PROFESSION ÉTUDES

Le marché des équipements de CVC & R

La collecte des informations de base

Les tendances du marché

Par Yannick Lu-Cotrelle, Eurovent Market Intelligence

Eurovent Market Intelligence (EMI), bureau européen de statistiques du marché Chauffage, Ventilation, Conditionnement d'air et Réfrigération CVC & R, vient de diffuser les résultats de ses études sur les ventes 2011 de la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique (EMOA), basées sur les données recueillies auprès des fabricants du secteur.

Les collectes annuelles 2012 ont été encore une fois un bon cru pour EMI, qui a vu le taux de participation augmenter de 8 % sur ses 7 principaux programmes d'équipements (› **encadré**). C'est surtout le programme des centrales de traitement d'air qui a bénéficié de cette augmentation, passant de 36 participants l'an dernier à 44 en 2012, et il est d'ores et déjà prévu de franchir la barre symbolique des 50 participants l'an prochain. L'autre point fort de la collecte des statistiques 2012, c'est l'arrivée de deux nouveaux programmes sur des produits actuellement sous-représentés dans les études de marché : les rideaux d'air d'une part, et la climatisation de précision à destination des centres de données. Concernant ce dernier, EMI peut d'ores et déjà se targuer de représenter dans ses études quasiment 100 % du marché, l'ensemble des fabricants majeurs de cette filière (tels que Emerson, Trane, Stulz, Uniflair, Lennox…) s'étant investis dans le projet.

Yannick Lu-Cotrelle (directeur d'Eurovent Market Intelligence) se réjouit de cette ouverture, car la plupart des lancements de nouveaux programmes viennent des fabricants eux-mêmes : *« Les entreprises sont sans cesse en recherche d'informations sur leur marché, et lorsqu'elles ne trouvent aucune source de données fiables, c'est vers nous et notre savoir-faire qu'elles se tournent. Nous définissons alors avec eux le projet, puis nous nous occupons ensuite du programme dans son ensemble : prospection des participants potentiels, gestion de la collecte des statistiques, organisation des réunions de travail entre EMI et les fabricants, et diffusion interne des résultats. Tout cela bien sûr dans le complet respect des règles européennes de concurrence et de la stricte confidentialité des données ».*

La collecte des informations de base

Tout d'abord, un des axes prioritaires d'Eurovent Market Intelligence est l'enrichissement des informations disponibles dans les rapports. À travers des réunions de travail semestrielles, EMI collabore de concert avec les fabricants pour améliorer chaque année la nature des informations fournies, accroître la fiabilité pour plus de valeur ajoutée dans les résultats. Ensuite, le second facteur explicatif de cette réussite est la mise à disposition des résultats sur un extranet. On y accède avec des mots de passe spécifiques, et le site offre tout un panel d'outils marketing permettant à l'entreprise participante de faire des extractions de données personnalisées suivant ses besoins. Outre les résultats marchés, elle y retrouve aussi l'évolution des ventes en panel constant, sa part de marché et sa position par rapport aux concurrents ainsi que le taux de concentration du marché. Enfin, un regain d'intérêt des entreprises pour les informations marché est à noter. En effet, les programmes sont ouverts à tous les fabricants désirant y participer, et dans un contexte de marché très fluctuant, nombreux sont ceux qui souhaitent améliorer leur visibilité à court et moyen terme et établir des stratégies mettant au mieux à profit les opportunités du marché.

Les tendances du marché

L'année 2011, qui a été une année molle dans la zone EMOA pour la plupart des marchés, a confirmé le dynamisme exceptionnel de celui des centrales de traitement d'air. Elle a également mis en évidence les deux pôles de crise et de croissance qui ont marqué l'économie, avec d'une part l'effondrement des marchés grecs et espagnols, et d'autre part l'émergence des deux nouveaux "poids lourds" : la Russie et la Turquie.

› Les centrales de traitement d'air (Air Handling Units) : un dynamisme exceptionnel

Le marché des centrales de traitement d'air est celui qui connaît le dynamisme le plus important en Europe, avec 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires, une

Les 7 programmes principaux

› Ventilo-convecteurs
› Groupes de production d'eau glacée
› Centrales de traitement d'air
› Unités de toiture
› Échangeurs de chaleur
› Filtres à air
› Tours de refroidissement

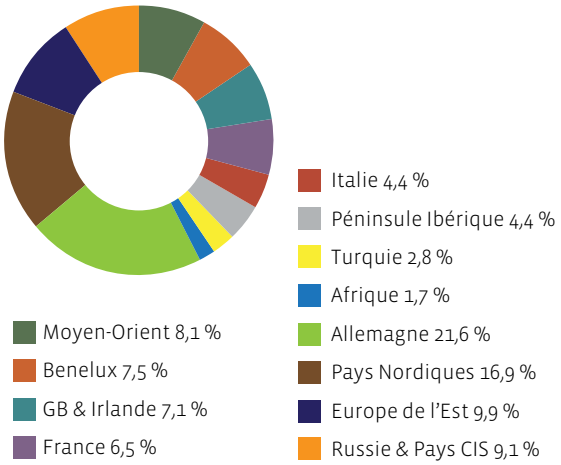

Figure 1 Répartition par marché des 1,4 milliard d'euros de CA des CTA en 2010-2011 sur la zone EMOA (Europe, Moyen-Orient et Afrique).

