

Ipea news

Indicateur mensuel de Conjoncture –Juillet 2013

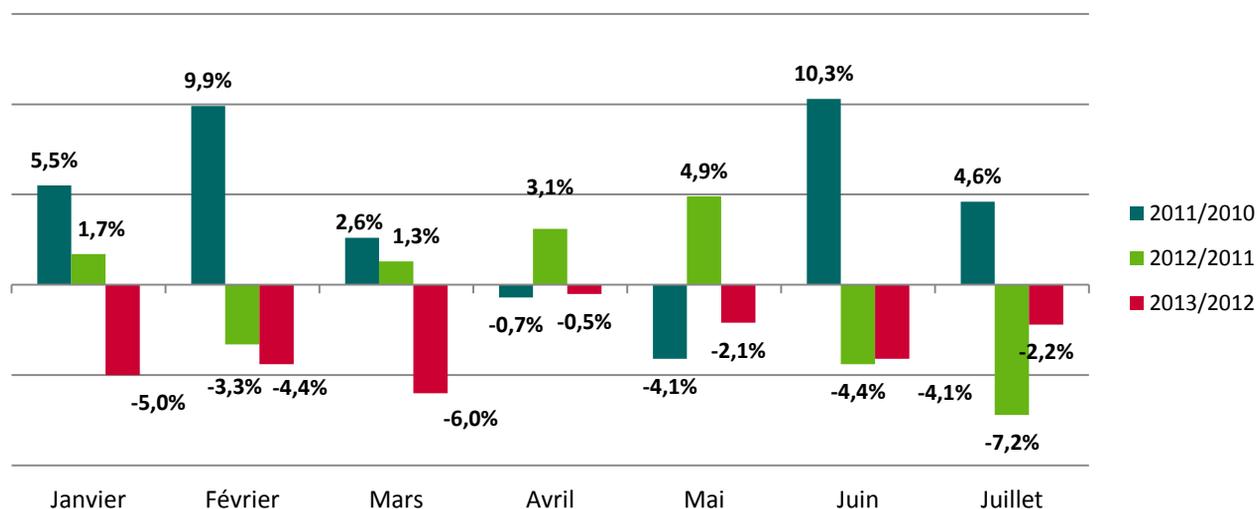
Le mois de juillet en bref...

Evolution du marché juillet 2013/juillet 2012	-2,2%
Evolution du cumul à fin juillet 2013/2012	-3,6%
Incidence du résultat de juillet sur le cumul	+0,2 point

Léger effet soldes en juillet

Avec une chute de performances de -2,2% en juillet, le marché enregistre un de ses meilleurs résultats derrière ceux des mois de mai et avril. Les soldes ont en partie compensé l'arrivée de la saison estivale la deuxième semaine de juillet et les chutes de fréquentation qui s'en sont suivies.

Evolution IMC valeur m / m – 12



Source : IPEA

Avec ce résultat du mois de juillet, le marché en cumul remonte à -3,6% sur les sept premiers mois de l'année. Pour la rentrée, le gel des barèmes d'imposition devrait peser fortement sur les dépenses des ménages. Si les ménages les plus modestes ne sont pas concernés, cette mesure concerne tout de même 19 millions de foyers français et représente 1,4 milliard d'euros supplémentaires de prélèvements pour les ménages et donc un manque à gagner du même montant pour le secteur de la distribution. La régularisation du montant annuel de l'impôt se faisant lors du paiement du troisième tiers, de nombreux ménages devraient ainsi se retrouver concernés au moment d'effectuer leurs achats de rentrée. La fin du gel des barèmes en 2014 devrait permettre aux ménages de regagner un peu de pouvoir d'achat alors que leur facture fiscale avait augmenté de 2% en moyenne en 2012 et 2013.

Evolution IMC valeur en cumul 7 mois



Source : IPEA

La guerre des prix que se livrent les assureurs automobiles devrait aussi permettre aux ménages français de regagner un peu de pouvoir d'achat. En 2014, les augmentations de prix devraient être en effet moindres que les années précédentes et faire du bien aux portefeuilles des ménages. De la même manière, la baisse des prix du gaz annoncée en septembre allégera aussi les dépenses des ménages.

Plus que des mètres carrés supplémentaires, la distribution réfléchit et avance de plus en plus sur la rénovation des points de vente, des concepts plus denses, l'optimisation du maillage géographique, la fidélisation de la clientèle et l'utilisation d'Internet pour enrayer la baisse de fréquentation.

