

Conférence de Presse

mercredi 1^{er} février 2006

Président : Philippe POELS

Membres du Comité Exécutif :

Laurent ABADIE, Président Directeur Général – PANASONIC France

Jacques de BELLEFON, Directeur Général – PHILIPS EGP

Gérard BOCQUENET, Président - TTE Europe SAS

Michel BRIAN Vice Président – L.G. Electronics France

Philippe CITROËN, Directeur Général Délégué – SONY France

Jacques MOLLET, Vice Président – SAMSUNG Electronics France

Eric SCHULER, Directeur Général – THOMSON Sales Europe

Trésorier :

Dominique NORGUET, Directeur de la Communication – PHILIPS France



1er février 2006

- ① Un syndicat renforcé
- ② La révolution numérique crée un nouveau marché :
2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année
- ③ Le défi de la fin de la décennie : la haute définition
 - la haute définition sur le hertzien en gratuit et en crypté
 - une feuille de route pour l'extinction de l'analogique
 - le réseau R5 doit être dédié à la haute définition
- ④ La copie privée doit être pérennisée
- ⑤ 2006, la valorisation des produits en fin de vie :
Un aspect supplémentaire indispensable dans la palette de nos actions pour améliorer l'environnement

SIMAVELEC

Les adhérents du SIMAVELEC



EGP

Antennes

Broadcast

Philips
Sony
Thomson
Pace
Strong
Sagem
Samsung

TTE
Nokia
Robert Bosch
L.G.
Panasonic

Alcad
Axitronic
Erard
Evicom
Fagor Electronic
Fracarro
Ikusi
Optex-Normand
Tonna
Visiosat
Wisi

Thomson
(Thales Broadcast)
Sony
T B C
Panasonic

2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année

Les chiffres à retenir

Chiffre d'affaires
Electronique
Grand Public

2005
5.8 milliards d'€
(+ 5,8 %)