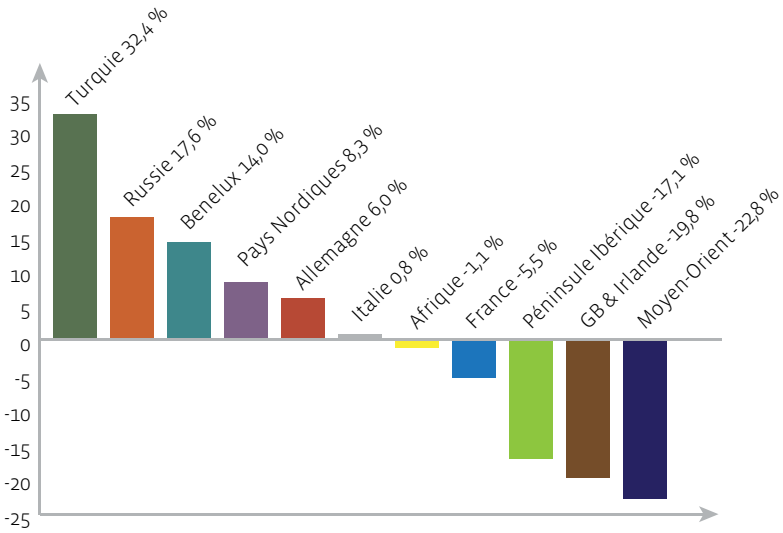

Figure 2 Évolution par marché des 1,6 million de ventilo-convecteurs vendus en 2011 sur la zone EMOA.

croissance 2010-2011 située entre 10 % et 12 %, et des prévisions pour 2012 supérieures à 5 %. Les principales places fortes de ce marché restent au Nord et à l'Est de l'Europe : l'Allemagne représente près d'un quart du marché européen, la Scandinavie un cinquième, l'Angleterre, le Benelux et la Russie autour de 8 % chacun. La France se situe autour de 7 % tandis que les pays d'Europe du Sud (Italie, Espagne, Grèce et Portugal) totalisent à eux quatre à peine plus de 10 % du marché. Le Moyen-Orient occupe une place relativement mineure : ses ventes en 2011 représentent à peine 10 % du marché EMOA ; ce marché restant surtout dominé par les unités de toiture qui ne nécessitent pas forcément la mise en place de centrales de traitement d'air. › **Figure 1**

Par rapport à l'an dernier, les hausses les plus remarquables ont été constatées en Europe du Nord et en Russie (et ses ex-pays satellites), avec une moyenne autour de 20 %. Mention spéciale à la Turquie qui reste le pays le plus dynamique, avec une croissance record proche des 30 %. Les autres pays qui s'en sortent le mieux sont la France, la Suisse et le Benelux, avec des croissances autour de 15 %, suivis de l'Allemagne et de l'Europe de l'Est qui se situent autour de 10 %. Des contractions de marché sont constatées en revanche en Grèce, en Afrique et au Moyen-Orient, celles-ci pouvant atteindre des niveaux autour de - 10 % dans la Péninsule ibérique. Aucun revirement spectaculaire de tendance n'était attendu en 2012 dans l'ensemble de la zone EMOA, à part peut-être pour le Moyen-Orient qui devrait renouer avec la croissance. › **Figure 2** La moitié des centrales vendues dans la zone EMOA en 2010 sont celles ayant un débit d'air inférieur ou égal à 5000 m³/h, celles au-delà de 15000 m³/h représentent un cinquième des ventes. Concernant la classe énergétique Eurovent, la moyenne se situe autour de la classe B, pointant vers le A pour l'Europe du Nord et la Suisse, et vers le C pour l'Europe du Sud et l'Afrique.

