IPEA News

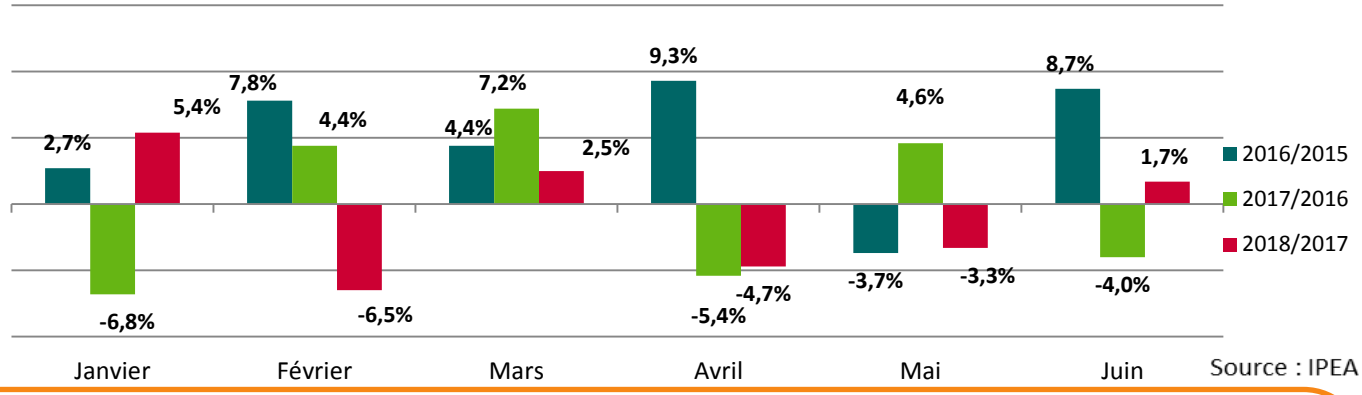
Indicateur de Conjoncture **Note Semestrielle Juin 2018**

Le mois de juin en bref…

Evolution du marché domestique juin 2018/juin 2017	**+1,7%**
Evolution du cumul à fin juin 2018/2017	**-0,6%**
Incidence du résultat de juin sur le cumul	**+0,4pt**

Croissance modérée du marché en juin

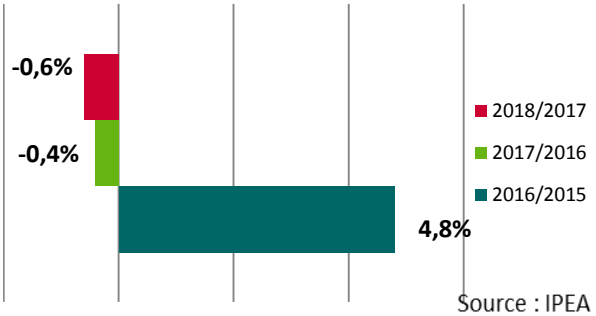
Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Source : IPEA

Le marché progresse de **1,7%** en juin, ce qui est loin de compenser la chute d'activité enregistrée à la même époque en 2017. Sur la base de ce référentiel et au regard des fortes chutes d'activité des mois précédents, la performance du mois de juin se révèle plutôt décevante, d'autant plus que cette année le premier samedi des soldes était en juin alors qu'il était en juillet en 2017. L'impact de ce premier samedi reste donc relativement faible. Si les reculs d'avril et mai laissaient supposer un report d'achat du consommateur en vue des soldes, cela n'a visiblement pas été le cas. Ce qui surprend également, ce sont les forts écarts d'une enseigne à l'autre sur des positionnements parfois très proches. Si certaines parviennent à afficher des croissances à deux chiffres, d'autres voient leur activité reculer d'autant

Evolution IMC valeur cumul 6 mois



Source : IPEA

Le cumul des six premiers mois remonte faiblement pour se stabiliser à **-0,6%**. Soit un résultat relativement proche de celui du premier semestre 2017. Toutefois, l'excellent troisième trimestre enregistré l'année dernière avait permis au marché de repartir pour terminer à +2% en fin d'exercice. Cette année, avec un référentiel moyen de +8,5% pour les trois mois à venir, le troisième trimestre devrait malheureusement plus constituer un frein qu'un accélérateur, d'autant plus que le mois de juillet aura vu le soleil briller avec un climat estival peu propice à la venue du consommateur en magasin.

