

I – Résultats 2022

1. Les ventes de mobilier se maintiennent en 2022

Valeur TTC du marché du meuble 2018-2022



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

Si 2021 avait été une année faste pour le secteur de l'ameublement et plus généralement de l'aménagement de la maison, en 2022, les ventes de meubles progressent faiblement en valeur avec une croissance de seulement 2,0%. Le chiffre d'affaires du marché se stabilise ainsi juste en dessous des 15 milliards d'euros.

Cette croissance du marché en valeur n'est toutefois pas synonyme de croissance de l'activité sur le secteur. La fréquentation et les volumes s'affichent en effet globalement en recul sur l'ensemble de l'exercice. La hausse des prix aura soutenu le chiffre d'affaires du marché tout au long de l'année. Ainsi, sur l'ensemble de l'exercice 2022 si l'on en croit les indicateurs de l'Insee, les prix de l'ameublement intérieur auraient progressé de près de 10% et ceux de l'ameublement extérieur de près de 11% (1). Selon les dires des professionnels du secteur, cette hausse serait toutefois en dessous de la réalité et aura sans doute été plus importante. Si l'on compare cette hausse des prix à la hausse du chiffre d'affaires du secteur par rapport à l'exercice 2019 (+11,0%), on peut estimer que les volumes vendus en 2022 sont proches voire inférieurs à ceux vendus lors de cette dernière année référence.

Cette progression sur 2022 est également due à un fort effet de rattrapage au cours du premier semestre et notamment au mois d'avril, qui aura vu son chiffre d'affaires doubler par rapport à l'exercice précédent, lorsque les magasins avaient été fermés pour des raisons sanitaires. Cette forte progression sur le mois aura permis de soutenir la croissance cumulée du marché durant les mois suivants, d'autant plus que cet effet rattrapage aura duré de début février à la mi-mai pour certains magasins, touchés par des fermetures dès le second mois de l'année 2021 selon la surface de leur point de vente (20 000 m² dans un premier temps puis 10 000 m²) ou de celle du centre commercial dans lequel ils étaient situés.

La hausse des prix sur le secteur, mais aussi de manière plus générale dans l'économie — l'Insee estime que les prix à la consommation ont progressé de presque 6 % en 2022 — a incontestablement mis un frein à la bonne dynamique de l'équipement du logement depuis la fin du premier confinement au printemps 2020. Cette hausse des prix globale a en effet pesé sur le pouvoir d'achat des ménages qui, pour bon nombre d'entre eux, ont dû effectuer des arbitrages dans leurs dépenses. L'équipement du logement, après presque deux ans de forte consommation, a été l'un des premiers postes sur lesquels ils ont diminué leurs dépenses. Les reports d'achat ont donc été nombreux tout au long de l'exercice, dans l'attente de jours meilleurs ou d'une diminution prochaine des prix de vente. Certains consommateurs, après

avoir fait le choix d'être montés en gamme depuis deux ans, s'orientent vers des produits plus accessibles tandis que d'autres maintiennent le cap de la montée en gamme, avec un éventuel report.

En 2022, le marché du meuble aura donc été en partie victime de son succès des deux exercices précédents, d'autant plus qu'il n'aura pas pu compter sur le soutien du marché de l'immobilier neuf, les mises en chantier restant tout au long de l'exercice bien en dessous des 400 000 unités en rythme annuel.

Plus que la stratégie des acteurs, ce sont l'évolution de la hausse des prix et donc celle du pouvoir d'achat des ménages qui seront prépondérantes dans les performances du marché tout au long de l'exercice 2023.

2. Le jardin et le meublant en tête de la progression en 2022

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

	2022	Evolution 2022/2021	Structure du marché 2022	Evolution 2022/2019
Meuble meublant	4,88	+3,9 %	32,8 %	+6,5%
Cuisine intégrée	4,23	+1,0 %	28,5 %	+17,2%
Canapés, fauteuils et banquettes	2,64	+1,0 %	17,8 %	+12,5%
Literie	1,86	-0,3 %	12,5 %	+4,2%
Meuble de jardin	0,68	+5,5 %	4,6%	+25,9%
Meuble de salle de bains	0,56	+2,1 %	3,8 %	+7,8%
Total	14,85	+2,0 %	100,0 %	+11,0%

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

Tous les segments du meuble progressent faiblement en valeur par rapport à 2021, à l'exception de la literie qui peine à maintenir ses ventes. Les volumes sont toutefois en recul sur tous les segments. Par rapport à 2019, dernière année pré-covid tous les segments du meuble progressent plus ou moins fortement. Le jardin et la cuisine sont ceux qui enregistrent les plus fortes progressions par rapport à ce dernier exercice de référence, mais difficile de dire quelle part dans ces belles progressions est liée à la hausse des prix et quelle part est la conséquence d'une hausse réelle de l'activité et des volumes vendus

Comme en 2020, c'est **le mobilier de jardin** qui enregistre les meilleures progressions sur le marché du meuble en 2022, avec une croissance de 5,5 % en valeur par rapport à 2021. Si on compare à 2019, le marché gagne près de 25 % en valeur. Croissance qui reflète certes la hausse des prix des derniers mois, mais aussi l'intérêt des consommateurs pour leur jardin suite aux limitations de déplacements et de sorties imposées par le gouvernement durant la crise de la Covid. Le jardin est redevenu une pièce à part entière de la maison dans laquelle les ménages n'hésitent plus à investir et à diversifier leurs achats. L'aménagement du jardin ne se limite plus aux tables et aux chaises et le canapé d'extérieur, la table basse ou les fauteuils se multiplient. En 2022, le marché aura pu s'appuyer sur une période estivale particulièrement chaude et ensoleillée qui aura soutenu les ventes.

Une fois n'est pas coutume, **le meuble meublant** enregistre la seconde meilleure croissance sur le marché en 2022 (+3,9 %). Si le segment fermait plutôt la marche ces dernières années, il regagne en 2022 des parts de marché sous l'impulsion des bonnes performances des enseignes de la grande distribution ameublement, leader sur le segment avec plus de la moitié des ventes en valeur, qui regagnent elles aussi des parts de marché au cours de l'exercice. Ce sont les segments du bureau, fortement soutenu par le développement du télétravail, et du mobilier de chambre à coucher qui enregistrent les meilleures progressions au cours de l'année. Le meublant de salon séjour subit pour sa part la concurrence du canapé, premier souhait des ménages en termes d'aménagement pour cette pièce.

Les meubles de salle de bains enregistrent pour leur part une croissance de leurs ventes de plus de 2 %. Le fort effet de rattrapage enregistré par les bainistes sur les premiers mois de l'année suite aux fermetures administratives de l'année précédente permet au segment de voir sa valeur progresser fortement sur le premier semestre et de clôturer l'année sur une croissance de ses ventes légèrement supérieure à celle du marché. Les projets de réaménagement de salle de bains lancés en 2021 prennent corps en 2022. Le segment aura été soutenu par la bonne tenue des transactions dans l'immobilier ancien, les ménages profitant souvent de leur emménagement pour réaménager cette pièce de la maison.

Les canapés, fauteuils banquettes parviennent à maintenir leur chiffre d'affaires sur l'exercice écoulé avec une faible croissance de 1,0 %. Le canapé sera resté en tête des intentions d'achat des Français tout au long de l'année en ce qui concerne leurs souhaits de mobilier. L'intérêt des consommateurs pour le produit aura permis de soutenir l'activité sur ce marché, même si la banquette regagne un peu de terrain grâce à des prix plus attractifs. Le produit parvient en effet cette année à maintenir ses ventes en valeur alors qu'il s'affichait globalement en recul avant la pandémie.

La cuisine intégrée (+1,0 %) fait cette année jeu égal avec les sièges rembourrés et ferme la marche juste devant la literie en ce qui concerne les progressions de marché. Score décevant pour ce produit, qui truste habituellement les premières places lorsque vient le moment de dresser les bilans annuels. Dans une période difficile économiquement pour les Français, l'investissement nécessaire à l'achat freine bon nombre de ménages depuis plusieurs mois. Ces derniers ne sont pas prêts à s'engager dans des achats financièrement impliquant dans une période où les hausses de prix successives menacent leur pouvoir d'achat.

Comme en 2020, c'est **la literie** qui ferme la marche et enregistre la plus faible performance sur l'ensemble de l'exercice. Le marché parvient à peine à maintenir ses ventes en valeur, qui ne reculent toutefois que faiblement sur l'ensemble de l'année (-0,3 %). Au sein du mobilier, les arbitrages se font au détriment de la literie, malgré le fait que les ventes de matelas et sommiers de plus grande taille se développent toujours, permettant une hausse des paniers moyens. Le marché aura encore une fois été régulièrement rythmé par les opérations de promotions tant dans la grande distribution que chez certains spécialistes ce qui n'aura pas permis de soutenir le chiffre d'affaires alors que les volumes vendus étaient en recul.

3. La grande distribution ameublement regagne des parts de marché

Structure de la distribution en 2022

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2022/2021	Evolution 2022/2019
Grande distribution ameublement	38,2 %	5,66	+7,1 %	+4,2%
Spécialistes	26,2 %	3,90	+0,3 %	+22,6%
Grandes surfaces de bricolage	13,5 %	2,00	-1,4%	+15,6%
Ameublement milieu/haut de gamme	11,1%	1,64	+0,7%	+13,0%
E-commerce	6,8%	1,02	-8,0 %	+4,4%
Autres circuits	4,2 %	0,63	+2,1 %	+3,1%
TOTAL	100,0%	14,85	+2,0 %	+11,0%

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-Boois, 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.

La grande distribution ameublement enregistre les meilleures progressions sur l'ensemble de l'année. Le circuit est celui qui profite le plus du rattrapage du printemps suite à la fermeture des points de vente de 2021. En effet, les fermetures ayant été effectuées à cette période en fonction de la surface des points de vente, de nombreux magasins du circuit ont dû fermer leurs portes plus longtemps que d'autres magasins à la surface plus petite. Le circuit profite également du fait que les ménages plus contraints financièrement sont à la recherche de prix bas en ce qui concerne leur mobilier.

Les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme enregistrent également une croissance de leurs ventes sur l'exercice 2022, bien loin toutefois de celle de la grande distribution ameublement. La hausse des prix entraîne une accentuation de la sélection des acheteurs potentiels, pour certains, à reporter leurs achats ou à se diriger vers des enseignes plus accessibles financièrement pour préserver leur pouvoir d'achat, surtout en ce qui concerne les clients du milieu de gamme. Ceux du haut de gamme étant moins sensibles à l'inflation, les enseignes sur ce créneau enregistrent de meilleurs résultats que leurs homologues du milieu de gamme. Le circuit parvient à maintenir ses ventes sur ses deux marchés principaux que sont le meublant et les sièges rembourrés.

Les spécialistes parviennent également à maintenir leurs ventes sur l'exercice 2022 mais comme les acteurs du milieu haut de gamme, l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat ressentie par les consommateurs freinent leurs achats dans ces enseignes même si certains spécialistes parviennent à tirer leur épingle du jeu comme les enseignes spécialisées jardin par exemple qui surfent sur l'engouement des Français pour leur espace extérieur. Contrairement à l'exercice précédent où les acheteurs avaient beaucoup d'épargne, les acheteurs potentiels actuels deviennent plus regardant côté étiquette prix.

Les grandes surfaces de bricolage voient leurs résultats reculer légèrement sur l'ensemble de l'exercice. Le report ou la mise en pause des travaux liés à la hausse des prix des matériaux pèsent sur le trafic en magasin et les rayons meubles en pâtissent, surtout en ce qui concerne la

cuisine et la salle de bains ou le changement des revêtements de mur ou de sol ainsi que des sanitaires se font simultanément au renouvellement du mobilier. Le circuit parvient à maintenir ses ventes sur le jardin mais s'affiche à la peine sur ses autres circuits majeurs, notamment celui de la cuisine où il subit la concurrence de la grande distribution ameublement dont l'activité n'aura pas été cette année perturbée par des fermetures de points de vente.

Le e-commerce (pure-players) voit son activité se replier assez fortement sur l'ensemble de l'année. Les explications sont néanmoins nombreuses pour expliquer ce recul. On pourrait ainsi citer le fait que cette année, le circuit n'aura pas pu profiter de la fermeture des enseignes de la vente physique comme ce fut le cas au cours des deux exercices précédents. On notera également que s'ils ont le choix les consommateurs privilégient encore pour bon nombre d'entre eux le magasin à Internet ce qui se traduit par un retour important des consommateurs vers les points de vente. On remarquera également que les pure-players auront subi cette année la concurrence des sites des enseignes de la vente physique qui ont accéléré leur développement ces deux dernières années pour faire face aux effets du confinement. Enfin, les ruptures de stocks auront été nombreuses sur le circuit au début de l'exercice suite aux hausses des prix et de la demande de fret pour les importations en provenance d'Asie notamment.

Concernant les **autres circuits**, ces derniers affichent des résultats en croissance sur l'exercice qui vient de s'écouler notamment sous l'impulsion des enseignes discount qui continuent de déployer leurs offres de jardin et de petits meubles. Ces magasins profitent également cette année de la tension que subissent les ménages français au niveau de leur budget et pour lesquels une offre à bas prix apparaît comme une bonne opportunité. On notera également de bons résultats des supermarchés et hypermarchés notamment sur le jardin et la literie. Les grandes surfaces alimentaires remettent pour certains le meuble à l'ordre du jour dans leurs magasins, même si l'essentiel de l'offre reste sur le site en ligne, afin de profiter de la bonne dynamique du marché du meuble.

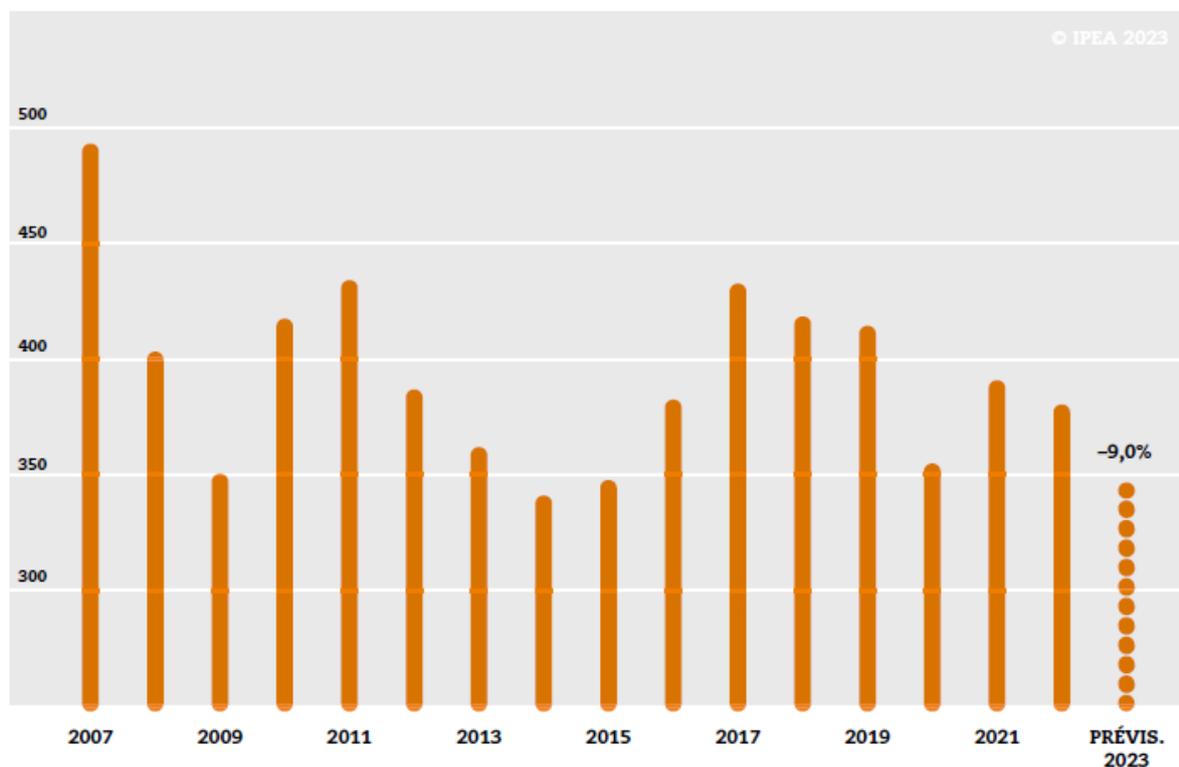
4. Les mises en chantier tardent à repartir

Le marché de la construction neuve aura été à la peine en 2022 et les mises en chantier de logements neufs n'auront pas redémarré sur l'ensemble de l'exercice. Ainsi, le nombre de logements mis en chantier s'affiche en recul à fin décembre 2022, à 376 000 unités, soit un repli de 3,7 % sur l'année. Les mises en chantier restent loin de leur niveau enregistré avant la crise de la Covid, où ce sont plus de 410 000 logements qui étaient commencés en rythme annuel.

Sur les trois derniers mois de l'année 2022, la chute ralentit légèrement, avec un recul des constructions commencées de 2,2 % sur le trimestre d'octobre à décembre. La situation est légèrement meilleure en ce qui concerne les permis de construire qui progressent de 3,1 % en 2022 mais s'affichent en chute libre sur les derniers mois de l'année, avec un dernier trimestre qui arbore un recul des permis de construire délivrés sur trois mois de plus de 25 %. Cette forte baisse de fin d'année s'explique par le fait que de nombreux demandeurs ont anticipé à la fin de l'année 2021 l'entrée en vigueur de la nouvelle norme environnementale 2022 dès le 1er janvier de l'année suivante, faisant augmenter considérablement les permis de construire délivrés sur la période. Les perspectives pour 2023 restent sombres, puisque la Fédération française du bâtiment anticipe pour sa part un nouveau recul de 9 % des mises en chantiers de logements neufs, ce qui devrait les ramener à leur niveau du milieu des années 2010.

En ce qui concerne les ventes dans l'immobilier ancien, la dernière note de conjoncture immobilière des Notaires de France met en évidence des transactions qui demeurent à des niveaux élevés, à 1 116 000 unités en rythme annuel à fin novembre 2022, mais en recul de 6 % sur un an. Les notaires estiment que la baisse est désormais tendancielle et devrait se poursuivre en 2023, même si elle devrait s'effectuer de manière progressive et les transactions rester à des niveaux encore élevés tout au long de l'année. Si les volumes reculent, les prix semblent se maintenir.

Mises en chantier de logements neufs (milliers)*



Source : SDES, Sit@del2