› Les ventilo-convecteurs (Fan Coils Units) : une année terne

Le marché des ventilo-convecteurs a subi une légère contraction en 2011 (environ - 3 %) et s'élève à environ 1,6 million d'unités vendues dans la zone EMOA, les ventes européennes représentant les trois-quarts du marché. En Europe, l'Italie conserve sa place de leader avec près du tiers du marché, la France arrivant (de loin) à la deuxième place avec 13 %. Cette année, l'Espagne a été détrônée de sa troisième place par la Turquie, avec ses 7 % de part de marché, et se trouve d'ores et déjà talonnée par la Russie qui compte près de 6 % du marché. En 6e et 7e places arrivent respectivement l'Allemagne et le Royaume-Uni, avec des parts de marché autour de 5 %. Le Moyen-Orient quant à lui s'affirme en deuxième position du marché EMOA avec près de 250000 unités vendues. Par rapport à 2010, les pays affichant le plus de dynamisme sont ceux du nord de l'Europe avec une croissance autour de 10 %, dont + 14 % pour le Benelux et + 6 % pour l'Allemagne. L'Italie a connu une année morne avec une stagnation de son marché, tandis que le marché français s'est contracté d'environ 5 %. Les plus fortes baisses enregistrées se retrouvent dans la péninsule ibérique (- 17 % en moyenne), en Angleterre où l'on atteint les - 20 %, et surtout en Grèce où le marché s'est effondré de moitié. En revanche, la crise a complètement épargné la Russie et la Turquie qui ont poursuivi leur fort développement avec des croissances respectivement autour de 20 % et 30 %. Pour 2012, ces deux pays vont connaître un fort ralentissement, tandis que l'année devrait être à nouveau assez difficile pour l'Italie. En Grèce et en Espagne, aucune sortie de crise n'est encore envisagée.

Les trois-quarts des ventilo-convecteurs vendus dans la zone EMOA restent globalement des unités à 2 tubes, avec une nuance toutefois pour la Turquie, qui est plus égalitaire, et surtout le couple Irlande/Royaume-Uni où les unités à 4 tubes sont majoritaires. Pour ce qui est du design, les deux tiers des ventes concernent à parts égales les modèles carrossés et non carrossés. Un cinquième du marché s'adresse aux modèles de type cassette et 13 % aux unités gainables.

› Les unités de toiture (Rooftops) : un Moyen-Orient dynamique qui contraste avec une Europe apathique.

Sur environ 68000 unités vendues en 2011, le Moyen-Orient reste en position de leader du marché EMOA avec près de 50000 unités vendues. La seconde place revient

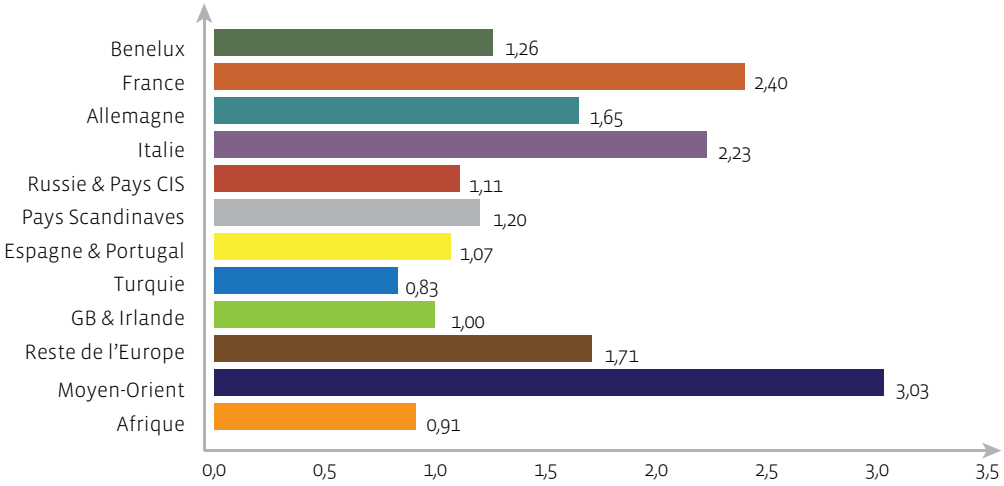

Figure 3 Répartition du marché des groupes de production d'eau glacée dans la zone EMOA en puissance totale exprimée en térawatts.

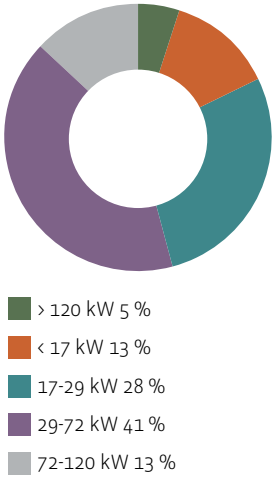

Figure 4 Répartition par plage de puissance des 68 000 unités vendues dans la zone EMOA.

