

Produits de correction : les consommateurs privilégient le prix... et la praticité

Stable, voire légèrement en recul, le marché des produits de correction n'est cependant pas exempt de nouveautés. Les fabricants continuent à investir pour animer un marché où les rubans et les stylos de correction constituent désormais les segments les plus dynamiques. Mais le flacon n'a pas dit son dernier mot...

Estimé à un peu moins de 38 millions d'euros, le marché des produits de correction est entré dans une phase de stabilité, du moins en volume. Car, depuis quelques années, il ne cesse de se dévaloriser, en particulier dans le réseau des grandes surfaces où les résultats de l'année 2006 arrêtés à la fin du mois d'août accusent un recul de 2,4 points en valeur – chiffres Nielsen.

Pour expliquer cette baisse, les fournisseurs invoquent une concurrence désormais plus vive, notamment sur le segment des rubans de correction, le plus dynamique et donc le plus attractif. Les chiffres traduisent cette situation. Entre mai 2005 et juin 2006, si, tous réseaux confondus, les ventes de rubans de correction ont augmenté en volume de 7,2 %, dans le même temps la progression en valeur n'a été que de 1,5 % - chiffres GfK.

Autres facteurs jouant à la baisse, l'émergence des produits premiers prix et des promotions plus nombreuses, en particulier au moment de la rentrée des classes. Les lots offrant des produits gratuits pèsent



Le ZT 54 de Pentel, un dérouleur de 25 mètres qui cible le bureau.

sur les prix et tirent la valeur unitaire des produits vers le bas. Et conséquence de cette concurrence accrue, aujourd'hui le marché tend à se bipolariser entre les quelques grandes marques dont la notoriété est incontournable et les premiers prix ou les produits à marques de distributeurs, ceux-ci étant surtout présents dans la distribution aux entreprises.

Le flacon, le stylo et le ruban

Le marché de la correction est partagé en trois segments. En ordre d'apparition sur le marché, ce sont le flacon, le stylo et le ruban. Les deux premiers sont des produits de correction liquide, le ruban représentant la correction sèche. Ces trois marchés n'ont ni le même profil d'évolution, ni le même poids selon les circuits de commercialisation.

Si le flacon demeure la façon la plus économique pour corriger, ce segment historique est aussi aujourd'hui le plus sinistré.

Année après année, ses ventes s'érodent. Elles ont ainsi reculé de plus de 5 points, en volume et en valeur, au cours de la dernière année. Le flacon avait pourtant connu une nouvelle jeunesse lors du rachat



Les modèles bi-axiaux permettent une application latérale. Ci-contre, le roller latéral 3 de Radex.

de la marque Tipp-Ex par Bic en 1997. La bouteille est alors équipée d'un embout en mousse qui remplace le pinceau. Cette innovation permet à la fois de faciliter l'application du liquide de correction et d'accélérer son séchage. Elle supprime aussi les problèmes de séchage intempestif du pinceau. Lors de son lancement, cet applicateur a permis d'enrayer la chute du segment et de redonner un certain élan aux ventes. Et aujourd'hui l'embout en mousse a complètement supplanté le pinceau.



Le 2 en 1 de Papermate : un flacon de correction double usage équipé d'un applicateur en mousse pour les corrections larges et d'une bille pour les corrections précises.

Dix années plus tard, l'expérience va-t-elle se renouveler avec le Combo 2in1 de Papermate? Ce flacon de correction est équipé de deux embouts, un applicateur en mousse pour les corrections larges et une bille pour les corrections précises.

Six mois après son lancement, il occupait déjà 12 % de parts de marché sur le segment des flacons. «Nous montrons avec ce produit qu'il est encore possible d'innover dans le domaine de la correction et notamment sur le segment des flacons où les innovations ont été rares ces dernières années. Sur un segment dominé par le prix, ce produit à double usage nous permet de redynamiser la catégorie en recrutant de nouveaux consommateurs et d'apporter aussi de la valeur ajoutée», estime Benjamin Durand Gasselien, chef de marché GMS pour Papermate.