Le marché hexagonal est mûr. Son potentiel reste élevé pour tout acteur français ou étranger qui souhaite poursuivre une stratégie de gain de parts de marché en France ou en Europe. Les grands concepts de la fin des années 60 l'ont porté jusqu'à présent, accompagnés par de multiples spécialistes dans les années 80 puis, plus récemment, par les spécialistes cuisine et literie avant tout. Ces concepts ont évolué à tel point que la distinction Equipement du foyer et Jeune habitat ne se justifie plus en dehors d'une offre brun et blanc qui les différencie encore et d'une contribution très convoitée des articles de décoration à la marge. Mais, en 2013, la décoration fait-elle vendre ? A deux jours de l'ouverture du salon Maison & Objets, comment peut-on expliquer et contrer ce que les Français nous confiaient l'automne dernier dans le Baromètre trimestriel Maison Sofinco-Ipea, à savoir, la moitié d'entre eux avait changé de comportement d'achat depuis le début de l'année 2012 et, parmi ces derniers, 58 % déclaraient acheter moins d'objets de décoration. En un mot, la décoration fait-elle toujours vendre et comment se différencier sans s'engager sur des volumes d'achats inconsidérés ?

Autre réflexion de rentrée, après le design moderne-actuel des années 2000, les catalogues sortis cet été tentent d'utiliser la couleur pour doper le marché et dynamiser l'offre. Le côté erratique des ventes et la faible fréquentation n'engagent pas à multiplier les stocks d'une quantité croissante de références et l'on assiste, dans certaines de ces parutions, à une mise en scène réussie de collections nouvelles qui masquent une optimisation accrue du nombre de références. A la rescousse, des applis, configurateurs, concepts modulaires, fans, people, couvertures très colorées laissant découvrir des collections sages, confort voire même poésie annoncée. Tout le monde s'investit pour inciter les Français à changer leur intérieur, s'approprier les produits, choisir et personnaliser leur projet du bout des doigts. Du vendeur au président, cette rentrée, tout le monde est sur le pont !

Sortir, visiter, observer l'offre, les concurrents et surtout un consommateur qui adopte une attitude nouvelle, chamboulée par les dépenses contraintes et le digital, devient primordial. De la curiosité et de la réflexion viendront les solutions de demain pour se démarquer et faire face à des acteurs puissants qui voient dans l'hexagone un marché à conquérir.

Réservez dès maintenant votre jeudi 12 décembre 2013 pour la prochaine journée d'études IPEA

Au programme : repartez avec une étude exclusive et le pré-Meubloscope 2014 !

Le Matin :

✓ De 10h00 à 11h00, Jean-Michel BOUSSEMART, **Rexecode**, nous permettra de faire un point complet sur l'économie mondiale et de ses impacts sur notre marché.

✓ De 11h00 à 12h30, l'équipe IPEA dressera un **bilan complet du marché 2013**, des évolutions par types de produits, circuits et profils d'acheteurs. Pour la première fois vous sera aussi présentée une **analyse prévisionnelle des ventes pour 2014**.

L'après-midi :

✓ De 14h00 à 15h30, vous serons présentés les résultats **d'une grande enquête qualitative** sur les Français et le meuble.

✓ De 15h30 à 17h00, **Henri de BODINAT** interviendra avec un message offensif : « **Face à la crise : renforcer l'offre !** »

Notez dès à présent **cette journée de formation** à l'issue de laquelle vous sera remis un **pré-bilan de l'année 2013 sur la base des 10 premiers mois**.

L'inscription à cette journée comprendra également l'étude annuelle **MEUBLOSCOPE 2014** qui sera envoyée aux participants dès sa publication début février 2014.

Prix de la journée : **900 € HT par personne, imputables sur le budget formation.**

Une journée de formation à Paris de 10h – 17h

Commandez la dernière étude IPEA sur le marché de la cuisine intégrée 2012 – prospective 2020

Chiffres clés : marché, prix moyens, volumes ...

Prospective du marché d'ici 2020 : scénarii d'évolution du marché en valeur et en volume

Circuits de distribution : répartition en valeur, volume, budgets moyens, régions, critères d'achats, sources d'informations ...

Acheteurs : profil détaillé des acheteurs ...

Produits : kit/monté, types d'implantation, aspect des façades, styles ...

Distributeurs : acteurs présents, points de vente ...

Industriels : français, allemands et italiens

Commerce extérieur

Disponible dès maintenant

2.000 € HT pour l'étude seule

3.000 € HT pour l'étude + une présentation au sein de votre entreprise. Cette prestation globale est imputable sur le budget formation.

Sommaire, liste des tableaux et bon de commande sur www.ipea.fr