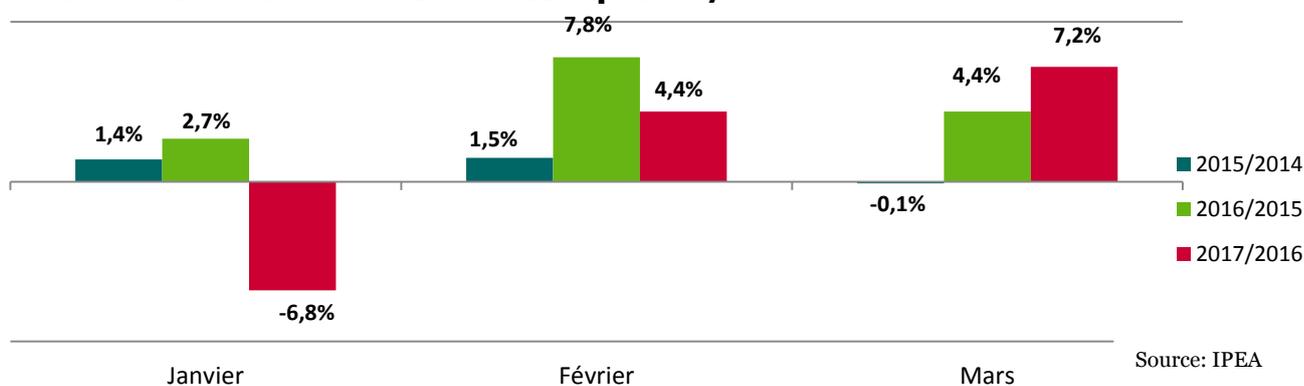


## Le mois de mars en bref...

Evolution du marché domestique mars 2017/mars 2016	<b>+7,2%</b>
Evolution du cumul à fin mars 2017/2016	<b>+0,9%</b>
Incidence du résultat de mars sur le cumul	<b>+2,7 pts</b>

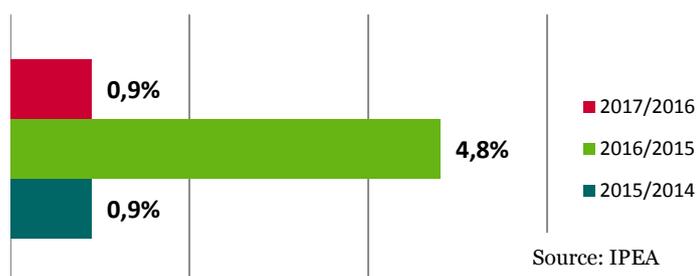
## Légère progression des ventes sur le 1er trimestre

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



Après la reprise enregistrée au mois de février, le marché continue sa marche en avant en mars avec une croissance de son activité de **7,2%** en valeur. Le mois de janvier apparaît pour le moment comme un accident de parcours au sein de ce premier trimestre. Attention toutefois, certaines enseignes ont connu un début de mois d'avril difficile, ce qui est plutôt compréhensible au vu de l'excellent référentiel du mois d'avril 2016, qui enregistrerait une croissance de ses ventes de 9,3%. La reprise de la croissance reste donc fragile et ne constitue peut-être pour le moment qu'un rattrapage de la contre-performance du mois de janvier.

### Evolution IMC valeur en cumul 3 mois



En clôturant le premier trimestre sur une croissance d'activité de **0,9%**, le marché parvient à minimiser les dégâts causés par un mois de janvier plus que difficile et renoue avec le niveau de croissance qui était le sien au début de l'exercice 2015, qu'il avait terminé sur une croissance de 2,4%. Toutefois, le trimestre à venir devrait encore être délicat car le marché avait enregistré une croissance sur la période en 2016 de +4,8%. Ce résultat limitant les possibilités de forte croissance sur les mois à venir.

La société Quantcast, spécialisée dans la publicité programmatique et la mesure d'audience vient de publier une étude sur le parcours d'achat des ménages en ligne\*. Certains résultats sont complémentaires de l'étude que vient de publier l'IPEA sur le e-commerce et le meuble et mettent en évidence que le parcours d'achat du consommateur en ligne est un processus long qui peut s'avérer « complexe » ou « stressant » pour certains.

