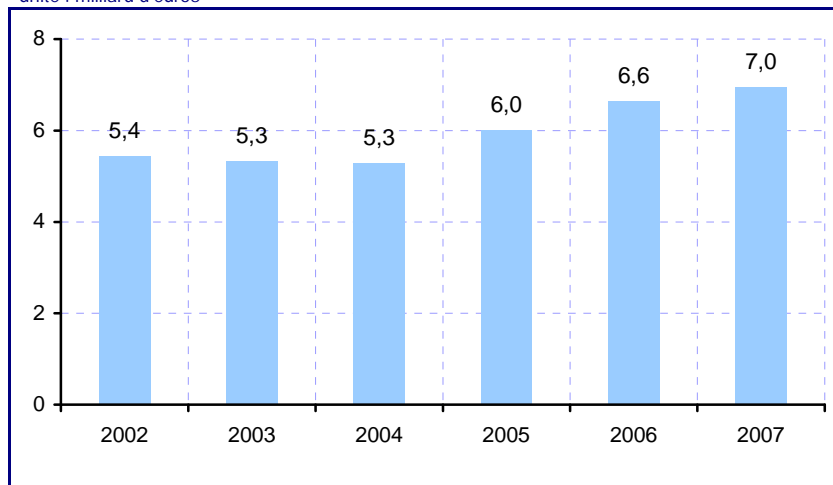
3.2. Les monographies

Fujitsu-Siemens Computers

Fujitsu-Siemens Computers	
CA consolidé 2006	6,64 milliards d'euros (exercice clos le 31/03/2006)
Nationalité	50% Siemens et 50% Fujitsu Limited
Présentation du groupe	Fujitsu-Siemens Computers est une co-entreprise fondée en 1999 par les deux géants mondiaux du matériel informatique : Siemens et Fujitsu. Le groupe est un des leaders européens du matériel informatique, il produit et commercialise une large gamme de produits destinés aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels. Ses activités s'articulent autour des produits et des solutions informatiques tels que les ordinateurs portables, les serveurs d'entreprises, les stations de travail, les ordinateurs de poche, etc. Le groupe est présent essentiellement en Europe et il emploie près de 11 000 personnes dans de nombreux pays européens, au Moyen-Orient et en Afrique.
Activité du groupe	L'activité du groupe est organisée en trois segments : <ul style="list-style-type: none"> ➤ les produits grand public, ➤ les produits pour les entreprises, ➤ les services.
Stratégie du groupe	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le développement du sans-fil : le groupe se concentre sur les marchés des terminaux sans fil. Ceux-ci regroupent aussi bien les terminaux (Téléphones, fixes et mobiles, les organiseurs) que les solutions liées aux infrastructures de réseaux. ➤ L'innovation est une étape importante pour le groupe dans le but de mieux se positionner sur le marché de la mobilité. Fujitsu-Siemens Computers mise sur l'intégration de l'UMTS et du GPS dans sa gamme de produits. ➤ L'accroissement du réseau de partenariat dont l'objectif est de développer ses collaborations dans le domaine des logiciels, de la technologie et des services.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe Fujitsu-Siemens

unité : milliard d'euros

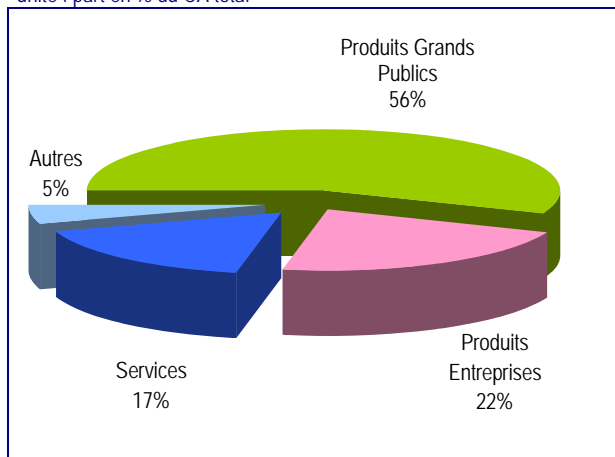


Le chiffre d'affaires du groupe a atteint 6,9 milliards d'euros en 2007, soit une progression de 4,6% par rapport à 2005. Il a évolué de presque 28% sur la période 2002-2007.

Source : Fujitsu-Siemens

Répartition du CA par activité...

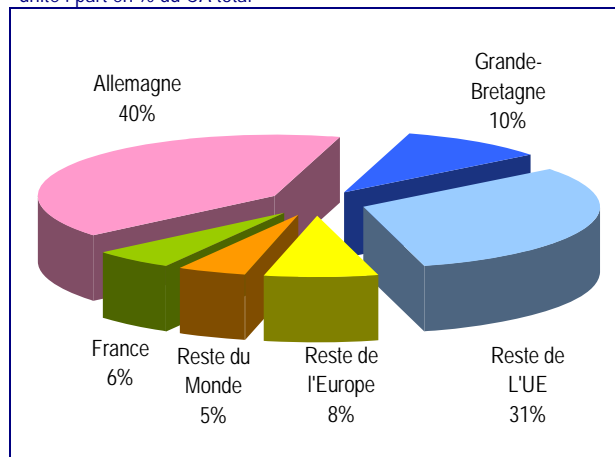
unité : part en % du CA total



Source : Fujitsu-Siemens Computers, données 2006

... et par zone géographique

unité : part en % du CA total



Source : Fujitsu-Siemens Computers, données 2006

Activité dans le secteur

Fujitsu-Siemens Computers a réalisé 78% de son chiffre d'affaires en 2006 grâce à son activité de base liée aux produits et aux solutions informatiques. Le groupe bénéficie de la convergence des compétences des deux entreprises mères dans les domaines du matériel mobile et des serveurs. Il commercialise toutefois ses produits sous une marque commune, d'autant plus qu'ils sont entièrement conçus par Fujitsu-Siemens Computers.

Activité en France

Le groupe est présent en France à travers sa filiale Fujitsu-Siemens Computers France dont le chiffre d'affaires a atteint 429,4 millions d'euros en 2006. La filiale française a employé près de 200 personnes en 2006 dans sept agences régionales. Le modèle commercial du groupe repose sur la vente indirecte pour une meilleure diffusion sur l'hexagone.

Actualité / Faits marquants

- Le groupe arrête la production des assistants personnels (PocketLoox) en raison des difficultés rencontrées pour sa commercialisation.
- Le groupe Siemens a annoncé une restructuration et envisage de vendre ses co-entreprises avec Fujitsu, spécialisée dans l'informatique, et avec Nokia, spécialisée dans les télécoms.

