

Le mois de septembre en bref...

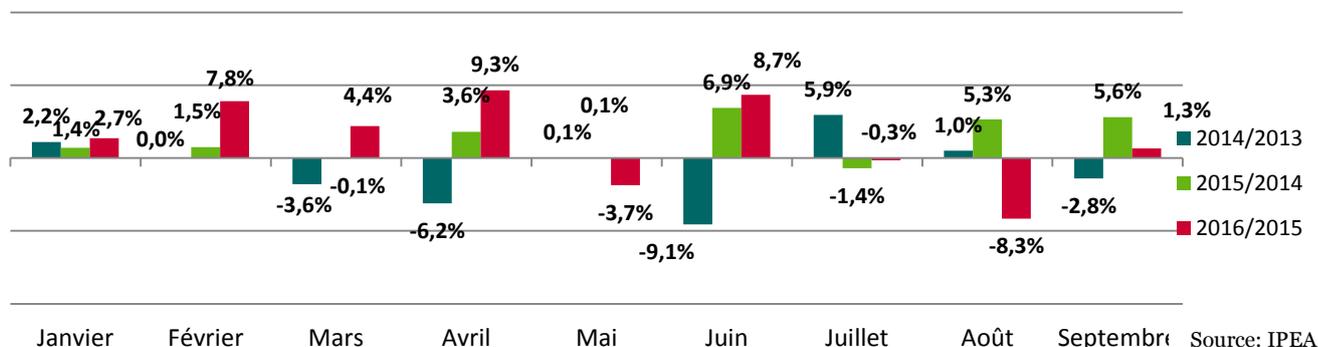
Evolution du marché domestique sept. 2016/sept. 2015 **+1,3 %**

Evolution du cumul à fin septembre 2016/2015 **+2,2 %**

Incidence du résultat de septembre sur le cumul **-0,2 pt**

Le marché se stabilise en septembre

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Les ventes sur le marché du meuble reprennent doucement durant le mois de septembre. Malgré une première quinzaine compliquée, dans la lignée d'un mois d'août catastrophique, les deux dernières semaines ont permis aux résultats du mois de se redresser et de terminer sur une note positive à **+1,3%**. Soit un score honorable sur un référentiel 2015 élevé (+5,6%). Attention toutefois, ce résultat positif n'est pas non plus synonyme de reprise après un bimestre juillet-août en retrait. En effet, les premières remontées de terrain annoncent là encore des performances en demi-teinte pour le mois d'octobre. Les résultats cumulés du marché à fin septembre sont en très léger recul par rapport au mois d'août. Sur les neuf premiers mois de l'année, le marché du meuble enregistre ainsi une croissance de ses ventes de **2,2%**.

Evolution IMC valeur en cumul 9 mois



Si le résultat enregistré à fin septembre est très proche de celui de 2015, les dynamiques sont toutefois différentes. Ainsi, en 2015, le marché enregistrait des performances en croissance avec un 1^{er} trimestre à +0,9% puis un 1^{er} semestre à +2,1% avant d'atteindre +2,4% à fin septembre. En 2016, la croissance ralentit durant les neuf premiers mois. Le marché a progressé de +4,8% durant le 1^{er} trimestre puis également de 4,8% durant le 1^{er} semestre avant de retomber à +2,2% sur le cumul 9 mois.

Dans ses études, au moment de parler des sources d'informations des ménages en ce qui concerne leurs achats de meubles, l'IPEA met régulièrement en lumière le poids du prospectus dans les réponses des consommateurs.

Même si ces derniers lui préfèrent les catalogues des magasins, voire Internet pour certaines catégories de produits, leur poids reste non négligeable au sein du processus d'achat et ce tous secteurs confondus. Une étude menée par Ipsos pour le groupe Adrexo auprès de 2 000 Français montre ainsi que le prospectus reste un média puissant dans la consommation des ménages.

90%, c'est selon l'étude la part des Français qui déclarent recevoir chaque semaine des prospectus dans leur boîte aux lettres. 70% liraient ces prospectus. Selon l'étude, c'est 15 catalogues papier qui seraient distribués de manière hebdomadaire. Parmi ces 15 catalogues, 7 seraient lus. Si 82% des personnes interrogées déclarent garder tout ou partie des prospectus, elles sont aussi 25% à déclarer les emmener avec eux pour les partager avec des proches.

81%, c'est la part des répondants qui déclarent se rendre dans un magasin dans les trois mois après la lecture d'un prospectus. Ce résultat met en avant la puissance de l'outil pour générer du trafic, notamment dans les grandes surfaces alimentaires. 32% des répondants déclarent également avoir commencé à fréquenter des magasins où ils n'allaient jamais après lecture d'un prospectus.

63%, c'est la part des Français qui apprécient recevoir des prospectus papier en ce qui concerne l'ameublement. Ils sont 60% en ce qui concerne la décoration et 69% pour le bricolage. C'est bien sûr en ce qui concerne l'alimentaire que ce pourcentage est le plus élevé avec 76% des personnes interrogées qui apprécient de recevoir des prospectus papier. A l'inverse avec seulement 46%, la restauration rapide termine en queue de classement.

84% des répondants qui reçoivent des prospectus sur l'ameublement les utilisent en premier lieu pour être au courant des promotions et 80% pour les opérations de déstockage. En ce qui concerne la décoration, 80% des répondants utilisent les prospectus pour être au courant des promotions et 75% pour avoir de nouvelles idées ou suivre les nouveautés. En ce qui concerne le bricolage, 85% les utilisent pour les opérations de déstockage, 79% pour avoir de nouvelles idées et 77% pour comparer.

Retenez la date du prochain colloque de l'IPEA :

2 décembre 2016 de 9h00 à 13 h00

Au programme

- 1 Sur quel environnement économique pourrons-nous compter en 2017 ?
 - Parité du yuan
 - Effets du Brexit
 - Prix des matières premières et de l'énergie
 - Taux d'intérêts
 - Mises en chantier et transactions immobilières
 - Pouvoir d'achat
- 2 Le marché du meuble et de la décoration en 2016 et les perspectives 2017/2020
- 3 Bilan E-commerce & meuble 2016. Que cherche le consommateur et que trouve-t-il sur la toile ? Produits et enseignes identifiés à partir d'une enquête IPEA exclusive menée en novembre 2016.
- 4 Le grand retour du métissage des styles : décryptage et perspectives pour récréer de la valeur sur notre marché.