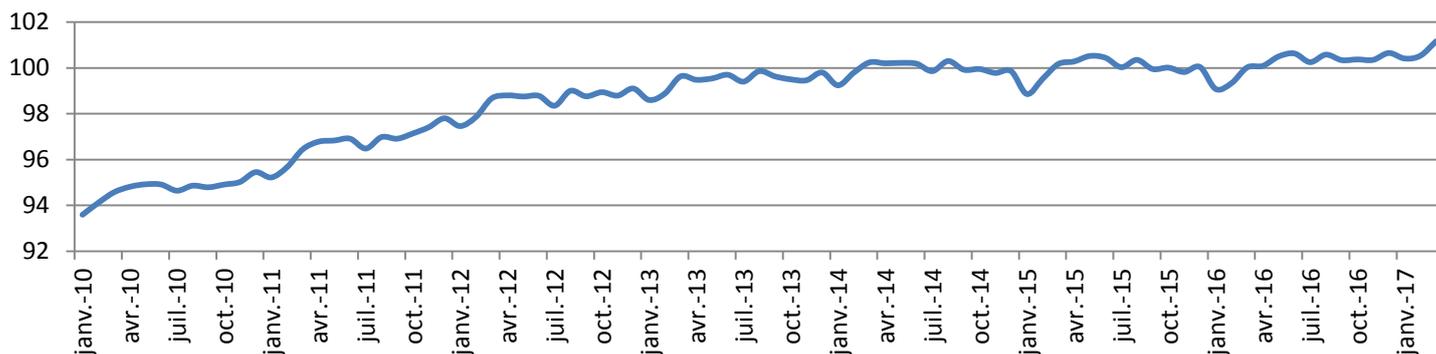
- **46%** des consommateurs consacrent, en moyenne et selon le type d'achat, moins de 4 semaines à rechercher un produit sur Internet, contre 12% environ qui mettent plus de 6 mois. 71% des décisions d'achats de moins de 4 semaines concernent les vêtements et 28% de celles de plus de 6 mois concernent un véhicule automobile.
- **44%** des consommateurs trouvent leur parcours d'achat en ligne « intéressant », voire « amusant » et « stimulant » pour respectivement 36% et 35% d'entre eux. 21% des sondés le trouvent à l'inverse « complexe », 9% le qualifient de « stressant » et même « décourageant » pour 3% des personnes interrogées.
- **80%**, c'est la part des consommateurs qui restent sur leur premier choix durant leur parcours d'achat en ce qui concerne leurs achats de mobilier. Cette part monte à 91% en ce qui concerne l'automobile et redescend à 69% en ce qui concerne l'habillement.
- **27%** des consommateurs qui ont concrétisé leur achat ont révélé avoir vu des publicités de la marque ou du produit présélectionné durant les derniers moments de leur parcours d'achat.
- **8,1** : c'est le nombre de marques connues par le consommateur, tous secteurs confondus. Par contre, lors de leur parcours d'achat, seulement une ou deux marques seront envisagées par les consommateurs. 75% d'entre eux ayant déjà décidé avant même le début de leur parcours d'achat quelle marque ils souhaiteraient acheter. Le choix se fait notamment sur la popularité de la marque (49%) ou l'expérience d'achat d'un produit de la même marque (56%). Cependant, au final, seulement 4 consommateurs sur 10 achèteront l'une des marques qu'ils avaient présélectionnées.

\* Etude portant sur un échantillon de plus de 2 500 personnes pendant leur parcours d'achat sur différentes catégories de produits high-tech, finance, voyage, automobile, mobilier, électroménager, services, mode sur une période de 4 semaines.

## Inflation et chômage menacent la consommation des ménages

La situation économique des Français reste pour le moment stable. Mais si l'inflation et le taux de chômage repartent à la hausse, cela pourrait avoir des incidences négatives sur le moral des ménages, leur pouvoir d'achat et in fine leur consommation, malgré un marché immobilier très florissant.