Les soldes d'été auront encore été l'occasion pour les acteurs du marché de multiplier les opérations de communication à destination du consommateur, notamment en ligne. Dans sa note d'avril, l'IPEA reprenait d'ailleurs quelques chiffres d'une étude menée par Webloyalty afin de connaitre les attentes des Français en termes de publicité sur Internet. Ces éléments peuvent être complétés par quelques résultats d'une étude Iligo menée pour le magazine Influencia sur la publicité vidéo :

73%, c'est la part des personnes interrogées dans cette étude qui estiment que la publicité vidéo, à la télé ou en ligne, est une gêne, même si nombreux sont ceux qui comprennent son caractère obligatoire pour financer du contenu. La multiplication des supports banalise la publicité mais surtout la rend envahissante pour le consommateur. Cette dernière doit donc de plus en plus faire acte de créativité et d'originalité pour trouver grâce à ses yeux, notamment en ce qui concerne la publicité vidéo sur Internet qui a une bien plus mauvaise image auprès du consommateur que celle diffusée à la télévision.

20%, soit la part des Français qui trouvent que la publicité sur Internet est plus divertissante que celle diffusée à la télévision. Ils ne sont également que 22% à la trouver plus originale ou créative et seulement 33% à la trouver plus informative. L'un des seuls points sur lequel la publicité sur Internet l'emporte par rapport à la télévision concerne la personnalisation. 62% des personnes interrogées trouvent en effet la publicité sur Internet plus proche de leurs préoccupations ou de leur besoins.

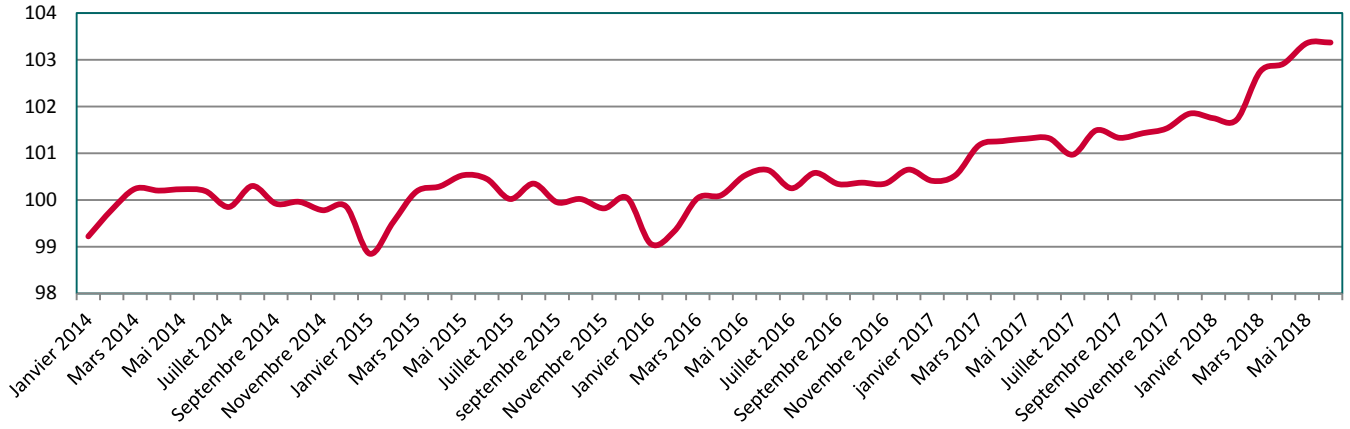
20 secondes, c'est la durée idéale d'une publicité sur Internet selon les personnes interviewées, elle passe à 28 secondes en ce qui concerne la télévision. Elles sont d'ailleurs 89% à estimer que la caractéristique principale de la publicité de demain sera d'être courte. Elle devra également miser plus sur l'humour, cité par 87% des répondants que sur l'émotion (79%).

3%, c'est la part récoltée par le slogan dont se souviennent le plus les Français… et ce dernier date d'il y a près de 20 ans ! Difficile donc de se démarquer ces dernières années auprès d'un consommateur submergé par la publicité et qui a plutôt tendance à la zapper. On notera ainsi que 62% des personnes interrogées ont déclaré être incapables de se souvenir d'un seul slogan.