Le ruban gagne des parts de marché

Mais aujourd'hui les segments les plus porteurs sur le marché de la correction sont clairement les stylos et les rubans, soit les produits les plus récents. Dans la correction liquide, le stylo gagne régulièrement des parts de marché aux dépens du flacon. Dans les linéaires des grandes surfaces, les consommateurs achètent davantage et en plus grandes quantités des stylos

RADEX

Deux nouveaux rollers de correction

Le modèle actuel du Mini Rollon en 5 mm x 6 m est remplacé par un véritable mini de 5 mm x 5 m qui permet également des très petites corrections précises et se place facilement dans la poche ou le cartable. Idéal pour le Sudoku.

Un nouveau modèle, le Roller Latéral, 5 mm x 8 m, enrichit la gamme des rollers Radex par ce produit professionnel et économique.



RADEX

31/33, avenue des Champs Elysées - 75008 Paris
Tél. : 01.49.53.05.67 - Fax : 01.49.53.04.92
E-mail : radex@wanadoo.fr

de correction. Et même si les ventes de rubans y augmentent régulièrement, les stylos de correction continuent à représenter 50 % des ventes totales, en volume comme en valeur. A

Les versions mini, à la fois ludiques et fonctionnelles, un des succès de la dernière rentrée. Ici le Shake 'n Squeeze de Tipp-Ex/Bic



côté de l'effaceur, les stylos sont devenus l'outil de prédilection des scolaires, la pointe du stylo s'avérant plus pratique pour corriger l'écriture manuscrite.

La praticité de ces produits a été renforcée avec l'apparition des stylos correcteurs rétractables. Après l'introduction du Click Correct d'Uni-

Correcteurs liquides : vers plus d'écologie

Pour se conformer à la législation, la formulation des liquides de correction a évolué. Elle associe du dioxyde de titane, soit le blanc qui est un pigment totalement inerte, mélangé à des plastifiants pour constituer la masse sèche, et un solvant, actuellement des dérivés pétroliers, tel le MCH, qui ont remplacé le trichloroéthane prohibé par une directive européenne depuis le 31 décembre 1995. La qualité d'un correcteur liquide dépend des proportions de masse sèche blan-

che et de solvant qui doivent au minimum être équivalentes. Plus la proportion de pigments est élevée, meilleur sera le pouvoir couvrant. En revanche, trop de solvant rallonge le temps de séchage. Mais s'ils sont plus écologiques que les dérivés chlorés, les solvants actuellement utilisés n'en comportent pas moins quelques dangers comme l'indiquent les logos imprimés en relief sur les conditionnements, comme le prévoit la législation.

Ball qui a initié le segment, Pentel annonce à son tour la sortie d'un stylo de correction liquide rétractable en janvier 2007.

La forme du stylo, du même calibre qu'un instrument d'écriture, joue également, en faveur de ce produit de correction qui se loge plus facilement dans la trousse. C'est d'autant plus vrai pour les versions mini, à la fois ludiques et fonctionnelles, comme le mini Shake'n Squeeze de Tipp-Ex, un des succès de la dernière rentrée.

Mais au bureau, la physiologie de la consommation est différente. Le ruban y a supplanté le stylo de correction ainsi que la correction liquide dans son ensemble. Dans le circuit professionnel, la correction sèche totalise près de 80 % de la consommation, stylos et flacons se partageant le reste. Et aujourd'hui elle part à l'assaut du marché scolaire avec des versions mini fantaisie et colorées qui ont tout pour séduire les enfants.



L'émergence des mini date de 2003, année du lancement du mini stylo correcteur de Papermate NP10. Depuis la gamme s'est enrichie, à l'instar de l'écriture où l'on assiste au même phénomène et avec le même succès. Un marché prometteur s'offre donc au ruban qui peut encore gagner des consommateurs tant parmi les scolaires qu'au bureau où tous les utilisateurs ne sont pas encore familiarisés avec la correction sèche. «C'est le produit le plus utilisé dans les bureaux.

Feed jaune de Pilot, un stylo trois couleurs équipé d'une bande correction intégrée.

Néanmoins, dans les salons où nous pouvons rencontrer des utilisateurs, nous constatons que tous ne connaissent pas encore la correction sèche et que lorsqu'ils disposent le produit, ils ne savent pas toujours bien l'utiliser. Il reste donc un potentiel important pour développer la consommation», estime Laurence Marcadet, responsable marketing de Pentel.

