Le téléviseur

En ébullition

L'état de la technologie

Le téléviseur plat est arrivé à maturité technologique qu'il soit LCD ou plasma mais il semble que ce dernier ait définitivement perdu la bataille. Déjà, il est confiné pour l'essentiel aux très grandes tailles, soit 42 pouces et surtout plus. Son manque de compétitivité est clair par rapport au LCD qui joue la carte du Full-HD à un prix moindre. Pourtant, le plasma a d'excellents arguments à faire valoir. Son image affiche toujours un contraste et une richesse de couleurs inégalés et surtout, le rendu est très cinéma. En revanche, c'est aussi une technologie spécialisée qui ne se destine qu'au home cinéma. Le plasma aurait pu continuer dans cette voie mais elle ne suffit pas à justifier des usines de production et il est donc plus que probable que son rôle va devenir de plus en plus marginal. Force est de reconnaître que le LCD a fait des progrès spectaculaires dont le premier est évidement d'avoir réussi à monter en diagonale pour un prix contenu. Désormais disponible en grand public jusqu'au 52 pouces, il couvre tous les besoins en la matière. Ses points faibles usuels ont également été corrigés pour l'essentiel. Sa latence n'est plus vraiment un problème et la profondeur de noir a également beaucoup progressé. Il est autant à l'aise avec la télévision, le sport, le jeu vidéo que le cinéma et peut-être Full-HD dès le 32 pouces, ce qui est nouveau. La qualité d'un téléviseur LCD dépendra de la conjonction de deux facteurs : le choix de la dalle mais tout autant voire plus de l'électronique du traitement de l'image. Il est vrai que les différences sont énormes, surtout pour afficher la basse définition (SD). Car même si les contenus HD arrivent, l'essentiel est encore en SD et ce n'est généralement pas le fort des téléviseurs Full-HD, chose que les constructeurs se gardent bien de mentionner. Il y a cependant des modèles qui s'en sortent mieux que d'autres en la matière. Quoi qu'il en soit, l'image que propose aujourd'hui un téléviseur LCD en haute définition est en tous points remarquable, tout juste certains lui reprocheront-t-ils un rendu un peu clinique, un brin artificiel. Mais déjà, les constructeurs les plus avancés sont capables d'adoucir cela sur le plus haut de gamme. La bataille se livre donc désormais sur la qualité d'image et plus particulièrement sur son traitement par l'électronique embarquée.

LA SEGMENTATION DANS LE RAYON

Il est évident qu'un choix le plus large possible doit être proposé sur un produit devenu de masse mais pourtant, l'inverse a lieu en rayon qui se concentre souvent sur les tailles les plus vendues avec de nombreux modèles très voisins. Or si le rayon n'est pas extensible, il semble qu'il faille privilégier la diversité. Car si le consommateur est venu acheter une taille, il peut se laisser tenter par une diagonale supérieure. S'il est venu acquérir une taille peu commune, il voudra avoir un peu de choix. Et cela commence avec le téléviseur d'appoint. Tellement concentré sur la croissance phénoménale du marché, on en oublie que le multi-équipement est devenu une réalité en 2008. C'est tout de même dommage de passer à côté d'un tel achat. D'autant que les constructeurs ont réagi en proposant désormais une offre cohérente en 22 pouces, car ils peuvent utiliser les dalles des moniteurs informatiques et limiter ainsi les investissements. En revanche, le 26/27 pouces ne semble plus vraiment attirer car pour le salon, on est passé au 32 pouces minimum. Sur cette taille, il ne faut pas céder à la tentation de ne proposer que du prix. Pour ceux dont le salon ne permet pas de monter en diagonale, des modèles Full-HD de qualité peuvent être intéressants s'ils ne se noient pas dans la masse du rayon. Ensuite il faudra un assortiment significatif en 37, 42, 46 et 52 pouces avec dans chaque diagonale une montée en gamme. Et le 52 pouces ne sera pas un produit de niche en cette fin d'année avec des prix sans doute aux alentours de 2 000 euros.

Toshiba

Hall : Ravel - Stand : C24 - 47

Thierry Chabrol, Directeur de la division électronique grand public

JDLI : Croissance phénoménale et prix moyen en chute libre, que faire ?