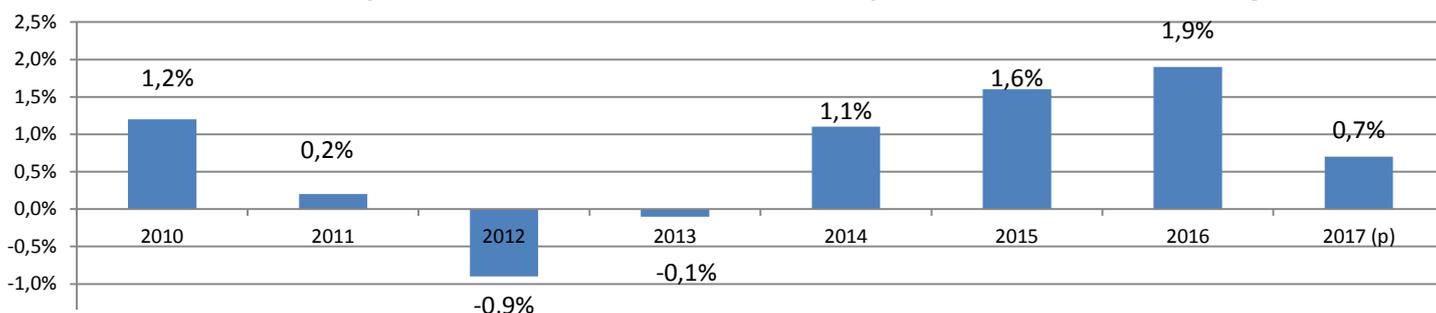
### Indice des prix à la consommation



Source : INSEE

Hausse marquée des prix à la consommation au premier trimestre 2017, de l'ordre de 1,2% par rapport au premier trimestre de l'année précédente. Cette évolution trouve son origine dans la hausse continue des prix des carburants et celles des taxes des produits pétroliers. Le rebond du prix des produits manufacturés après la fin des soldes d'hiver et la nouvelle hausse des prix du tabac ne sont également pas étrangers à ce phénomène inflationniste. Sur douze mois glissants, les prix n'augmentent toutefois que de 0,5% mais la hausse s'accélère sur les derniers mois.

### Evolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages

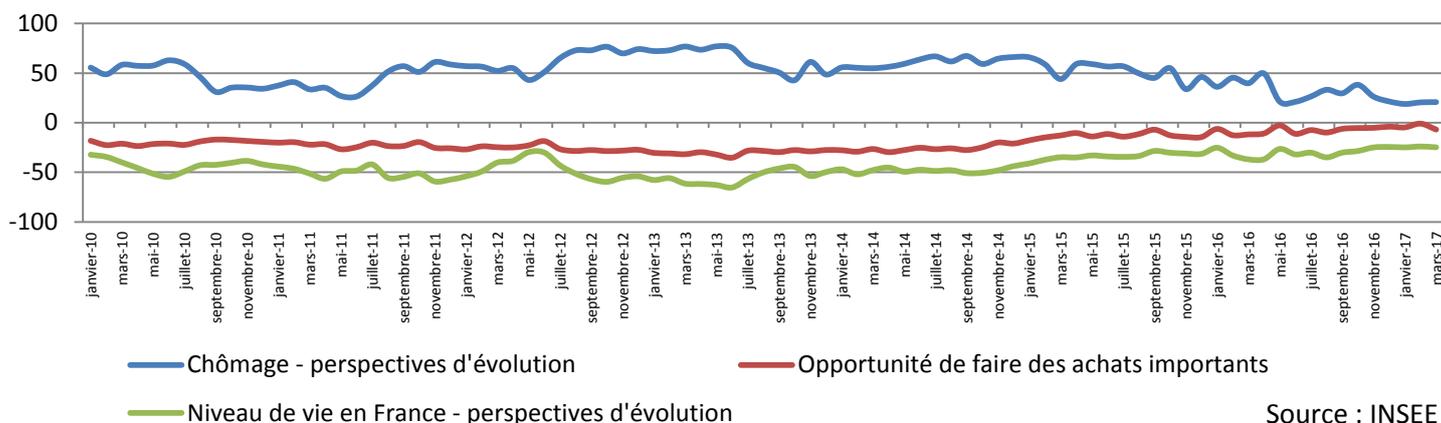


Source : INSEE

Face à cette inflation des prix à la consommation, la croissance du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages devrait ralentir en 2017. Les économistes tablent en effet sur une évolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages de l'ordre de +0,7% en 2017, après +1,9% en 2016 selon les derniers chiffres définitifs de l'Insee. Cette évolution de presque 2% pour l'année 2016, similaire aux niveaux observés avant la crise de la fin des années 2000, aura été permise par l'accélération de l'emploi marchand et la stabilité des prix observée au cours de cette année.

