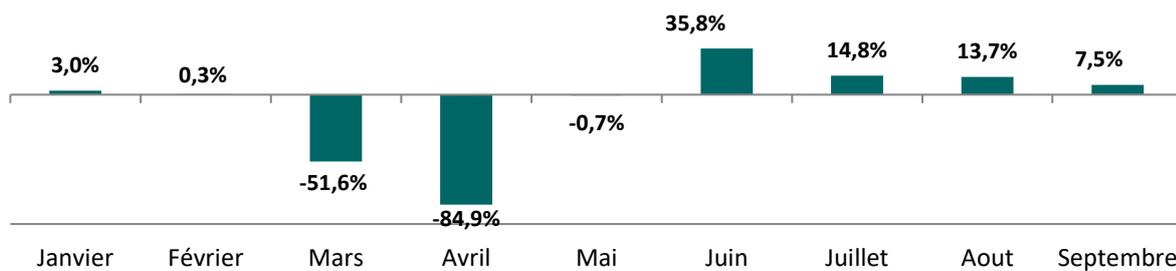


Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché sept. 2020/sept. 2019	+7,5 %
Evolution du cumul à fin sept 2020/2019	-7,7 %
Incidence du résultat de septembre sur le cumul	+1,7 pt

La croissance perdue en septembre

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



La croissance est toujours au rendez-vous au mois de septembre avec une progression des ventes de meubles en valeur de 7,5%. Un ralentissement se fait toutefois sentir avec cette fois-ci une performance en retrait des progressions des deux derniers mois.

Le phénomène de rattrapage auquel nous assistons depuis la réouverture des points de vente semble arriver doucement à son terme sur un marché qui reprend progressivement un rythme plus en phase avec ses performances habituelles. Quelques exceptions subsistent, de la part par exemple des spécialistes literie qui parviennent à prolonger l'état de grâce avec des croissances dans la lignée de celles des derniers mois. On notera toutefois que ces spécialistes avaient eu un redémarrage un peu plus tardif que d'autres enseignes de la distribution de meuble. On relèvera également les performances encore en très forte progression de certaines enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme qui ont su profiter pleinement de la reprise.

En termes de cumul, le marché se stabilise à -7,7% sur les neuf premiers mois de l'année mais le déficit va bien sûr s'accroître d'ici la fin de l'exercice. Avant de redescendre en novembre, le cumul devrait encore s'améliorer en octobre, en effet, les premières remontées de terrain font état d'une période plus favorable qu'en septembre, notamment en ce qui concerne les spécialistes et les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme. A contrario, la fermeture annoncée des magasins, au moins la première quinzaine de novembre pour le moment, entraînera une forte chute des ventes sur le mois et un recul marqué du résultat cumulé qui pourrait également se poursuivre en décembre si la fermeture devait durer, comme ce fut le cas au mois d'avril.

Le recours à un nouveau confinement est à n'en pas douter une mauvaise nouvelle pour le secteur alors que la très grande majorité des acteurs présentaient encore des résultats en retrait sur le cumul des neuf premiers mois de l'année.

La fermeture des magasins tout au long du mois d'avril s'était soldée par un recul des ventes de meuble de près de 85% en valeur. Faut-il s'attendre à un tel repli pour le mois de novembre si les magasins devaient être fermés tout le mois ? Pas obligatoirement, pourquoi :

- comme ont pu le montrer les dernières enquêtes menées par l'IPEA, le consommateur a développé son réflexe Internet durant le premier confinement en ce qui concerne l'achat de mobilier ;
- de nombreux sites avaient stoppé les livraisons de produits qui n'étaient pas de première nécessité assez rapidement en mars et avril voire stoppé leur activité pour certains, réduisant d'autant la possibilité d'acheter son mobilier ou sa décoration en ligne ;
- le click & collect est maintenant opérationnel chez certains distributeurs ;
- tous les distributeurs ne sont pas fermés : GSB, électrodomestique et jardineries par exemple...

Autre motif d'espoir, pendant et surtout après ce nouveau confinement, l'engouement des Français pour la maison reste toujours vif comme le montrent encore la croissance du meuble en septembre et les chiffres publiés par Procos, qui estimait à 12,6% la croissance d'activité de l'équipement de la maison (bricolage, électroménager, linge de maison, luminaire...) en septembre. La croissance demeurerait à des niveaux élevés après les +14,4% du mois d'août et les +13,9% du mois de juillet. Avec un tel résultat, l'équipement de la maison demeurerait dans le tiercé de tête avec le sport et l'optique selon Procos. La volonté de s'occuper de son logement s'inscrit ainsi dans le temps et n'aura pas été qu'un phénomène de quelques semaines. Ce nouveau confinement pourrait amener un certain nombre de ménages qui n'étaient pas passés à l'acte à la fin du premier confinement à investir dans leur logement.

