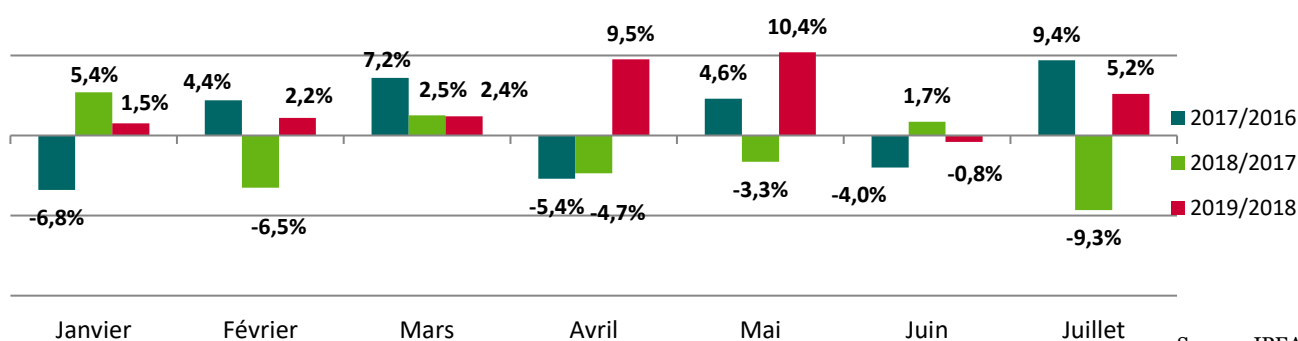


Le mois de juillet en bref...

Evolution du marché domestique juil. 2019/juil. 2018	+5,2 %
Evolution du cumul à fin juillet 2019/2018	+4,1 %
Incidence du résultat de juillet sur le cumul	+0,2 pt
Croissance du cumul marché hors cuisine et literie	+2,8 %

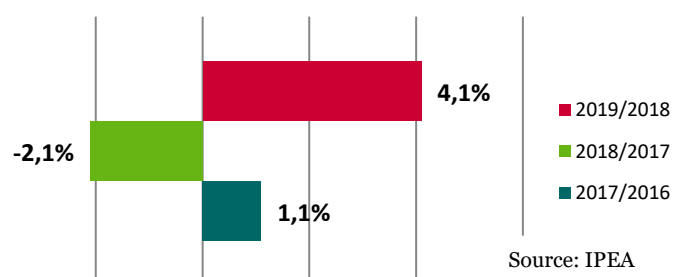
Le marché reprend des couleurs en juillet

Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



La croissance est de retour sur le marché du meuble en juillet avec une progression des ventes de **5,2%**. Après un début de soldes difficile certaines enseignes ont réussi à redresser la barre en juillet et terminent le mois sur de belles performances de leurs ventes. Si cette progression ne suffit pas pour compenser le recul enregistré en 2018, elle permet néanmoins de se rapprocher du pic d'activité de 2017 renforçant ainsi le poids du mois de juillet comme deuxième mois en valeur sur le marché après janvier. Peu de changements par rapport aux mois précédents et les meilleures performances sont encore signées par la cuisine. Côté circuits, les spécialistes cuisine et literie enregistrent les plus fortes progressions et on notera également de bonnes performances de l'ameublement milieu haut de gamme et des magasins indépendants qui ont globalement bien su profiter de ce mois de soldes.

Evolution IMC valeur en cumul 7 mois



Au cumul des sept premiers mois, le marché renforce légèrement sa performance du premier semestre avec une progression de **4,1%** et surtout un horizon relativement dégagé à court terme puisque les mois d'août et septembre 2018 s'étaient pour leur part soldés par deux contre-performances avec des reculs respectifs de 3,5% et 4,7%. Normalement, le marché devrait donc profiter des deux mois à venir pour consolider encore sa croissance.