On peut toutefois noter que sur le quatrième trimestre 2016, le pouvoir d'achat des ménages aurait augmenté de seulement 0,1% après avoir progressé de 0,6% au troisième trimestre 2016.

## Opinion des ménages

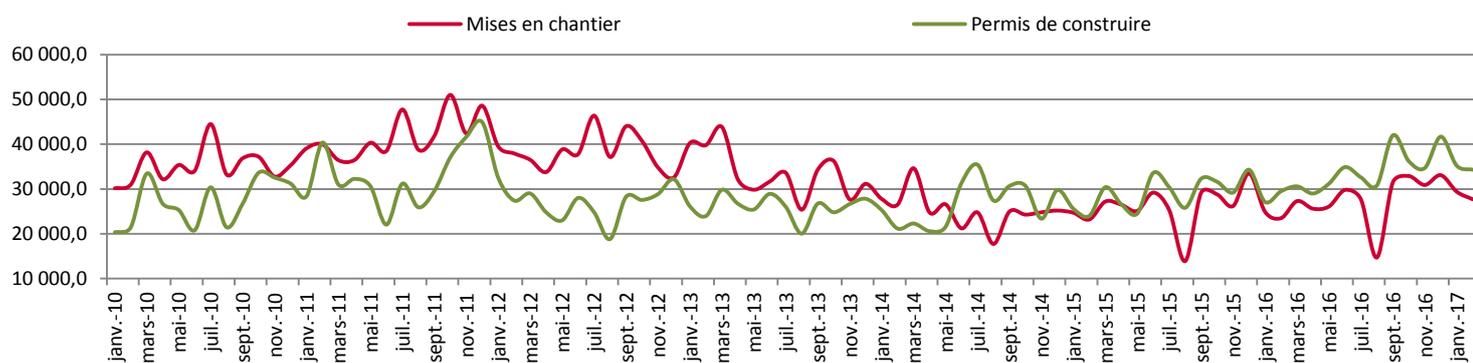


Dans l'ensemble, le moral des ménages reste stable sur ce début d'année et proche de sa moyenne de longue période.

En revanche, des doutes persistent quant à leur situation financière future. Le solde d'opinion concernant leur niveau de vie futur perd 1 point en mars mais reste tout de même proche de sa moyenne de longue période. Leur crainte quant au chômage reste stable (+1 point) mais l'indicateur qui la mesure se situe bien en-deçà de sa moyenne de long terme depuis novembre 2016.

Cependant face à l'inflation des prix à la consommation en ce début d'année 2017 et à la fin de la période des soldes d'hiver, il n'est plus opportun pour eux de réaliser des achats importants. Le solde qui mesure l'indicateur chute de 6 points alors qu'il avait augmenté de 4 points en février 2017. Ce qui devrait jouer positivement sur leur envie d'épargner dont le solde qui la synthétise gagne 2 points en mars 2017.

## Logements mis en chantier et permis de construire



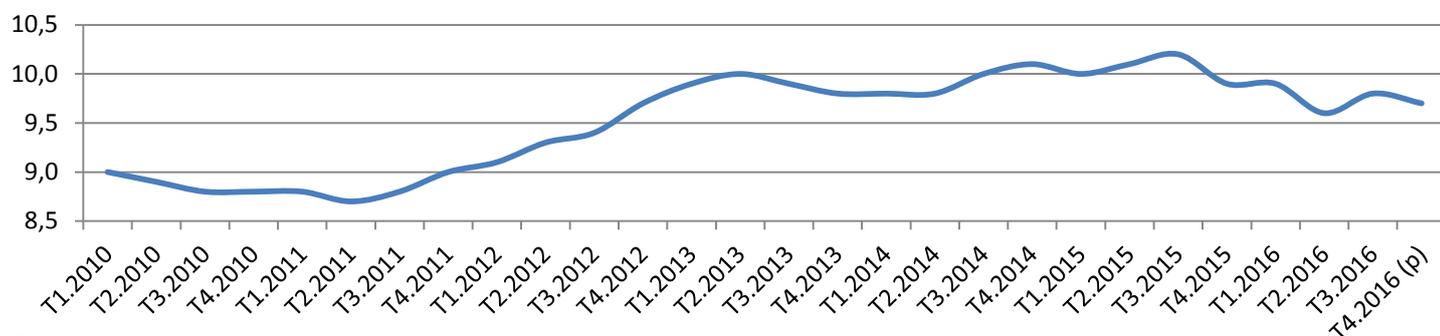
Source : Commissariat général au développement durable

Le marché du logement continue de bien se porter et ne cesse de progresser. De mars 2016 à février 2017, le nombre de permis de construire a progressé de 15,2% par rapport au cumul des douze mois précédents. Cela représente 429 200 logements ordinaires neufs autorisés à être construits. Le nombre de mises en chantier de logements ordinaires neufs a lui progressé de 13,6% sur la même période, représentant 359 600 logements commencés.

