

Le mois de juin en bref...

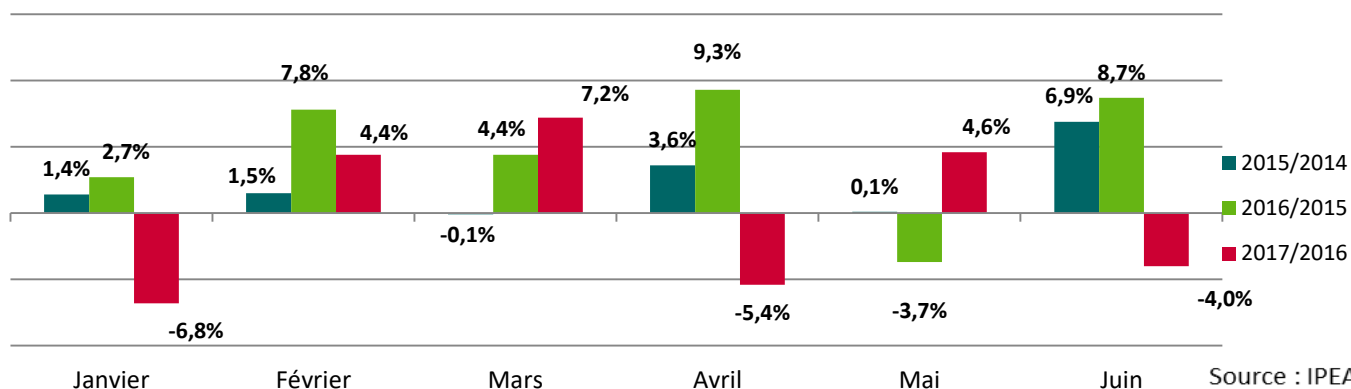
Evolution du marché domestique juin 2017/juin 2016 **-4,0%**

Evolution du cumul à fin juin 2017/2016 **-0,4%**

Incidence du résultat de juin sur le cumul **-0,6pt**

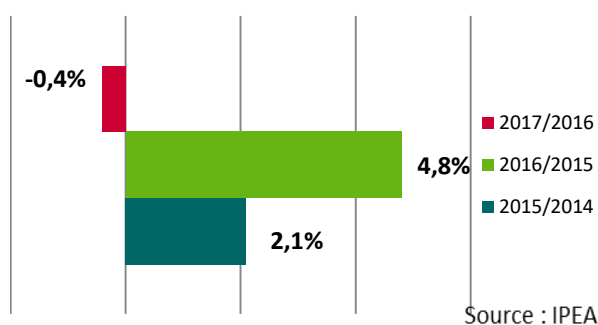
Nouveau recul du marché en juin

Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Sans surprise, les ventes de meubles reculent assez fortement sur le mois de juin. Entre les premières grosses chaleurs estivales et une campagne de soldes plus tardive, l'activité n'aura pas réussi à se maintenir. Le marché doit donc composer avec des ventes en valeur en repli de 4,0%. Encore une fois, les meilleurs résultats pour ce mois de juin sont à aller chercher du côté des spécialistes cuisine qui résistent aux aléas du marché. En ce qui concerne les autres circuits, les résultats sont en recul, même du côté de la grande distribution ameublement à la peine sur ce premier semestre 2017. Sur le mois écoulé, les enseignes de l'ameublement milieu-haut de gamme pour leur part résistent mieux que d'ordinaire et semblent moins affectées par le décalage des soldes, sans doute grâce à de nombreuses campagnes de ventes privées pré-soldes.

Evolution IMC valeur cumul 6 mois



Le premier semestre se termine donc sur un léger recul d'activité de l'ordre de 0,4%, soit toutefois le plus mauvais résultat enregistré par le marché au premier semestre depuis trois ans.

En 2016, le deuxième semestre s'était soldé par une quasi-stagnation des ventes, ce qui offre de meilleures perspectives de croissance pour les mois à venir que les +4,8% du premier semestre 2016 avec lesquels les acteurs du secteur ont dû composer au cours de ce début d'année. Le mauvais référentiel du bimestre juillet-août 2016 notamment (respectivement -0,3% et -8,3% en 2016) devrait permettre au marché de renouer avec la croissance cet été.

Pour un marché comme celui du meuble où les remises et les promotions sont de plus en plus nombreuses et animent le marché à longueur d'année, les derniers chiffres publiés par le Crédoc sur la sensibilité des consommateurs vis-à-vis des prix et des promotions ne sont pas dénués d'intérêt.

