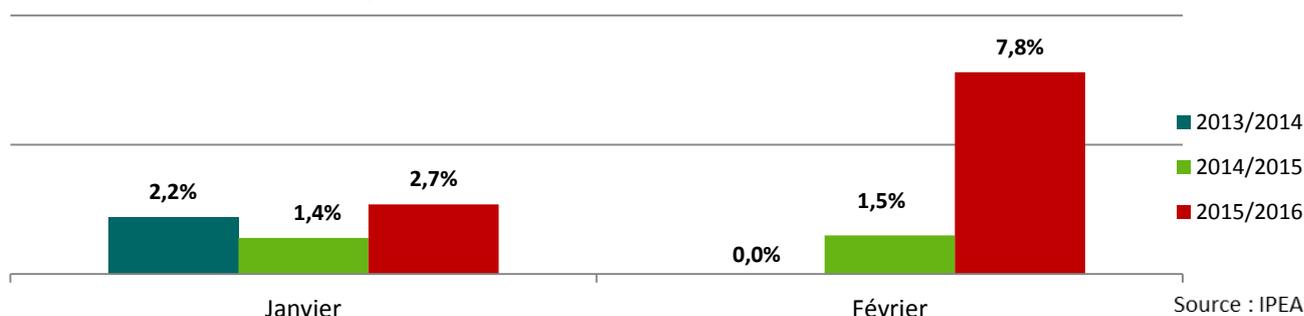


## Le mois de février en bref...

Evolution du marché février 2016/février 2015	<b>+7,8 %</b>
Evolution du cumul à fin février 2016/2015	<b>+4,9 %</b>
Incidence du résultat de février sur le cumul	<b>+2,2 pts</b>

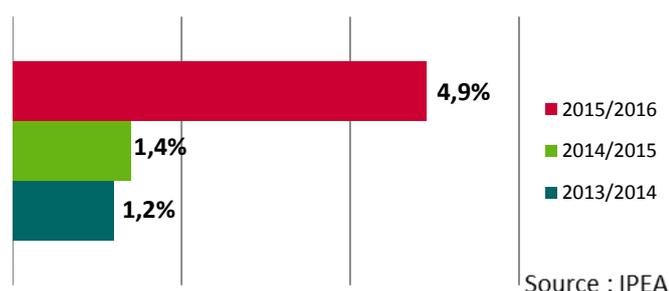
## Très bonne croissance en février

### Evolution IMC valeur m / m – 12



Le mois de février a bénéficié de 16 jours de soldes incluant les dernières démarques qui auront permis aux enseignes de meuble d'enregistrer une croissance supérieure à celle de janvier. Les ventes de meubles ont donc progressé de **7,8%** en février 2016, après avoir augmenté de 2,7% en janvier. Les consommateurs continuent de privilégier les périodes de soldes pour acheter leurs meubles et faire de bonnes affaires. Sommes-nous enfin sortis de la crise ? L'avenir nous le dira. L'effet soldes et promotions aura encore tiré notre marché vers le haut et permis aux enseignes de réaliser de très bonnes performances, notamment dans la grande distribution. Sur les derniers exercices, les périodes post soldes d'hiver s'étaient traduites par de fortes chutes de la fréquentation. Espérons que la reprise amorcée du marché limitera le phénomène cette année.

### Evolution IMC valeur en cumul 2 mois



La valeur cumulée sur les deux premiers mois de l'année 2016, **+4,9%**, confirme la reprise constatée au second semestre 2015. Pour rappel, les deux précédents débuts d'exercices qui étaient tout de même positifs ont affiché des résultats plus timides : +1,4% pour 2015 et +1,2% pour 2014. Le marché du meuble continue ainsi de suivre sa logique de rattrapage même si rien n'est encore gagné dans un contexte économique qui demeure fragile.

Même si les soldes restent une bonne occasion pour les ménages d'acheter leur(s) meuble(s) selon les derniers résultats de l'indicateur IPEA, le prix bas ne constitue pas l'unique critère lorsqu'ils achètent un bien d'équipement de la maison. Une enquête réalisée par Oney, filiale d'Auchan, en collaboration avec CSA en novembre 2015 auprès de 1003 personnes représentatives de la population, met en évidence d'autres éléments illustrant le parcours d'achat des Français.