Sur plus court terme (entre décembre 2016 et février 2017), le nombre de permis de construire a augmenté de 16,4% et celui des logements mis en chantier de 12,3%.

Grâce à des taux du crédit immobilier exceptionnellement bas qui profitent pleinement aux acquéreurs et à une légère remontée des prix des logements profitant aux vendeurs, la bulle immobilière française a pu se dégonfler fortement selon les experts immobiliers. Si ces bonnes conditions du marché persistent encore en 2017, les constructions de logements neufs devraient continuer à progresser sur l'exercice.

## Taux de chômage France métropolitaine



Source : INSEE

A la fin de l'année 2016, le taux de chômage en France métropolitaine est parvenu à repasser sous la barre des 10% pour s'établir à 9,7%. Après une embellie fin 2015 et en 2016, marquée par cinq trimestres consécutifs de baisse du chômage, les résultats du premier trimestre s'avèrent moins encourageants. Si le nombre de demandeurs d'emploi a faiblement reculé en janvier et février, les chiffres de mars font état d'une hausse de 1,3%. Toutefois, sur un an, le nombre d'inscrits demeure toujours en recul de 0,9%. Ces moins bonnes performances sur le premier trimestre sont liées en partie à une baisse des effets du plan d'entrée en formation lancé par le gouvernement en 2016. Sur les trois premiers mois de l'année, le nombre des personnes qui sortent des statistiques des demandeurs d'emploi pour entrer en stage a baissé de 25% et ne progresse plus que de 36% sur un an alors que fin 2016 ces mêmes indicateurs étaient respectivement en croissance de 30% et 100%.

### Quelles perspectives pour les mois à venir ?

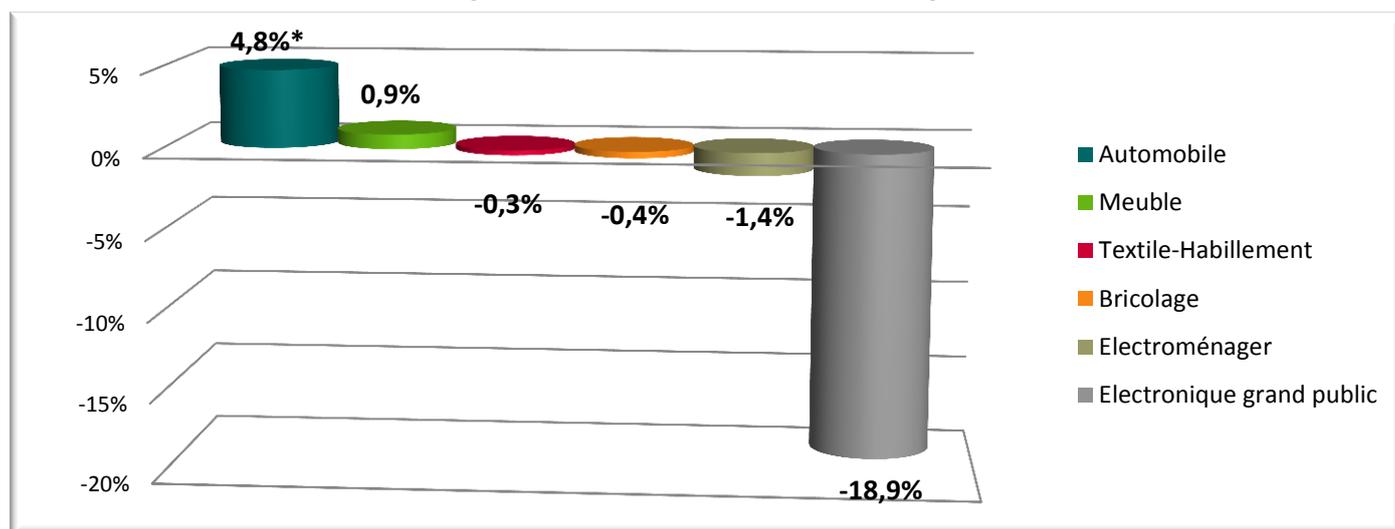
Comme l'indiquent les derniers chiffres du ministère, les nouvelles en provenance du marché de l'immobilier sont excellentes. Les experts de la Fédération française du bâtiment tablent sur une croissance des mises en chantier de l'ordre de 9% en 2017, ce qui devrait soutenir fortement les ventes de mobilier durant les prochains mois. Et ce d'autant plus que la situation dans l'immobilier ancien est également au beau fixe puisque la dernière lettre des notaires de France montre que ce sont 867 000 transactions qui ont été enregistrées sur la période mars 2016 – février 2017, soit le point le plus haut jamais enregistré par le marché.