2006
6,2 milliards d'€

Nombre de
Téléviseurs
commercialisés

2005
4,960 millions

2006
5,275 millions

Nombre de
DVD

2005
6,5 millions

2006
6,3 millions

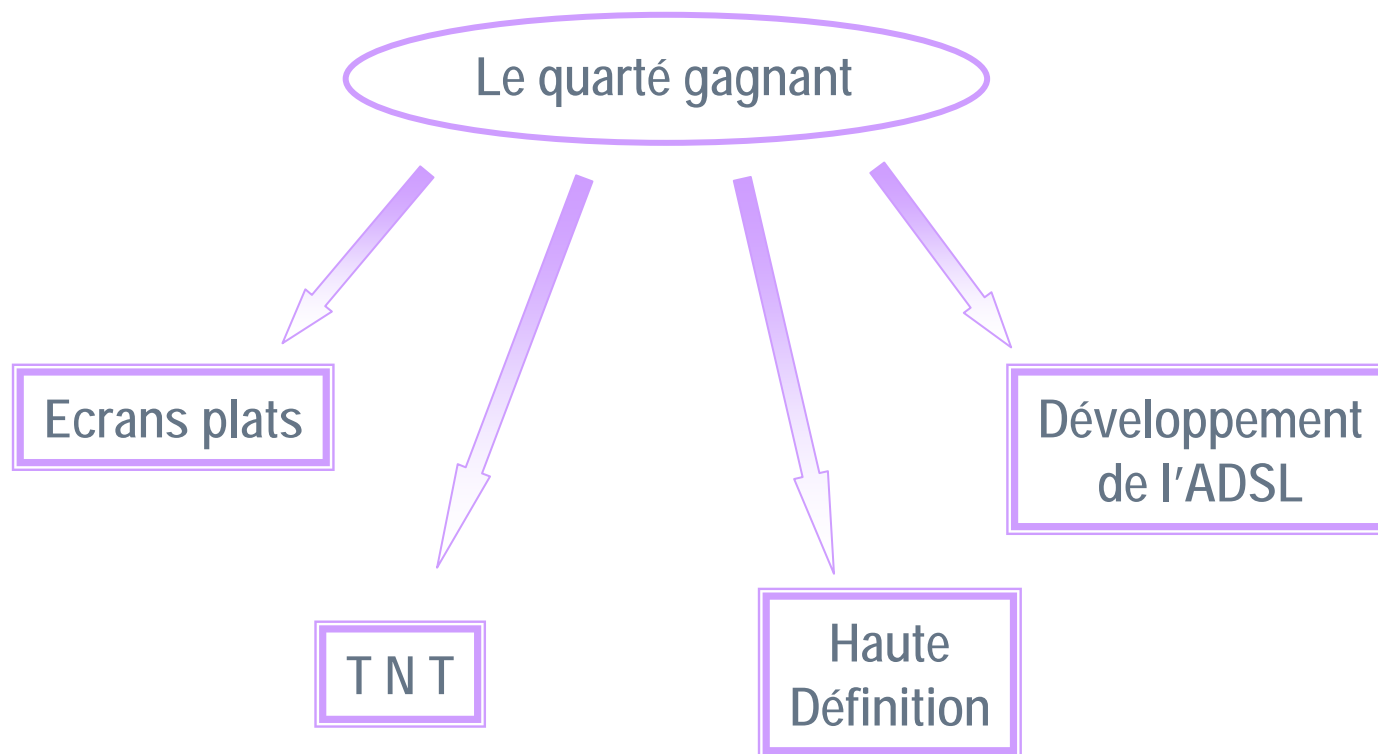
Baladeurs
MP3

2005
4,7 millions

2006
6,5 millions



2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année



2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année

Les écrans plats : le déferlement

2006, Année du basculement :
En volume davantage d'écrans plats commercialisés
que d'écrans CRT

2006 : Un chiffre d'affaires 5 fois plus important en écrans plats
qu'en CRT

2006 : Des prix en baisse d'environ 2 % par mois

2006 : 2,750 millions de téléviseurs à écrans plats commercialisés
(contre 1,5 million en 2005)



2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année

TNT : une croissance exceptionnelle

| | 2005 | 2006 |
|---|-------|-------------|
| Adaptateurs | 1,1 | 1,7 |
| Téléviseurs (adaptateurs intégrés) | 0,150 | 0,8 à 1,0 |
| Décodeurs (des chaînes payantes) | 0,360 | 0,720 |
| Informatique | 0,255 | 0,8 à 1,0 |
| Câble | | ~ 3,0* |
| Total | 1,865 | 7,02 à 7,42 |

* Avec le must deliver

En 2010
le parc téléviseurs de salon
sera équipé 100 % TNT

ATH :
La pérennité de la TNT



2005 a été une excellente année, 2006 sera une grande année

Haute définition :
Un engouement des consommateurs
grâce au label HD ready

2005 : 300 000 écrans HD ont été commercialisés

2006 : Une prévision en expansion, à court terme les écrans plats seront HD, ce qui entraînera une initialisation du parc extrêmement rapide



Le défi de la fin de la décennie : la haute définition

Une nécessité : la haute définition sur le hertzien en diffusion gratuite et en diffusion cryptée

Une obligation : obtenir une feuille de route précise et concrète, sur l'arrêt de l'analogique en 2010, permettant d'équiper la totalité du parc en réception numérique et à haute définition

Un engagement : les industriels sont prêts à commercialiser, dans un délai court, des téléviseurs Mpeg4 et des adaptateurs/décodeurs Mpeg4

Une opportunité : les industriels demandent à ce que le réseau R5 soit dédié à la haute définition (et que des expériences pilotes soient rapidement envisagées)



Droit d'Auteur : un débat primordial

Pérennisation : le droit à la copie privée doit être pérennisé ; la contre partie réside dans le niveau des compensations

Compensation : numérique oblige, il revient aux usages d'être la clef du coût, afin de définir le montant des compensations et non à la « quantité » de capacités de mémoire mise sur le marché

Remplacement : les capacités mémoires seront de plus en plus intégrées aux produits et viendront, à terme, prendre le pas sur les supports numériques vierges (DVD, VHS, clés USB...)

Négociation : la négociation avec les ayants droit doit être globale les pratiques de copie privée sont diverses, le besoin, lui, est unique.

Environnement : le modèle de l'électronique grand public

L'éco-conception à la base de toute politique soucieuse de l'environnement et de la santé

La limitation des consommations électriques de plus en plus indispensable :

- pour réduire le coût d'utilisation des produits
- pour réduire les conséquences environnementales dues à la production d'énergie

La valorisation des produits en fin de vie :

- une filière pérenne
- une filière créatrice d'emploi
- une filière solidaire
- une filière peu onéreuse et transparente