Une conjoncture moins favorable

Le moral des ménages est sur la pente descendante ces derniers mois. La crainte du chômage fait doucement son retour et la volonté d'épargner se fait plus pressante. Les mises en chantier ne sont pas non plus au beau fixe.

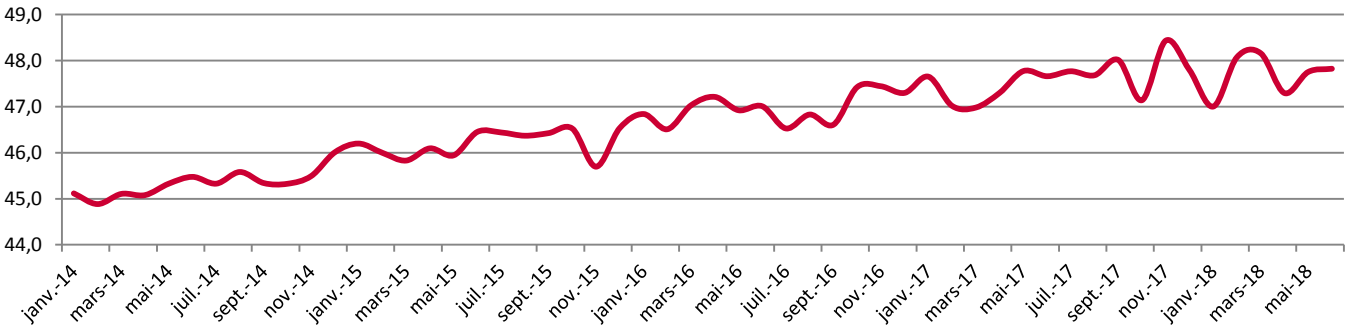
Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : Insee

Au cours du premier semestre, les prix à la consommation ont progressé fortement en mars et en mai, où ils auront augmenté respectivement de 1,0% et 0,4%. Si les prix se maintiennent en juin, sur un an ils augmentent néanmoins de 2,1%. Les prix de l'énergie augmentent fortement sur les douze derniers mois (+12,2%, dont par exemple +21% pour les produits à base de pétrole et +6% pour le gaz), tout comme ceux des produits alimentaires, notamment en ce qui concerne les produits frais, et du tabac. Ces mouvements haussiers sont toutefois contrebalancés par la baisse des prix des biens manufacturés et une hausse plus mesurée des prix des services sur la période.

