

Le mois de mai en bref...

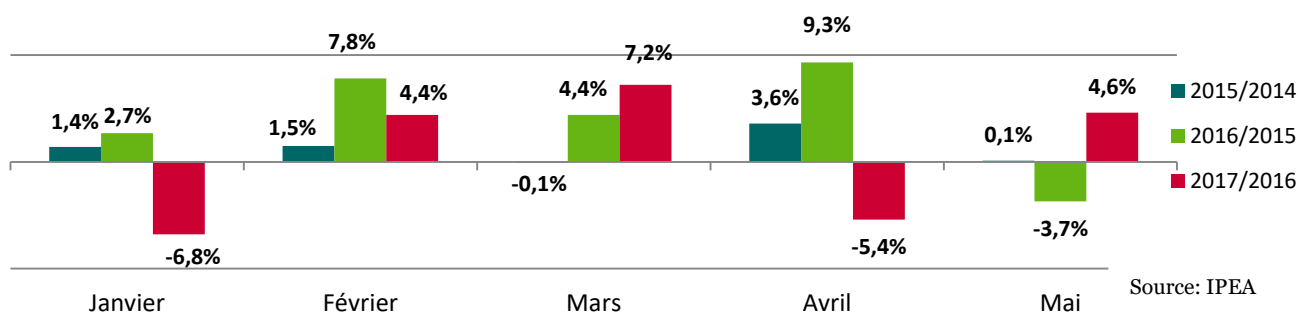
Evolution du marché domestique mai 2017/mai 2016 **+4,6%**

Evolution du cumul à fin mai 2017/2016 **+0,2%**

Incidence du résultat de mai sur le cumul **+0,8pt**

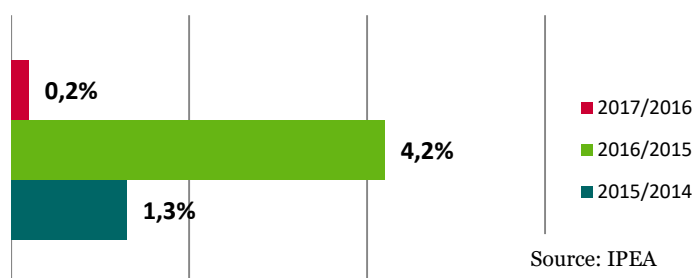
Reprise de l'activité en mai

Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Le marché du meuble continue son parcours erratique de début d'année. Après un mois d'avril en fort recul, le marché enregistre une belle progression de ses ventes au mois de mai avec **+4,6%** mais sur un référentiel toutefois beaucoup plus faible (-3,7% en 2016). C'est un bon résultat assez inattendu pour un mois qui l'année dernière n'avait pas su tirer profit de la reprise et restait sur quatre derniers exercices délicats. Les changements de rythme devraient encore se poursuivre en juin où le marché devra composer avec une croissance 2016 de +8,7% mais surtout avec une semaine et un week-end de soldes en moins puisque ceux-ci ont débuté le 28 juin contre le 22 juin l'année précédente. Difficile dans ces conditions d'envisager une poursuite de la croissance sur ce mois.

Evolution IMC valeur en cumul 5 mois



En cumul, ce résultat du mois de mai permet au marché de redresser légèrement ses ventes sur les cinq premiers mois et celles-ci s'établissent maintenant à **+0,2%**. Le marché paye sur les premiers mois 2017 la forte reprise enregistrée sur le marché durant le premier semestre 2016, +4,2% sur la période de janvier à mai (plus forte croissance enregistrée en dix ans sur ces cinq mois), et ne parvient pas pour le moment à capitaliser sur cette croissance.

Que ce soit durant les soldes d'hiver 2017 ou les soldes d'été 2016, on a pu noter que l'impact de ces périodes sur les chiffres d'affaires des enseignes était moindre que ce qu'il était il y a encore quelques années. Les premières prévisions d'achat en ce qui concerne les soldes à venir sont pessimistes et persistent dans ce sens. C'est ce que montrent les résultats d'une enquête Toluna menée en ligne pour LSA auprès de 1 500 personnes représentatives de la population française.