Attention toutefois, la croissance sur les prochains mois n'est pas mécaniquement acquise et plusieurs ombres pèsent sur la consommation future des ménages. Tout d'abord, la hausse de l'inflation pourrait ralentir la croissance du pouvoir d'achat des ménages et les pousser à effectuer des arbitrages qui se font malheureusement bien souvent en défaveur du mobilier. Ensuite, la hausse du chômage en mars pourrait aussi, si elle se poursuit, peser sur le moral des ménages et les inciter à réduire leur consommation. Toutefois, il y a peu de chances que les ménages privilégient massivement l'épargne au vu des faibles taux de rendement des placements les plus populaires.

## Le meuble bon élève de l'équipement de la maison

### Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1<sup>er</sup> trimestre 2017/1<sup>er</sup> trimestre 2016)



Sources : IPEA, Banque de France, CCFA

\*Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers

Tendance à la baisse pour de nombreux marchés d'équipement sur le premier trimestre de l'année 2017 par rapport au premier trimestre 2016. Le marché automobile est celui qui résiste le mieux et constitue une exception avec une progression des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers à +4,8% sur la période. Le meuble parvient pour sa part à faire légèrement progresser ses ventes sur le premier trimestre.

Comme pour le meuble, les premières semaines de l'année ont été difficiles pour les marchés de l'équipement de la maison même si l'activité est repartie en février ou en mars selon les secteurs. L'électroménager qui avait clôturé l'année 2016 positivement connaît en ce début d'année une baisse de son activité que l'on peut qualifier d'exceptionnelle comparée aux bonnes performances du marché ces dernières années : -1,4% entre janvier et mars 2017 par rapport au premier trimestre de l'année précédente. Si le résultat est meilleur pour le marché du bricolage (-0,4%) ce dernier ne semble pas encore profiter de l'embellie du marché immobilier pour relancer ses ventes.

C'est le marché de l'électronique grand public qui rencontre le plus de difficultés et qui voit ses ventes en valeur chuter de presque 19% sur la période janvier-mars 2017 ! En effet, les ventes de téléviseurs ont fortement ralenti après les achats massifs qui ont eu lieu en début d'année 2016 lors du passage généralisé de la TNT à la haute définition obligeant les ménages français à renouveler leur téléviseur ou s'équiper d'un décodeur.

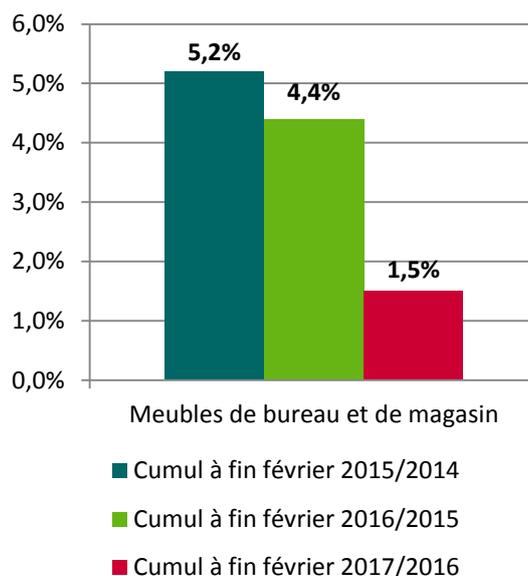
Les ventes de textile-habillement se redressent doucement mais le segment parvient tout juste à maintenir ses ventes sur le premier trimestre, malgré la période des soldes d'hiver.