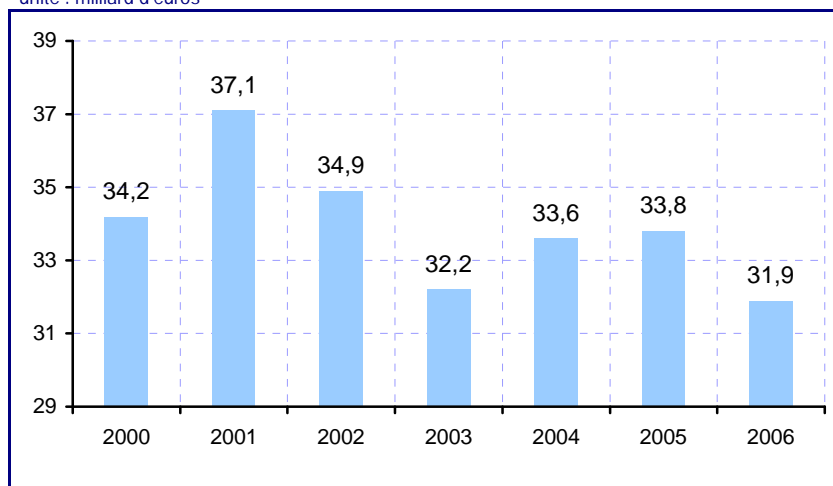
3.2. Les monographies

NEC

NEC	
CA consolidé 2006	31,9 milliards d'euros (exercice clos le 31/03/2007)
Nationalité	Japonaise
Présentation du groupe	Créé en 1899, le groupe japonais est un des plus grands opérateurs de l'industrie électronique et informatique dans le monde. Il est implanté dans les cinq continents et dirigé depuis son siège à Tokyo par Kaoru Yano. NEC emploie plus de 154 000 personnes à travers le monde et il est présent sur tous les grands marchés boursiers du globe. Ses activités sont diverses et variées, allant de la recherche fondamentale à la fabrication de matériels informatiques, électroniques et de télécommunication.
Activité du groupe	<ul style="list-style-type: none"> ➤ PC et serveurs : ordinateurs de bureau et ordinateurs portables, superordinateurs, serveurs, centres virtuels, etc. ➤ Périphériques : moniteurs, projecteurs, imprimantes, etc. ➤ Périphériques de stockage ➤ Semi-conducteurs et composants ➤ Logiciels ➤ Autres : produits de diffusion audiovisuelle, applications médicales, etc.
Activité en France	NEC est représenté en France par le biais sa filiale NEC France. Elle est organisée en trois divisions : Display Solutions, Carrier Solutions et Entreprises Solutions. Son site technologique est situé à Angers, regroupant pour l'essentiel toutes les activités liées au design, l'assemblage, la commercialisation et le support. La filiale française a réalisé un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros en 2006.

Chiffre d'affaires consolidé du groupe NEC

unité : milliard d'euros

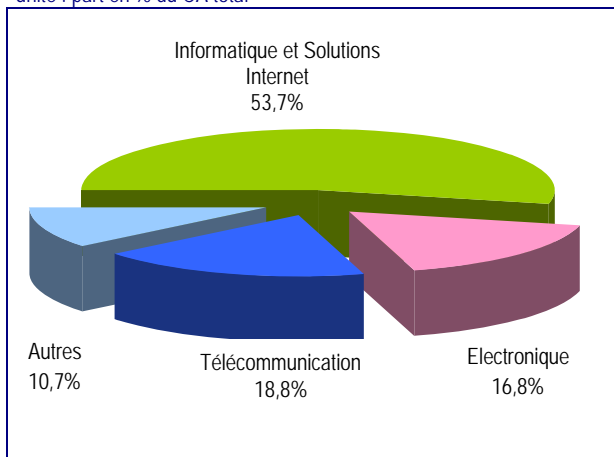


Le chiffre d'affaires du groupe a chuté sensiblement de -5,6% en 2006. Il a atteint le montant de 31,9 milliards d'euros, soit son niveau le plus bas depuis le début des années 2000.

Taux de change moyen en 2006 : 100 yens=0,6858 euro
Source : NEC, données 2006

Répartition du CA par activité...

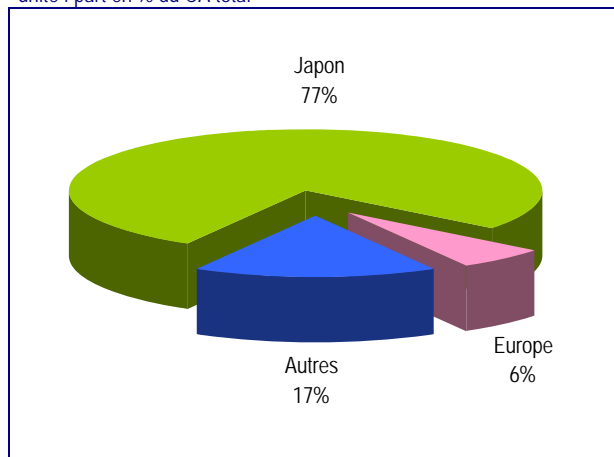
unité : part en % du CA total



Source : NEC, données 2006

... et par zone géographique

unité : part en % du CA total



Source : NEC, données 2006

Activité dans le secteur

L'opérateur japonais construit et commercialise divers matériels et équipements informatiques. La part du segment informatique a représenté plus que la moitié du chiffre d'affaires consolidé du groupe en 2006. NEC produit aussi bien des PC que des portables, ainsi que des périphériques de stockage et des solutions à destination des professionnels.

Actualité / Faits marquants

- NEC signe un accord avec Actebis pour la prise en charge de la distribution des écrans plasma et des projecteurs.
- Le constructeur japonais renouvelle sa gamme d'écrans plasma destinés aux professionnels et aux particuliers.

Stratégie du groupe

- Accroître le support des partenaires et du réseau de distribution.
- Développement des produits NGN (Next Generation Network) : le groupe mise sur l'innovation pour mieux se positionner sur les marchés de l'avenir.

