

Anciennes stars de Noël, les drones redescendent sur terre

Après avoir connu une euphorie il y a quelques années, le marché des drones pâtit du désintérêt du grand public. Ne restent que les professionnels ou les amateurs passionnés pour sauver les entreprises spécialisées d'une crise générale.

Temps de lecture : minute

17 décembre 2018

Cadeau de Noël en vogue ces dernières années, le drone n'est plus à la mode : le marché français ne résiste que pour les appareils haut de gamme prisés des photographes exigeants, amateurs éclairés ou professionnels. *"On constate -3% en valeur à la fin novembre"* pour l'ensemble du marché des drones, *"ce n'est pas une catastrophe"*, tempère Olivier Garcia, directeur des produits techniques et culturels de Fnac Darty qui est l'un des gros distributeurs en France. Mais il y a un contraste marqué entre le marché des petits drones à moins de 150 euros, *"qui est en souffrance et baisse de 25%"*, et le *"segment porteur"* de 650 à 1200 euros qui continue d'enregistrer une forte croissance, affirme-t-il.

Même constat chez Studiosport, spécialiste de la vidéo embarquée, qui gère une plateforme internet et deux magasins à Paris. Le marché du petit drone de moins de 100 euros *"est redescendu aussi vite qu'il était monté"*, explique Guillaume Feron, responsable e-commerce de l'entreprise. *"Il y a eu beaucoup de ventes à un moment, puis les gens se sont rendus compte que ces appareils n'étaient pas forcément très performants, et ils ont fini au placard"*, souligne-t-il.

"Amateurs avertis"

"En revanche, les marques qui s'adressent à des amateurs avertis" et qui permettent de prendre des images de très bonne qualité avec des nacelles stabilisées "sont toujours en croissance", affirme-t-il. Sur ces créneaux où les prix dépassent parfois les 1000 euros, "nous vendons plusieurs centaines de boîtes par mois", indique-t-il. Olivier Garcia compare l'évolution du marché à celui des appareils photo numériques - à une échelle bien inférieure bien sûr. "Il y a une part de marché résiliente", celle des "passionnés d'image", amateurs éclairés, professionnels ou semi-professionnels qui résiste, alors que Monsieur tout-le-monde utilise désormais son smartphone pour prendre des photos, estime-t-il.

Le comparateur de prix LeDénicheur, qui dépend du Bon Coin et donne une indication sur les tendances chez les internautes, constate lui aussi la désaffection du grand public. *"Après un léger regain de popularité au 2e et 3e trimestres de cette année, les recherches sur les drones ont reculé fortement au 4e trimestre, malgré la période du Black Friday/Cyber Monday et des cadeaux de Noël", explique Romain Gavache, du Dénicheur.*

À Paris, les magasins qui vendent des drones sont devenus rares. Près de la place de la République, Azur Modélisme finit de liquider son stock et est en train de se transformer en Azur Mobility, spécialisé dans le vélo électrique. Le grand public s'est rendu compte que le drone n'avait pas vraiment d'intérêt en dehors de la prise d'images, constate Pascal Scarcetto, le gérant du magasin.

Désaffection pour le radiocommandé

"Il n'y a pas de challenge à piloter un drone, on se rend compte très vite que c'est à la portée de tout le monde" grâce aux fonctions d'auto-pilotage qui stabilisent automatiquement l'appareil, selon lui. La mode

des drones *racer*, destinés aux compétitions de vitesse et de virtuosité, a connu une *"euphorie il y a quatre ou cinq ans"* mais *"maintenant il n'y a plus que quelques passionnés de pilotage qui font cela"*.

Pascal Scarcetto et Sacha Crespy, gérant de PCMshop, l'un des derniers magasins de modélisme radiocommandé de Paris, constatent de toute façon une désaffection générale pour les appareils radiocommandés qui font beaucoup moins rêver, qu'il s'agisse de voitures, de bateaux, d'avions ou d'hélicoptères. *"On continue de vendre pour les moins de 10 ans"*, explique Sacha Crespy. *"Mais on a perdu les plus de 10 ans, qui sont maintenant sur les jeux vidéos ou les smartphones"*.

Le marché du drone de loisir est très largement dominé par le groupe chinois DJI. Le Français Parrot, qui a contribué à inventer le marché, tente de résister et a lancé en juin un nouveau drone, l'Anafi, sur lequel il place beaucoup d'espoirs. Mais les ventes n'ont pas décollé immédiatement et le groupe de 658 salariés a annoncé au début du mois de décembre qu'il allait supprimer une centaine d'emplois, principalement à l'international.