Thierry Chabrol : Il est urgent d'agir en tous les cas. Il y a actuellement des propositions tarifaires qui sont complètement délirantes en termes de prix alors que l'on rentre dans la phase la plus passionnante avec enfin des contenus en haute définition et une bonne connaissance du produit par le consommateur. C'est particulièrement choquant de voir que ces propositions émanent des leaders de ce secteur alors qu'il reste encore tant de progrès qualitatif à réaliser. Il y a encore de très nombreux téléviseurs à vendre et pendant de longues années avant la saturation de ce marché. Il faut arrêter de scier la branche avec une dizaine de tronçonneuses ! Si la baisse de prix a contribué avec la clarification du discours à convaincre une deuxième vague de consommateurs, baisser davantage est inutile. À croire que l'exemple du DVD n'a servi à rien. Il est incompréhensible de voir les leaders tirer les prix encore davantage vers le bas uniquement dans le but de créer des positions dominantes qui ne leur serviront plus à grand chose dans ce contexte. Cela mettra la qualité au dernier rang et ne sera bon ni pour le consommateur, ni pour l'électronique grand public dans son ensemble. Et déjà le marché montre des signes d'essoufflement dans ce sens alors que la croissance volumique est toujours forte.

Quelle sera la taille de l'année ?

La taille à ce jour reste encore le 32 pouces mais le marché va doucement vers le 37 à 42 pouces. Aujourd'hui, le 32 pouces représente 37 % du marché et le 37 à 42 représente lui 29 %. Cette catégorie pourrait prendre le leadership d'ici à la fin de l'année. La principale raison est bien entendu là encore la baisse des prix qui aura au moins cela à mettre à son crédit. Mais ne nous leurrons pas, le recul dans un salon donné n'est pas extensible. Le passage du tube au LCD a permis d'augmenter d'une taille pour des raisons d'encombrement mais aussi liées à la technologie. L'arrivée des modèles ultrafins pourra peut-être faire gagner encore quelque peu mais pas au-delà. Les nouvelles technologies comme le Full-HD et la TNT HD poussent aussi vers les plus grandes tailles car pour une véritable expérience en haute définition, le 32 pouces représente vraiment la diagonale minimale.

Est-ce l'année de l'intégration avec le tuner HD, le disque dur, la passerelle multimédia et l'électronique déportée ?

C'est l'année du tuner digital HD évidement puisque les chaînes HD gratuites arrivent en octobre. L'intégration d'un disque dur et d'une passerelle multimédia sont des pistes intéressantes mais nous ne pensons pas que ce sont des « must have ». Il n'est pas encore nécessaire d'aller chercher la progression de ce côté alors qu'on entre seulement dans la seconde phase d'achat initial avec enfin la justification par les contenus, des messages clairs et des modèles de haute technologie accessibles au plus grand nombre. Ce sera encore une année de pénétration.

Comment se différencier ?

Déjà il faut une largeur et une profondeur de gamme qui couvre tous les segments, aussi bien technologiques que tarifaires. C'est essentiel pour être un acteur incontournable. Toshiba met particulièrement l'accent sur ses compétences en électronique qui permettent d'offrir la meilleure qualité d'image possible à ces contenus enfin disponibles. Le design est important mais nous avons comblé notre retard et avons même pris de l'avance avec le bord fin. L'argument écologique prend également de l'importance aux yeux du consommateur et Toshiba est leader dans ce domaine.

Philips

Hall : Diaghilev - Stand : U07

Jean-Robert Marenco, Directeur marketing téléviseurs

JDLI : Croissance phénoménale et prix moyen en chute libre, que faire ?

Jean-Robert Marenco : Si on parle du marché des téléviseurs en général, le prix moyen est au contraire en constante augmentation. Il ne faut pas oublier que la transition du tube vers le plat permet de vendre aujourd'hui en moyenne un téléviseur bien plus cher que deux ans auparavant. Si on regarde par catégorie, c'est évidemment très différent. Pour le plasma, les jeux sont faits et ce n'est plus vraiment une priorité pour nous. Reste le LCD qui effectivement voit son prix moyen beaucoup chuter. Mais nous avons une réponse à apporter pour recréer de la valeur. Nous serons aidés en cela par des phénomènes extérieurs. Avec la victoire du Blu-ray, il y a des supports haute définition et la TNT HD arrive sous peu. Si le lancement officiel des chaînes sera pour octobre, nous aurons en attendant les retransmissions des grands

évènements sportifs de l'été que seront l'Euro, le Tour de France et les JO De notre côté, nous allons intégrer dès mai un tuner TNT HD dans une partie de nos gammes. De plus, nous offrons le meilleur traitement de l'image possible qui garantit une netteté parfaite et une grande fluidité. Car le tout n'est pas d'avoir une dalle en Full-HD mais de l'exploiter au mieux. Cette qualité visible devrait amener le consommateur à acheter un téléviseur de qualité car c'est un choix pérenne et immédiatement exploitable en juin.