3.3. Ephéméride

Les faits marquants

Dates	Evénements
Mars 2007	Le groupe américain Intel annonce qu'il va investir 2,5 milliards de dollars en Chine dans la création d'une nouvelle usine destinée à la fabrication de galettes de silicium. La nouvelle usine de microprocesseurs sera opérationnelle en 2010 et sera située dans le nord est de la Chine à Dalian.
Juin 2007	<p>HP signe un accord avec Microsoft concernant l'extension de son partenariat commercial. Cet accord induirait des investissements partagés et permettrait aux utilisateurs d'étendre des capacités de calcul et d'avoir davantage de possibilités plus facilement grâce au système Microsoft Windows Compute Cluster Server (CCS).</p> <p>HP fait l'acquisition de SPI Dynamics, société américaine dédiée à la sécurité informatique.</p>
Juillet 2007	<p>Toshiba fait revenir plus de 5 000 batteries d'ordinateurs portables défectueuses fabriquées par Sony qui présentent un risque d'incendie. Elles sont sorties d'usine entre janvier et avril 2006 et ont été commercialisées au Japon, en Europe, en Asie, et aux Etats-Unis.</p> <p>HP rachète Opsware, dédié à l'édition de logiciels, pour un montant de 1,6 milliard de dollars.</p>
Août 2007	Le Taïwanais Acer acquiert le groupe Gateway pour un montant de 710 millions de dollars. Cette acquisition permettra au groupe de faire valoir un droit de préemption lui permettant d'être prioritaire sur l'acquisition de Packard Bell.
Septembre 2007	<p>Le groupe Dell annonce qu'il va vendre des ordinateurs dans des magasins sur les 10 premiers marchés internationaux dans le but de gagner des parts de marché sur le segment grand public. A noter que cette stratégie est totalement différente de celle sur laquelle la société s'est fondée : la distribution directe.</p> <p>Intel déclare qu'il va s'attaquer à de nouveaux marchés comme l'informatique « ultra-mobile », l'électronique grand public, et les jeux.</p> <p>La société chinoise Lenovo décide de se développer sur le marché grand public à l'étranger et annonce la vente d'ordinateurs portables pour le grand public sur les marchés russe, français, américain et sud-africain.</p>
Octobre 2007	<p>Dell noue des partenariats avec des réseaux de distribution tels que Wal-Mart aux Etats-Unis et Carphone Warehouse en Angleterre.</p> <p>Le groupe japonais Hitachi annonce qu'il ne produira plus d'ordinateurs à usage domestique. Cette décision intervient après un audit interne qui démontre la perte de rentabilité sur ce segment. Le groupe a confié sa fabrication d'ordinateurs pour les professionnels à HP.</p> <p>La société Bull annonce un projet de rapprochement avec GFI Informatique. Cette opération permettrait à l'équipementier français de développer son segment « services » et souhaite élever cette part à 50% contre 38% actuellement.</p> <p>Siemens remanie sa structure et souhaite vendre ses co-entreprises avec Fujitsu, spécialisée dans l'informatique, et avec Nokia, spécialisée dans les télécoms.</p>

Source : Xerfi d'après presses professionnelle et économique

3.4. Les compétiteurs

Le classement des groupes

Principaux groupes de la profession

Rang	Groupes	Contrôle, nationalité ou actionnariat connu	CA consolidé 2006
1	HEWLETT PACKARD	Etats-Unis	73,1 MdE
2	DELL	Etats-Unis	39,6 MdE
3	NEC	Japonais	31,9 MdE
4	INGRAM MICRO	Etats-Unis	25,0 MdE
5	TECH DATA	Etats-Unis	17,1 MdE
6	ACER	Taiïwan	9,0 MdE
7	FUJITSU SIEMENS	Pays-Bas	6,6 MdE
8	BULL	France	1,5 MdE
9	PACKARD BELL	Etats-Unis	560,0 ME

Source : Xerfi

Filiales des principaux groupes

Groupes	Principales filiales et participations
HEWLETT PACKARD	Hewlett Packard Centre de Compétences France, Hewlett-Packard France
DELL	Dell
NEC	
INGRAM MICRO	Ingram Micro
TECH DATA	Tech Data France
ACER	Acer Computer France
FUJITSU SIEMENS	Fujitsu Siemens Computers
BULL	Bull
PACKARD BELL	Packard Bell France

Source : Xerfi

3.4. Les compétiteurs **Le classement des entreprises par chiffre d'affaires**

Rang	Sociétés	Contrôle, nationalité ou actionariat connu	CA non consolidé (ME)	Clôture
1	HEWLETT PACKARD CENTRE DE COMPETENCES FRANCE	Hewlett-Packard (Pays-Bas) <i>via</i> Technologies et Participations (Cont. maj.)	6 749,9	31/10/2006
2	HEWLETT-PACKARD FRANCE	Hewlett-Packard (Pays-Bas) <i>via</i> Technologies et Participations (Cont. maj.)	2 545,6	31/10/2006
3	DELL	Dell (Etats-Unis) (Cont. maj.)	1 650,7	31/01/2006
4	TECH DATA FRANCE	Tech Data (Etats-Unis) <i>via</i> Tech Data France (100%)	1 225,6	31/01/2006
5	INGRAM MICRO	Ingram Micro (Etats-Unis) <i>via</i> Ingram Micro Luxembourg (Luxembourg)	1 110,3	31/12/2005
6	ACER COMPUTER FRANCE	Acer (Taiwan) (Cont. maj.)	695,4	31/12/2006
7	ETC METROLOGIE	SCH France (100%)	690,4	31/03/2007
8	BULL	Bull (100%)	675,7	31/12/2006
9	PACKARD BELL FRANCE	Packard Bell (Pays-Bas) (100%)	559,5	31/03/2006
10	ACTEBIS (1)	Actebis (Allemagne) (100%)	455,4	31/12/2004
11	FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	Fujitsu Siemens Computers (Pays-Bas) (100%)	429,4	31/03/2006
12	DEXXON DATA MEDIA (2)	Dexxon Groupe (99%)	419,5	31/12/2006
13	EPSON FRANCE	Epson Europe (Pays-Bas) (100%)	398,9	31/03/2007
14	TOSHIBA SYSTEMES FRANCE	Toshiba (Japon) (95%)	362,2	31/03/2006
15	LEXMARK INTERNATIONAL	Lexmark International (Etats-Unis) (99%)	318,4	31/12/2006
16	LENOVO FRANCE	Lenovo (Chine) (Cont. maj.)	297,2	31/03/2006
17	BANQUE MAGNETIQUE	Fayrewood (Overseas) (Pays-Bas) (100%)	244,1	31/12/2006
18	HITACHI COMPUTER PRODUCTS EUROPE	Hitachi (Japon) (Cont. maj.)	224,9	31/03/2007
19	EMC COMPUTER SYSTEMS FRANCE	EMC (Etats-Unis) <i>via</i> EMC (Pays-Bas) (100%)	221,3	31/12/2006
20	ISA FRANCE (3)	ID (99%)	210,8	30/04/2005
21	INMAC WSTORE	Wstore Europe (100%)	202,0	31/12/2005
22	BROTHER FRANCE	Brother Industries (Japon) <i>via</i> Brother (Royaume-Uni) (Cont. maj.)	180,1	31/03/2007