67%, c'est la part des consommateurs qui déclaraient en 2016 recourir aux offres promotionnelles souvent ou de temps en temps pour leurs achats de consommation courante. Ils étaient 74% en 2005 et encore 71% en 2013 avant le début de la reprise. Selon le Crédoc, cette baisse du nombre de ménages attirés par les remises s'explique en grande partie par une perte de visibilité en ce qui concerne les offres intéressantes, noyées dans un flot constant de promotions. Cette prolifération de la promotion entraîne également des doutes des consommateurs quant aux produits qu'ils achètent, le prix affiché ne permettant plus de juger de leur qualité. Avec des prix qui varient constamment, il devient en effet de plus en plus difficile d'estimer la valeur réelle du produit acheté.

72%, soit la part des consommateurs qui déclaraient en 2016 qu'un prix compétitif pouvait les inciter à acheter un bien de consommation. Ils étaient 84% en 2012. Suite à la hausse de leur pouvoir d'achat, les consommateurs apparaissent moins sensibles au prix. En 2013, lorsqu'il était demandé aux consommateurs s'ils souhaitaient avoir plus de temps libre ou plus d'argent, 24% d'entre eux optaient pour plus de temps libre et 70% pour plus d'argent. En 2016, 34% souhaitaient plus de temps libre et ils ne sont plus que 59% à souhaiter plus d'argent.

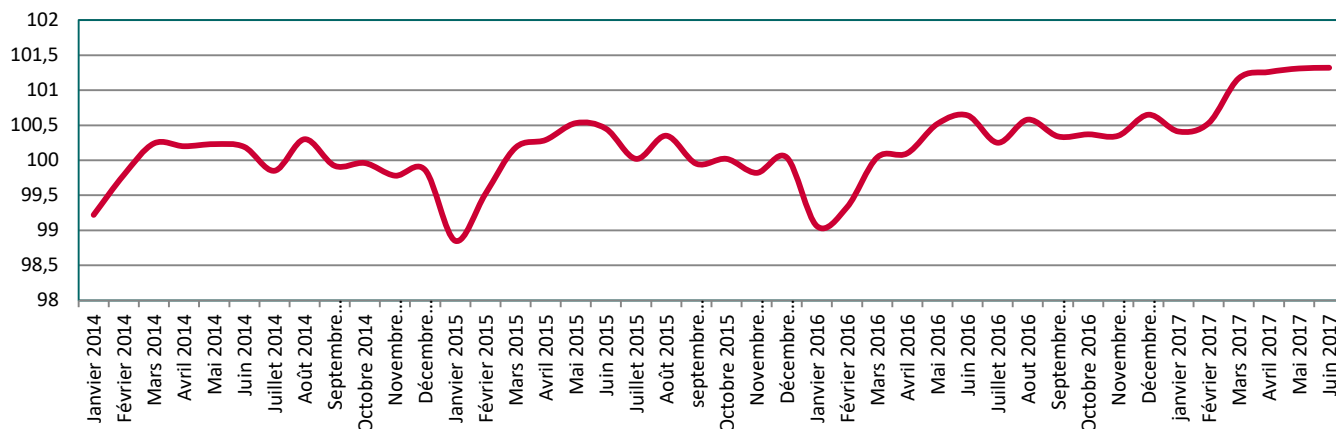
Les consommateurs sont donc moins à la recherche de prix bas et de moyens de faire des économies. Ce sont les consommateurs des classes moyennes qui déclarent encore avoir le plus recours aux offres promotionnelles.

76% des consommateurs jugent l'usage d'un produit plus important que sa propriété, ce qui pourrait également expliquer l'intérêt moindre des consommateurs pour les promotions ces derniers mois. Selon le Crédoc, cette notion d'usage plutôt que de propriété augmente extrêmement rapidement puisque seulement 35% des consommateurs mettaient en avant cette valeur d'usage en 2009. La crise est toutefois passée par là et a favorisé l'achat de produits d'occasions mais aussi la location par exemple et les pratiques collaboratives comme l'échange, l'usage partagé pour les véhicules ou d'autres équipements à l'achat impliquant ou à usage occasionnel etc...

Une conjoncture plutôt favorable

A fin juin, le moral des ménages était au plus haut depuis dix ans et le marché de l'immobilier se montrait très dynamique. Les ménages étaient dans une logique de consommation qui pourtant n'a pas vraiment profité au meuble ces derniers mois.

