

SÉLECTION 2016

Les duels du high-tech

En France, on aime les joujoux techno. Mais dans un univers ultra-innovant et féroce­ment concurrentiel, les repères changent vite. Son, image, jeux, mobilité... mise au point en 13 face-à-face.



Championne planétaire des objets connectés, nouvelle start-up *nation*, paradis des concepteurs de jeux vidéo... La France high-tech est dans tous ses états. Les études se succèdent et se ressemblent sur le comportement numérique des Français, de plus en plus accros à la sphère digitale, de mieux en mieux instruits sur ces sujets. Pour les géants de l'industrie high-tech, l'Hexagone est devenu terre d'expérimentation. Les innovations les plus folles s'y déversent à flot continu et le public s'en empare joyeusement, teste, adopte ou rejette. Implacable. La France reste donc un pays d'*early adopters*, ces consommateurs geeks qui achètent systématiquement toutes les nouveautés qui déferlent sur le marché. Apple l'a bien compris depuis ses débuts : c'est ici qu'il dispose de sa communauté de fans les plus enthousiastes. Les ventes d'iPhone continuent d'y progresser plus fortement que dans les autres grands marchés européens comme la Grande-Bretagne ou l'Allemagne. L'attachement à la marque demeure

Photo : Sony Computer

DOSSIER
COORDONNÉ PAR
GILLES FONTAINE
Sélection :
 Marco Mosca,
 avec
 Capucine Cousin,
 Léa Lejeune
 et Paul Loubière.
Iconographie :
 Laurent Verdier.
Maquette :
 Sophie Da Cruz.

très fort, et les acheteurs sont prêts à payer plus cher pour continuer de s'afficher dans cette caste de la coolidude. *So french...*

Alors, aveugle ou ingénu, le consommateur français? Ni l'un ni l'autre, du moins pas entièrement. L'exemple des smartphones est révélateur sur ce point. Comme partout ailleurs dans le monde, le marché est arrivé à maturité. Deux abonnés mobiles sur trois sont désormais équipés d'un smartphone, et la question se pose à eux avec de plus en plus de force au moment de l'acte d'achat : acheter une marque comme Apple ou Samsung, ou privilégier la performance qu'offrent aujourd'hui les fabricants chinois comme Huawei ou Lenovo, dont les produits montent en qualité à grande vitesse?

Questions fondamentales

Ces questionnements fondamentaux habitent forcément l'acheteur au moment de passer à l'acte : quel type de produit et quelle technologie, pour quel usage et à quel prix? Le joggeur expert ou le cycliste du dimanche hésitent entre le simple bracelet traqueur d'activité ou la

montre intelligente dernier cri, équipée d'un système GPS. Le pro des jeux vidéo peut légitimement se demander s'il n'a pas intérêt à opter pour un bon vieux PC fixe plutôt que pour un ordinateur portable, si puissant soit-il. Et les tablettes ont-elles encore un intérêt, à l'ère des PC hybrides, tout aussi fiables et plus performants? Les casques audio sans fil valent-ils enfin quelque chose?

En treize matches, la rédaction de *Challenges* a exploré le champ des possibles high-tech, dans toutes ses dimensions. Des drones de dernière génération aux téléviseurs à écran incurvé en passant par les box multimédias, chaque utilisation particulière trouve finalement sa solution. Qui pourra se révéler éphémère : les cimetières technologiques sont remplis de trouvailles du siècle. Dans tous les cas de figure, gare à la surdose qui peut rendre schizophrène. Un récent sondage OpinionWay montre que sept Français sur dix seraient prêts à se passer de leur smartphone, mais ils sont quasiment autant à reconnaître ne pas pouvoir se reconnecter... *So french.*

Gilles Fontaine ►

SONDAGE

Les marques qui séduisent les Français

Les Français aiment le high-tech, même si leurs pratiques varient énormément selon leur âge, sexe ou catégorie sociale. Les plus jeunes connaissent davantage de marques, notamment parmi les nouveaux acteurs. Mais les leaders des trois catégories de produits choisies ci-contre restent les mêmes pour les principaux profils de consommateurs. Samsung avait dominé les trois précédents classements high-tech les Marques préférées des Français, réalisés par Toluna pour *Challenges*. Cette année, les marques spécialistes sortent du lot, comme Bose dans les casques et Electronic Arts dans le jeu vidéo. ■

Sondage Toluna pour les Marques préférées des Français, réalisé par Internet du 25 au 26 octobre auprès de 1.037 répondants représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).

TABLETTES

	Indice MPF*
Samsung	100
Apple	79
Microsoft	77
HP	76
Asus	74
Acer	70
Dell	59
Lenovo	36
Nexus	33
Archos	33

► Samsung devance nettement Apple sur ce marché qui arrive à saturation. Le coréen ne souffre pas des problèmes de son téléphone Galaxy Note 7, et reste leader sur ce segment pour la deuxième année de suite. La surprise vient de la 3^e place de Microsoft, qui profite du succès de la Surface Pro et de l'intérêt pour les produits détachables qui pourraient relancer le marché des tablettes et hybrides.

JEUX VIDÉO

	Indice MPF*
Nintendo	100
Sega	75
Sony	73
Ubisoft	68
Disney	65
Electronic Arts	65
Warner Bros.	63
Microsoft	57
King.com	53
Gameloft	51

► Nintendo domine les autres japonais, Sega et Sony, malgré des succès réduits ces dernières années sur ses consoles (Wii U, 3DS). Centré sur l'édition, Sega continue à générer l'empathie avec sa mascotte Sonic, tandis que Sony surfe sur le succès de la PS4 et l'implication dans la réalité virtuelle. Le français Ubisoft arrive en 4^e position et devance ses rivaux américains comme Disney et Electronic Arts.

CASQUES AUDIO

	Indice MPF*
Sony	100
Philips	85
Bose	81
JVC	64
Yamaha	54
JBL	42
Marshall	39
Sennheiser	37
Beats	36
Bang & Olufsen	36

► Philips et Bose sont devancés par Sony, sur un marché qui évite la saturation grâce au développement du sans-fil et de l'équipement fitness. Acteurs historiques sur ce segment, Sony et Philips bénéficient d'une plus forte notoriété que les spécialistes. Ils profitent de leur très large gamme pour s'adapter à tous les budgets et tous les univers – sport ou détente –, même si Bose se hisse sur le podium.

*L'indice MPF (Marque préférée des Français) représente l'attraction d'une marque, celle ayant le plus de réponses «J'aime» obtient le score de 100. L'utilisation à des fins publicitaires des textes et tableaux est strictement interdite.