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Rang	Sociétés	Contrôle, nationalité ou actionariat connu	CA non consolidé (ME)	Clôture
23	LACIE	Diversita (Luxembourg) Public (27%) Remote Reward (4,67%) M. Spruch Philippe (2%) M. Jolivet Andre (1%)	177,9	30/06/2006
24	OCE FRANCE	OCE (Pays-Bas)	176,8	30/11/2006
25	TOP INFO	Financière Top Info (99%)	154,5	31/12/2006
26	ECONOCOM PRODUCTS ET SOLUTIONS	Econocom Group(Belgique) via Econocom Managed Services (Belgique) (99%)	152,5	31/12/2006
27	BEST'WARE FRANCE	SCH France (100%)	130,1	31/03/2007
28	DISTRIBUTION PAYS DE L OUEST	Personnel (89%) Société Portage pour la transformation (11%)	121,5	31/03/2006
29	MIBS INFRASTRUCTURE ET SERVICES	IB Remarketing via IB Group (99%)	101,7	31/03/2006
30	UNIKA COMPUTER (4)	M. Moshe Gorsd (100%)	96,7	31/03/2005
31	IMPRESSION ENREGISTRE RESULTAT	Bollore via Société industrielle et financière de l'Artois (52%) Compagnie du Cambodge (47%)	93,6	31/12/2006
32	DISTRIOLOGIE	DCC Public Company (Irlande) (98,36%)	85,8	31/03/2006
33	ESI FRANCE	ESI Group (100%)	78,7	31/12/2006
34	ASIALAND	M. Chen Pen Jen (50%) M. Huang Shyng Der (50%)	76,5	31/03/2006
35	DFI	nd	75,1	31/12/2006
36	ABSOLUT TECHNOLOGY	lfrance (Cont. maj.)	32,9	31/12/2002
37	PACKARD BELL ANGERS	Packard Bell (Pays-Bas) (100%)	29,9	31/03/2006
38	MSL FRANCE OPERATIONS (5)	nd	26,5	31/12/2005
39	THALES COMPUTERS	Thales (100%)	23,8	31/12/2006
40	AXIOHM (6)	nd	23,4	31/12/2005

(1) code NAF 518J

(2) code NAF 518M

(3) Liquidation par jugement du 10/10/2006

(4) Liquidation par jugement du 29/01/2007

(5) Cessation d'activité depuis le 31/12/2005

(6) Cessation d'activité depuis le 13/01/2006

Source : Xerfi via Greffes des Tribunaux de Commerce

3.4. Les compétiteurs

Le classement des entreprises par taux de valeur ajoutée

Méthodologie : Le classement présenté ci-après a été réalisé à partir des derniers comptes publiés par les 50 premières entreprises du secteur. Le taux de valeur ajoutée exprime le rapport entre la valeur ajoutée et le chiffre d'affaires.

Rang	Sociétés	Taux de valeur ajoutée (%)	CA non consolidé (KE)	Clôture
1	PACKARD BELL ANGERS	64,0%	29,9	31/03/2006
2	BULL	49,2%	675,7	31/12/2006
3	THALES COMPUTERS	41,2%	23,8	31/12/2006
4	EMC COMPUTER SYSTEMS FRANCE	37,9%	221,3	31/12/2006
5	IMPRESSION ENREGISTRE RESULTAT	34,9%	93,6	31/12/2006
6	AXIOHM	33,6%	23,4	31/12/2005
7	OCE FRANCE	30,0%	176,8	30/11/2006
8	LEXMARK INTERNATIONAL	22,0%	318,4	31/12/2006
9	MIBS INFRASTRUCTURE ET SERVICES	15,5%	101,7	31/03/2006
10	BROTHER FRANCE	14,8%	180,1	31/03/2007
11	HEWLETT-PACKARD FRANCE	13,8%	2 545,6	31/10/2006
12	ABSOLUT TECHNOLOGY	13,6%	32,9	31/12/2002
13	ESI FRANCE	13,3%	78,7	31/12/2006
14	HEWLETT PACKARD CENTRE DE COMPETENCES FRANCE	10,4%	6 749,9	31/10/2006
15	INMAC WSTORE	10,3%	202,0	31/12/2005
16	MSL FRANCE OPERATIONS	10,2%	26,5	31/12/2005
17	HITACHI COMPUTER PRODUCTS EUROPE	9,4%	224,9	31/03/2007
18	DFI	9,3%	75,1	31/12/2006
19	LENOVO FRANCE	8,9%	297,2	31/03/2006
20	TOP INFO	8,2%	154,5	31/12/2006
21	ECONOCOM PRODUCTS ET SOLUTIONS	7,8%	152,5	31/12/2006

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Rang	Sociétés	Taux de valeur ajoutée (%)	CA non consolidé (KE)	Clôture
22	FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	7,3%	429,4	31/03/2006
23	BEST'WARE FRANCE	6,9%	130,1	31/03/2007
24	UNIKA COMPUTER	6,5%	96,7	31/03/2005
25	DISTRIOLOGIE	6,4%	85,8	31/03/2006
26	DELL	6,1%	1 650,7	31/01/2006
27	EPSON FRANCE	5,7%	398,9	31/03/2007
28	TOSHIBA SYSTEMES FRANCE	5,4%	362,2	31/03/2006
29	DEXXON DATA MEDIA	5,3%	419,5	31/12/2006
30	DISTRIBUTION PAYS DE L OUEST	4,4%	121,5	31/03/2006
31	INGRAM MICRO	4,2%	1 110,3	31/12/2005
32	BANQUE MAGNETIQUE	4,2%	244,1	31/12/2006
33	LACIE	3,6%	177,9	30/06/2006
34	ACTEBIS	3,2%	455,4	31/12/2004
35	ASIALAND	3,2%	76,5	31/03/2006
36	TECH DATA FRANCE	2,9%	1 225,6	31/01/2006
37	PACKARD BELL FRANCE	2,8%	559,5	31/03/2006
38	ACER COMPUTER FRANCE	2,4%	695,4	31/12/2006
39	ETC METROLOGIE	1,6%	690,4	31/03/2007
40	ISA FRANCE	-1,0%	210,8	30/04/2005

Source : Xerfi *via* Greffes des Tribunaux de Commerce

3.4. Les compétiteurs **Le classement des entreprises par taux de résultat net**

Methodologie : Le classement présenté ci-après a été réalisé à partir des derniers comptes publiés par les 50 premières entreprises du secteur. Le taux de résultat net exprime le rapport entre le résultat net et le chiffre d'affaires.