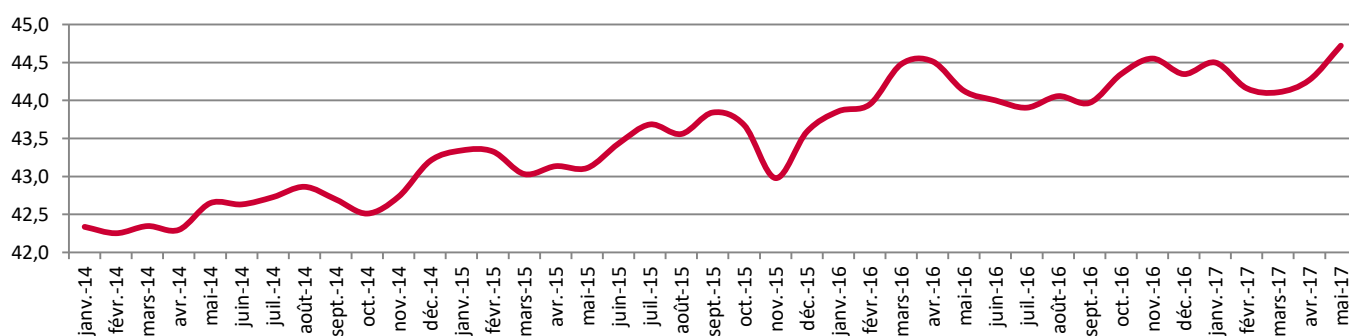
Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : Insee

Les prix à la consommation restent relativement stables au cours du premier semestre 2017, la variation étant même nulle sur les mois de mai et juin. Toutefois, sur un an, les prix progressent de 0,7%. Au final, l'inflation devrait être modérée sur l'ensemble de l'année 2017, de l'ordre de +1,1% selon les analystes, ce qui constitue une bonne nouvelle pour le pouvoir d'achat des ménages. Durant les prochains mois, le prix du pétrole devrait se stabiliser, les prix des services devraient pour leur part remonter car ils ont atteint des niveaux très bas mais cette hausse devrait être compensée par la baisse tendancielle des prix des produits manufacturés.

Consommation des ménages en biens*

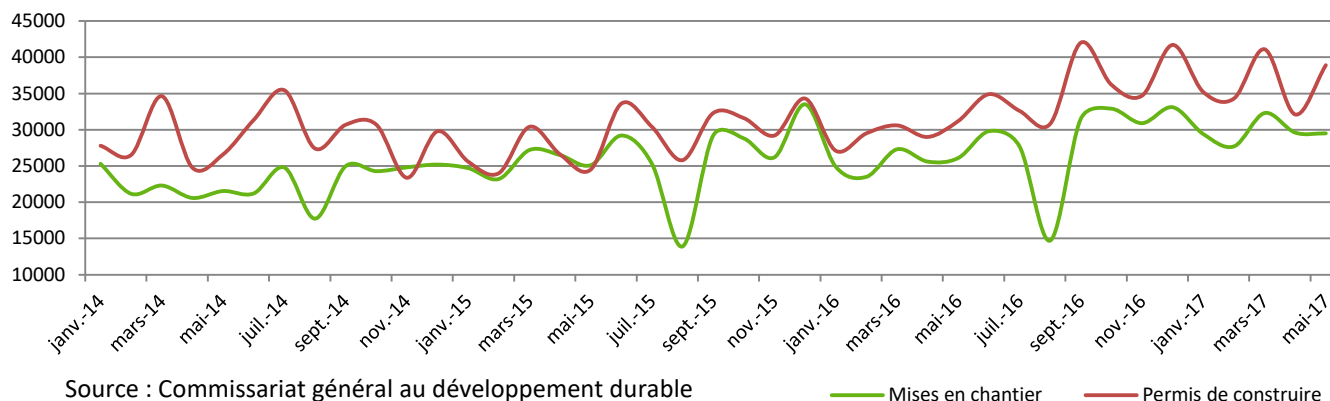


Source : Insee

* Milliards d'euros aux prix de l'année précédente chaînés, corrigés des variations saisonnières et des effets des jours ouvrables

Après une inflexion sur le début d'année, sans doute liée à la tenue de l'élection présidentielle, la consommation en biens des ménages repart fortement en mai pour atteindre son point le plus haut depuis le premier trimestre 2016. Ces dépenses sont notamment soutenues par la reprise des achats de biens durables notamment en ce qui concerne l'automobile. Sur longue période, les dépenses des ménages sont clairement à la hausse mettant ainsi en évidence une volonté de consommer plutôt que d'épargner qui se poursuit.

