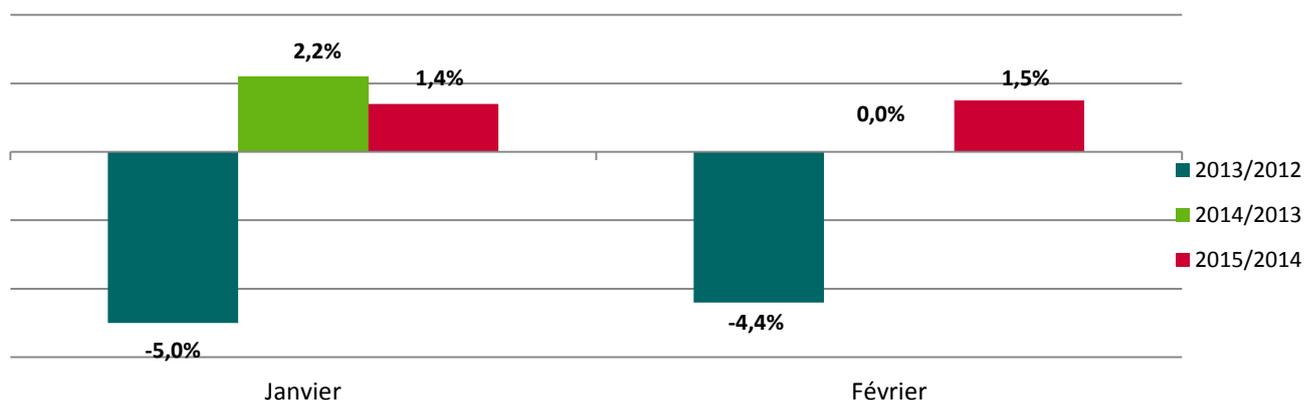


Le mois de février en bref...

| | |
|---|---------|
| Evolution du marché février 2015/février 2014 | +1,5 % |
| Evolution du cumul à fin février 2015/2014 | +1,4 % |
| Incidence du résultat de février sur le cumul | +0,0 pt |

La croissance se maintient en février

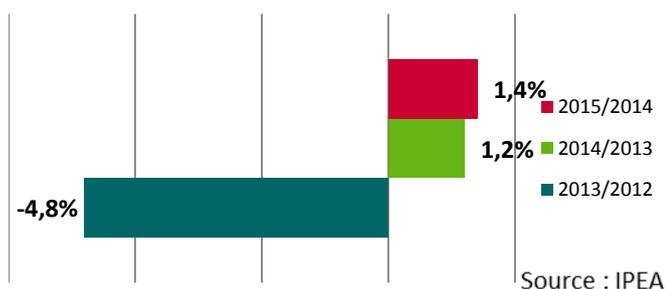
Evolution IMC valeur m / m – 12



Source : IPEA

Après un mois de janvier à +1,4%, le marché parvient à maintenir sa croissance en février. Les ventes progressent également de 1,5% en valeur. Comme pour janvier, ce résultat est à analyser avec précaution. Si le mois de janvier avait bénéficié d'un samedi et d'un jour de soldes supplémentaires, pour le mois de février c'est une semaine supplémentaire de soldes qui s'est ajoutée. En effet, la fin des soldes flottants en 2015 se traduit par un retour des soldes de cinq à six semaines. Difficile donc pour le moment de communiquer sur la bonne santé du marché du meuble en se basant uniquement sur ces deux premiers mois. En effet, à jours de soldes constants, le bilan aurait-il toujours été positif ?

Evolution IMC valeur en cumul 2 mois



Source : IPEA

Après deux performances positives, l'évolution du marché en cumul se monte à +1,4% à fin février. En 2014, seules les périodes de soldes avaient été génératrices de croissance. Les trois mois à venir permettront donc de dégager une tendance pour l'année 2015 alors que sur l'exercice précédent, les périodes post-soldes, aussi bien au printemps qu'en période de rentrée scolaire, avaient été marquées par de forts reculs de consommation.

Si l'impact des jours de soldes supplémentaires demeure difficile à évaluer sur le marché du meuble, certaines enquêtes mettent déjà en évidence une activité globalement en recul durant ces six semaines. Selon une étude réalisée par Toluna pour le compte de LSA, les soldes d'hiver n'ont pas eu l'effet escompté malgré la semaine supplémentaire qui aurait pu permettre un rattrapage des ventes. Manque de fréquentation et baisse du budget moyen ont été constatés durant cette période, forcément impactée par les attaques terroristes de janvier. Quelques chiffres de l'étude pour illustrer cette tendance :

81,3% des Français ont effectué un achat en soldes

Cette proportion reste importante mais elle est toutefois en recul de 2,4 points par rapport à 2014 où 83,7% des Français s'étaient rendus en magasin.

44,3% des acheteurs ont dépensé moins de 100 euros

Les budgets moyens consacrés aux soldes sont encore en baisse et presque la moitié des consommateurs ont déboursé moins de cent euros. Si 36,4% déclarent avoir dépensé entre cent et deux cent cinquante euros, ils ne sont plus que 19,3% à avoir été au-delà de cette somme.

39,3% des Français ont acheté un meuble pendant les 4 premières semaines de soldes

Sans surprise, ce sont chez les leaders du secteur que les achats sont les plus nombreux. Les soldes ne poussent pas les ménages à fréquenter des magasins ou des enseignes un peu plus haut de gamme et les trois leaders du marché représentent plus de la moitié des achats. Les meubles les plus achetés en soldes ont été les chaises et la literie bien que cette dernière ait pourtant bénéficié de promotions régulières tout au long des deux derniers exercices.

Enfin, il est intéressant de noter les bons résultats du e-commerce pendant les soldes. Ainsi, selon un baromètre publié par Content Square, spécialiste de l'optimisation des sites web et mobile, on a pu enregistrer **une hausse de 26% des visites de sites de e-commerce** durant les trois premières semaines de soldes ainsi qu'**une progression de 62% du taux de transformation.**