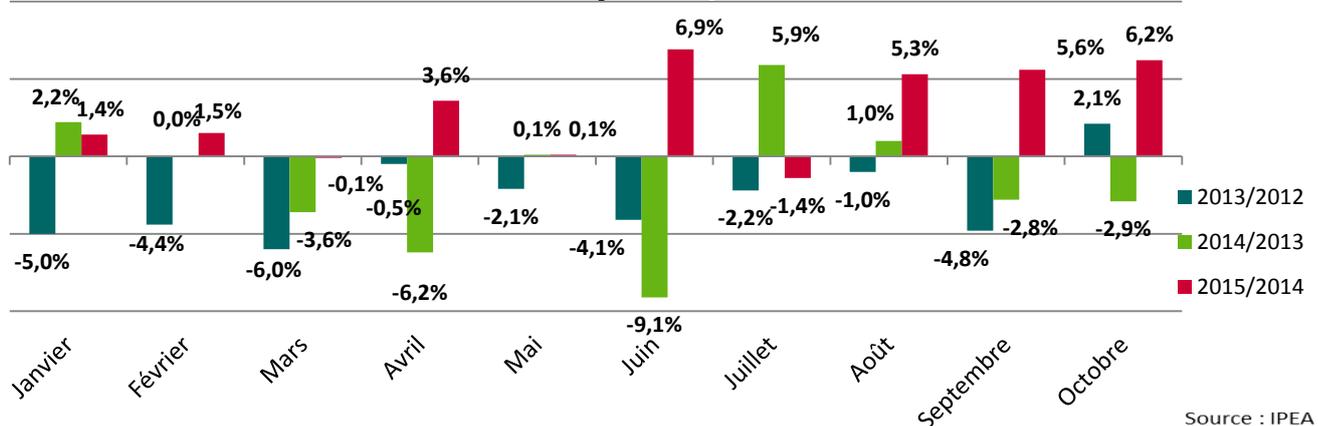


## Le mois d'octobre en bref...

Evolution du marché domestique oct. 2015/oct. 2014	<b>+6,2%</b>
Evolution du cumul à fin octobre 2015/2014	<b>+2,8%</b>
Incidence du résultat d'octobre sur le cumul	<b>+0,4 pt</b>

## Excellent mois d'octobre !

### Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Source : IPEA

Après une progression de 5,6% en septembre, le mois d'octobre enregistre une très belle croissance de 6,2%. Il constitue le troisième mois de hausse consécutif depuis le mois d'août et s'inscrit dans les performances des deux mois précédents. C'est la première fois depuis le trimestre mars-mai 2012 que le marché parvient à aligner trois mois de croissance consécutifs. Pour rappel, en octobre 2014, le marché était en baisse de 2,9%. Cette bonne performance d'octobre 2015 reste donc dans la logique de rattrapage observée depuis la rentrée. Le résultat en cumul s'améliore également et s'établit à +2,8%. Il est cependant peu probable que le mois de novembre maintienne ce niveau de performances. Les événements qui ont secoué le pays n'auront pas été sans conséquences sur la fréquentation et devraient ralentir la dynamique des mois précédents, de manière temporaire espérons-le.

### Evolution valeur du marché domestique en cumul 10 mois



Source : IPEA

Toutefois, pour octobre 2015, tous les circuits de distribution affichaient de bons résultats. Comme pour la grande distribution, les enseignes du milieu-haut de gamme demeurent en croissance. Ces dernières redoublent d'efforts pour attirer les consommateurs en magasin (publicités, offres de services supplémentaires, présence accrue sur les foires etc...) et profitent de la bonne orientation du marché pour ramener leurs résultats à l'équilibre.

Face au tout numérique qui a bouleversé les habitudes de consommation des ménages, l'ObSoCo a publié une étude (réalisée en mai 2015 auprès de 1 000 personnes constituant un échantillon représentatif de la population nationale) sur le responsive retail. Cette étude est adressée aux commerçants de détail qui doivent s'adapter aux nouveaux modes de consommation des Français. Ces derniers se veulent plus autonomes dans leur parcours d'achat et s'informent au maximum sur le produit avant de se déplacer en magasin. Par ailleurs, ils ont su développer selon l'ObSoCo une « véritable intelligence collective ».

Les résultats de cette enquête classent ainsi les six premiers critères les plus importants aux yeux des consommateurs lors d'un achat d'un produit. Les voici classés selon la part des consommateurs qui jugent ces éléments importants dans leurs achats :

**99%**, le prix d'un produit est jugé comme important par la totalité des consommateurs. Critère qui prend encore plus d'importance en période de crise économique.

**86%**, la disponibilité des produits en magasin constitue le deuxième critère important lors de l'achat d'un produit. Les consommateurs ne sont plus prêts à attendre, même lorsqu'ils commandent en ligne. Ainsi, 37% des consommateurs estiment que c'est important de pouvoir être livré en 48 heures et 32% en 24 heures.

**70%**, c'est sans doute l'information primordiale de l'enquête. 7 consommateurs sur 10 trouvent que la promotion personnalisée est importante à leurs yeux. Cette dernière peut donc s'avérer déterminante pour conclure l'acte d'achat avec le client. Dans un commerce de masse, les consommateurs sont à la recherche de services personnalisés. Ils ne souhaitent plus être considérés comme un client parmi d'autres.