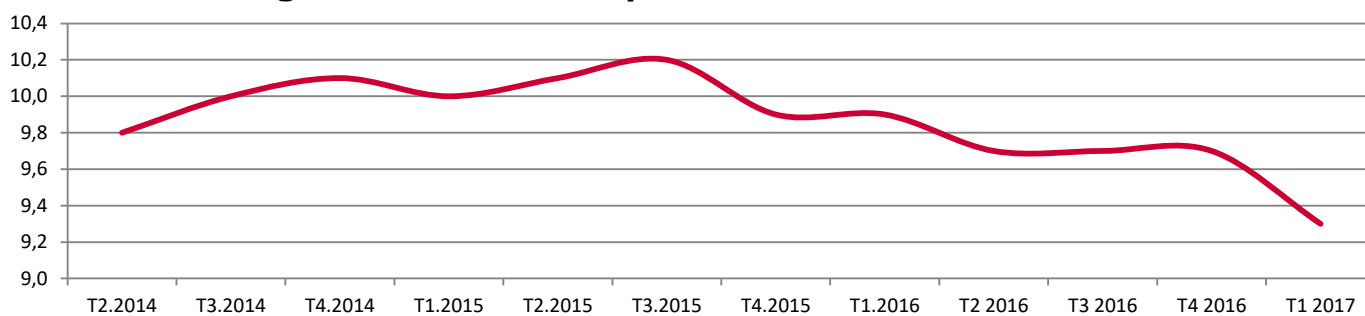
Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire



Les mises en chantier et les permis de construire sont encore en hausse sur les premiers mois de l'année 2017. Ainsi, à fin mai, les mises en chantier sont en hausse de 15,3% sur le trimestre de mars à mai 2017 et les permis de construire de 18,4% sur la période. Sur douze mois glissants, la progression des mises en chantier est de l'ordre de 14,8% et celle des permis de construire de 14,1%. Si l'on compare les cinq premiers mois de l'année 2017 avec les cinq premiers mois de l'année 2014, ce sont en moyenne par mois 7500 logements supplémentaires qui sont mis en chantier et près de 8300 permis de construire supplémentaires qui sont délivrés.

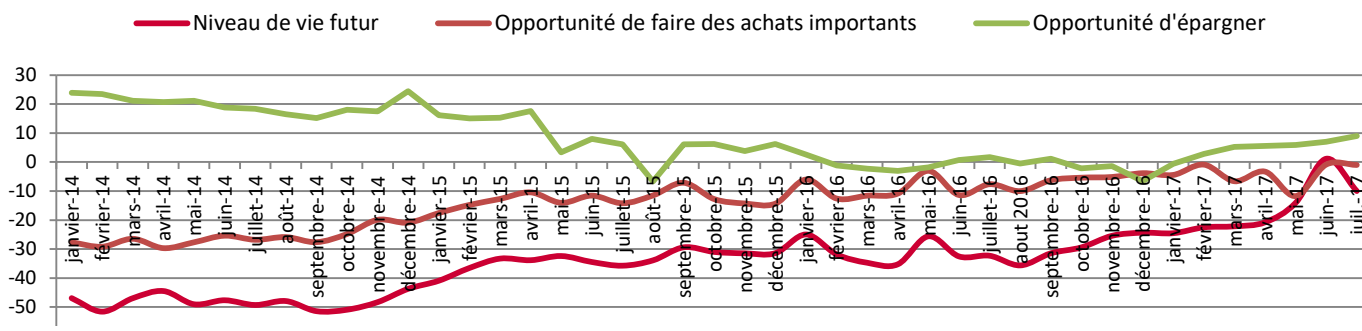
Le bilan est le même en ce qui concerne les transactions dans l'immobilier ancien. Selon la dernière lettre des notaires de France, ce sont 867 000 transactions qui avaient été enregistrées à fin février 2017 sur douze mois glissants, soit une hausse de 7,7% par rapport à la période précédente. Ce nombre de transactions constatées constitue le point le plus haut jamais enregistré sur le marché. Le dernier pic datait de mai 2006 avec 837 000 transactions enregistrées. A contrario, la construction neuve reste encore loin de ses plus hauts niveaux constatés puisqu'au milieu des années 2000, ce sont près de 500 000 logements neufs (ordinaires et en résidence) qui étaient mis en chantier par an alors que l'année 2017 devrait atterrir juste au-dessus des 400 000 mises en chantier.

