

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Septembre 2020

Les tendances produits d'un exercice particulier L'année 2020 a changé à long terme notre mode de vie. Panasonic a les réponses aux nouvelles exigences dans son portefeuille de produits

Rotkreuz, septembre 2020 – Certains changements prennent du temps, d'autres doivent être déclenchés. La pandémie de coronavirus a été l'un de ces déclencheurs. Outre les tristes nouvelles et l'incertitude, elle a cependant également accéléré la numérisation et a permis de voir le domicile sous un autre angle.

Cinéma, cours de sport, salle de concert: le téléviseur

La crise du coronavirus a frappé particulièrement fort les secteurs des activités de loisir. Se rendre au théâtre, au cinéma, à un concert, à un match de football, au restaurant était et reste, en partie, impossible. Au lieu de cela, la plupart d'entre nous devaient principalement rester chez eux. Les taux d'audience de ces derniers mois permettent de conclure que la télévision a été regardée en bien plus souvent. Qu'il s'agisse de télévision linéaire, de streaming, de jeux vidéo ou d'offres de divertissement sur YouTube – toutes ces activités se font avec un téléviseur. La demande de téléviseurs est donc particulièrement élevée cette année. Dans un premier temps, des téléviseurs plus petits ont été achetés pour les chambres des enfants ou les chambres à coucher. Les modèles Panasonic avec TV>IP sont une solution particulièrement simple, car ils ne requièrent pas de câblage particulier et donc pas de rendez-vous avec un installateur. Peu de temps après, la demande de modèles plus grands et de meilleure qualité a également enregistré une hausse significative. «Sur le marché en plein essor des téléviseurs, Panasonic a beaucoup de succès.

Les produits de haute qualité pour la maison étant actuellement à nouveau très demandés, les clients attachent une grande importance à une qualité d'image haut de gamme, critère pour lequel Panasonic est incontournable», explique Philipp Maurer, Country Manager chez Panasonic Suisse.

«La réouverture des commerces spécialisés en télévision a eu une influence majeure sur les habitudes d'achat: lors de l'allègement du confinement, les ventes de modèles premium caractérisés par un conseil plus intensif se sont sensiblement améliorées.»

Pour mettre fin au cheveu hirsute: la coupe maison

Le travail et l'enseignement à domicile ont montré clairement à quel point ces changements affectent chacun d'entre nous. Moins perceptible, mais non moins présente: la coupe maison. «Nous sommes l'un des plus importants fabricants de tondeuses à cheveux et à

barbe professionnelles. Que nous connaissions un tel boom des produits de soins personnels pour le client final nous a surpris cette année».

Mais cette tendance s'explique. Comme beaucoup de gens ne pouvaient pas aller chez le coiffeur pendant le confinement, ils ont appris à couper eux-mêmes leurs cheveux et leur barbe. Beaucoup ont désormais pris le pli, et font confiance à la qualité Panasonic, ce qui garantira une demande élevée à long terme. «En particulier dans le domaine des soins de la barbe, les clients sont devenus plus indépendants et veillent désormais eux-mêmes à arborer une apparence soignée». Monsieur Maurer s'attend donc à ce que la demande accrue de tondeuses à cheveux et à barbe haut de gamme se poursuive.

Jus et pain faits maison

Un autre effet surprenant de l'année 2020: la demande nettement plus importante de robots ménagers, et notamment de machines à pain. «Panasonic est un des principaux fournisseurs de machines à pain depuis des années. Pendant le confinement cependant, nous avons constaté une véritable ruée sur notre machine à pain Croustina. Nos clients n'ont donc pas dû se passer de pain frais et croustillant à la maison», explique Monsieur Maurer. Cette observation se comprend facilement: au début de la crise, de nombreux consommateurs cherchaient des moyens de préparer de chez eux différentes sortes de pains et de pâtes à pizza. «Les réactions que nous recevons sont réjouissantes: pensant simplement remplacer leur course chez le boulanger, les clients s'aperçoivent maintenant avec bonheur que le robot ménager leur permet de préparer des choses savoureuses et saines sans grand effort». Les centrifugeuses primées de type Slow-Juicer MJ-L700 sont, elles aussi, très populaires. Dans ce contexte, une consommation maximale des stocks pour éviter de jeter, et une nutrition plus consciente et plus saine sont également un avantage.