Les consommateurs privilégient la praticité

Pourtant les débuts du ruban ont été timides. La qualité n'était pas toujours au rendez-vous, ce qui a valu quelques difficultés à ses premiers

mètres qui cible le bureau. D'autre part, entre les dérouleurs mono-axiaux et bi-axiaux. Les premiers, les plus simples technologiquement, appliquent la bande horizontalement. Les modèles bi-axiaux permettent une application latérale, ce qui nécessite un mécanisme supplémentaire pour faire pivoter la bande à l'intérieur du dérouleur.

Au-delà de sa nouveauté, les raisons du succès de la correction sèche tiennent en un seul mot : praticité. Elle convient à tous les supports et la bande est particulièrement bien adaptée pour corriger les textes imprimés. Ces avantages ont incité maints utilisateurs à basculer vers les rubans de correction aux dépens des



Le Click Correct d'Uni-Ball a été le premier stylo correcteur rétractable.

utilisateurs. Depuis la technologie est mieux maîtrisée. Les mécanismes ont été perfectionnés pour résoudre les problèmes de qualité rencontrés avec les premiers modèles. Le système de déroulement des bandes a été amélioré afin que le ruban ne sorte plus du rail et que les bobines émettrice et réceptrice l'enroulent à la même vitesse. La qualité dépend également de l'enduction des bandes et de la nature du support, film plastique ou support papier pour les entrées de gamme.

Aujourd'hui compte tenu du caractère porteur de ce marché, c'est sur le segment des rubans de correction que les fabricants déclinent le plus largement leurs gammes. Au-delà des différentes formes de dérouleurs, l'offre se segmente selon, d'une part, la longueur des bandes, la moyenne se situant entre 8 et 12 mètres, à l'exception des modèles mini moins

flacons de correcteur liquide autrefois largement utilisés dans les bureaux. «Une fois qu'on l'a testé, le produit est adopté car il est tellement plus pratique. La dépose est propre et nette et il n'est plus nécessaire d'attendre que cela sèche. On peut réécrire instantanément !», témoigne un utilisateur. Il en est de la correction comme de beaucoup d'autres fournitures de papeterie, les consommateurs recherchent davantage de confort d'utilisation.

«La tendance lourde sur le marché de la correction est d'aller vers plus de confort d'utilisation. Tous nos efforts d'innovation vont dans le sens de faciliter l'usage de ces produits au plus grand nombre. Les consommateurs plébiscitent le ruban car le service apporté par ce produit est nettement supérieur en termes de praticité et de propreté», confirme Benoît Marotte, directeur général de Bic France, qui en 2006 a sorti deux nouveautés sur ce segment, le Speedy et le Deleteo.

Evolution de la consommation des produits de correction dans la grande distribution (en volume)

	Juin 03/mai 04	Juin 04/mai 05	Juin 05/mai 06
Rubans	10,6 %	12,3 %	12,2 %
Stylos	18,2 %	19,3 %	19,1 %
Flacons	5,1 %	4,4 %	4,0 %
Effaceurs	66,0 %	64,0 %	64,7 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : panel GfK

Les rubans progressent plus en volume qu'en valeur.

Evolution de la consommation des produits de correction dans la grande distribution (en valeur)

	Juin 03/Mai 04	Juin 04/Mai 05	Juin 05/Mai 06
Rubans	21,4 %	22,1 %	21,8 %
Stylos	30,7 %	29,6 %	30,1 %
Flacons	8,3 %	7,4 %	7,0 %
Effaceurs	39,6 %	40,8 %	41,0 %
Total	100 %	100 %	100 %

Source : panel GfK

Les ventes de flacons reculent régulièrement tant en volume qu'en valeur.

La consommation en valeur dans les différents circuits de commercialisation (en millions d'euros)

	GMS	Circuits spécialisés	Total	Evolution
Flacons	2,5	1,3	3,8	- 5,8 %
Rubans	7,6	41,1	21,7	+ 1,5 %
Stylos	10,5	1,8	12,3	- 0,1 %
Total	20,6	17,2	37,8	+ 0,2 %

Source : panel GfK, valeur CAM de juin 05 à mai 06

Le ruban domine la consommation professionnelle tandis que le stylo occupe la première place dans le GMS.