Taux de chômage en France métropolitaine



Sur un an, le taux de chômage diminue fortement depuis le 1^{er} trimestre 2016 où il s'établissait à 9,9% de la population active, pour s'établir à seulement 9,3% sur le 1^{er} trimestre 2017. C'est chez les ménages les plus jeunes que la baisse est la plus spectaculaire avec un taux de chômage des moins de 25 ans qui recule de 2,6 points en un an. A contrario, chez les ménages de 50 ans et plus, le taux de chômage progresse légèrement et gagne 0,1 point sur un an. En ce qui concerne les personnes qui sont au chômage de longue durée, l'amélioration est moins sensible que pour le taux global. Le taux pour cette catégorie ne baisse en effet que de 0,2 point sur un an. C'est là aussi chez les moins de 25 ans que la baisse est la plus importante avec un recul de 0,6 point.

Opinion des ménages



Source : Insee

Malgré un recul en juillet, le moral des ménages reste au beau fixe, ce qui constitue une bonne nouvelle pour les marchés de l'équipement de la maison et pour la consommation en général. Après avoir atteint en juin 2017 son plus haut niveau depuis juin 2007, il recule néanmoins légèrement en juillet mais reste au-dessus de sa moyenne de longue période (indicateur à 104 en juillet contre une moyenne à 100).

Les ménages sont confiants quant à l'évolution de leur niveau de vie futur qui selon eux devrait s'améliorer, peut-être une des conséquences des élections qui viennent de se dérouler puisque après avoir gagné sept points en mai, l'indicateur qui mesure leur opinion sur ce point a progressé également de quinze points en juin. S'il recule de onze points sur le mois de juillet, il demeure quinze points au-dessus de sa moyenne de longue période, illustrant ainsi un certain optimisme des Français.

Les ménages français ne sont pas dans une logique d'épargne et l'indicateur mesurant l'opinion des ménages quant à l'opportunité d'épargner demeure bien en dessous de sa moyenne de longue période (mesuré à 9 en juillet contre 18 de moyenne). L'indicateur qui mesure l'opportunité de faire des achats importants a progressé de son côté de onze points en juin 2017 et se stabilise en juillet. Il demeure largement au-dessus de sa moyenne de longue période. En conclusion, les indicateurs qui mesurent le moral des ménages demeurent bien orientés et renouent avec des niveaux qu'ils n'avaient plus connus depuis la crise. Toutefois, au vu des résultats des derniers mois, ce regain de confiance et cette envie de consommer tardent à se concrétiser de manière durable dans le meuble dont les résultats n'en finissent pas de fluctuer d'un mois à l'autre.

Quelles perspectives pour la fin 2017 ?

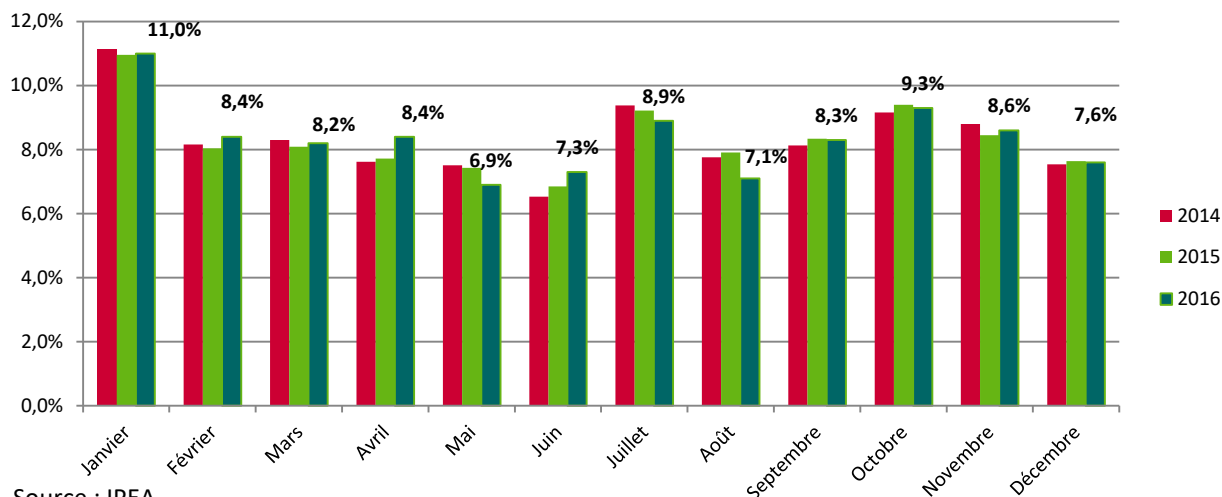
Les indicateurs qui habituellement soutiennent le marché du meuble, comme le marché de l'immobilier ou le moral des ménages, sont bien orientés et les consommateurs sont prêts à se lancer dans des achats importants. L'inflation devrait également rester mesurée et la consommation progresse. Toutes les conditions sont donc réunies pour que le marché du meuble enregistre de belles performances mais pourtant il peine à décoller sur le premier semestre.