Consommation des ménages en biens*

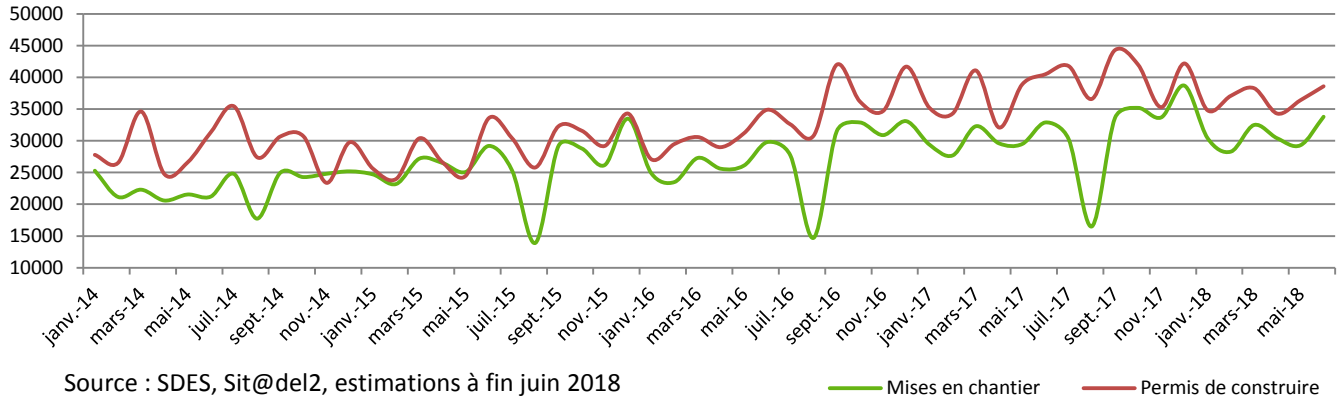


Source : Insee

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

La consommation des ménages fluctue fortement depuis le deuxième semestre 2017 d'un mois à l'autre. Ainsi sur les six premiers mois de l'année, la consommation des ménages aura fortement chuté en janvier, malgré les soldes, et en avril mais aura progressé en février, mars et mai avant de se stabiliser en juin. Si l'on compare les dépenses des ménages sur ces six premiers mois 2018 avec celles de la même période sur l'année précédente, elles sont en hausse de 0,6%. Si l'on compare sur 12 mois glissants, elles sont en hausse de 1,1%, ce qui montre que les dépenses des ménages progressent moins rapidement sur ce premier semestre qu'au cours des six mois précédents.

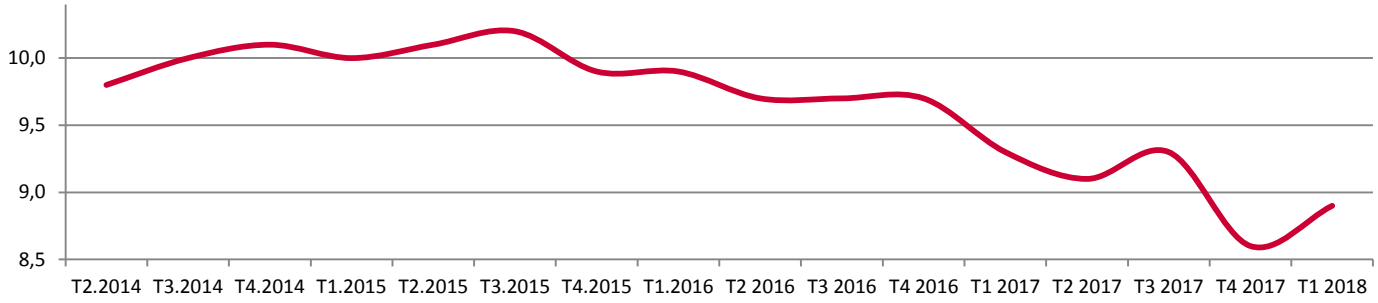
Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire



Source : SDES, Sit@del2, estimations à fin juin 2018

Si le marché du meuble avait pu profiter en 2017 de conditions idylliques dans l'immobilier neuf comme ancien, la situation commence à se tendre sur ce début d'année 2018, surtout dans le neuf. Les mises en chantier de logements ordinaires reculent de 3,7% sur le trimestre d'avril à juin mais demeurent tout de même en progression de 5,9% sur douze mois glissants, ce qui illustre là encore les forts écarts de performances entre ce début d'année 2018 et le second semestre 2017. La situation est un peu moins bonne pour les permis de construire délivrés, en recul de 5,1% sur le deuxième trimestre et de 0,1% sur douze mois glissants. En 2018, une baisse des ventes d'environ 8% dans l'immobilier neuf est attendue, ce qui explique les retournements observés concernant permis de construire et mises en chantier. En plus de la réforme des aides à l'accession à la propriété, la transformation de l'ISF en IFI (impôts sur la fortune immobilière) pourrait aussi avoir un impact et favoriser des arbitrages au détriment de l'immobilier, notamment en ce qui concerne l'achat de résidences secondaires. Enfin, concernant l'immobilier ancien, le marché se porte toujours bien avec 965 000 transactions enregistrées à fin février (+10,9% sur un an) mais devrait doucement commencer à se contracter dans les mois qui viennent. L'effet de rattrapage enregistré depuis 2015 après plusieurs années atones touche à son terme et le marché devrait commencer à ralentir.