## Industrie : une activité en recul

Les premiers résultats de l'indice de production industriel de l'Insee sur janvier et février 2017 mettent en évidence également un début d'année difficile pour les industriels du meuble.

### Les meubles de bureau et de magasin

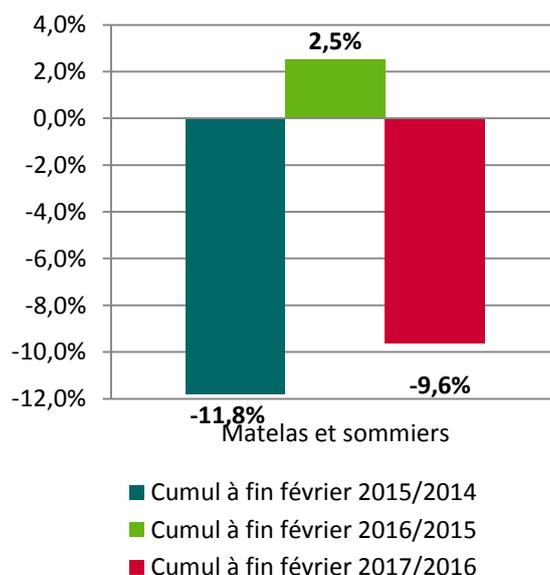
Si la croissance est toujours de rigueur pour les meubles de bureau et de magasin sur ce début d'année, on constate que comparé au premier bimestre des deux années précédentes la croissance ralentit. Sur l'ensemble de l'année 2016, le segment était en croissance de 0,8% après cependant un bon démarrage de l'exercice puisqu'il affichait une croissance de 5,0% à la fin du premier semestre avant de connaître une croissance plus modérée sur les six mois suivants. Les résultats de ce début d'année sont ainsi en phase avec ceux observés à la fin de l'exercice 2016.



Source: INSEE  
Indice de la production industrielle

### La literie

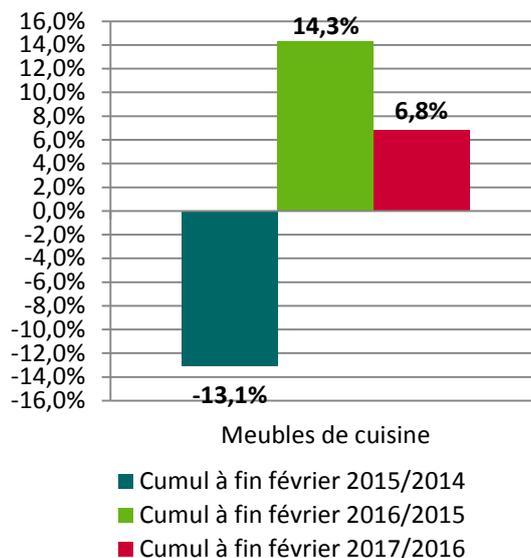
Les deux premiers mois de l'industrie de la literie sont également en phase avec les résultats enregistrés sur la fin de l'exercice 2016. Ainsi si le segment avait débuté l'exercice précédent sur une note positive, il le clôturait néanmoins sur un recul d'activité de 7,2% (dont un recul de 11,8% rien que pour le second semestre) alors que dans le même temps, les résultats côté consommation étaient extrêmement positifs (+5,5%). Si côté consommation sur ce début d'année les résultats sont plus mitigés, les industriels ne parviennent pas non plus à redresser la barre et l'activité chute lourdement en janvier et février.



Source: INSEE  
Indice de la production industrielle

**La cuisine**

Les meubles de cuisine enregistrent le meilleur début d'année avec une croissance de leur activité de 6,8%. Comme en 2016, ce segment de l'industrie est soutenu par la consommation des ménages. La cuisine est en effet le segment du meuble qui enregistre la meilleure progression sur le premier trimestre. On pourra également noter que cette forte progression intervient après déjà une progression de près de 15% sur le premier bimestre 2016, mettant ainsi en évidence la bonne santé de l'industrie du meuble de cuisine en France.