Faut-il y voir encore un arbitrage des ménages qui, après avoir favorisé l'équipement de la maison ces derniers mois, se tournent maintenant vers d'autres biens ? C'est en tout cas ce que sous-tendent les chiffres des différents marchés de la maison, plutôt en retrait sur ces premiers mois de l'année 2017.

Les ventes en période estivale continuent de reculer

Comme en 2015, les données de saisonnalité mettent en évidence un recul du poids du mois de juillet sur la valeur annuelle du secteur alors qu'il était en 2014 le deuxième mois de l'année en termes de chiffre d'affaires.

Saisonnalité du marché du meuble 2014-2016* (Poids des mois en % valeur)



* Pour des raisons de lisibilité du graphique, seuls les poids des mois pour l'année 2016 sont affichés

Le mouvement amorcé en 2015 se poursuit et le mois de juillet voit son impact sur le chiffre d'affaires total du marché reculer encore un peu plus en 2016. Ce recul met encore une fois en évidence l'impact de plus en plus faible des soldes. En 2014, le mois de janvier représentait plus de 11% des ventes et le mois de juillet 9,4%, ce qui en faisait les deux premiers mois en valeur.

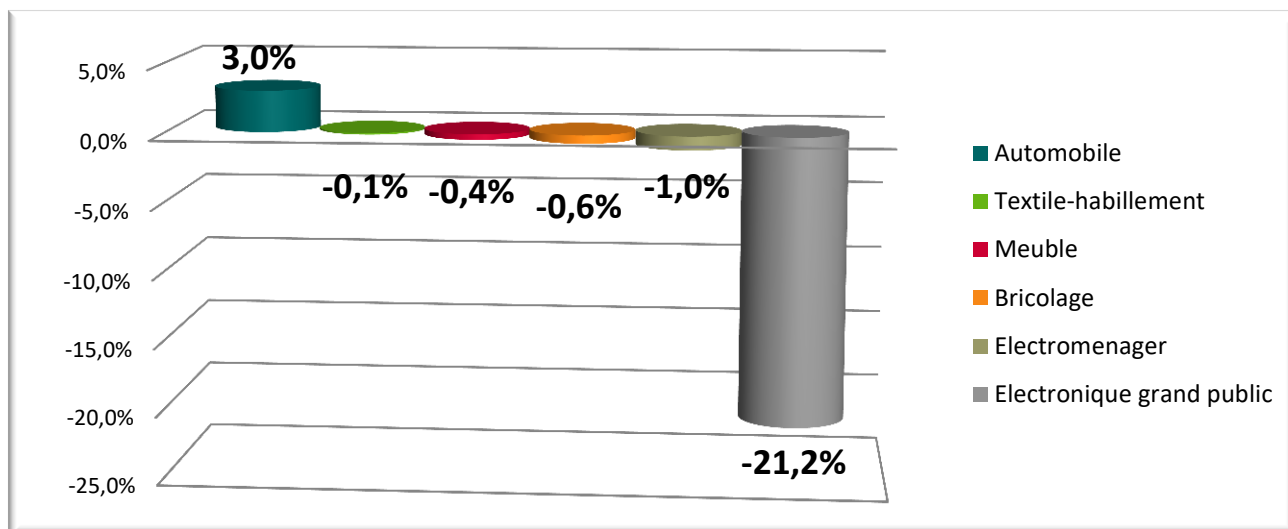
Au vu des résultats enregistrés en janvier 2017 (-6,8%), le poids du premier mois de l'année devrait fortement reculer pour l'exercice en cours.

Le mois de juillet est pour sa part passé entre 2014 et 2016 de la deuxième à la troisième position, derrière le mois d'octobre. Plus globalement, c'est toute la période estivale qui est en recul sous l'impact des mauvais résultats de juillet et août. Si le bimestre pesait 17,1% des ventes en valeur en 2014 et 2015, il ne représente plus maintenant que 16,0%.

En 2016, le mois de mai devient le mois le plus faible du marché à la place du mois de juin. Après quatre exercices en demi-teinte sur ce mois, il n'est pas étonnant de le retrouver dans cette position. En 2014, le mois de mai représentait 7,5% des ventes et ne pèse plus que pour 6,9% en 2016. A contrario, sous l'impact d'un très bon exercice 2016, le mois d'avril voit son poids sur le marché augmenter fortement et sa part de marché passer de 7,6% en 2014 à 8,4% en 2016.

Les offres de rentrée de leur côté maintiennent leurs parts de marché sur les mois de septembre et octobre qui représentent toujours en 2016 17,6% des ventes, dans la lignée des résultats de 2015 (17,7%).