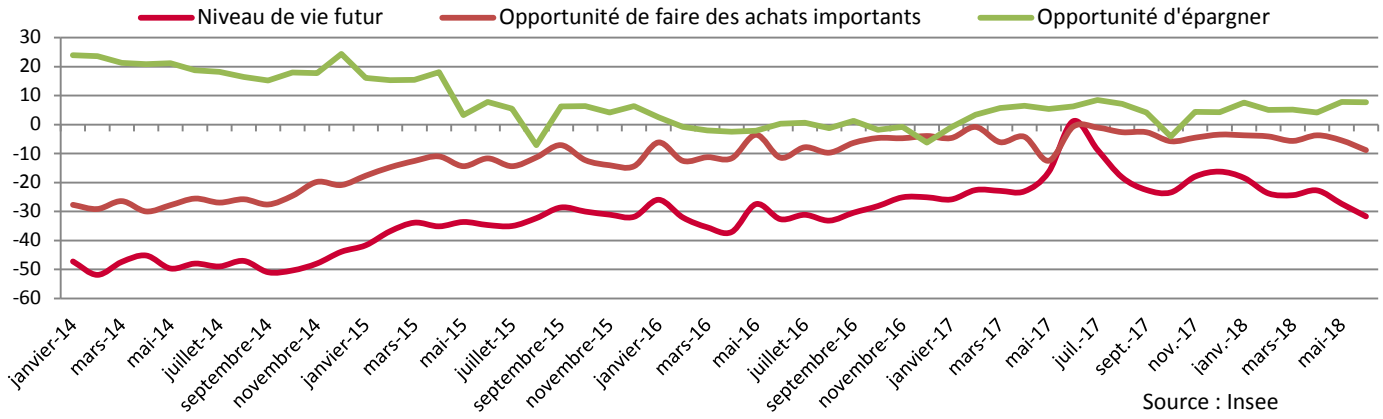
Taux de chômage en France métropolitaine



Source : Insee

Le taux de chômage repart à la hausse sur le premier trimestre 2018 et progresse de 0,3 point par rapport au dernier trimestre de l'année 2017 pour atteindre 8,9% d'après les chiffres publiés en mai par l'Insee. Toutes les catégories de population sont touchées par la hausse et notamment les plus jeunes dont le taux de chômage dépasse maintenant les 20%. Les femmes sont aussi plus particulièrement touchées sur ces premiers mois. Leur taux gagne 0,6 point et même 1,2 point chez les 15-24 ans. A contrario, le taux concernant les chômeurs de longue durée est en recul de 0,5 point et s'établit à 3,6% de la population active. On notera également que le taux d'emploi concernant les 15-64 ans demeure à son plus haut niveau depuis le début des années 80 à 65,7%. Selon la Dares, le nombre de chômeurs serait encore en hausse de 0,1% au deuxième trimestre.

Opinion des ménages



Source : Insee

A la fin du premier semestre, la confiance des ménages est repassée sous sa moyenne de longue période pour la première fois depuis décembre 2016. Elle décline doucement depuis décembre 2017 et l'indicateur qui la mesure enregistre un recul de 7 points entre janvier et juillet 2018.

En effet, les ménages sont à nouveau inquiets quant à leur niveau de vie futur, l'indicateur qui le mesure repasse sous sa moyenne de longue période et perd 12 points entre janvier et juillet. Cela se traduit par une remontée de la volonté d'épargner des Français, même si l'indicateur qui la mesure reste encore sous sa moyenne de longue période. Dans le même temps, l'indicateur qui mesure l'opportunité d'effectuer des achats importants diminue mais reste encore au-dessus de sa moyenne de longue période. On notera néanmoins que l'écart entre les indicateurs d'épargne et de consommation recommence à se creuser au profit de l'épargne.

Les chiffres de la remontée du chômage sur les premiers mois de l'année remettent également la pression sur les ménages français qui sont de plus en plus nombreux à redouter une hausse du chômage. L'indicateur d'opinion sur ce sujet regrimpe en effet de presque 10 points entre mars et juillet tout en restant encore assez loin de sa moyenne de longue période, mais s'en rapprochant rapidement maintenant.