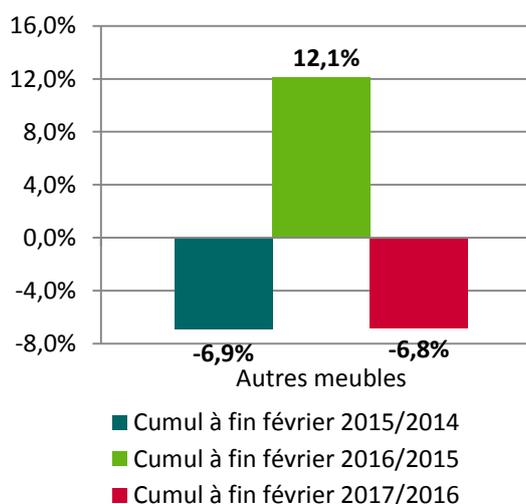
Meubles de cuisine

Source: INSEE

Indice de la production industrielle

**Les autres produits meubles**

Le reste de l'industrie du meuble est pour sa part plus en difficulté avec des performances en recul de 6,8%. Si le segment avait réussi à terminer l'année sur un bon résultat avec une croissance de 4,9%, le dernier trimestre faisait pour sa part déjà état d'une activité en recul de 3,0%. Difficile de savoir au sein de cette catégorie « autres meubles » quels sont cependant les segments les plus en difficulté. Les effets d'une croissance considérablement ralentie côté consommation depuis juillet 2016 après un excellent premier semestre se font sentir sur ce segment.



Autres meubles

Source: INSEE

Indice de la production industrielle

Après deux exercices en croissance à +2,0% en 2015 et +3,1% en 2016, l'industrie française du meuble connaît un début d'année plus difficile avec un premier bimestre en recul de 2,3%. Ce recul d'activité n'est toutefois pas une exception au niveau européen sur la période. Ainsi, les industriels allemands voient aussi leur activité reculer de 1,8% sur le début d'exercice 2017 alors que les industriels britanniques après deux années de croissance de la production (+3,8% en 2015 et +4,2% en 2016) voient également leurs ventes reculer fortement (-8,8%). Si au Portugal, l'activité se maintient, les industriels espagnols profitent toujours d'un marché de l'immobilier bien orienté et l'activité industrielle voit sa croissance atteindre les 10%. C'est mieux que la Pologne qui voit néanmoins sa production enregistrer une croissance de 6% sur la période. Et aussi mieux que l'Italie qui renoue toutefois avec la croissance de sa production avec +3,8% sur les deux premiers mois de l'année.

**Etude : L'E-COMMERCE 2017**

Les **enseignes citées** dans l'étude :

*Alinéa, Amazon, But, Castorama, Cdiscount, Conforama, Ikea, La Redoute, Leroy Merlin, Maisons du Monde...*

Quels sont les produits **les plus achetés** en ligne et dans quelles enseignes ?

Quel est **le profil du consommateur** "prêt à acheter en ligne" ?

Quels sont **les sites plébiscités** pour un achat de canapé ou de literie ?

Quels sont **les critères de choix** des sites marchands en ligne des Français ?

Comment les Français organisent-ils leur **processus de recherche** de meubles en ligne ?

TARIF : 1 200 € HT

[Bon de commande](#)

**Comprendre** comment les Français désignent le style de leur intérieur.

**Analyser** les principaux styles et les ambiances recherchées.

**Caractériser** les profils types des clients en fonction des styles aspirationnels.

**Faciliter** un langage commun avec les consommateurs à l'aide d'analyse du vocabulaire employé.

Cette étude est **un outil riche** qui peut être utilisé par de nombreux profils : DG, marketing, études, opérations...

TARIF : 1 200 € HT

**Etude : LES STYLES 2017**

Les **enseignes citées** dans l'étude :

*Alinéa, Amazon, But, Castorama, Cdiscount, Conforama, Fly, Habitat, Ikea, La Redoute, Leroy Merlin, Maisons du Monde, Monsieur Meuble, Roche Bobois*

## Meubloscope 2017 toujours disponible !



- Découvrez quels sont les segments et les circuits qui ont progressé en 2016.
  - Quelles sont les perspectives d'évolution du marché en 2017 ?
- Qu'en est-il également de la production et du commerce extérieur français ?
  - Toutes les réponses sont disponibles dans l'édition 2017 du Meubloscope

**Complétez votre collection et commandez votre exemplaire...**



## BON DE COMMANDE MEUBLOSCOPE 2017



### 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 : [comptabilite@ipea.fr](mailto:comptabilite@ipea.fr) - [www.ipea.fr](http://www.ipea.fr)