Travail à domicile

Un sujet d'actualité: le travail à domicile. Partout où cela était possible, le travail sur site a été évité au bénéfice du télétravail. Cela se reflète également dans les volumes de vente des téléphones fixes. «La demande de téléphones DECT a été meilleure que prévu ces derniers mois», explique Monsieur Maurer. «Néanmoins, cette tendance est tout à fait compréhensible en cette époque de travail à domicile: par rapport aux appels sur téléphone mobile, la qualité de l'appel reste nettement plus fiable et la sensation plus agréable lors d'appels prolongés.»

Le boom de la vidéotéléphonie se fait également ressentir chez Panasonic. Dès le mois d'avril, les premiers détaillants photo ont ainsi rapporté que leurs clients souhaitaient savoir comment utiliser leurs appareils photo LUMIX comme webcam, afin de garantir une qualité d'image particulièrement élevée lors d'appels vidéo ou de conférences virtuelles. «La solution était d'ores et déjà dans les starting-blocks à ce moment-là», déclare Maurer. «Avec le logiciel LUMIX Tether for Streaming en effet, Panasonic a publié un logiciel

permettant aux appareils photo hybrides des séries LUMIX G et S d'être notamment utilisées comme caméra externe.» Avec le LUMIX G110 compact, elle a même développé un appareil photo disposant de fonctionnalités conçues pour les vloggers. Cela nous permettra de toucher un groupe cible encore plus large». Le fait que le coronavirus ne signifie pas l'arrêt du développement des produits se reflète également dans le reste de la gamme d'appareils photo: le 2 septembre 2020, Panasonic a également présenté le nouvel appareil photo de la série S: le LUMIX S5 – modèle très compact pour un appareil haut de gamme de ce type.

Et à image exceptionnelle, son de qualité: les casques équipés de la fonction Noise Cancelling sont très populaires lors de l'installation d'un bureau à domicile provisoire. «Avec des modèles tels que le nouveau RZ-S500W, il est possible de refermer la porte du bureau de sa table de salle à manger. La concentration demande notamment aussi le calme. Les casques True Wireless et leur fonction Noise-Cancelling activée en appuyant simplement sur un bouton répondent à cette demande, et assurent parallèlement une meilleure compréhension lors d'appels vidéo.» Les premières critiques et les premiers essais effectués après l'introduction des nouveaux modèles début juillet confirment leur bon fonctionnement: tant le RZ-S500W que son homologue haut de gamme de la marque premium Technics, le EAH-AZ70W, font l'objet de commentaires exceptionnels.

Aller de l'avant

«Plusieurs mois après le confinement, nous pouvons être fiers de ce que nous avons accompli jusqu'ici dans le cadre de notre activité. Nous y sommes parvenus grâce au soutien actif de nos clients de longue date et à leur approche innovante du confinement. Nous sommes reconnaissants de pouvoir travailler avec de tels partenaires, et croyons fermement qu'ainsi, nous sortirons ensemble de cette crise, encore plus forts. Il ressort de tous les entretiens très positifs tenus lors de notre journée portes ouvertes, organisée cette année dans un cadre très restreint, que nous allons dépasser cette année le cours du plan d'affaires.»

Panasonic

À propos de Panasonic:

Panasonic Corporation est un leader mondial dans le développement de diverses technologies et de solutions innovantes pour une large palette d'applications dans les domaines de l'électronique, l'électroménager, l'automobile et la vente aux entreprises. L'année 2018 a marqué le centenaire de l'entreprise qui s'est développée à l'échelle mondiale et exploite actuellement 528 succursales et 72 sociétés associées dans le monde. Le groupe a enregistré un chiffre d'affaires net consolidé de 61,9 milliards d'euros au cours de l'exercice précédent (clos le mardi 31 mars 2020). Déterminée à produire de la valeur en innovant dans tous les secteurs de son industrie, la société utilise son savoir-faire afin de créer une vie et un monde meilleurs pour ses clients. Des informations complémentaires sur l'entreprise et sur la marque Panasonic sont disponibles sur www.panasonic.com/global/home.html et www.experience.panasonic.ch/.

Informations complémentaires:

Panasonic Suisse
Une division de Panasonic Marketing Europe GmbH
Grundstrasse 12
6343 Rotkreuz

Contact presse:

Stephanie Meile
Tél.: 041 203 20 20
E-mail: panasonic.ch@eu.panasonic.com