

Le mois de septembre en bref...

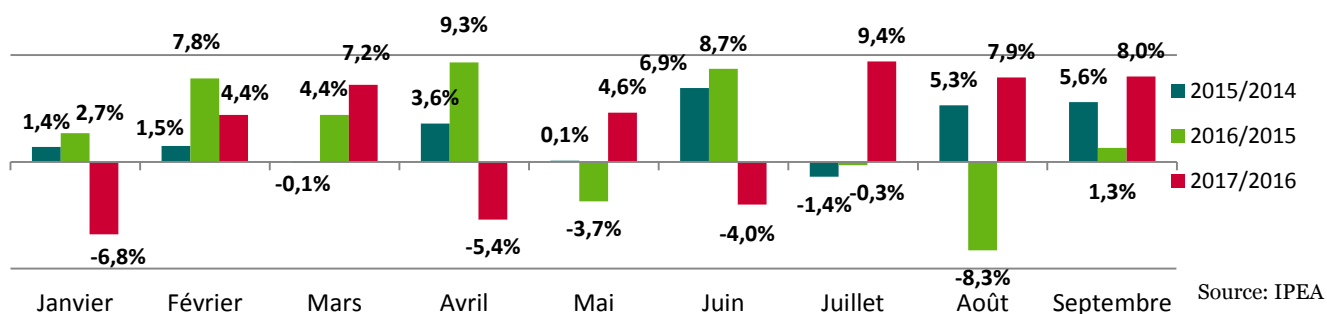
Evolution du marché domestique sept. 2017/sept. 2016 **+8,0%**

Evolution du cumul à fin septembre 2017/2016 **+2,6%**

Incidence du résultat de septembre sur le cumul **+0,7 pt**

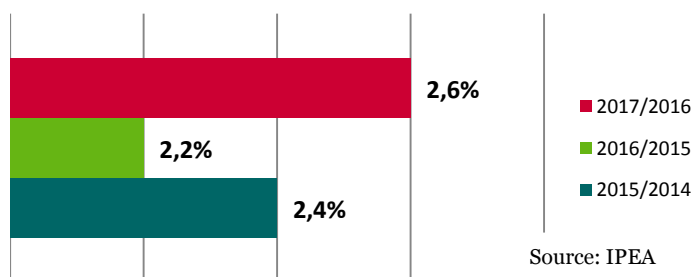
Bonne rentrée sur le marché du meuble

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Les bons résultats des deux derniers mois se poursuivent en septembre et le marché du meuble signe une rentrée exceptionnelle avec une croissance de ses ventes de **8,0%**. Sur ce troisième trimestre, le marché enregistre une croissance de 8,5% bien supérieure à celles enregistrées au premier et au deuxième trimestre (respectivement +0,9% et -2,0%). Le gain en valeur sur trois mois s'élève à près de 200 millions d'euros. Les offres de rentrée ont su séduire le consommateur mais contrairement aux deux mois précédents, les enseignes de la distribution milieu haut de gamme marquent le pas, surtout chez les indépendants, laissant la part belle aux enseignes de la grande distribution et aux spécialistes.

Evolution IMC valeur en cumul 9 mois



Le marché continue donc le redressement amorcé dès juillet et voit son cumul sur les neuf premiers mois de l'année s'établir à **+2,6%**. Sur la base d'un référentiel d'octobre 2016 moyen (+1,0%), comme en septembre, le marché devrait parvenir à maintenir cette dynamique de son résultat cumulé sur le mois à venir. Après douze mois de juillet 2016 à juin 2017 plutôt ternes en termes de performances, le marché du meuble semble avoir retrouvé le rythme rapide de croissance qui était le sien au second semestre 2015 et au premier semestre 2016.

Dans la dernière note de conjoncture de l'IPEA du mois d'août 2017, avait été évoquée l'importance de créer une expérience client intéressante dans le processus d'achat des consommateurs.

Aujourd'hui, Mood Media (agence de marketing spécialisée dans le sensoriel en point de vente) et la Sacem (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) ont montré que la diffusion de musique dans les points de vente, tous secteurs confondus, améliorerait grandement cette expérience client.

Pendant une période de dix semaines et dans cinq villes différentes (Paris, Rambouillet, Saint-Mandé, Lyon, Toulouse), Infopro Digital (groupe de presse spécialisé) a mesuré quantitativement et qualitativement l'impact de la musique diffusée chez cinq enseignes spécialisées dans la banque, l'optique, la pharmacie, la distribution de carburant et le sport qui ne diffusaient pas de musique.

Les principaux résultats de cette enquête devraient ainsi convaincre le tiers d'établissements encore réfractaires à cette pratique :

80%, c'est la part de clients qui préfèrent entendre de la musique dans les lieux qui n'émettent pas de musique habituellement. Ils sont également 76% à déclarer que le temps d'attente passe plus vite quand il y a de la musique en magasin. Quand une playlist personnalisée est diffusée au sein d'un point de vente, sa recommandation progresse de 14% auprès de 66% des clients qui se disent prêts à recommander l'enseigne.

Pour **70%** des personnes interrogées, l'ambiance sonore améliore l'image de l'établissement fréquenté et pour 63% d'entre eux, elle présente un élément de différenciation. 72% des visiteurs qui venaient pour la première fois dans l'enseigne ont envie d'y revenir quand de la musique est diffusée contre 51% lorsqu'il n'y a pas de musique.

+20% : c'est le gain de la perception « premium » d'un magasin physique qui diffuse de la musique. Elle passe de 36% sans musique à 56% avec musique.

76% des clients des secteurs d'activité qui ne diffusent pas de musique estiment néanmoins que celle-ci est compatible avec le sérieux de l'activité exercée, principalement dans les établissements bancaires, une fois l'expérience de diffusion de musique réalisée (contre 33% avant cette dernière).

Enfin, l'impact de la musique sur les salariés a également été mesuré : **93%** des employés prônent le travail en musique, ce qui joue fortement sur leur motivation et leur moral au travail !



COLLOQUE ANNUEL

PERSPECTIVES MEUBLE ET MAISON 2018**15 décembre 2017****9h30 / 16h00****Espace CENTENAIRE**

Amphi Van Gogh

189 Rue de Bercy

62 Quai de la Rapée

75012 PARIS

Au programme*8h30 - Accueil**9h30*

1 Sur quel environnement économique pourrons-nous compter en 2018 ?
Jean Michel BOUSSEMART

2 Le marché du meuble et de la décoration en 2017 et les perspectives 2018
Stéphane LARUE – IPEA

3 **Résultats de l'étude prospective sur la distribution d'ameublement**

Remise du rapport complet aux participants :

cahier de tendances, cahier d'opportunités et scénarios

Interventions et échanges avec :

- | | |
|------------------------|---------------------|
| - Gérard MERMET | FRANCOSCOPIE |
| - Evelyne CHABALLIER | consultante IFM |
| - Isabelle MAYNERIS | DIAMART |
| - Nathalie DAMERY | L'ObSoCo |
| - Elisabeth GROSDOMMES | PARADIGMES |

12h45 - Cocktail déjeunatoire

4 Pourquoi une après-midi avec **Bonial** et **Google** sur le thème de l'aménagement de la maison : quelles recettes pour rationaliser et rentabiliser ses investissements marketing ?

5 Le mobile, pierre angulaire de la génération de trafic rentable en magasins
Laurent LANDEL – Directeur associé **Bonial**

6 L'analyse de Google
Edouard SCHWEBEL – Industry manager Brands & Retail chez **Google**

15h45 – Conclusion & clôture

Tarif : 400€ HT, soit 480€ TTC



Journée PERSPECTIVES MEUBLE ET MAISON 2018

SOCIETE

Nom ou Raison Sociale.....

TVA Intra-communautaire (à remplir *obligatoirement*).....

Adresse.....

Code postal/Ville.....

Tél.....

PARTICIPANT(S)

Nom, Prénom.....

Fonction.....E-mail.....

Nom, Prénom.....

Fonction.....E-mail.....

Nom, Prénom.....

Fonction.....E-mail.....

FRAIS D'INSCRIPTION : 400 euros HT soit 480 euros TTC par personne

RÈGLEMENT : Le règlement doit impérativement parvenir avant le séminaire accompagné du bulletin

- Par chèque : à l'ordre de l'IPEA
- Par virement : HSBC FR PARIS GARE DE LYON Code IBAN : FR 76 3005 6002 6902 6900 0096 608
Code SWIFT : CCFRFRPP
- Par CB sur <https://www.weezevent.com/ipea-colloque-annuel>

IMPORTANT : Toute inscription annulée moins de 8 jours avant la date de la journée est due intégralement et ne pourra donner lieu à un remboursement. Ce séminaire ne peut pas être pris en charge par le budget formation.

Bulletin d'inscription à retourner avec le règlement à l'adresse suivante :

IPEA - INSTITUT DE PROSPECTIVE ET D'ÉTUDES DE L'AMEUBLEMENT – 15, rue de la Cerisaie 75004 Paris
ou à mahrouh@ipea.fr

Tél : 33 (0)1 82 28 35 70 Fax : 33 (0)1 82 28 35 71

Fait à..... Le..... Cachet et signature.....

La nouvelle étude cuisine IPEA vient de paraître

SOMMAIRE

Grand angle

CHIFFRES CLÉS

LE MARCHÉ DU MEUBLE DE CUISINE

Un dynamisme retrouvé
La production française
Le commerce extérieur

LA DISTRIBUTION DE LA CUISINE INTÉGRÉE

Les circuits de distribution des cuisines intégrées

LE PARCOURS D'ACHAT

Les sources d'information
Les critères d'achat

LE PROFIL DE L'ACHETEUR DE CUISINES INTÉGRÉES

Les actifs achètent 3 cuisines intégrées sur 4
Les couples assurent 80 % des achats
60 % des acheteurs de cuisine ont plus de 40 ans
Les propriétaires en tête des achats de cuisines intégrées
70 % des acheteurs de cuisines intégrées habitent une maison
La moitié des cuisines vendues le sont dans les 5 années consécutives à un emménagement

LES CUISINES INTÉGRÉES ACHETÉES

Deux tiers des cuisines vendues sont livrés en kit
L'importance de la pose
Les cuisines intégrées en L. dominant encore le marché
Vers une uniformisation grandissante des portes
Le prix

NOUVEAUX MODES DE VIE, NOUVEAUX MODES ALIMENTAIRES : QUELLE SERA LA CUISINE DE DEMAIN ?

Les changements dans les structures familiales
De la fragilité des unions à la famille recomposée
La colocation ne concerne pas que les jeunes
Vieillessement de la population et handicap
Les modifications des modes alimentaires : du « fait maison » au snacking
De l'influence de la technologie sur la structure de nos cuisines
Conclusion

Focus

FOCUS FABRICANTS

Les fabricants de cuisine français
Les fabricants de cuisine allemands
Les fabricants de cuisine italiens

FOCUS RÉGIONS

FOCUS ENSEIGNES

FOCUS SOURCES D'INFORMATION ET RAISONS D'ACHATS

FOCUS PROFIL DES MÉNAGES ACHETEURS

FOCUS PRODUITS

Annexes

Éco-mobilier
Planche des enquêtes consommateurs
Régions Insee
Salons relatifs aux meubles de cuisine
Sociétés citées dans l'étude

BON DE COMMANDE



(parution octobre 2017)

TARIFS

<input type="checkbox"/> étude seule	2 400,00 € TTC	2 000,00 € HT
<input type="checkbox"/> étude + présentation IPEA dans votre entreprise	3 600,00 € TTC	3 000,00 € HT

VOS COORDONNÉES

M. Mme Mlle

Prénom

Nom

Fonction

Société

Activité de l'entreprise

N° Siret (obligatoire)

Adresse

Code postal

Ville

Tél.

Fax

E-mail

Retournez ce bulletin accompagné de votre règlement à :

INSTITUT DE PROSPECTIVE ET D'ÉTUDES DE L'AMEUBLEMENT

15 rue de la Cerisaie
F-75004 Paris / France
T. +33.1/01.82.28.35.76
F. +33.1/01.82.28.35.71
info@ipea.fr

www.ipea.fr

Association loi 1901
APE 73202

SIRET 317.354.272.000.47

NID CEE FR 683.173.542.72

IBAN FR76 3005 6002 6902 6900 0096 608

BIC CCFRFRPP

DATE / CACHET / SIGNATURE