Sur le marché du meuble, la question de la provenance du mobilier et donc du poids du made in France revient comme un leitmotiv alors que la plupart des enquêtes consommateurs que l'IPEA a pu effectuer montrent clairement que, pour l'instant, cette question est accessoire dans l'esprit des Français pour leurs achats de mobilier et arrive loin derrière le prix. Le marché du meuble français est très ouvert aux importations qui représentaient plus de 7 milliards d'euros en 2017 et 2018 laissant de moins en moins de place à la production nationale. Une étude publiée par l'Insee en juin 2019 montre néanmoins que le made in France reste fortement présent dans la consommation globale des ménages français mais avec toutefois des résultats très disparates d'un secteur à l'autre.

81%, c'est la part que représentait le made in France dans les dépenses des Français en 2015 (dernières données disponibles dans l'étude), soit presque deux points de moins qu'en 2005 selon l'Insee. Si la part du made in France diminue, elle le fait lentement.

Cette proportion montre toutefois de fortes disparités d'un produit à l'autre. Ainsi, elle est de :

- 36% en ce qui concerne les biens manufacturés
- 15% pour les biens fabriqués
- 13% en ce qui concerne le textile
- 60% en ce qui concerne la fabrication de denrées alimentaires, de boissons ou de produits à base de tabac
- 90% pour les services.

Nota bene : la notion de Made in France tient compte également des marques non françaises mais produites en partie en France.

65%, soit la part de la consommation nationale en biens manufacturés produits sur leur territoire en ce qui concerne les Etats-Unis. C'est loin devant la France qui n'atteint pas les 40%. C'est aussi loin devant l'Allemagne et l'Italie (50%) ou l'Espagne (45%).

Tous produits confondus, la production nationale n'atteint que 61% au Luxembourg ou 56% en Irlande, loin derrière le Brésil ou les Etats-Unis (89%) et le Japon (87%). Avec une part juste au-dessus de 80%, la France se situe à un niveau proche de ses partenaires européens comme le Royaume-Uni (80%), l'Espagne (81%), l'Italie (81%) ou l'Allemagne (78%).

1,9 pt, c'est le recul enregistré par la part du made in France dans les dépenses des ménages entre 2005 et 2015, c'est plus que la moyenne des pays de l'OCDE (hors Chine et Mexique) pour lesquels les produits de fabrication nationale n'ont reculé que de 1%. Parmi ses voisins européens, la France fait moins bien que le Royaume-Uni (-1,6 pt), le Danemark (-1,3 pt) ou l'Italie (-1,0 pt). Mais elle fait mieux que l'Allemagne (-3,6 pts) ou la Belgique (-4,3 pts).

13%, soit la part de l'Allemagne dans les dépenses des Français en produits importés, ce qui en fait le premier contributeur devant les Etats-Unis (8%), la Chine (7,7%) et le Royaume-Uni (6,7%). Si les importations provenant d'Allemagne sont variées, celles en provenance des autres pays sont plus ciblées. Pour la Chine, ce sont les produits informatiques, les automobiles pour l'Espagne, les équipements électroniques et optiques pour la Suisse. Les produits alimentaires importés proviennent pour leur part principalement d'Allemagne, des Pays-Bas et d'Italie. Enfin, la Chine représente 36% des dépenses en textile importé.

Une date à retenir :

Colloque annuel de l'IPEA

Vendredi 13 décembre 2019

ET

Une nouvelle étude IPEA



Focalisés sur le produit et les prix, nous oublions l'impact de la démographie sur notre marché !

L'étude menée par l'IPEA sur l'impact démographique sur différents segments du meuble, à court terme, va vous interpeller, que ce soit au niveau des volumes ou de la valeur par tranches d'âges...

Equipement ou renouvellement, les marchés vont être bousculés car des tranches d'âge entières diminuent tandis que d'autres, peu acheteuses à ce jour, explosent.

- ✓ Situation et analyse prospective 2018-2024
- ✓ Impact démographique 2018-2024 sur la literie, les lits, le rangement de chambre et de salon, le rembourré et la cuisine.

POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/ameublement-le-choc-démographique>