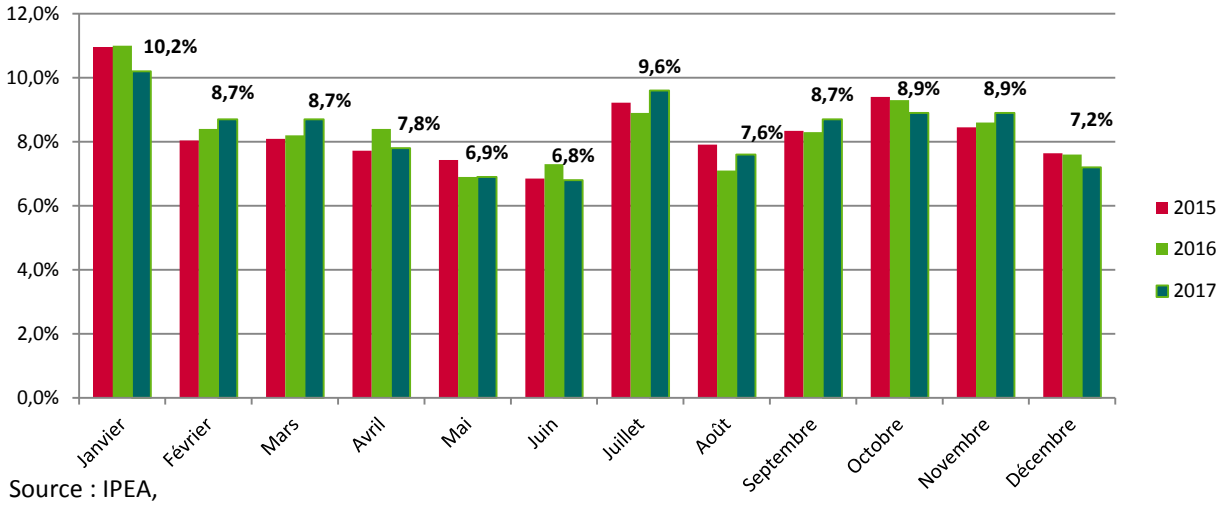
Quelles perspectives pour la fin 2018 ?

A partir de juillet et jusqu'à la fin septembre, le marché du meuble va entrer dans une période qui s'annonce plus que compliquée au vu de ses performances du troisième trimestre 2017. Dans ce contexte, la baisse du moral des ménages et leurs craintes concernant leur niveau de vie futur ou la hausse du chômage ne constituent forcément pas une bonne nouvelle pour un marché où le consommateur a déjà du mal à dépenser lorsque selon lui tout va bien. Les ménages vont sans doute se montrer plus prudents dans les prochains mois, des arbitrages vont être réalisés dans les dépenses et certaines vont être reportées. La chute des mises en chantier et des permis de construire délivrés n'aura pas un impact immédiat sur la fréquentation mais devrait néanmoins se faire sentir dans les mois qui viennent. Difficile dans ces conditions d'être optimiste pour le second semestre et pour le résultat en fin d'année d'autant plus que les ménages commencent progressivement à se recentrer sur l'épargne, qu'ils vont vivre cet automne le débat sur la réforme des retraites et que certains anticipent déjà l'impact de la retenue à la source sur leur revenu réellement disponible à partir de janvier 2019.

Fort impact du troisième trimestre sur la saisonnalité

Le troisième trimestre record enregistré en 2017 a eu un impact majeur sur la saisonnalité des ventes de l'année, ces ajustements ne devraient toutefois être que temporaires suite au caractère exceptionnel de ces trois mois.

Saisonnalité du marché du meuble 2015-2017*
(Poids des mois en % valeur)



Source : IPEA,

** Pour des raisons de lisibilité du graphique, seuls les poids des mois pour l'année 2017 sont affichés*

Des résultats assez atypiques auront eu un impact important sur la saisonnalité des ventes au cours de l'exercice écoulé, notamment en ce qui concerne les mois de janvier et le troisième trimestre.
Ainsi, même s'il reste toujours le premier mois en valeur, le mois de janvier ne représente plus que 10,2% des ventes contre près de 11% les années précédentes, la croissance enregistrée cette année devrait toutefois redonner un peu de poids à ce mois sur l'exercice 2018. On notera également la reprise de vigueur du mois de juillet qui aura presque pesé pour 10% des ventes en valeur sur l'exercice écoulé, bien plus que sur les deux exercices précédents. Idem en ce qui concerne les mois d'août et de septembre qui voient leur part sur l'année grimper sensiblement.