Un marché de l'équipement de la maison en léger retrait

Performances du marché du meuble et d'autres biens d'équipement au 1^{er} semestre 2017

Sources : IPEA, Banque de France, CCFA

*Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers

Avec $-0,4\%$ au 1^{er} semestre, le meuble se situe dans la moyenne des autres biens d'équipement de la maison. En effet, sur ces autres marchés, ce début d'année est placé sous le signe d'un maintien des ventes difficile et de résultats erratiques. Comme sur le marché du meuble, il est également difficile pour ces secteurs d'aligner plus de deux mois de croissance avant de voir les ventes reculer assez fortement.

Sur les premiers mois 2017, le meuble enregistre des résultats assez proches de ceux du bricolage ou de l'électroménager. Le bricolage peut s'appuyer sur un marché de l'immobilier ancien dynamique qui permet de soutenir les ventes même si le secteur peine encore à tirer le maximum de bénéfices d'un nombre de transactions au plus haut. L'électroménager peut pour sa part s'appuyer sur les bons résultats du petit électroménager pour maintenir son chiffre d'affaires. En ce qui concerne l'électronique grand public, le secteur est dans une situation plus atypique et pâtit cette année de l'absence d'événement sportif majeur et du passage à la TNT HD sur le 1^{er} semestre 2016 qui avait poussé plusieurs millions de foyers à renouveler leur téléviseur ou à s'équiper d'un décodeur sur cette période.

Bons résultats du côté de l'automobile pour particuliers où les immatriculations progressent de 3% sur le 1^{er} semestre. Si les constructeurs français enregistrent de bons résultats au niveau national, ils font tout de même moins bien que les industriels étrangers.

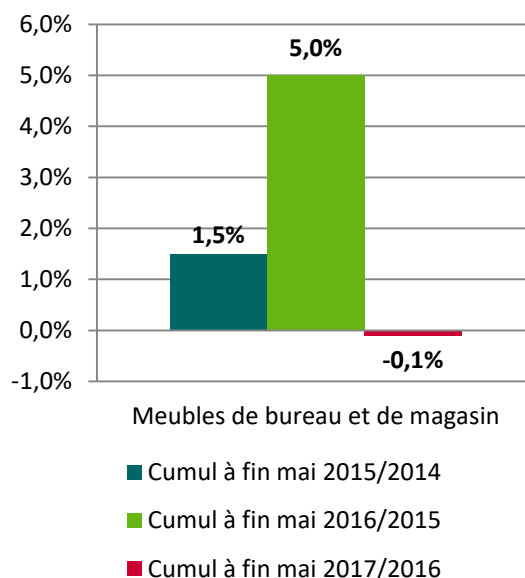
Enfin, en ce qui concerne le textile habillement, après des années de recul, ce dernier parvient enfin à stabiliser ses ventes sur les six premiers mois de l'année, ce qui constitue un signal positif pour les mois à venir.

Une industrie en recul sur le début d'année

A l'image de la consommation, la reprise est également terminée pour les industriels de l'ameublement. Si les résultats étaient au beau fixe ces deux dernières années en fin d'exercice, les cinq premiers mois de l'année 2017 font état à nouveau d'un recul de l'activité.

Les meubles de bureau et de magasin

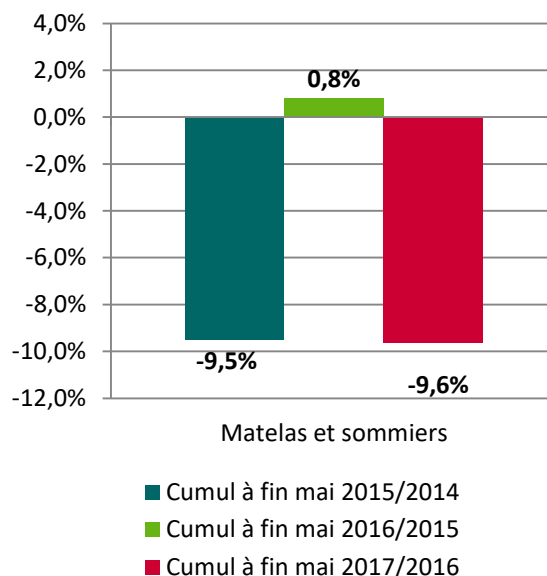
La production de meubles de bureau et de magasin se maintient sur l'ensemble des cinq premiers mois. Le segment reste toutefois loin de ses performances des deux dernières années mais il s'en tire toutefois nettement mieux que d'autres segments du meuble qui peinent à résister à un début d'année difficile. Attention toutefois à un recul de performances qui semble s'accélérer sur les deux derniers mois observés après un premier trimestre correct (+4,0%).



