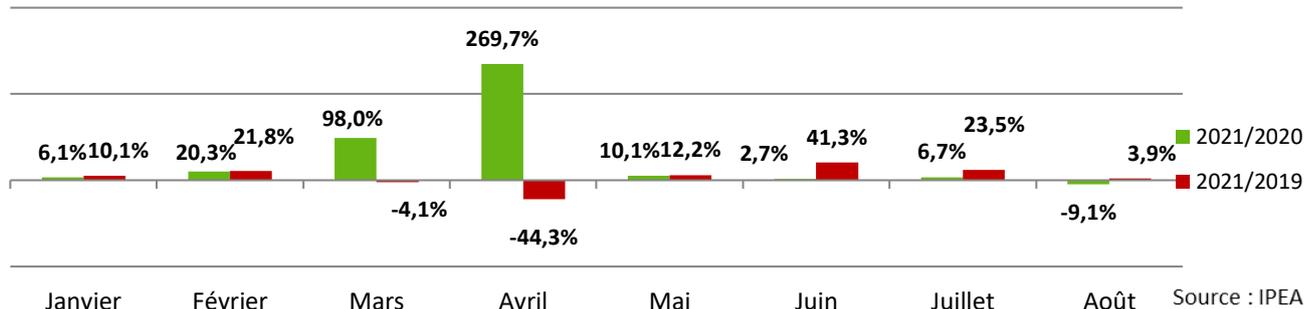


Le mois d'août en bref...

Evolution du marché août 2021/ août 2020	- 9,1%
août 2021/ août 2019	+3,9%
Evolution du cumul à fin août 2021/2020	+17,5%
août 2021/2019	+7,5%

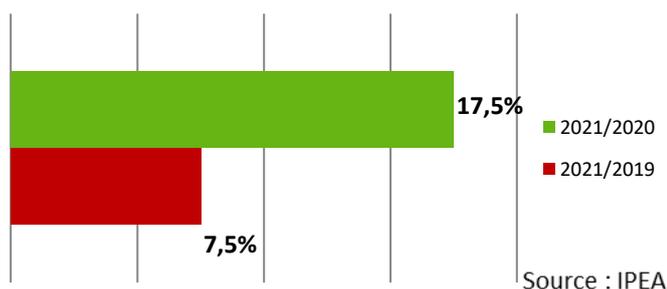
Recul du marché en août

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Le marché voit son activité reculer assez nettement en août par rapport à 2020 avec une baisse de chiffre d'affaires de **9,1%**. Toutefois, suite à la belle performance de l'année dernière, juste en dessous des 14% de croissance, le solde reste toujours positif par rapport à 2019 avec une progression de **3,9%**. Ce bon résultat en 2020 est une des premières explications du recul, l'effet soldes s'était prolongé en 2020 jusqu'au mois d'août suite à un démarrage mi-juillet. On notera également que le mois d'août comptait cette année un samedi en moins, ce qui aura pesé dans la balance. Enfin, en 2020, les difficultés de circuler liées au Covid avaient incité certains ménages à ne pas partir en vacances et à s'occuper de leur intérieur. Si quelques enseignes affichent des performances à contre-courant sur le mois avec de fortes progressions, aucun circuit ne parvient toutefois à se démarquer et à garder le cap de la croissance même si certains parviennent néanmoins à limiter les pertes comme le e-commerce ou certains spécialistes par exemple.

Evolution valeur en cumul 8 mois



Le résultat du mois d'août se répercute sur la performance cumulée du marché via une légère baisse par rapport à juillet, celle-ci s'affiche maintenant à **+17,5%** sur huit mois par rapport à 2020. Le cumul par rapport à 2019 recule lui aussi faiblement pour se stabiliser à **+7,5%**. Rien d'inquiétant toutefois dans cette première contre-performance de l'année au vu des fortes progressions enregistrées en 2021 et alors que le marché reste toujours fortement en avance sur ses temps de passage de 2019.

Nous l'avons évoqué dans notre note précédente, la pandémie aura servi à développer les ventes en ligne avec des chiffres d'affaires multipliés par deux sur certains mois pour les sites des enseignes de la vente physique au cours de l'année 2020. Toutefois cette hausse de la consommation s'est aussi traduite par une exigence accrue des consommateurs en ce qui concerne leurs achats en ligne. Les sites, aussi bien pure-players que les extensions en ligne des enseignes physiques, doivent se montrer irréprochables tant en termes de visuels que de services, notamment en termes de livraison. Quelques chiffres issus d'une enquête menée par Opinion Way - auprès de 1039 personnes représentatives de la population française, dans le cadre du troisième benchmark du commerce unifié iloveretail.fr pour Proximis - pour illustrer cette tendance :

80%, soit la part des Français qui trouvent utile qu'un vendeur en ligne puisse les livrer dès le lendemain de leur achat. Le modèle de rapidité de certains pure-players majeurs de la vente en ligne fait des émules, le consommateur veut être livré tout de suite et n'est plus prêt à attendre. L'indicateur progresse ainsi de cinq points par rapport à la même enquête menée en juillet 2020. 75% trouveraient également utile de pouvoir être livrés le jour même de l'achat (+10 points par rapport à 2020). Cette exigence de rapidité se retrouve également au niveau du click and collect. Ainsi à savoir s'il serait utile qu'un site Internet propose ce type de service sous 24h, ils sont 77% à répondre « oui » (+7 points), Ils sont également 71% à trouver utile la possibilité d'effectuer du click and collect sous 2 heures (+10 points)

91%, soit la part des Français qui trouvent utile qu'un site Internet propose la livraison gratuite sans condition (+1 point par rapport à 2020), ils sont également 90% à souhaiter trouver sur un site l'échange gratuit du produit acheté. On notera également que 61% des Français trouveraient utile que le site propose un abonnement de livraison, soit 15 points de plus par rapport à la précédente enquête, ce qui illustre bien le fait que pendant la pandémie, les ménages ont pris l'habitude de consommer en ligne et souhaitent pour un grand nombre d'entre eux continuer à utiliser ce canal de distribution en complément de la vente physique.

En complément de ce troisième benchmark du commerce unifié, un classement des meilleurs sites web d'enseignes physiques a été effectué sur la base de 98 sites qui ont été notés en fonction de 50 critères, pondérés ensuite selon leur importance. Si Darty obtient la meilleure note et termine en première position de ce classement, le premier distributeur de meubles, But, arrive pour sa part en huitième position. Dans la catégorie équipement de la maison, le podium est complété par Casa et Conforama qui arrivent juste derrière. En ce qui concerne le bricolage/jardinage, Truffaut, Leroy Merlin et M.Bricolage composent le trio de tête dans cet ordre. On notera également qu'à la question « Quel est selon vous le site Internet qui propose les fonctionnalités les plus utiles ? », c'est cette fois-ci Ikea qui arrive en tête pour l'équipement de la maison devant Conforama et Maisons du monde. Pour la catégorie jardinage et bricolage, c'est cette fois-ci Leroy Merlin qui occupe largement la tête devant Castorama et Jardiland.