Si ces éléments ne devraient être que transitoires, on observe néanmoins certaines tendances qui se dessinent sur moyen terme :

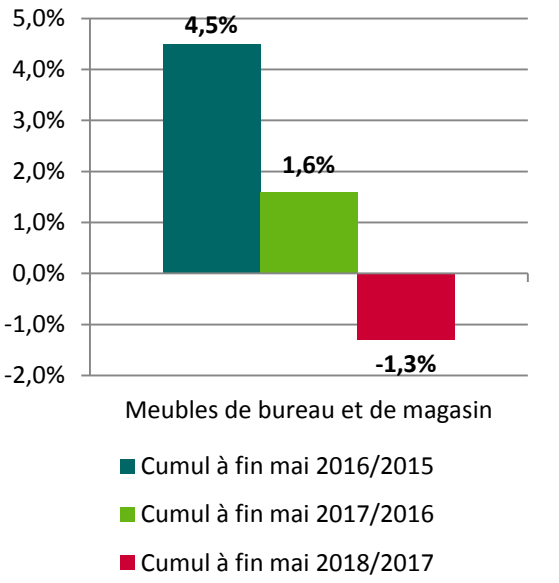
- ✓ Le poids croissant des mois de février et de mars sur le marché. Si ces deux mois ne représentaient que 8% des ventes en valeur en 2015, leur poids s'approche maintenant des 9%. La réduction attendue de la durée des soldes de six à quatre semaines pourrait toutefois peser sur la valeur du mois de février dès 2019.
- ✓ La perte d'importance du mois d'octobre dans le résultat annuel depuis deux ans. Si les effets des offres de rentrée perduraient jusqu'au mois d'octobre il y a encore quelques années maintenant, le fait de les lancer de plus en plus tôt pèse à la baisse sur les résultats du mois mais favorise ceux du mois de septembre.
- ✓ Un transfert de valeur du mois de décembre dont la valeur diminue sur les trois dernières années vers le mois de novembre dont la valeur augmente sur la période. Sans doute un effet des nombreuses ventes privées avant Noël.

L'industrie se maintient sur les cinq premiers mois

Si l'industrie française du meuble affichait un recul de son activité de 0,8% sur le premier bimestre 2018, la situation se redresse sur les trois mois suivants mais la croissance n'est que de 0,3% à fin mai.

Les meubles de bureau et de magasin

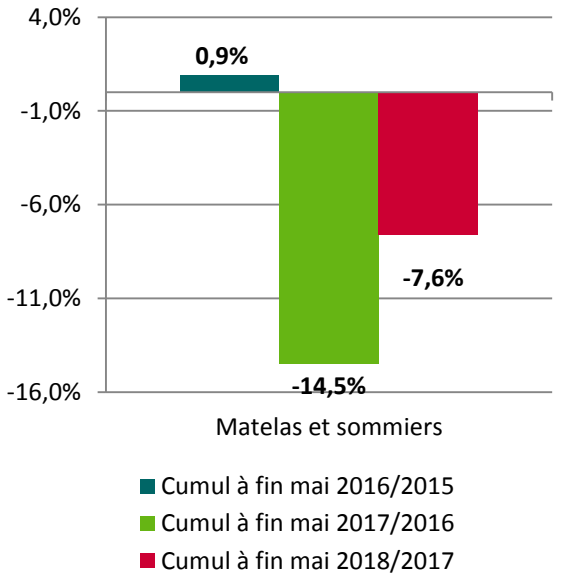
Comme pour la consommation de meubles, l'activité en ce qui concerne la production de meubles de bureau et de magasin est assez erratique sur les cinq premiers mois de l'année et les phases de croissance et de recul se succèdent. Sur cinq mois, le segment ne parvient toutefois pas à faire progresser son activité avec un recul de 1,3%. Il s'affiche surtout sur une pente descendante à moyen terme si l'on se réfère aux cinq premiers mois des trois derniers exercices.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La literie