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La literie

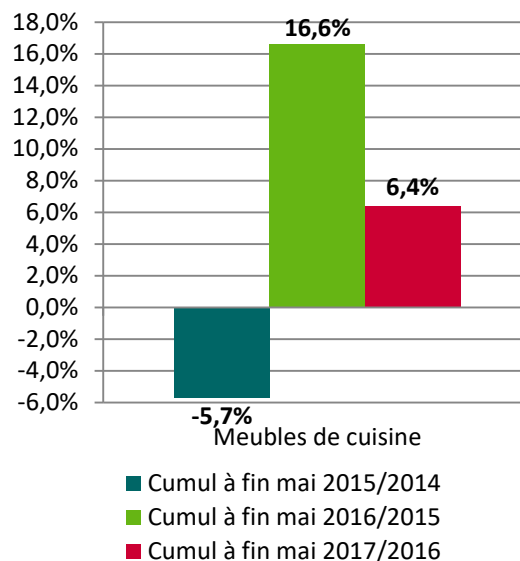
La situation reste difficile pour les industriels français de la literie sur les premiers mois de l'année 2017. Le segment est en fort recul malgré la reprise d'un des deux principaux industriels il y a un an maintenant. Si ces dernières années une consommation de literie supérieure à la consommation globale de meuble parvenait à soutenir la production, ce n'est plus le cas cette année. Sur le premier semestre, la consommation est en léger recul. Les industriels nationaux ne parviennent pas à maintenir leur activité malgré pourtant une forte baisse des importations sur le territoire selon les dernières données des douanes françaises (-12% sur les cinq premiers mois 2017).



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

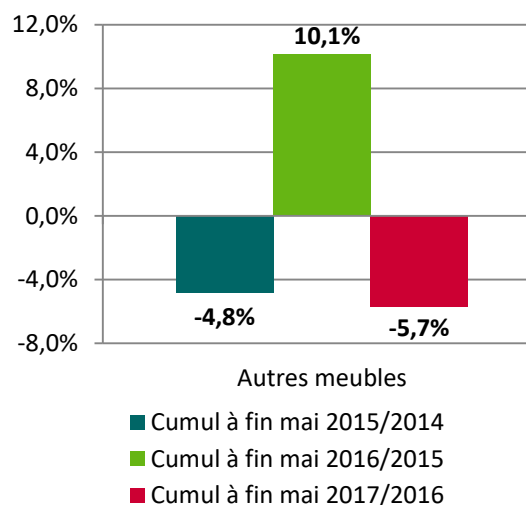
Même tendance du côté de la production que de la consommation, ce sont les meubles de cuisine qui enregistrent les meilleures performances. Côté production, c'est le seul segment qui voit son activité progresser sur les cinq premiers mois de l'année, soutenue par une consommation dynamique. A l'exception d'un mois d'avril atone où la production n'a fait que se maintenir (-0,3%), le segment affiche des croissances supérieures à 8% pour les quatre autres mois de ce début d'année 2017.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

Si la production de meubles avait connu un rebond sur le début d'année 2016 suite à la reprise de la consommation, cette période faste est maintenant finie comme le montrent les résultats du segment « autres meubles » qui représente maintenant la majeure partie de la production nationale. Avec un recul de la production de 5,7% sur les cinq premiers mois de l'année, ajouté à celui déjà enregistré par la literie, les industriels français ne parviennent pas à maintenir leur activité qui recule dans son ensemble de 2,0% sur les cinq premiers mois, loin des +8,2% enregistrés de janvier à mai 2016.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Avec un recul d'activité de l'ordre de 2%, la France figure en queue de peloton des industriels européens sur les cinq premiers mois de l'année avec la Belgique (-2,4%) et la Suède (-2,1%). Si l'Allemagne, malgré sa puissance industrielle est également à la peine et parvient tout juste à maintenir son activité sur la période, les autres voisins de la France enregistrent pour leur part des scores plus enviables. Ainsi, les industriels italiens voient leur activité progresser de près de 5% sur la période, progression également en ce qui concerne l'Espagne avec plus de 12% de croissance mais aussi le Portugal dans des proportions moindres toutefois (+0,9%). De bons résultats également de l'autre côté de la Manche avec +2,8% pour les industriels britanniques. La Pologne continue pour sa part son développement : +7,2% sur cinq mois. La République tchèque autre acteur important de l'industrie européenne voit également son activité progresser de 2,5%.