à l'Afrique avec un peu moins de 5 000 unités. En Europe, les principaux marchés demeurent les mêmes, avec toujours la Péninsule ibérique (18 %) en tête, puis la France (17 %), l'Italie (14 %) et le Royaume-Uni (12 %) qui détiennent la majorité des unités de toiture vendues en Europe. Par rapport à 2010, et contrairement aux autres marchés, celui des unités de toiture est resté dynamique avec des croissances 2010-2011 globalement honorables. Mais cette croissance concerne surtout le Moyen-Orient, avec des hausses supérieures à 30 %. En Europe, ce ne sont que des marchés plutôt mineurs tels que l'Allemagne et le Benelux qui en ont bénéficié. Ailleurs, comme en France, en Espagne, en Russie, en Turquie et en Pologne, le marché a été assez mou, voire négatif, l'Italie s'en sortant un peu mieux avec une croissance proche des 10 %. À l'inverse, le marché a connu de sérieux revers en Grèce, en Afrique et au Royaume-Uni, avec des baisses pouvant aller au-delà des - 30 %. Que ce soit au Moyen-Orient, en Afrique ou dans le reste de l'Europe, les unités de toiture les plus vendues restent celles d'une capacité moyenne comprise entre 29 et 72 kW. Cependant, le second marché en termes d'importance au Moyen-Orient s'oriente principalement vers les plus petites capacités au-dessous de 29 kW, alors qu'en Europe il se situe d'avantage dans les grosses capacités au-dessus de 72 kW. Concernant le type d'unités, elles sont bien sûr exclusivement en froid seul au Moyen-Orient, alors qu'en Europe les unités réversibles (modèles classiques et à gaz) atteignent les deux tiers des ventes.

› Les groupes de production d'eau glacée (chillers) : une année 2011 maussade pour l'Europe, la Turquie et la Russie confirment leur dynamisme.

Le marché des groupes de production d'eau glacée dans la zone EMOA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) s'élève à plus de 18 millions de kW en 2011 contre 16 millions en 2010. Il se situe principalement au Moyen-Orient (16 %), en France (13 %), en Italie (12 %) et en Allemagne (9 %). **› Figure 3** Pour les petites capacités (< 50 kW), les ventes sont traditionnellement concentrées dans le sud de l'Europe (France, Italie, Espagne) mais également dans les pays scandinaves et baltiques qui représentent un quart du marché européen. **› Figure 4** En Europe, dans les unités de moyenne puissance entre 50 kW et 700 kW, c'est toujours le trio de tête France/Italie/Allemagne qui domine, avec près de la moitié du marché, suivi d'un peu plus loin par le Benelux, l'Espagne, le Royaume-Uni et la Russie qui tournent chacun entre 6 % et 9 %. En revanche, dans les unités de grosse puissance (supérieure à 700 kW), on trouve la Turquie et la Russie dans le peloton de tête (respectivement 15 % et 13 % du marché), suivies encore par le trio France/Allemagne/Italie avec des parts de marché allant respectivement de 13 % à 10 %. Par rapport à 2010, sur les unités supérieures à 50 kW, on constate une stagnation globale du marché. Elle touche doucement la France, l'Allemagne, les pays nordiques, le Maghreb et l'Europe de l'Est, et plus négativement le Royaume-Uni et l'Italie. Dans les pays les moins touchés, on retrouve le Moyen-Orient, le Benelux et la Pologne, avec des taux de croissance entre 10 et 20 %, et comme d'habitude c'est la Russie et la Turquie qui tirent leur épingle du jeu avec des taux de croissance dépassant allègrement les 20 %. *A contrario*, de fortes baisses sont à nouveau constatées dans la péninsule ibérique (autour de - 25 %) et en Grèce où le marché s'est réduit d'un tiers. À noter aussi l'Égypte où l'impact des révolutions de 2011 a fortement contracté le marché, le divisant presque par trois alors qu'il avait augmenté d'un quart entre 2008 et 2010. Les prévisions pour 2012 étaient plutôt mitigées. Elles restaient plutôt positives pour des zones déjà très dynamiques comme la Russie, la Turquie et le Moyen-Orient, mais elles sont nettement plus ternes pour le reste de l'Europe. Par exemple, l'Italie, l'Espagne et la France ont assez mal commencé l'année, avec des chutes allant respectivement de - 10 % à - 30 % qui semblent difficiles à rattraper au deuxième trimestre. L'Allemagne et le Royaume-Uni, qui ont connu des baisses de marché plus modérées au premier trimestre, devraient pouvoir maintenir un volume de ventes presque égal à l'an dernier. ■ 30-65-812

Pour plus d'information, contactez :
statistics@eurovent-marketintelligence.eu
www.eurovent-marketintelligence.eu