

III – Résultats 2019

1. 2019, une année positive pour le marché du meuble domestique

En 2019, les ventes de meubles progressent de 4,1% en valeur et le marché franchit la barre des 13 milliards d'euros de mobilier domestique vendu pour se stabiliser à 13,4 milliards d'euros TTC soit 11,3 milliards d'euros HT.

Toutes les familles de produits et tous les circuits sortent gagnants de l'exercice qui vient de se terminer. La croissance est au rendez-vous dans tous les segments mais ce sont la cuisine et les spécialistes cuisine qui enregistrent les meilleures performances. Les marchés du meuble et de l'équipement de la maison auront bénéficié d'une conjoncture plutôt favorable comme le montrent les bons résultats également enregistrés par les ventes d'électroménager, qui progressent en valeur de 3,7% sur l'année dont 4,7% pour le petit électroménager et 3,1% pour le gros électroménager sous l'impulsion notamment des bonnes performances de l'encastrable selon le Gifam. Les bonnes performances de la cuisine intégrée cette année ne sont sans doute pas étrangères à ce phénomène. On notera que, le secteur du bricolage est lui aussi en progression de 1,8% sur l'exercice selon les données Inoha/Fmb, illustrant ainsi cette année l'intérêt des Français pour leur logement.

On pourrait ainsi citer les éléments suivants pour expliquer ces belles performances :

- une confiance des ménages au-dessus de la moyenne tout au long de l'exercice selon l'indicateur synthétique de confiance des ménages de l'Insee.
- des ménages plutôt dans une logique de consommation alors que leurs principaux placements ont affiché des taux toujours aussi bas (avant une nouvelle baisse du livret A le 1^{er} février 2020 pour arriver à 0,5%)
- un pouvoir d'achat en hausse (+2,1% attendus, du jamais vu depuis plus de dix ans)
- un taux d'inflation plutôt mesuré
- un nombre très élevé de transactions dans l'immobilier ancien, plus d'un million en rythme annuel, qui ont soutenu les différents marchés de l'équipement de la maison

En ce qui concerne les premières semaines de 2020, ces éléments restent plutôt bien orientés avec une nouvelle hausse du pouvoir d'achat attendue, suite notamment à la baisse de l'impôt sur le revenu et à la poursuite de la suppression de la taxe d'habitation. Le chômage devrait également continuer à baisser selon les analystes alors que le moral des ménages n'aura été que peu entamé par le projet de réforme des retraites et les mouvements sociaux qui ont suivi. Les indicateurs sont donc encore au vert afin de poursuivre sur la lancée de l'année 2019.

2. Sans surprise, la cuisine domine les ventes

Evolution en valeur par familles de produits – milliards d'euros courants TTC

| | 2019 | Evolution 2019/2018 | Structure du marché 2019 |
|-------------------------------------|-------|------------------------|-----------------------------|
| Meuble meublant | 4,59 | +3,4 % | 34,2 % |
| Meuble de cuisine | 3,61 | +6,2 % | 27,0 % |
| Canapés, fauteuils et banquettes | 2,34 | +2,9 % | 17,5 % |
| Literie | 1,78 | +4,0 % | 13,3 % |
| Meuble de jardin | 0,54 | +3,1 % | 4,1 % |
| Meuble de salle de bains | 0,52 | +2,8 % | 3,9 % |
| Total | 13,38 | +4,1 % | 100,0 % |

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Eco-mobilier, Insee

Le constat est plus que positif concernant la consommation de meubles en 2019. Tous les segments de produits enregistrent de belles progressions, les deux segments les moins performants approchant tout de même les 3% de croissance. La cuisine domine les débats, et de loin ! Suivie par la literie qui reprend des couleurs alors que les canapés, fauteuils, banquettes et le meuble de salle de bains ferment la marche.

:: Le segment du meuble de **cuisine** enregistre la meilleure performance du marché. L'engouement des Français pour la cuisine intégrée ne retombe pas et le segment progresse de plus de 6% au cours de l'exercice qui vient de s'écouler. Si la croissance est au rendez-vous dans tous les circuits, le segment capitalise fortement sur les bonnes performances des spécialistes cuisine dont certains ont aligné régulièrement des croissances à deux chiffres tout au long de l'année. La croissance est également au rendez-vous dans la grande distribution ameublement, le circuit pouvant s'appuyer sur le nombre important de déménagements enregistrés ces derniers mois qui favorisent les besoins en équipement. Les grandes surfaces de bricolage se portent bien également par le biais de propositions d'aménagement de cuisine simples, d'entrée de gamme pour lesquelles elles vendent de forts volumes.

