

Le mois de novembre en bref...

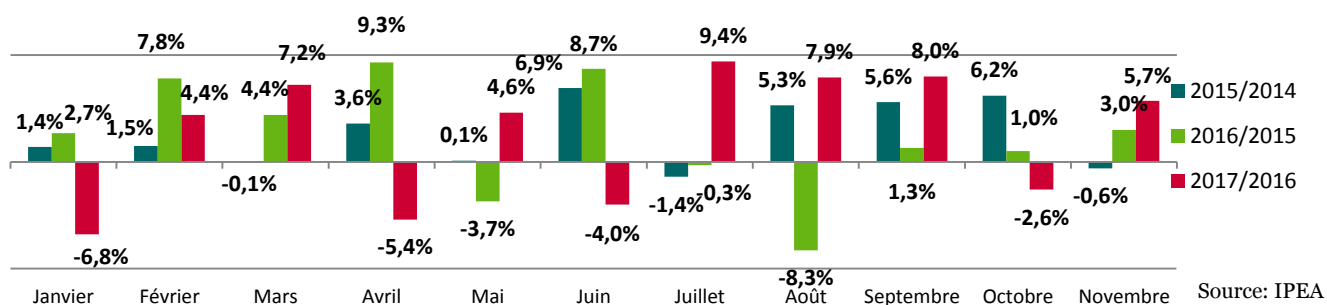
Evolution du marché du meuble domestique nov. 2017/nov. 2016 **+5,7%**

Evolution du cumul à fin novembre 2017/2016 **+2,4%**

Incidence du résultat de novembre sur le cumul **+0,4 pt**

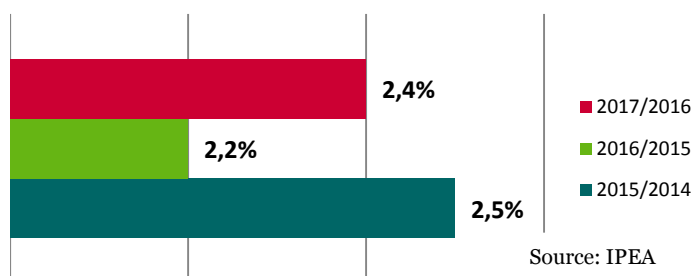
Belle progression en Novembre

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



Le marché renoue avec la croissance en novembre et progresse de **5,7%** sur ce mois. Ce résultat constitue une bonne performance après une croissance déjà de 3% en 2016 et permet de redonner du poids au mois de novembre qui ne représentait plus en 2016 que 8,5% des ventes en valeur, contre près de 9% en 2013. Peut-être faut-il voir dans ces reprises d'activité des deux dernières années les effets du Black Friday qui rencontre un succès grandissant depuis deux ans. Cette bonne performance de novembre profite donc aux acteurs de la vente en ligne mais aussi à ceux de l'ameublement milieu-haut de gamme ainsi qu'à certaines enseignes de la grande distribution ameublement.

Evolution valeur en cumul 11 mois



Sauf performance catastrophique du mois de décembre, il est maintenant quasiment acquis que le marché finira l'année dans la tendance des deux derniers exercices. L'année 2015 s'était en effet terminée à +2,4% et 2016 à +2,3%. Le faible poids du mois de décembre sur l'année en valeur (7,6% des ventes annuelles en 2016) limite très fortement les risques de voir les performances globales du marché retomber de manière forte. Un marché étal en décembre garantirait ainsi une performance cumulée supérieure à 2% sur l'ensemble de l'exercice.

Les Français adeptes du Black Friday ? Oui répond le site Black-Friday.sale, qui agrège les ventes en ligne du Black Friday et qui note une progression soutenue des ventes réalisées le vendredi 24 novembre 2017 par les plus gros e-commerçants. Depuis son lancement dans l'Hexagone par Amazon en 2014, cette journée devient de plus en plus attendue par les Français qui souhaitent faire de bonnes affaires avant les fêtes de fin d'année. Voici les principales informations à retenir concernant la vente en ligne pour cette édition 2017 :

+30% : c'est la hausse des ventes réalisées par les e-commerçants le jour du Black Friday 2017 par rapport au même jour de l'année précédente.

+33% : il s'agit de la progression du chiffre d'affaires réalisé par les enseignes du e-commerce durant la même période dépassant de 14% les prévisions de croissance. Certaines enseignes affichent même des progressions de leur chiffre d'affaires allant jusqu'à 80% pour cette journée.

118 euros : c'est le panier moyen des acheteurs en ligne atteint ce jour-là, en hausse de 6% par rapport à l'année précédente. A titre de comparaison, le budget moyen des consommateurs durant les soldes d'été était de 177 euros.

11% : c'est la part des ventes réalisées dans le segment maison et jardin qui se place cette année à la troisième place, derrière les segments de la mode (37%) et de l'électronique/téléphonie (19%) totalisant à eux seuls 56% des ventes.

62% : c'est le taux de participation des femmes le jour du Black Friday qui ont été vraisemblablement plus dépensières que les hommes.

25-34 ans : c'est la tranche d'âge des consommateurs la plus représentée le jour du Black Friday (29%), suivis des 18-24 ans (22%) et des 35-44 ans (19%). Le black Friday séduit donc en majorité une clientèle jeune, les moins de 35 ans représentant plus de la moitié des acheteurs.

00h00-00h30 : le pic de transactions a été atteint durant ce créneau horaire confirmant que les consommateurs français sont restés bien réveillés pour profiter des offres exclusives du Black Friday dès les premières heures de cette journée. Pratique que l'on retrouve déjà chez les consommateurs américains, pionniers de cet événement commercial.