Rang	Sociétés	Taux de résultat net (%)	CA non consolidé (KE)	Clôture
1	DFI	14,9%	75,1	31/12/2006
2	PACKARD BELL ANGERS	3,1%	29,9	31/03/2006
3	BROTHER FRANCE	3,0%	180,1	31/03/2007
4	LACIE	2,5%	177,9	30/06/2006
5	ESI FRANCE	2,4%	78,7	31/12/2006
6	TOP INFO	2,2%	154,5	31/12/2006
7	ECONOCOM PRODUCTS ET SOLUTIONS	2,0%	152,5	31/12/2006
8	HEWLETT PACKARD CENTRE DE COMPETENCES FRANCE	1,6%	6 749,9	31/10/2006
9	HITACHI COMPUTER PRODUCTS EUROPE	1,4%	224,9	31/03/2007
10	BEST'WARE FRANCE	1,4%	130,1	31/03/2007
11	AXIOHM	1,3%	23,4	31/12/2005
12	DEXXON DATA MEDIA	1,2%	419,5	31/12/2006
13	ACER COMPUTER FRANCE	1,1%	695,4	31/12/2006
14	EPSON FRANCE	1,1%	398,9	31/03/2007
15	INMAC WSTORE	1,1%	202,0	31/12/2005
16	INGRAM MICRO	1,0%	1 110,3	31/12/2005
17	ACTEBIS	1,0%	455,4	31/12/2004
18	TECH DATA FRANCE	0,8%	1 225,6	31/01/2006
19	BANQUE MAGNETIQUE	0,7%	244,1	31/12/2006
20	OCE FRANCE	0,7%	176,8	30/11/2006
21	TOSHIBA SYSTEMES FRANCE	0,6%	362,2	31/03/2006

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Rang	Sociétés	Taux de résultat net (%)	CA non consolidé (KE)	Clôture
22	DELL	0,5%	1 650,7	31/01/2006
23	ETC METROLOGIE	0,4%	690,4	31/03/2007
24	ASIALAND	0,4%	76,5	31/03/2006
25	EMC COMPUTER SYSTEMS FRANCE	0,3%	221,3	31/12/2006
26	DISTRIBUTION PAYS DE L OUEST	0,3%	121,5	31/03/2006
27	ABSOLUT TECHNOLOGY	0,3%	32,9	31/12/2002
28	PACKARD BELL FRANCE	0,2%	559,5	31/03/2006
29	LENOVO FRANCE	0,2%	297,2	31/03/2006
30	FUJITSU SIEMENS COMPUTERS	0,1%	429,4	31/03/2006
31	THALES COMPUTERS	-0,2%	23,8	31/12/2006
32	HEWLETT-PACKARD FRANCE	-0,4%	2 545,6	31/10/2006
33	UNIKA COMPUTER	-0,4%	96,7	31/03/2005
34	BULL	-0,8%	675,7	31/12/2006
35	DISTRIOLOGIE	-0,9%	85,8	31/03/2006
36	LEXMARK INTERNATIONAL	-1,1%	318,4	31/12/2006
37	MIBS INFRASTRUCTURE ET SERVICES	-3,8%	101,7	31/03/2006
38	ISA FRANCE	-5,5%	210,8	30/04/2005
39	IMPRESSION ENREGISTRE RESULTAT	-7,4%	93,6	31/12/2006
40	MSL FRANCE OPERATIONS	-56,7%	26,5	31/12/2005

Source : Xerfi via Greffes des Tribunaux de Commerce

4. Sources d'information

Les organismes officiels

**Ministère de l'Economie,
des Finances et de
l'Industrie** 139, rue Bercy – 75012 Paris
Tel. : 01.40.04.04.04
www.finances.gouv.fr

Les cabinets spécialisés

Gartner Europe Tamesis, The Glanty – Egham – Surrey, TW20 9AW
Royaume-Uni
Tél. : +44 17 84 43 16 11 – Fax : +44 17 84 26 89 80
www.gartner.com

GFK Nordwestring 101 – 90319 Nürnberg – Allemagne
Tél. : +49(0) 911/395-0 – Fax : +49(0) 911/395-2209
www.gfk.com

IDC France 124, Bureaux de la colline – 92213 Saint-Cloud
Tél. : 01.55.39.61.00 – Fax : 01.55.39.61.01
www.idc.com

Médiamétrie 55-63, rue Anatole France – 92532 Levallois-Perret
Tél. : 01.47.58.97.58 – Fax : 01.47.58.09.26
www.mediametrie.fr

**Pierre Audoin Consultants
(PAC)** 23, rue de Cronstadt – 75015 Paris
Tél. : 01.56.56.63.33 – Fax : 01.48.28.41.06
www.pac-online.com

La presse spécialisée

01 Informatique 26, rue d'Oradour-sur-Glane – 75504 Paris
Tél. : 01.44.25.30.01 – Fax : 01.44.26.30.14
www.01net.com

Distributique IDG Communications France
5, rue Chantecoq – 92808 Puteaux
www.distributique.com

Le Journal du Net Benchmark Group
4, rue Diderot – 92156 Suresnes
www.journaldunet.com

ZDNet.fr CNET Networks France
14, place Marie-Jeanne Bassot – 92593 Levallois-Perret
Tél. : 01.46.39.55.00

Le Monde Informatique IDG Communications France
5, rue Chantecoq – 92808 Puteaux
www.lemondeinformatique.fr

Les sites des groupes

Acer	www.acer.com
Bull	www.bull.com
Dell	www.dell.com
Fujitsu Siemens	www.fujitsu-siemens.com
Hewlett Packard	www.hp.com
Ingram Micro	www.ingram.com
Lenovo	www.lenovo.com
NEC	www.nec.com
Tech Data	www.techdata.fr
Packard Bell	www.packardbell.com

Sigles et autres noms des sociétés

Sigle / enseigne	Dénomination usuelle
HP	Hewlett Packard
IBM	International Business Machines
PC	Personal Computer

Source : Xerfi

5. Note méthodologique

Traitement statistique et méthodes de prévisions

Le champ de cette étude a été délimité en fonction du concept de « secteur », c'est-à-dire d'entreprises ayant la même activité principale. Il suit généralement la codification officielle mise en place depuis 1993 en France (la NAF).