**59%**, l'offre de produits personnalisée représente le quatrième critère important pour presque 60% des consommateurs interrogés. Ce résultat associé au précédent montre bel et bien un rejet de la consommation de masse de la part du consommateur.

**55%**, l'affinité avec la marque est un critère important pour plus de la moitié des consommateurs lorsqu'ils décident d'acheter un produit. Les Français ont donc besoin d'être rassurés lorsqu'ils achètent. Ils se fient plus volontiers à la marque qu'ils perçoivent comme un gage de qualité et de sérieux.

**51%** des consommateurs restent sensibles aux services proposés tels que la livraison, la pause du produit ou le service après-vente, par exemple.

**Le 16 décembre 2015, mettez votre réveil !  
L'IPEA vous offre le café...**

# PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2016

**BILAN 2015 ET PRÉVISIONS SUR 5 ANS**



photo : Zorina Larue

- :: un **bilan** complet de l'année 2015
- :: des **prévisions** 2016-2020 par familles de produits et types de distribution
- :: une **analyse** fine des enjeux de la classe moyenne sur notre marché

**16.12.2015 / 9H - 13H**  
**ESPACE DU CENTENAIRE, PARIS**  
Inscription & infos pratiques  
sur [www.ipea.fr](http://www.ipea.fr)

## PROGRAMME

**Le marché en 2015 : bilan par produits et circuits sur 10 mois**  
STÉPHANE LARUE / IPEA

**Meuble & aménagement de la maison : où sont passées les classes moyennes ?**  
FRANCK LEHUÉDÉ / CRÉDOC

**Perspectives du marché du meuble pour 2016-2020**  
CHRISTOPHE GAZEL / IPEA

**Perspectives macroéconomiques France et International**  
JEAN-MICHEL BOUSSEMART / REXECODE



## Programme

### PERSPECTIVES MEUBLE ET MAISON 2016

Journée Annuelle IPEA du 16 Décembre 2015

- 8h30**      **Accueil des participants**
- 9h00**      **Le marché en 2015 : bilan par produits et circuits sur 10 mois**  
IPEA – Stéphane LARUE – Directeur des Etudes
- 9h30*      *Questions/Réponses*
- 9h45**      **Meuble & aménagement de la maison : où sont passées les classes moyennes ?**  
CREDOC - Franck LEHUEDE – Chef de projet senior au sein du pôle consommation
- 10h15*      *Questions/Réponses*
- 10h30*      *Pause*
- 10h45**      **Perspectives du marché du meuble pour 2016 - 2020**  
IPEA – Christophe GAZEL – Directeur Général
- 11h15*      *Questions/Réponses*
- 11h30**      **Perspectives macroéconomiques France et International**  
REXECODE – Jean Michel BOUSSEMART – Economiste
- 12h30*      *Questions/Réponses*
- 13h00**      **Clôture**



### BULLETIN D'INSCRIPTION

## 16 Décembre 2015

## PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2016

### SOCIÉTÉ

Nom ou Raison sociale.....

N° TVA Intra-Communautaire (à compléter obligatoirement).....

Adresse.....

Code Postal ..... Ville..... Tél.....

### PARTICIPANT(S)

Nom,  
Prénom.....

Fonction..... E-mail.....

Nom,  
Prénom.....

Fonction..... E-mail.....

Nom,  
Prénom.....

Fonction..... E-mail.....

**FRAIS D'INSCRIPTION** : 400 euros HT soit 480 euros TTC par personne

**RÈGLEMENT** : Le règlement doit impérativement parvenir avant le séminaire accompagné du bulletin d'inscription intégralement complété.

Par chèque : à l'ordre de l'IPEA

Par virement : HSBC FR PARIS GARE DE LYON Code IBAN : FR 76 3005 6002 6902 6900 0096 608 Code SWIFT : CCFRFRPP

**IMPORTANT** : *Toute inscription annulée entre 15 et 8 jours avant la date de la journée fera l'objet d'une facturation de 50% du montant. Toute inscription annulée moins de 8 jours avant la date de la journée est due intégralement et ne pourra donner lieu à un remboursement.*

**Bulletin d'inscription à retourner avec le règlement à l'adresse suivante :**

**IPEA** - INSTITUT DE PROSPECTIVE ET D'ÉTUDES DE L'AMEUBLEMENT – 15, rue de la Cerisaie 75004 Paris, France

Tél : 33 (0)1 82 28 35 76 Fax : 33 (0)1 82 28 35 71

Fait à..... Le..... Cachet et signature.....



ACCÈS ET INFORMATIONS PRATIQUES

**16 Décembre 2015**

## PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2016

9 h – 13 h

*Accueil Café avec Viennoiseries à partir de 8h30 heures*

**L'ESPACE DU CENTENAIRE**  
189, Rue de Bercy - 75012 Paris  
01 58 78 36 13



**Métro**

**M1, M14** Gare de Lyon – **M5** Quai de la Râpée – **M10** Gare d'Austerlitz

**RER**

**RER A** et **D** Gare de Lyon – **RER C** Gare d'Austerlitz

**Bus**

20, 24, 63, 65, 87

**Parking**

**Paris Lyon** ou **Meteor Lyon** 193 rue de Bercy et 58 Quai de la Râpée 75012 Paris