Quelle sera la taille de l'année ?

Ce sera le 37 pouces à mon avis et nous allons continuer à monter. Maintenant que les sources HD de qualité sont là et que nous garantissons la meilleure image qui soit, il est encore possible d'augmenter la diagonale sans prendre plus de recul. Aujourd'hui la taille moyenne est de 32 pouces, soit la plus grande taille en tube il y a cinq ans.

Est-ce l'année de l'intégration avec le tuner HD, le disque dur, la passerelle multimédia et l'électronique déportée ?

L'électronique déportée est une piste qui suit davantage une tendance du design pour développer un cadre minimaliste en tant qu'objet pur. Nous aurons des modèles de ce type d'ici à la fin de l'année. Je serais beaucoup plus réservé sur l'intégration d'un disque dur et d'une passerelle multimédia. Les expériences dans ce sens ont montré que le consommateur n'en était pas très friand. Cela ne correspond pas à son usage. Il faut se méfier des couteaux suisses électroniques. La convergence se fait naturellement par l'écosystème du numérique. Le téléviseur doit intégrer une prise USB et de nombreuses prises HDMI pour y connecter les autres appareils utilisés au quotidien car il est le centre de diffusion du foyer.

Comment se différencier ?

Je ne parlerai pas du design qui est de toute manière un axe obligatoire et primordial aussi parce que c'est le premier contact avec le client potentiel. Philips se distingue par la qualité d'image car nous investissons très lourdement pour pouvoir offrir le meilleur traitement d'image possible. Et nous disposons de deux atouts exclusifs : le bien connu Ambilight et désormais l'Ambisound. Il s'agit de créer des émotions comme au cinéma. Pour le son, cela se traduit par des systèmes audio qui s'intègrent parfaitement dans le design du téléviseur et qui permettent de créer une ambiance surround à partir de sources frontales seulement qui sont seules admissibles pour respecter l'agencement intérieur.

LG Diaghilev : M01 - 02

Alexandre Fourmond, Directeur produits division EGP/Informatique

JDLI : Quelle sera la taille de l'année ?

Alexandre Fourmond : Aujourd'hui, la taille qui fait le plus gros volume reste le 32 pouces soit 82 centimètres. Dès la rentrée, les tailles supérieures aux 37 pouces commenceront à prendre le pas. En fin d'année, les téléviseurs avec une diagonale de 42 pouces feront plus de 50 % du chiffre en valeur. La chute des prix est évidemment un facteur important dans cette évolution.

Est-ce l'année de l'intégration avec le tuner HD, le disque dur et la passerelle multimédia ?

Chez LG nous pensons que cette année est surtout celle de la haute définition. Déjà l'année dernière, le Full-HD était assez répandu mais il manquait cruellement de sources. Cette année, nous allons enfin avoir du contenu HD via la TNT. Sur nos produits haut de gamme LCD et plasma 42 et 50 pouces, nous intégrons un tuner TNT-HD. Par ailleurs, n'oublions pas que 50 % des gens reçoivent leur contenu via un autre canal que la TNT comme le câble, le satellite ou l'ADSL. LG a proposé un produit intégrant un disque dur dès Noël 2006. Mais avec la problématique de la HD, il faudrait implémenter des disques durs de très grosse capacité pour enregistrer de la haute définition, ce qui augmenterait sensiblement le prix des téléviseurs. Cela se fera donc que progressivement dans le haut de gamme et il faudra certainement attendre la fin d'année voire l'année prochaine. Pour les autres fonctionnalités, la démarche est la même, les nouveautés arriveront toujours dans le haut de gamme pour une question de tarif.

Comment se différencier ?

L'un des facteurs les plus importants au-delà de la taille, c'est le design. Il faut réussir à devancer les tendances pour être toujours à la pointe. Par ailleurs, nous sommes l'un des seuls constructeurs à proposer à la fois des produits plasma et LCD. Nous ne tombons pas dans l'éternel querelle de choix. Nous développons aussi des solutions pour combler les lacunes des deux technologies. Nous nous différencions ainsi en proposant des produits pour chaque type de cible et d'usage. C'est une très large gamme de produits pour couvrir tous les prix.