Pour faciliter la lecture, nous avons utilisé les termes économiques sous leur acception la plus courante, telle qu'elle est employée en général dans la littérature économique. Nous avons cependant adopté pour certains concepts ou termes des définitions très rigoureuses, afin d'éviter des confusions qui entraîneraient des difficultés d'interprétation.

Ainsi, les mots « secteur » et « branche » seront utilisés dans la définition précise de la comptabilité nationale :

SECTEUR : appartiennent à un même secteur les entreprises qui ont la même activité principale.

BRANCHE : la branche est constituée d'entreprises ou fractions d'entreprises (dans le cas où ces dernières ont des activités diversifiées) qui exercent une même activité, principale ou secondaire.

Le recoupement branche/secteur n'est jamais parfait. L'activité d'une profession peut être assurée par des entreprises dont l'activité principale se situe sur d'autres marchés et donc non prise en compte par le secteur. C'est une des raisons pour lesquelles nous avons choisi le concept de branche, considéré comme l'indicateur le plus significatif pour analyser l'activité économique d'un ensemble de produits ou de services.

Cependant ces notions de secteur et de branche ne correspondent pas toujours à la réalité économique, telle qu'elle peut se concrétiser dans les organisations professionnelles. C'est pourquoi nous avons décidé d'utiliser également le terme de « PROFESSION » pour matérialiser ce sentiment d'appartenance à une communauté d'activité économique.

Nomenclatures d'activité

La nouvelle Nomenclature d'Activités Française (NAF), qui se substitue à la NAP (Nomenclature d'Activités et de Produits), a été élaborée dans l'optique de l'harmonisation des nomenclatures européennes. L'objectif principal consiste à améliorer la transparence de l'information économique. De fait, la NAF s'emboîte parfaitement avec les nomenclatures internationales :

CITI rev.3 : Classification Internationale Type par Industrie (ISIC en anglais) ; la troisième révision de cette nomenclature d'activités a été adoptée par l'ONU en février 1989 ;

Nace rev.1 : Nomenclature des Activités Economiques des Communautés Européennes ; la première révision de cette nomenclature a eu lieu en octobre 1990.

Prenant effet en 1993, la Nomenclature d'Activités Française (NAF) distingue 700 « positions élémentaires » (secteurs). Les premières données statistiques disponibles selon ce nouveau système ont été publiées en cours d'année 1994.

Sur certaines activités, nous avons constaté l'absence de correspondance entre l'ancienne et la nouvelle nomenclature. Cette situation nous a contraints à en redresser les données statistiques afin de mieux préserver un champ d'analyse homogène. Si la nouvelle nomenclature constitue un outil précieux de classification des activités économiques sur le plan sectoriel, celles-ci peuvent aussi posséder des logiques économiques autonomes. Par conséquent, nous avons dû faire appel, chaque fois que nécessaire, à d'autres sources de données quantifiées, que ce soient des syndicats professionnels, des organismes d'études spécialisés. Dans de nombreux cas, Xerfi a été amené à effectuer ses propres estimations.

Traitement des données statistiques

Les données annuelles concernant l'évolution de l'activité sont le plus souvent issues des Enquêtes Annuelles d'Entreprises ou des publications professionnelles.

Les données mensuelles utilisées pour le suivi économique de l'activité sont issues du Bulletin Mensuel de Statistique publié par l'Insee. Deux types de données sont présentés par Xerfi :

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

la série brute qui apporte, notamment, une information sur le caractère cyclique d'une activité ;
le lissage de la série CVS (corrigée des variations saisonnières) qui reflète les tendances à court et moyen termes.
La technique utilisée est celle de la moyenne mobile centrée.

Le traitement de Xerfi sur ces données est double :

homogénéisation des séries statistiques par redressement ;
calculs d'évolutions en glissement, dans le but de déterminer les tendances les plus récentes ;
mise en valeur des cycles économiques ;
dans une optique de réalisation d'estimations prévisionnelles, ces données chiffrées font l'objet de traitements internes, par des techniques quantitatives ou qualitatives (entretiens avec des professionnels).

Afin de mieux rendre compte du suivi d'une activité, un certain nombre de concepts économiques et statistiques est couramment utilisé.

Définition de certains concepts économiques et statistiques utilisés

EUROS CONSTANTS / PRODUCTION EN VOLUME : les mesures en euros constants permettent de neutraliser les effets des mouvements de prix. Par conséquent, dans le cadre de la quantification de la production, la terminologie employée est celle de production en volume.

La formule de calcul est la suivante : $\text{Ind en Euro cst} = \text{Valeur de la variable} / \text{Ind des prix}$

CHIFFRE D'AFFAIRES : le chiffre d'affaires mesure le montant global des ventes de marchandises et de production de biens et de services, mesuré à leur prix de cession et réalisé au cours d'un exercice.

FACTURATIONS : les facturations sont l'expression en valeur (hors taxes) des livraisons effectuées par les entreprises. Elles peuvent être différentes du chiffre d'affaires pour deux raisons :

les facturations excluent les marchandises revendues en l'état ;
des divergences peuvent également exister en raison de décalages enregistrés dans les écritures comptables.

CONSOMMATION DES MENAGES : selon le système élargi de la comptabilité nationale, la consommation finale des ménages représente la valeur des biens et services, marchands et non-marchands, utilisés pour la satisfaction directe des besoins humains individuels.

Évaluée par produit, la consommation des ménages intègre l'ensemble des achats effectués par des ménages résidents ou non. Plus large que la notion de dépense, elle intègre l'autoconsommation, les avantages en nature, les loyers « fictifs » (logements occupés par leurs propriétaires ou par des personnes logées gratuitement), l'allocation logement, les sommes remboursées par la Sécurité Sociale suite à l'achat de médicaments. En revanche, elle n'inclut ni la valeur ajoutée domestique (bricolage, travail ménager...), ni les achats de ménages à ménages (comme les voitures d'occasion) : seules les marges commerciales des revendeurs sont comptabilisées.

La consommation des ménages est suivie annuellement par l'Insee. Soulignons particulièrement que les données publiées dans leur version définitive, le sont avec un décalage de trois ans.

MARCHE INTERIEUR APPARENT : le MIA (exprimé en euros) permet de quantifier la demande sur le marché national. Il se définit comme suit :

$\text{MIA} = \text{Facturations} - \text{Exportations} + \text{Importations}$

Cependant, cette notion pourtant très pertinente doit être prise avec précaution. En effet, le MIA s'avère être un indicateur imparfait, et ce pour plusieurs raisons :

les divergences entre les différents niveaux de prix (prix industriels pour les facturations, CAF pour les importations, FAB pour les exportations) ;

les décalages dans les périodes d'enregistrement ;

les divergences de champs. Les statistiques douanières totalisent le matériel neuf et d'occasion. Par ailleurs, il est souvent difficile de rapprocher les données issues des nomenclatures douanières des autres statistiques.