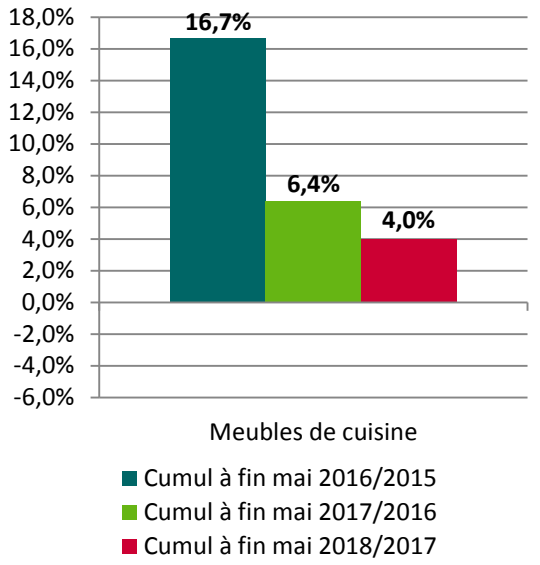
Après un mois de janvier en très fort recul (-11%) selon l'Insee, la chute d'activité semblait se ralentir sur les mois suivants avant un nouveau recul de l'ordre de 10% au mois de mai. L'activité sur ce segment recule donc de 7,6% sur les cinq premiers mois de l'année, mais cette chute s'ajoute surtout à celle déjà importante de l'année précédente. Ainsi sur les cinq premiers mois de l'année 2018, les performances de l'industrie reculent en fait de 21% par rapport à la même période de 2016. Si en 2017, le ralentissement de la consommation de literie les premiers mois de l'année pouvait justifier en partie ce recul d'activité, sur les premiers mois 2018, tous les indicateurs sont revenus au vert côté consommation mais l'activité des industriels ne parvient pourtant pas à redémarrer.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

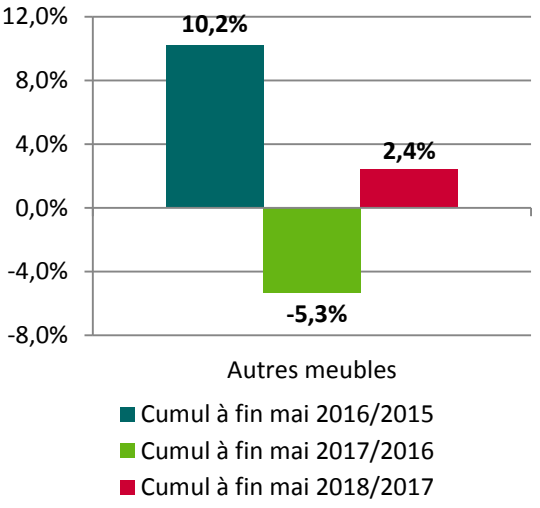
Même si la croissance ralentit par rapport aux deux débuts d'exercices précédents, l'industrie de la cuisine demeure la plus performante de l'ameublement français. Contrairement à la literie, les industriels de la cuisine profitent de la hausse de la consommation de meubles de cuisine sur le premier semestre. Leur progression demeure toutefois limitée par des importations encore en hausse sur la période avec une croissance de plus de 3% sur les cinq premiers mois de l'année selon les données des douanes, et notamment encore en provenance de l'Allemagne qui enregistre +8% de hausse de ses ventes sur le territoire.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

Belle performance de la famille « autres meubles » sur le début d'exercice qui permet de compenser les contre-performances de la literie et des meubles de bureau et de magasin. Ainsi, l'industrie du meuble français parvient tant bien que mal à maintenir son activité sur les cinq premiers mois de l'année avec une légère croissance de 0,3%. C'est mieux que ce que l'on enregistrait l'année dernière à la même époque où le recul se montait à 2%, mais c'est dans la lignée de l'ensemble de l'année 2017 où les industriels avaient tout juste réussi à maintenir leur activité sur l'ensemble de l'exercice avec un +0,2% en fin d'année.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Même si elle parvient à faire progresser légèrement son activité sur cinq mois, l'industrie française du meuble reste en retrait de bon nombre de ses voisins européens en matière de production sur la période. Si l'Allemagne peine pour sa part à stopper le mouvement baissier entamé en 2017 et voit son activité reculer de 0,9%, un score proche de celui de la Belgique sur les quatre premiers mois (-1,3%), le reste de l'industrie européenne du meuble pour sa part se porte plutôt bien. C'est par exemple le cas en Italie où l'indice de production progresse de 1,7% sur les cinq premiers mois, comme en Espagne sur une performance quasi similaire à +1,6% soit un peu mieux que le Portugal (+1,3%). En Grande-Bretagne, la production progresse également de 2,7% mais ce sont encore une fois dans les pays de l'Est que les meilleurs résultats sont enregistrés. Si la Roumanie apparait un peu en retrait (-2,2%), la croissance est au rendez-vous en Pologne (+8,8%), en République tchèque (+2,9%), en Lettonie (+6,7%), en Lituanie (+7,5%) et Bulgarie (+8,4%).