LA MISE EN SCÈNE

Il faut bien le reconnaître, dans son ensemble la mise en scène du rayon TV est désastreuse à quelques exceptions près. Ce sont des murs d'images, avec en général une image de mauvaise qualité. Si on considère l'importance de ce rayon, il est très rentable de s'en préoccuper. Premièrement, il faut disposer d'une source de qualité en haute définition. Certains constructeurs proposent de les fournir au magasin car dispatcher une source sur 10 téléviseurs est onéreux. Dès que la TNT HD sera disponible, il faudra évidemment se raccorder. Ensuite, il est impératif de passer un peu de temps à régler le téléviseur avant de le mettre allumé en rayon. Certes, c'est du temps et donc de l'argent mais l'investissement sera rentable pour faire monter en gamme. Enfin, il faut hiérarchiser pour contrebalancer ce côté supermarché du téléviseur avec tous les modèles en rang d'oignons. Car le consommateur même riche, n'a pas envie de dépenser des milliers d'euros si le produit n'est pas mis en valeur. La seule solution est de créer des espaces qui rythment le rayon avec des téléviseurs choisis mis en situation de vie. Et il ne faut surtout pas se contenter des mastodontes impayables mis à disposition par les constructeurs. Au contraire, dans chaque diagonale, il est nécessaire d'illustrer. Même le rayon 22 pouces mérite que l'on branche un modèle sur une console HD pour monter la qualité et l'usage.

L'état du marché

Le téléviseur plat est toujours en très forte croissance volumique et il n'y a pas de raison que cela ne change dans les prochaines années puisque le taux d'équipement n'a pas encore atteint 20 % alors que son potentiel est de presque 100 % ! Le problème réside dans une chute de prix spectaculaire entretenue par les plus grands fabricants qui cherchent à tout prix une position dominante. Cela a eu de nombreuses conséquences ; tout d'abord les fabricants plus petits et qui sont venus récemment sur ce marché ont grandement été affectés. Leur nombre a fondu comme neige au soleil. Un resserrement sur les marques historiques a donc eu lieu. Ensuite, cela a engendré une fuite en avant vers les grandes tailles. D'abord parce qu'elles sont devenues abordables et qu'elles séduisent évidemment, ensuite parce que c'était le seul moyen pour les constructeurs de se dif-

GfK

Les téléviseurs plats

Volume en millions d'unités

2006	2007
2,66	4,5
	+69%

Valeur en milliards d'euros

2006	2007
3,08	3,98
	+29%

férencier et de créer de la valeur. Le problème, c'est que le salon français n'est pas extensible pour autant. Avec le LCD et la HD, il est vrai que l'on peut s'approcher davantage qu'avec le cathodique. En gros pour les trois mètres de recul traditionnels, on peut passer du 32 au 42 pouces au maximum. Mais on ne pourra pas aller plus loin. Et déjà cette politique a eu pour effet de limiter les investissements sur les petites tailles qui ne sont plus qu'un marché de prix. Si cela ne s'arrête pas bientôt, on finira avec une industrie qui ne pourra plus consentir l'effort nécessaire en recherche et développement pour assurer une valeur suffisante et surtout aussi pour satisfaire le consommateur. On peut penser que d'ici à la fin de l'année, la diagonale la plus vendue ne sera plus le 32 pouces mais la catégorie au dessus. Cela signifie que la limite est déjà atteinte et que baisser les prix davantage n'amènera pas de nouveaux consommateurs et ne profitera donc en rien à l'extension du marché. Tout cela est assez inquiétant. Il faut signaler aussi que 2008 sera l'année du Full-HD qui passera d'un statut confidentiel à celui de quasi obligation sur les tailles de plus de 32 pouces. Il est même probable qu'à l'horizon 2009, le HD-Ready disparaisse dans ces diagonales. Cette résolution n'était de toute manière que transitoire puisqu'elle ne correspond pas à celle des contenus HD qui sont en train d'arriver.

L'appareil type

Le téléviseur de cette fin d'année sera à n'en pas douter un 42 pouces LCD en Full-HD. Ce ne sera sans doute pas le plus vendu mais le plus désiré et celui sur lequel il y aura de l'argent à gagner. Idéalement, il sera capable de restituer aussi bien les sources en HD mais aussi celles en SD car si la télévision sera enfin passée à la HD, ce ne sera toujours qu'une petite partie des programmes. La situation en la matière est la suivante. Le Blu-ray désormais seul en lice va devenir un vrai marché en cette fin d'année mais pas de masse, la source principale pour les films sera toujours le DVD classique et il faudra attendre encore deux ans pour inverser la tendance. La TNT HD arrive officiellement en octobre avec trois chaînes que seront TF1, M6 et France 2 mais ce qui ne signifie en rien que tous les programmes seront en haute définition. En revanche, cela implique que le téléviseur type intégre un décodeur TNT HD et ce le plus vite possible. En effet, dès cet été dans six villes de France aura lieu la retransmission des grands événements sportifs en TNT HD, l'Euro, le Tour de France et les JO Le téléviseur type devra aussi soigner largement son design et on peut espérer qu'en la matière, il y aura un peu plus d'originalité. Car autre conséquence des prix bas et de la lutte, personne ne veut prendre de risques. Or pour se démarquer sur le design qui est sans doute le meilleur axe en la matière, il faut oser. Mais ce sera sans doute un vœu pieu et on aura du black gloss comme d'habitude. En revanche, le consommateur