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

TAUX DE PENETRATION : il mesure l'étendue du marché intérieur apparent couvert par les importations, c'est-à-dire la part occupée par les opérateurs étrangers sur le marché national.

Taux de pénétration = (Importations/MIA) × 100

TAUX DE CROISSANCE ANNUEL MOYEN

TCAM % = $((X_n/X_1)^{1/(n-1)} - 1) * 100$

où X est la valeur et n le nombre des années

LA METHODE DE LISSAGE

Face à des fortes variations entre les valeurs d'une série, les tendances ont du mal à ressortir. Il peut être alors intéressant d'effectuer un lissage. La méthode de lissage retenue par Xerfi est le plus souvent la moyenne mobile centrée.

Méthodes de prévisions sectorielles

Les prévisions sur l'évolution de l'activité sont établies à partir de l'analyse des principales variables et d'une méthode générale d'élaboration des prévisions qui s'effectue en plusieurs étapes

détermination des cycles économiques de l'activité de la profession ;

positionnement de la dernière donnée disponible dans le cycle ;

étude de l'amont et de l'aval, qui s'effectue en deux étapes :

- analyse de la conjoncture : ce qui permet de déterminer notamment pour l'aval l'évolution de la demande ;
- analyse des rapports de force : il s'agit ici de déterminer dans quelle mesure les secteurs fournisseurs sont capables de répercuter sur une profession leurs variations de coûts (évolution des prix des matières premières) mais également la capacité d'une profession à faire porter sur l'aval ses propres variations de coûts ;

examen du commerce extérieur :

- analyse des importations : détermination du taux de pénétration des importations et anticipation de son évolution probable compte tenu notamment des évolutions des parités monétaires ;

- analyse des exportations : évolution de la part des exportations dans la formation du chiffre d'affaires d'une profession et prévision de son évolution compte tenu de l'évolution des parités monétaires et de la conjoncture économique dans les différents pays ;

prise en compte d'éventuels facteurs perturbateurs (bouleversements technologiques, apparition de nouveaux substituts...) ou exceptionnels capables de casser le cycle.

Si l'ensemble des prévisions est effectué au niveau sectoriel, les principales prévisions macro-économiques (issues des principaux instituts de prévisions) sont prises en compte.

Principales sources officielles statistiques

EAE (Enquêtes Annuelles d'Entreprises) : les EAE sont la principale base statistique sectorielle disponible en France. Celle-ci fournit chaque année une description des structures du système productif, par l'intermédiaire de tableaux généraux présentant les principaux résultats des activités économiques. Réalisé à partir de questionnaires envoyés aux entreprises de plus de 20 salariés, ce panorama est notamment conçu par :

- le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Agreste) pour les industries agricoles et alimentaires ;
- le Ministère de l'Équipement, des Transports et du Tourisme (DAEI, OEST) pour l'ensemble du BTP et des transports ;
- le Ministère de l'Économie (INSEE) pour le commerce et les services ;
- le Ministère de l'Industrie, des Postes et Télécommunication (SESSI) pour l'ensemble de l'Industrie ainsi que des secteurs non-mentionnés ci-dessus.

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

BMSI : Bulletin Mensuel de Statistiques industrielles :

Cette publication rassemble des données mensuelles sur la production industrielle française. Elle fournit des données chiffrées sur les évolutions des secteurs et des différents produits suivis par le Sessi.

BMS : Bulletin Mensuel de Statistique :

Cette publication rassemble des données mensuelles sur la production économique française (production, prix industriels et à la consommation...). Elle fournit des données chiffrées sur les évolutions des secteurs et des différents produits.

Traitement Xerfi des données financières

Xerfi réalise depuis 1994 ses propres traitements pour produire des comptes et indicateurs économiques et financiers agrégés au plan sectoriel. La méthode a été développée et perfectionnée par Xerfi grâce à l'expérience cumulée sur plusieurs centaines de secteurs.

L'agrégation des comptes des sociétés est en effet l'une des clés majeures de passage du « micro » au « macro » par l'intermédiaire de la notion de « secteur ». Cette opération soulève néanmoins de très nombreux problèmes méthodologiques, conséquences tout à la fois des objectifs recherchés, de la qualité et de l'exhaustivité de l'information disponible. Les problèmes rencontrés ont exigé la mise en œuvre de méthodes spécifiques de sélection d'échantillon, et de traitement de l'information financière.

La disponibilité des comptes des sociétés

Rappelons que l'article 293 du décret sur les sociétés commerciales fait obligation à toute société par action de déposer au greffe du tribunal de commerce ses comptes annuels (bilan, comptes de résultats, annexes), son rapport de gestion. Ce dépôt des « liasses fiscales » doit normalement être effectué dans le mois qui suit l'approbation des comptes annuels par l'assemblée des actionnaires. Ces comptes sont publics et peuvent être obtenus directement auprès des greffes des tribunaux de commerce, ou par l'intermédiaire de multiples bases de données spécialisées.

Remarquons tout d'abord que le dépôt des comptes n'est pas obligatoire pour toutes les formes juridiques. Ainsi, à titre d'exemple, les S.N.C. (sociétés en nom collectif) ne sont pas tenues au dépôt de comptes. Par ailleurs, un nombre statistiquement important de comptes est déposé avec retard, ou pas déposé du tout, en infraction avec les dispositions de l'article 293.

L'identification de l'activité des sociétés

Chaque société se voit attribuer un Code APE (en nomenclature NAF). Le traitement statistique des liasses fiscales se heurte à l'existence de nombreuses erreurs d'identification par les Codes APE, soit parce que la liasse a été mal remplie, soit même parce que l'attribution du code NAF est erronée. Ces cas sont très fréquents, et seule une connaissance intime des entreprises appartenant à un secteur permet d'obtenir des échantillons homogènes par des procédures d'inclusion/exclusion de sociétés au code mal attribué. En effet, si l'impact statistique d'une société de petite taille est souvent négligeable, des erreurs sur des sociétés importantes peuvent entraîner des distorsions majeures.