### Le consommateur a toujours besoin de se projeter

**57%**, c'est la part des Français qui déclarent que les magasins et leurs vitrines sont leurs principales sources d'inspiration lorsqu'il s'agit d'acheter un bien pour équiper ou améliorer leur habitat. Ce chiffre reflète bien l'importance de la scénographie en vitrine et dans le magasin pour déclencher l'acte d'achat chez un consommateur qui peine à se projeter puisque selon cette même étude, 56% des Français seraient intéressés par une solution de réalité augmentée type casque ou lunettes qui leur permettrait de prévisualiser le produit.

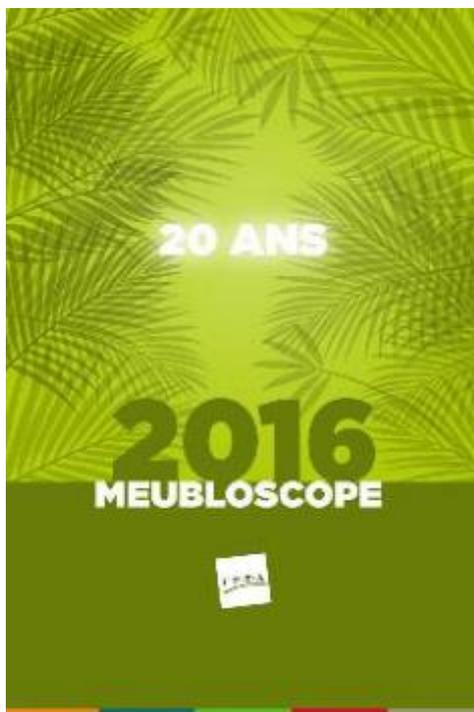
### Les consommateurs de plus en plus séduits par l'achat en ligne

**60%** des Français qui ont acheté en ligne un produit pour leur habitat révèlent le faire sans avoir vu le produit en magasin. De plus, 58% des Français déclarent comparer les offres en ligne. Toutefois, le papier n'est pas encore passé de mode puisqu'ils sont néanmoins 56% à se déclarer attachés aux catalogues papier diffusés par les enseignes proposant des biens pour l'équipement de leur logement, en complément de leurs recherches en ligne.

### De nouvelles manières de consommer

**22%** des Français seraient intéressés, selon cette même étude, par des systèmes de location de mobilier soit auprès de professionnels, soit auprès de particuliers. 37% montrent également un intérêt aux échanges de services, liés au bricolage ou au montage de meubles par exemple. Les ménages sont aussi de plus en plus nombreux à revendre leurs meubles, surtout les ménages les plus jeunes puisque 45% des moins de 34 ans préfèrent revendre leurs meubles plutôt que les donner.

## N'oubliez pas le Meubloscope 2016 !



- Découvrez quels sont les segments et les circuits qui ont progressé en 2015.
  - Quelles sont les perspectives d'évolution du marché en 2016 ?
- Qu'en est-il également de la production et du commerce extérieur français ?
- Toutes les réponses sont disponibles dans l'édition 2016 du Meubloscope

**Avec en plus cette année des résultats exclusifs d'une étude IPEA réalisée en partenariat avec l'ObSoCo sur l'expérience client dans les magasins de meubles**

## Complétez votre collection et commandez votre exemplaire...



## BON DE COMMANDE MEUBLOSCOPE 2016



### TARIFS

<input type="checkbox"/>	1 exemplaire	276,00 € TTC	230,00 € HT
<input type="checkbox"/>	2 exemplaires	524,40 € TTC	437,00 € HT
<input type="checkbox"/>	3 exemplaires	770,04 € TTC	641,70 € HT
<input type="checkbox"/>	4 exemplaires	1 004,64 € TTC	837,20 € HT
<input type="checkbox"/>	5 exemplaires	1 228,20 € TTC	1 023,50 € HT
<input type="checkbox"/>	6 exemplaires	1 440,72 € TTC	1 200,60 € HT
<input type="checkbox"/>	Plus de 6 exemplaires, nous contacter.		

### VOS COORDONNEES

M.  MME  MLLE

NOM \_\_\_\_\_ Prénom \_\_\_\_\_

Fonction \_\_\_\_\_ Société \_\_\_\_\_

Activité de l'entreprise \_\_\_\_\_

N° Siret (obligatoire) \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_ Ville \_\_\_\_\_

Téléphone \_\_\_\_\_

Fax \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

**Signature/Tampon**

**Retournez ce bulletin accompagné de votre règlement à l'ordre de l'IPEA à :**

IPEA – 15 rue de la Cerisaie 75004 PARIS FRANCE  
 Tél. : 01 82 28 35 70 Fax : 01 82 28 35 71  
 E-mail : [info@ipea.fr](mailto:info@ipea.fr) – [www.ipea.fr](http://www.ipea.fr)