est très sensible à la finesse aussi bien de l'appareil que du bord. Un point qui pourrait bien être essentiel pour déterminer le téléviseur qui réussira le mieux. Pour la fin d'année, on attend des téléviseurs à électronique déportée, ce qui permettra de faire un cadre minimaliste mais il est probable que cela soit réservé à des modèles ultra haut de gamme.

Les fonctionnalités

Nous l'avons dit, l'intégration d'un tuner TNT HD sera LA fonctionnalité de l'année. Mais il y en a d'autres pour se différencier. Il est rassurant de voir que la plupart des grands constructeurs remettent la qualité d'image au centre des débats en vantant leur électronique de traitement à grand renfort de suffixes à rallonge. Le problème, c'est que le discours est très obscur pour le consommateur car aucune technologie évidente ne se dégage. Ainsi, le 100 Hz fut un feu de paille car personne n'y a rien compris. Le marketing a pensé que reprendre une appellation connue du tube marquerait les esprits, même si en LCD elle ne correspond à rien. Mais cela n'a pas du tout fonctionné car tout le monde s'est empêtré dans des explications qui diluent le message alors que le gain est réel. De même, les rétro-éclairages plus sophistiqués en LCD ont hérité de noms divers et variés pour aboutir pourtant à une véritable innovation que sont les couleurs enrichies. Il y a bien des appellations comme la compatibilité 24p mais comme elle dépend également de la source, cela s'avère trop compliqué. Il ne semble donc pas que cette année il y ait des appellations claires pour segmenter la qualité et en leur absence, il faudra faire avec ce que l'on voit à l'écran. En connectique en revanche, tout est à faire. Ainsi, la prise USB devrait être un argument fort si elle permet simplement de lire photos et vidéos. De même, il est incompréhensible qu'il n'y ait pas intégration systématique d'un lecteur de cartes mémoire, dont l'intérêt est pourtant évident et se démontre facilement en magasin. En revanche, l'intégration d'un disque dur ou d'une passerelle vers le PC en réseau ne semblent pas attirer le consommateur. Pour le disque, c'est incompréhensible et il faudrait peut être le promouvoir différemment car enregistrer la TV en appuyant simplement sur un bouton semble tout de même évident. Le raccordement au PC demeure en revanche trop compliqué.

LES ACCESSOIRES

Le rayon téléviseurs déjà très encombré n'incite pas à le remplir encore davantage et pourtant, les espaces de démonstration peuvent être rentabilisés par la vente associée. Une console et des jeux en démonstration sur un téléviseur d'appoint en sont un exemple. Un grand téléviseur peut être associé à une barre sonore du rayon audio et à un lecteur Blu-ray. Un appareil photo et un caméscope pour peuvent être branchés pour en montrer la qualité. Un disque dur multimédia pourra servir de source HD et se vendre par la même occasion. En fait, il faut profiter en magasin du fait que le téléviseur soit le centre de diffusion du foyer. Le mot magique est HDMI. On peut connecter par ce biais l'essentiel des appareils hi-tech. Un ordinateur portable par exemple peut très bien servir de platine Blu-ray en le connectant par l'HDMI. Et l'endroit rêvé pour le démontrer sera le rayon téléviseurs grande taille ! S'il y a bien un endroit en magasin où on peut faire la convergence nécessaire pour la compréhension du hi-tech par le consommateur, c'est bien celui des téléviseurs !

GfK

Téléviseurs plats : prix moyen en euros

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
3 823	2 472	1 868	1 296	1 159	886	801

Téléviseurs plats : LCD vs Plasma

En volume

2006
- LCD 82%
- Plasma 18%

2007
- LCD 86%
- Plasma 14%

En valeur

2007
- LCD 70%
- Plasma 30%

2008
- LCD 78%
- Plasma 22%