:: La **literie** emboîte le pas de la cuisine et réalise la deuxième meilleure croissance du secteur après une année 2018 morose. Les ouvertures des spécialistes ont repris à un rythme plus soutenu assurant une bonne croissance des réseaux nationaux qui entraînent avec eux le marché vers le haut. Ces derniers peuvent également compter sur une hausse du panier moyen par le biais du leasing pour ceux qui se sont mis à cette pratique et par le développement toujours d'actualité des literies de plus grande taille. Stratégie différente du côté de la grande distribution ameublement qui comme à son habitude aura joué en 2019 le jeu de la promotion quasi permanente. Cela lui permet toutefois de faire jeu égal avec les spécialistes en termes de croissance. Du côté de la vente en ligne, les croissances enregistrées les dernières années ne sont plus d'actualité, des prix de plus en plus bas ayant eu pour le moment raison de l'effet volume.

:: Avec une croissance de 3,4%, le **meuble meublant** enregistre également une belle performance alors que les surfaces de vente qui lui sont allouées continuent de se réduire

dans bon nombre de magasins de la vente physique. Une fois n'est pas coutume, on note de belles progressions des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sur ce segment qui enregistrent des croissances qui rivalisent avec celles de la grande distribution. Les grandes surfaces de bricolage continuent également de se positionner sur ce produit via notamment les meubles de chambre, et plus particulièrement le dressing pour lequel elles écoulent quantité de solutions premiers prix. Comme pour la literie, le e-commerce peine à développer ses ventes en valeur même si les volumes sont toujours là. Concernant les produits, les meubles de salon/séjour et de chambre font quasiment jeu égal en termes de croissance devant le bureau et les meubles d'appoint qui progressent également sur l'exercice. Concernant ces derniers, la croissance est fortement liée aux performances des grandes surfaces de bricolage qui réalisent de bons scores. Les déménagements dans l'immobilier ancien étant générateurs de trafic dans ces magasins et ces rayons.

:: Belle année pour le **meuble de jardin** qui voit ses ventes progresser de 3,1%. Un mois de mars particulièrement ensoleillé cette année aura permis au segment de bien démarrer son année mais aussi de la démarrer plus tôt que d'habitude. Un trimestre d'été ensoleillé en juin, juillet et août qui s'est prolongé avec un beau mois de septembre aura également permis de prolonger les ventes. Si l'un des deux leaders du marché, les grandes surfaces de bricolage, s'en sort bien et voit ses ventes progresser, le second, les grandes surfaces alimentaires, voit pour sa part ses ventes reculer. On notera donc cette année les bonnes performances des outsiders sur ce circuit avec de belles progressions de la part de la grande distribution ameublement, malgré les offres très réduites proposées par certains. Mais dans ces conditions une bonne opération commerciale peut vite être synonyme de forte croissance. Bonne performance également du e-commerce, là aussi, si certains leaders ont pu marquer le pas sur l'exercice, les outsiders ont été nombreux à prendre le relais et assurer la relève, ce qui se traduit par une belle croissance du circuit. On relèvera enfin également les belles performances des discounters généralistes qui cette année encore n'ont pas lésiné sur les offres jardin.

:: Si les ventes de **sièges rembourrés** sont en croissance, celles-ci n'excèdent pas les 3% contrairement aux autres segments majeurs du meuble. Comme depuis de nombreuses années maintenant, la dynamique du marché se scinde en deux tendances distinctes. Les ventes de banquettes ont continué à chuter lourdement alors que le canapé convertible premier prix se vend très bien. Comme dans les autres segments du meuble, les spécialistes réalisent une bonne année, même s'ils sont de plus en plus nombreux à adopter la méthode des promotions agressives pour attirer le consommateur en magasin. Belles performances aussi de la grande distribution ameublement sur le segment après une année 2018 en demi-teinte. Les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme parviennent également cette année à suivre le rythme de la concurrence. Les résultats du e-commerce s'avèrent pour leur part plus décevants, la montée en gamme sur ces produits reste difficile et le consommateur ne va pas forcément plus loin que le produit d'appel qui l'aura amené sur le site.

:: Les ventes de **meubles de salle de bains** progressent également sur l'année, soutenues notamment par les bonnes performances dans l'immobilier ancien. Le meuble de salle de bains se change la plupart du temps lorsque l'on effectue les travaux suite au déménagement. Pour la salle de bains, le meuble demeure très marqué par la concurrence des sanitaires et de la faïence, les ménages préférant parfois investir dans ces produits plutôt que dans du mobilier

pour cette pièce. En effet, exception faite des grandes surfaces de bricolage et des spécialistes bains, l'offre apparaît extrêmement réduite sur ce segment. Le processus de désengagement des spécialistes cuisine qui s'est amorcé il y a plusieurs années maintenant se poursuit, il en est de même au sein de la grande distribution ameublement où les acteurs qui proposent une offre digne de ce nom se font de plus en plus rares. Même si certains sites marchands mettent en avant du mobilier de salle de bains, ce sont les spécialistes et les grandes surfaces de bricolage qui restent les principaux artisans de la croissance de 2019, au coude à coude avec le négoce, alors que les autres circuits n'auront au mieux que réussi à maintenir leurs ventes.

3. 2019, l'année des spécialistes

Structure de la distribution en 2019

| Circuits de distribution | Part de marché | Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC | Evolution 2019/2018 |
|----------------------------------|----------------|---|---------------------|
| Grande distribution ameublement | 40,6 % | 5,44 | +4,3 % |
| Spécialistes | 23,7 % | 3,18 | +6,8 % |
| Grandes surfaces de bricolage | 12,9 % | 1,73 | +2,8% |
| Ameublement milieu/haut de gamme | 10,9% | 1,45 | +3,1 % |
| E-commerce | 7,3 % | 0,97 | +0,7 % |
| Autres circuits | 4,6 % | 0,61 | +1,1 % |
| TOTAL | 100,0% | 13,38 | +4,1 % |

Traitements et estimations IPEA - Sources : Ipea, Eco-mobilier, Insee

Grande distribution ameublement : magasins du type Alinéa, But, Conforama, Ikea, Maisons du monde etc.

Spécialistes : tous types de magasins spécialisés tels les spécialistes, cuisine, literie, salon, bains, etc.

Ameublement milieu et haut de gamme : magasins du type Mobilier de France, Monsieur meuble, petits magasins de meubles généralistes, Ligne Roset, Roche-Bobois, etc. E-commerce : toutes les enseignes pure-players, et **pure-players uniquement**, vendant des meubles en ligne. Autres circuits : magasins non spécialisés meubles dont grandes surfaces alimentaire, discounters de type Gifi, Centrakor, etc.

:: En 2019, les **spécialistes** auront été présents sur tous les fronts et ce sont eux qui enregistrent la meilleure performance du marché. Les spécialistes cuisine auront porté le marché de la cuisine intégrée, surtout sur les premiers mois de l'année, les enseignes de la grande distribution tardant à retrouver le chemin d'une croissance durable sur le début de l'exercice sur ce segment. Les spécialistes cuisine poursuivent leur stratégie, ils occupent le terrain en multipliant les communications auprès du consommateur sans aborder forcément tout de suite le sujet du prix et les performances sont au rendez-vous puisque ce sont eux qui enregistrent les meilleurs résultats parmi les spécialistes. Les spécialistes literie et salon ne démeritent pas, ils affichent également des résultats en croissance sans parvenir toutefois à approcher les performances des cuisinistes. Leasing, literie de grande taille, ouvertures de points de vente pour les enseignes nationales permettent de développer le chiffre d'affaires des spécialistes literie. Bonnes performances également des spécialistes salon, si certains tentent de concurrencer la grande distribution sur leurs terres de la promotion, d'autres continuent à jouer leur métier de spécialistes et les résultats sont là pour le circuit.

:: **La grande distribution ameublement** aura vu ses ventes progresser de 4,3% sur le dernier exercice. Les clients d'un des acteurs majeurs, disparu à la fin de l'année 2018, se sont répartis sur les enseignes restantes, même si certains ont été tentés de jouer la carte du e-commerce. Toutefois, la majeure partie des acteurs ne se sont pas contentés de ces nouveaux clients pour développer leur chiffre d'affaires mais ont su également reprendre quelques parts de marché à la concurrence comme le prouve la bonne performance du circuit, même si la croissance reste tout juste supérieure à celle du marché. Les bonnes performances ont été à l'ordre du

jour sur le rayon majeur que constitue le meublant, qui représente le premier générateur de chiffre d'affaires du circuit, permettant ainsi une bonne tenue de la performance d'ensemble. Les modifications devraient être toutefois nombreuses en 2020 sur ce circuit avec la fermeture annoncée d'un certain nombre de magasins de la part d'un des acteurs, alors qu'un autre se repositionne et qu'un troisième a ouvert sa market-place à l'automne. Les lignes pourraient donc encore bouger pour l'exercice à venir et les cartes être redistribuées.

:: Les **enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme** affichent une belle croissance en 2019. Le circuit enregistre de belles performances sur ses deux rayons majeurs, à savoir le meublant, surtout de salon/séjour, et les sièges rembourrés qui représentent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires. Si les fermetures de magasins indépendants ont encore été nombreuses, les enseignes nationales du milieu de gamme parviennent néanmoins à tirer leur épingle du jeu et à afficher de belles croissances. Les stratégies mises en place ces dernières années portent leurs fruits après plusieurs années de vaches maigres pour le circuit montrant ainsi qu'il reste de la place sur le marché pour une offre milieu de gamme. Les enseignes de l'ameublement haut de gamme profitent également de la bonne conjoncture globale du marché et voient leurs ventes progresser sur un rythme similaire à celui du milieu de gamme.

:: Les **grandes surfaces de bricolage** continuent leur percée sur le marché du meuble et voient encore leurs ventes progresser en 2019 sur leurs deux marchés majeurs que sont le meublant et la cuisine. Sur des aménagements d'entrée de gamme, les volumes sont au rendez-vous et le maillage intensif du territoire de bon nombre d'enseignes rend les magasins particulièrement accessibles. Les performances de croissance de la cuisine demeurent cependant loin de celles des spécialistes cuisine mais les grandes surfaces de bricolage, pour ces produits comme pour le dressing, constituent une solution de repli crédible et abordable pour de nombreux consommateurs. Les nombreuses transactions immobilières dans l'ancien ayant de plus permis de soutenir le trafic dans les magasins et donc de doper les ventes de meubles. Les grandes surfaces de bricolage pour bon nombre d'entre elles se dirigent de plus en plus vers une logique d'aménagement de l'ensemble de la maison ce qui en fait des acteurs sur lesquels il faudra encore compter dans les années à venir.

:: Pour le **e-commerce**, l'année 2019 aura été plus morose. Si les ventes totales du e-commerce seront en forte progression en 2019 comme l'ont montré les premiers indicateurs de la Fevad publiés en cours d'année, le meuble, comme d'autres biens manufacturés, semble pour sa part avoir du mal à suivre le rythme. La croissance peine à être au rendez-vous et si le chiffre d'affaires du circuit ne recule pas, il ne présente plus les progressions à deux chiffres qu'il pouvait afficher ces dernières années. La montée en gamme souhaitée par de nombreuses enseignes de la vente en ligne tarde à se faire, le consommateur vient sur Internet pour du prix bas et est habitué à des prix barrés depuis de nombreuses années maintenant, difficile donc de remettre le produit en avant. Si on peut imaginer que le choix très nombreux de produits proposés en ligne est un avantage certain, cette surabondance peut également avoir l'effet inverse. Difficile en effet de faire son choix parmi des centaines, voire des milliers de références pour un achat que l'on n'effectue que très rarement au regard de la durée de vie des produits. Et ce d'autant plus que parfois les écarts de prix pour un même produit proposé par le site et sa place de marché peuvent aller du simple au double. Le consommateur peut alors facilement se retrouver dépassé et découragé, ce qui l'amènera à se diriger vers les

produits les moins chers afin de réduire son investissement en cas d'erreur voire même à tout simplement abandonner son achat.