73%, c'est la part des Français qui déclarent qu'ils prendront part aux soldes d'été 2017. C'est moins que lors des soldes d'été précédents où ils étaient plus de 77% à avoir participé à cette opération. Pire encore, les futurs consommateurs prévoient en moyenne un budget de 205 euros, en recul de près de 11% par rapport aux sommes dépensées l'année dernière. Dans le meuble, si le mois de juin avait enregistré un très bon résultat (+8,7%) et le mois de juillet un léger recul (-0,3%), ces premiers éléments ne penchent pas vers une amélioration des performances pour les deux mois à venir.

11,8%, c'est la part des Français qui, une semaine avant le début des soldes, déclarent avoir déjà pris part à une vente privée pré-soldes. 36,3% d'entre eux se disent intéressés, ce qui met en évidence le fort impact de ces opérations.

La multiplication des promotions tout au long de l'année n'est pas non plus sans effet sur le succès décroissant des soldes durant les derniers exercices. Ainsi, seulement 25% des Français déclarent avoir décidé de différer certains de leurs achats afin d'attendre les soldes pour les effectuer. C'est 1,8 point de moins que l'année dernière. Les soldes ne sont ainsi plus aussi exceptionnels qu'ils pouvaient l'être par le passé.

58% des personnes interrogées iront effectuer leurs soldes dans les centres commerciaux. 51% iront acheter sur Internet et 41% dans des boutiques de centre-ville. Comme d'habitude pendant les soldes, l'équipement de la personne passera avant l'équipement de la maison avec 76% des personnes interrogées qui achèteront des articles d'habillement, 40% des articles de sport, 22% des articles d'hygiène beauté. La proportion d'acheteurs pour de l'équipement high-tech est la même alors que l'ameublement décoration arrive juste derrière avec 21% d'acheteurs devant l'électroménager (18%) et la culture (18% également).

IPEA

Le Rembourré - Canapés, fauteuils, banquettes

Mai 2017



Avec 24,7 % de la valeur du marché du meuble, les ventes de canapés, fauteuils et banquettes rivalisent avec la cuisine qui vient de les dépasser et restent loin derrière celles du meublant.

Cette nouvelle étude IPEA forte de ses **1.484 observations** d'achats auprès des Français acheteurs vous livre une analyse détaillée des ventes :

- par **typologies** de produits
- par **circuits** de distribution
- par **profils** de consommateurs

Plusieurs circuits de distribution :

- Grande distribution ameublement
- Ameublement milieu de gamme
- Ameublement haut de gamme
- Spécialistes salon
- Autres enseignes spécialisées

[Bon de commande](#)

L'approche des prix moyens montre de réels **mouvements de fond** sur ce marché où la concurrence *grande distribution vs spécialistes et pure-players* est loin de créer de la valeur au final...

contrairement à ce qui se passe sur la marché de la cuisine tandis que la dynamique « tissus » et l'évolution de la fonction relax bousculent certains acteurs.

Cette étude est aussi l'**opportunité** de faire un point sur cette famille de produit et le e-commerce en termes de « notoriété spontanée site marchand » sur le canapé.

Pour tout complément d'information veuillez contacter comptabilite@ipea.fr

TARIF : 1 200 € HT



EDITION 2017 IPEA DISPONIBLE À PARTIR DU 17 AVRIL 2017

Pour vous offrir un aperçu complet de la famille literie de 2014 à 2016, l'IPEA vous propose **une analyse globale** sur :

- les matelas analysés selon 3 tailles (hors bébé)
- les sommiers analysés selon 2 tailles (hors bébé)
- et les compléments literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit)

**DONNÉES EN VALEURS, VOLUMES, PRIX MOYENS,
ÉVOLUTIONS, STRUCTURES DE VENTE, POIDS
ET ÉVOLUTIONS DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION**