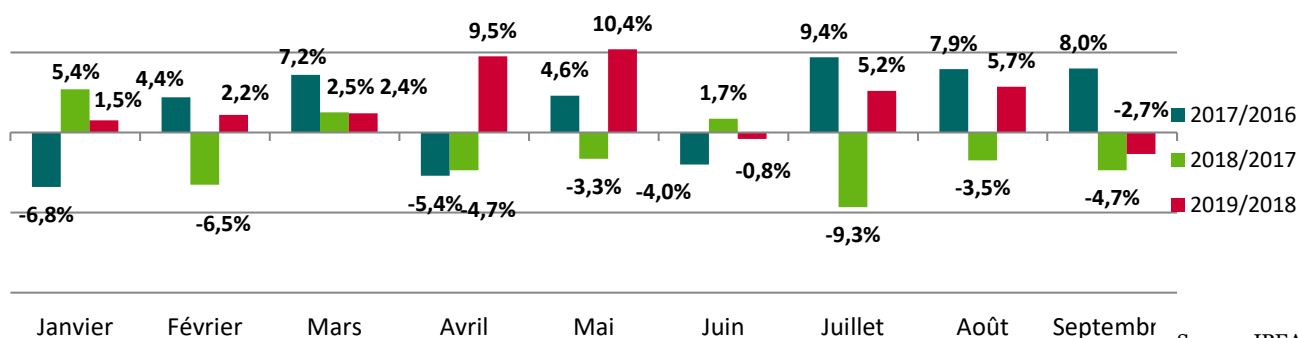


## Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché domestique sept. 2019/sept. 2018	-2,7%
Evolution du cumul à fin sept. 2019/2018	+3,5%
Incidence du résultat de septembre sur le cumul	- 0,8 pt
Croissance du cumul marché hors cuisine et literie	+2,0%

### Coup d'arrêt pour le marché en septembre

#### Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Le mois de septembre marque un coup d'arrêt sur le marché du meuble et enregistre le plus fort recul depuis le début de l'année (-2,7%). On notera toutefois que le mois compte un samedi de moins par rapport à l'exercice 2018 et que le dernier samedi avant la rentrée était cette année en août et non en septembre comme lors de l'exercice précédent, ce qui peut expliquer en partie le repli observé. Comme à leur habitude, les spécialistes cuisine sont ceux qui enregistrent les meilleures progressions sur le mois avec pour certains encore des croissances à deux chiffres. Parmi les principaux segments du secteur, le meuble de cuisine est également le seul à afficher une croissance. Concernant les autres circuits, les performances sont plus mitigées, si certains acteurs parviennent quand même à enregistrer de bons résultats, ceux-ci sont globalement en baisse pour la majorité d'entre eux.

#### Evolution IMC valeur en cumul 9 mois



Le résultat de septembre pèse sur le cumul des 9 premiers mois qui repasse sous la barre des 4% (+3,5%). Les trois derniers mois de l'année pourraient être plus difficiles pour le marché du meuble après les fortes croissances des huit premiers mois et notamment avec la grève des transports attendue au début du mois de décembre qui devrait peser sur les ventes, même si ce mois est loin d'être majeur pour les ventes du secteur.

Les difficultés rencontrées par de nombreuses enseignes de la grande distribution l'illustrent bien, les modes de consommation se transforment et le consommateur évolue. Si ses attentes ne sont plus les mêmes, son comportement d'achat change également et il utilise tous les moyens à sa disposition pour faciliter ses visites en magasin et les optimiser. Ainsi, le smartphone, avec 41 millions d'utilisateurs en France, est devenu un outil prépondérant du processus d'achat. C'est ce que montre une enquête menée par la marketing mobile association en juin 2019 auprès de 1561 personnes représentatives de la population française.

**45%**, c'est la part des utilisateurs de smartphone qui estiment qu'il leur est devenu indispensable pour préparer leurs visites en magasin. Proportion qui apparaît comme extrêmement importante au vu de la « jeunesse » de l'outil qui n'a véritablement pris son essor qu'en 2007 avec le lancement du premier iPhone, malgré quelques tentatives les années précédentes. Leur smartphone leur sert ainsi à échanger les bons plans reçus par ce canal avec des proches pour 43% des utilisateurs, même si la recherche d'informations sur les points de vente reste avant tout solitaire puisque 87% des utilisateurs déclarent utiliser leur téléphone pour faire des recherches pour eux-mêmes. On notera également que 44% des utilisateurs déclarent apprécier recevoir des communications des enseignes qui possèdent leurs données personnelles malgré pourtant un nombre croissant de sollicitations.

**64%**, soit la part, parmi les utilisateurs de smartphone qui s'en sont déjà servis avant de se rendre en magasin, qui l'ont utilisé pour rechercher un prix. Ce dernier reste le premier item consulté devant la disponibilité d'un produit ou d'un service pour la moitié des personnes concernées. On notera également que 43% de cette population qui a déjà utilisé son smartphone avant de se rendre en magasin l'a utilisé pour comparer les prix et 33% pour se renseigner sur d'éventuelles promotions, réductions etc... ce qui encore une fois met la notion de prix au cœur de la recherche. Près de la moitié d'entre eux (44%) également l'ont utilisé pour localiser un point de vente à proximité de leur position et 44% aussi pour collecter des avis sur un produit ou un service.

**58%** des utilisateurs de smartphone déclarent s'être déjà rendus en magasin suite à une communication reçue sur leur appareil. Parmi cette population réceptive à la publicité sur smartphone, 82% de ces consommateurs se sont rendus en magasin après un message reçu par e-mail et 76% via un SMS. Avec 35%, la publicité sur site ou application ou la notification par application rencontrent moins de succès. On notera également que parmi ces personnes qui ont visité un magasin après une communication sur leur smartphone 41% d'entre elles se sont déjà rendues dans un magasin spécialisé en équipement de la maison suite à la réception d'un e-mail, 24% après un SMS et 26% après une publicité sur site ou application.

**78%**, c'est le nombre d'utilisateurs de smartphone qui ont le réflexe d'utiliser Internet pour préparer leurs achats en point de vente. 45% d'entre eux s'en servent pour consulter un moteur de recherche. 35% l'utilisent pour aller sur le site d'une enseigne où ils vont régulièrement. 28% vont visiter un site pure-player pour préparer leur achat alors que 25% des utilisateurs vont l'utiliser pour consulter des catalogues ou des prospectus papier. 24% vont aussi consulter directement les sites des fabricants de produits.



**08h30** Accueil

- 09h00**
1. Conjoncture 2019 & prévisions 2020
  2. Marketplace & ameublement : une étude internationale exclusive de l'IPEA / France – Allemagne – Royaume-Uni
  3. Quid des services de déco ? En magasin & en ligne...
  4. Enjeux : comment réorganiser les surfaces de vente face au e-commerce ?

**12h45** Cocktail déjeunatoire

- 14h00**
5. Anticiper l'impact démographique sur notre marché : plus de seniors et moins de quadras !
  6. Penser aux générations futures : comment adapter notre secteur ?
  7. Les tendances stylistiques dans la maison : les planches de styles IPEA
  8. Occasions & meubles anciens : le grand retour !

**16h30** Conclusion & clôture

**UN BEAU PROGRAMME POUR CONNAÎTRE,  
COMPRENDRE ET ANTICIPER NOTRE MARCHÉ**



## PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2020

### SOCIÉTÉ

Nom ou raison sociale \_\_\_\_\_  
 TVA intracommunautaire (obligatoire) \_\_\_\_\_  
 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

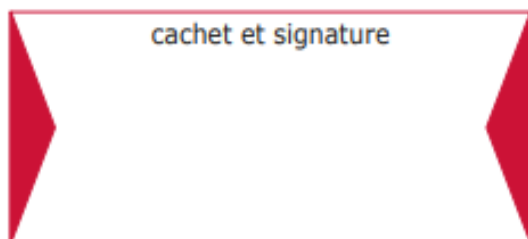
- ☐ 1 personne **400 euros HT** / 480 euros TTC  
☐ 2 personnes **750 euros HT** / 900 euros TTC  
☐ 3 personnes **1 000 euros HT** / 1 200 euros TTC

### 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 [www.weezevent.com/ipea-colloque-26-novembre-2019](http://www.weezevent.com/ipea-colloque-26-novembre-2019)

Date \_\_\_\_\_



**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 / 29 rue Censier 75005 Paris** ou à [larue@ipea.fr](mailto:larue@ipea.fr)  
 Tél : 33 (0)9 53 45 02 85