:: Concernant le circuit « autres » qui prend en compte principalement les grandes surfaces alimentaires et les discounters généralistes, la croissance est à mettre principalement au crédit des discounters qui jouent de plus en plus la carte du meuble et de la décoration, notamment sur de petits meubles d'appoint d'entrée de gamme pour lesquels ils réalisent de bons scores (volumes) même si la valeur peine pour le moment à suivre.

4. Soutenu par les transactions dans l'ancien, le marché du meuble résiste au recul des mises en chantier de logements neufs

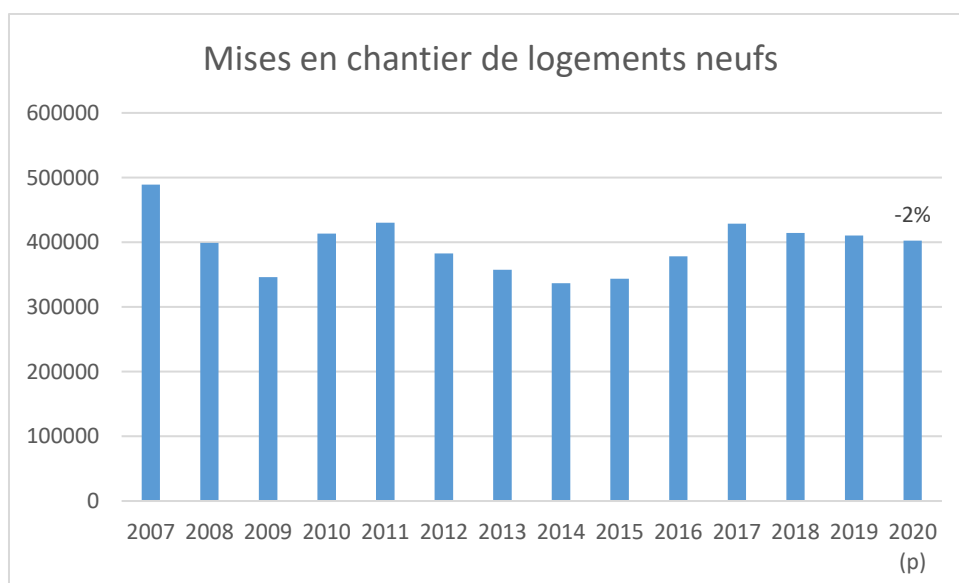
Pour la deuxième année consécutive, les mises en chantier de logements neufs enregistrent un nouveau recul, mais dans des proportions moindres qu'attendues. Ainsi sur l'année 2019, ce sont un peu plus de 410 000 logements neufs qui auront été mis en chantier soit un recul de seulement 1% par rapport à 2018 selon les dernières données disponibles. Les permis de construire affichent un repli un peu plus important avec une baisse des permis délivrés d'un peu plus de 2% sur l'ensemble de l'année 2019 mais avec toutefois une reprise sur le dernier trimestre qui affiche une progression de 8,7%.

Au vu des résultats annuels des permis délivrés, une nouvelle baisse des mises en chantier de logements neufs est annoncée pour l'exercice 2020. Ainsi la Fédération française du bâtiment table pour sa part sur un recul de 2% d'ici la fin de l'année, ce qui devrait amener le nombre de logements mis en chantier autour des 400 000 unités.

On constatera toutefois qu'en 2019, le recul des mises en chantier n'aura pas empêché le marché du meuble de progresser fortement en valeur. Les résultats diffusés par certains acteurs ces dernières années mettaient déjà en évidence que le lien entre mises en chantier et vente de mobilier n'était pas aussi fort qu'il pouvait l'être il y a quelques années. C'est par exemple le cas des spécialistes cuisine qui sont nombreux à réussir à faire progresser leur chiffre d'affaires indépendamment de la situation sur le marché de l'immobilier neuf.

Concernant les transactions dans l'immobilier ancien, les nouvelles étaient au beau fixe en 2019 avec plus d'un million de transactions enregistrées sur l'année. Le déménagement constitue la raison principale évoquée par les consommateurs pour renouveler leur mobilier, ces performances dans l'ancien ne peuvent donc que soutenir le marché du meuble.

Mises en chantier de logements neufs (milliers)*



Source : SDES, Sit@del2

*Attention, les données ont été révisées par l'organisme de diffusion par rapport aux années précédentes