# Mitsubishi se projette

**Le vidéoprojecteur home cinéma ne progresse pas alors qu'il a de nombreux atouts à faire valoir, comme celui de créer à bon prix un excellent cinéma chez soi. C'est notamment devenu possible par la démocratisation de la haute définition. De plus, les projecteurs actuels sont simples à installer. Entretien avec un spécialiste de la projection.** par Stéphane Kauffmann

Entretien avec

**Serge Garnero**
Responsable d'Activité Vidéoprojecteurs et Moniteurs

**JDLI : Quelle est votre position sur le marché du vidéoprojecteur ?**
Serge Garnero : En France, notre première activité est la climatisation. La projection représente un chiffre d'affaires d'environ 10 millions d'euros, soit 5 % de Mitsubishi Electric France. Au Japon, la projection et la climatisation sont intimement liées en tant qu'équipements de la maison. Mitsubishi considère donc que la projection est un axe important pour le développement de sa présence dans les foyers. Nous avons fini l'année 2007 à 5% de parts de marché sur le vidéoprojecteur, ce qui nous place au huitième rang en France et c'est aussi notre position dans le monde. La partie home cinéma représente 25 % des volumes. Sur le Full-HD, nous avons été précurseur avec le premier modèle accessible et le premier à moins de 2 000 euros. Nous mettons tout en œuvre pour promouvoir le passage rapide au Full-HD en home cinéma. Sur le marché du Full-HD LCD, nous avons réalisé 60 % des ventes sur l'année 2007 et 30 % sur l'ensemble du segment Full-HD. En 2007, la projection dans son ensemble a écoulé 206 000 pièces en France avec une croissance de 6 %. Le home cinéma y a contribué par 37 000 pièces, un chiffre stable par rapport à l'année précédente. Mitsubishi a vendu 10 000 projecteurs dont 2 500 en home cinéma et 2 000 en Full-HD sur la même période.

**Comment voyez-vous évoluer le marché du projecteur home cinéma ?**
Nous pensons qu'il y aura abandon définitif du 480p en 2008, stagnation du HD-Ready et augmentation du Full-HD de l'ordre de 40 à 50 %. A l'horizon 2009, il y aura toujours une croissance du HD-Ready (30 %) mais dépassée par celle du Full-HD (40 % au moins). Le marché global projecteur home cinéma va sans doute stagner. Notre explication est qu'une grande partie de l'investissement s'est faite sur le téléviseur plat plutôt que sur la projection parce qu'il est plus simple de remplacer son équipement actuel que de changer de type d' équipement. La projection est un produit sur lequel on réfléchit longtemps en avance et qui nécessite une installation dédiée.

**Pensez-vous qu'avec la démocratisation de la HD et l'arrivée prochaine de la TNT HD, le marché va repartir à la hausse ?**
Nous le pensons à terme. Nous espérons qu'une fois l'équipement en téléviseurs plats effectué, il y aura un engouement pour le cinéma à la maison que propose la projection. L'avènement de la Full-HD et la démocratisation des sources va aider à faire passer le message qu'avec un vidéoprojecteur, on peut facilement bénéficier d'une image de deux à trois mètres de base, soit beaucoup plus qu'avec un téléviseur et surtout sans que cela ne soit trop onéreux. La projection à cette taille reste abordable avec des prix parfois sous les 2 000 euros alors qu'un téléviseur de plus d'un mètre vingt est finalement plus encombrant set surtout bien plus cher. Sans compter que la qualité de l'image délivrée par un projecteur offre un rendu parfait, très naturel et dépasse même le plus souvent celle d'une salle de cinéma.

**Comment rendre le projecteur plus attractif pour le grand public ? Pourquoi n'est-il pas plus populaire ?**
Il n'est pas plus populaire parce qu'il n'est pas assez connu. Le gens pensent que la projection est très chère et compliquée à installer. De plus, on n'arrive pas à se représenter le résultat. Il faut déjà avoir à l'esprit qu'il s'agit de créer un cinéma chez soi. A chaque fois qu'on le montre, les gens sont convaincus. Il faut démystifier et dédramatiser en montrant. Aujourd'hui, le vidéoprojecteur est simple à installer en dehors des câbles de liaison pour la source. Ainsi, le lenshift motorisé que nous proposons n'oblige plus à mettre le projecteur dans l'axe. Mitsubishi travaille aussi énormément sur le niveau de bruit. Nous avons été les premiers à passer sous la barre des 20 dB en grand public, un niveau quasi inaudible. Un vidéoprojecteur Mitsubishi s'installe où on veut, s'avère parfaitement silencieux ; il est simple à régler et propose une image inégalée.

**Y-a-t-il un problème de mise en scène en magasin ?**
Aujourd'hui, il n'y a pas de mise en scène réelle parce qu'elle est difficile à réaliser car il s'agit de créer un véritable espace home cinéma pour que la démonstration soit utile. Nous pensons aussi que l'acheteur doit déjà avoir compris l'intérêt avant même de se rendre en magasin. Il s'agit de lui expliquer ce qu'est un cinéma à la maison, que ce n'est pas fait pour regarder les infos mais que c'est investir dans la passion du cinéma à un prix abordable. Pour cela, les constructeurs ont un rôle promotionnel à jouer et cela peut se faire notamment lors de salons grand public qui font malheureusement défaut en France. Le rôle de la presse est également important. Toujours est-il que la distribution n'attire pas vraiment le consommateur vers la projection. On peut d'ailleurs faire plus de mal que de bien en ne s'adressant pas au bon client. Ainsi, la distribution en grande surface est une hérésie. C'est le rôle du spécialiste et du multi-spécialiste qui est capable de mettre en scène le produit et qui, nous l'espérons, le fera de plus en plus.