La constitution des échantillons

Les difficultés rencontrées quant au traitement des liasses fiscales ont amené Xerfi à rejeter la méthode d'un traitement exhaustif et à l'aveugle des données sur les sociétés. Outre les non-dépôts et les erreurs d'attribution de code NAF, il convient encore de signaler parmi les principaux obstacles :

- des différences sensibles d'enregistrement de certains postes comptables selon les sociétés,
- des erreurs fréquentes d'imputation de lignes sur les liasses fiscales, et des lignes non renseignées,
- la non-disponibilité des comptes de certaines sociétés sur l'ensemble de la période,
- des évolutions erratiques de certains postes, liées à des phénomènes exceptionnels ou accidentels.

Matériel informatique (note de conjoncture) - Novembre 2007

Xerfi a ainsi été amené à définir une méthode de sélection d'échantillons de sociétés représentatives des évolutions sectorielles.

Méthode de traitement de l'information sur les sociétés

La méthode mise en œuvre par Xerfi pour bâtir des indicateurs sectoriels a dû également prendre en compte les problèmes d'homogénéité et de qualité des informations contenues dans les liasses fiscales.

Xerfi a ainsi été amené à privilégier systématiquement le critère de pertinence technique des soldes et indicateurs construits par rapport à telle ou telle méthode orthodoxe d'analyse économique et financière. Nous avons, par exemple, été amenés à bâtir des soldes corrigés permettant tout à la fois de mieux rendre compte de la réalité sectorielle, et de contourner certains obstacles liés aux « défauts » de l'information primaire.

L'expérience du traitement des liasses fiscales révèle en effet que si les comptables remplissent soigneusement les lignes qui entraînent des conséquences fiscales, les informations intermédiaires ou complémentaires à caractère essentiellement statistique sont l'objet d'erreurs ou d'omissions extrêmement fréquentes (à titre d'exemple : confusions entre marchandises et production vendues, omissions sur la part à court terme de l'endettement, erreurs d'imputations sur les postes autres charges et autres produits, etc.)

Le traitement Xerfi des liasses fiscales :

Postes et soldes de gestion	Correspondance Lignes Cerfa n°30-3398
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	FL
Ventes de marchandises	FC
- Coût des marchandises.	-FS-FT
=MARGE COMMERCIALE (*)	
+ production vendue	FF + FI
+ production stockée	FM
+ production immobilisée	FN
=PRODUCTION (*)	
- Achats de mat. premières et approvisionnements.	FU
- Var. stocks de mat. prem. et approv. (= <i>Coût des matières premières et approv.</i>)	FV
=MARGE BRUTE	
- Autres achats et charges externes	FW
+Autres produits	FQ
- Autres charges	GE
= VALEUR AJOUTEE CORRIGEE	
+ Subventions d'exploitation	FO
- Impôts et taxes	FX
- Frais de personnel corrigés (1)	FY + FZ + HJ
= EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	
Solde reprises - dotations aux provisions	FP - GB - GC - GD
- Dotations aux amortissements	GA
EXCEDENT NET D'EXPLOITATION	
+ Solde des opérations en commun	+ GH - GI
+ Produits financiers	GP
- Charges financières	GU
<i>dont intérêts et charges assimilées</i>	GR
(<i>Solde des opérations financières</i>)	GV
= RESULTAT COURANT AVANT IMPOT	
+ Solde des éléments exceptionnels	HD - HH
- Impôt sur les bénéfices	HK
RESULTAT NET	HN

(*) sur certains secteurs, les confusions entre les achats de matières et les achats de marchandises nous amènent à renoncer à calculer une marge commerciale. Le concept de « production » est alors remplacé par celui de « produit » (chiffre d'affaires + production stockée + production immobilisée).

(1) réintégration de la participation des salariés aux résultats ; les données sur le personnel extérieur à l'entreprise ne peuvent par contre pas être retraitées car elles ne sont pas statistiquement fiables.

Ratios de gestion

Postes et soldes de gestion	Correspondance Lignes Cerfa
Rotation des stocks (en jours)	
<i>Pour les secteurs 50, 51, 52 372Z, 261J ou 574R</i>	
Marchandises/(achat + variation stocks de marchandises)*360	BT/(FS+FT)*360
<i>Pour tous les autres secteurs</i>	
Stocks/Chiffre d'affaires net * 360	(BL+BN+BP+BR+BT)/FL*360
Crédit Client (en jours)	
(Clients + effets portés à l'escompte non échus)/chiffre d'affaires TTC*360	(BX+YS)/(FL+YY)*360
<i>RQ : Si YY n'est pas connu, YY est estimé à 19,6% du CA</i>	
Crédit fournisseur (en jours)	
Fournisseurs/achats TTC*360	DX/(FS+FU+FW+YZ)*360
<i>RQ : Si YZ n'est pas connu, YZ est estimé à 19,6% de (FS+FU+FW)</i>	

Le modèle Mapsis

Xerfi a développé une méthodologie spécifique de prévisions à court terme des marges et résultats sectoriels, baptisée « Mapsis » (modèle d'analyse et de prévisions du système d'intelligence sectoriel). La démarche de Xerfi-Mapsis est résolument micro-économique. Elle repose principalement sur :

1°) la compréhension et la prévision de l'évolution des rapports de force du secteur avec son environnement (analyse concurrentielle élargie). Selon cette approche, le taux de marge brute moyen du secteur est la résultante de l'ensemble des pressions (positives ou négatives) auxquelles sont soumises les entreprises. Selon ce modèle de comportement, la concurrence entre les entreprises d'un même secteur national est elle-même déterminée par ces pressions.

2°) l'analyse des comportements d'ajustement d'exploitation, en tenant compte des spécificités historiques du secteur et des contraintes de l'environnement macro-économique. En d'autres termes, confrontées aux évolutions favorables ou défavorables de leur environnement, qui influent très directement sur la formation de la marge brute et de la valeur ajoutée, les entreprises vont chercher à effectuer des corrections sur leurs postes d'exploitation. Les ajustements prévisibles sont la résultante des prévisions concernant :

l'intensité des pressions issues de l'environnement sectoriel direct (amont, aval, substituts, etc.), et la situation concurrentielle du secteur,
 les contraintes liées à l'évolution de l'environnement macro-économique (marché du travail, marchés financiers et monétaires, politique budgétaire etc.),
 les « conventions » de comportement sectorielles : rigidité vs flexibilité de chaque poste d'exploitation, identification des fluctuations potentielles.

L'informatisation du modèle Mapsis permet d'intégrer quantitativement l'ensemble de ces variables, de rechercher par itérations successives un scénario de prévision cohérent et probable, compte tenu des informations disponibles à la date de prévision. Seul le scénario choisi in fine fait l'objet d'une publication.

Principales pressions concurrentielles qui déterminent le taux de marge brute