Dans l'optique de reprise de l'activité sur le marché du meuble à la fin du confinement, on notera également que, cette fois ci, si les points de vente sont fermés, ce n'est pas nécessairement le cas des usines, ce qui pourrait permettre à certaines enseignes de renflouer tout ou partie de leurs stocks et ainsi être pleinement opérationnelles dès la réouverture.

En termes d'impact, le mois de novembre représentait 8,3% des ventes de mobilier en 2018 et 8,9% en 2019 suite à une croissance assez exceptionnelle sur la période. Le mois de décembre pour sa part pèse peu dans les ventes de meubles avec un poids de 7,1% en 2018 et de 6,9% en 2019, soit des poids moindres que les derniers mois concernés par les fermetures, si celles-ci devaient se poursuivre. Si avril avec 8,5% des ventes en valeur en 2019 avait un poids équivalent à celui de novembre, les mois de mars et mai avec respectivement 8,8% et 7,9% des ventes avaient pour leur part un poids bien supérieur à celui de décembre.

Et n'oubliez pas les nouvelles études IPEA

Face à une situation exceptionnelle, l'équipe de l'IPEA a tenu à se mobiliser pour fournir aux professionnels une analyse détaillée des achats, des acheteurs et des perspectives des marchés de l'ameublement pour 2020.

Ces études font ainsi le point sur les cinq familles majeures du meuble :

- ✓ Le meublant
- ✓ Le rembourré
- ✓ La cuisine intégrée
- ✓ La literie
- ✓ La salle de bains

Pour chaque famille, vous trouverez :

Un bilan détaillé du marché 2019: Valeur de marché, circuits de distribution, descriptif des produits achetés et les principales caractéristiques des consommateurs...

Les intentions d'achat des Français d'ici la fin de l'année.

Des scénarios d'évolution possible du marché du meuble et de chacune des familles sur l'ensemble de l'année.



5 ÉTUDES FAMILLE

SOMMAIRE-TYPE

1. MÉTHODOLOGIE

- :: Périmètre de l'étude
- :: Méthodologie de l'étude (6 000 ménages représentatifs de la population française interrogés entre le 18 mai et le 3 juin)

2. SYNTHÈSE DES PRINCIPAUX RÉSULTATS DU DOSSIER

3. POINT MARCHÉ

- :: Valeur du marché global en 2018 et 2019
- :: Valeur de la famille et poids sur le marché

4. POINT FAMILLE

- :: Tendances de la famille sur les dernières années
- :: Budget moyen
- :: Principaux produits vendus
- :: Nombre de ménages acheteurs
- :: Répartition des ventes par circuits de distribution
- :: Les caractéristiques des produits (style, matériaux etc...)

5. LES INTENTIONS D'ACHAT

- :: Intentions d'achat à fin août et à fin d'année pour chaque famille
- :: Mise à jour mensuelle des intentions d'achats par familles avec distinction entre magasins/internet et neuf/occasion

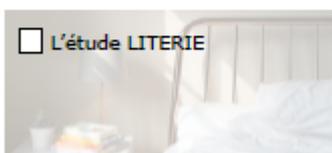
6. LES SCÉNARIOS D'ÉVOLUTION POSSIBLES

- :: Les 3 scénarios d'évolution de la famille et du global meuble d'ici fin 2020
- :: Mise à jour mensuelle des scénarios « global » et par « familles »

BON DE COMMANDE AU VERSO

BON DE COMMANDE

OUI, JE COMMANDE



TARIFS

- 1 ÉTUDE** comprenant les mises à jour mensuelles des prévisions 2 400 € HT • 2 880 € TTC
- 2 ÉTUDES** comprenant les mises à jour mensuelles des prévisions 4 500 € HT • 5 400 € TTC
- LES 5 ÉTUDES** comprenant les mises à jour mensuelles des prévisions 10 000 € HT • 12 000 € TTC

VOS COORDONNÉES

M. Mme Mlle

Prénom

Nom

Fonction

Société

Activité de l'entreprise

N° Siret (obligatoire)

Adresse

Code postal

Ville

Tél.

Fax

E-mail

DATE / CACHET / SIGNATURE

Retournez ce bulletin accompagné
de votre règlement à :

INSTITUT DE PROSPECTIVE ET
D'ÉTUDES DE L'AMEUBLEMENT
29 rue Censier
F-75005 Paris / France
T. +33 1/09 53 45 02 85
info@ipea.fr
www.ipea.fr

APE 7320Z
SIRET 317 354 272 000 47
NID CEE FR 683 173 542 72
IBAN FR76 3005 6002 6902 6900 0096 608
BIC CCFRFRPP