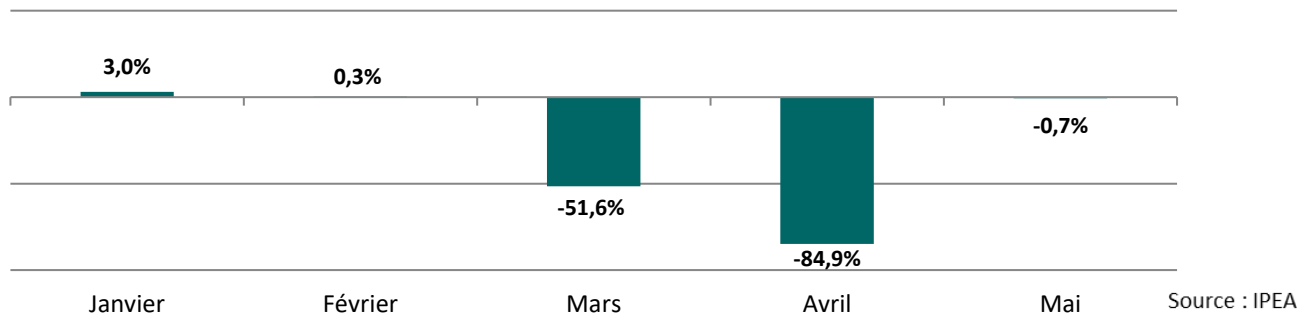


Le mois de mai en bref...

Evolution du marché mai 2020/mai 2019	-0,7 %
Evolution du cumul à fin mai 2020/2019	-27,0 %
Incidence du résultat de mai sur le cumul	+6,0 pts

Un résultat inespéré en mai

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Le marché du meuble enregistre un résultat assez inespéré pour le mois de mai au vu de la conjoncture sanitaire et économique. Ainsi, malgré une réouverture des points de vente autorisée à partir du 11 mai seulement, soit 10 jours de fermeture sur le mois, et des enseignes qui ont repris en ordre dispersé, certaines d'entre elles dont des leaders du marché n'ouvrant à nouveau leurs portes que dans les tous derniers jours du mois, le marché s'affiche presque étal et ne recule que de **0,7%** au mois de mai. Certains distributeurs enregistrant même des croissances à deux chiffres sur seulement une vingtaine de jours d'ouverture effective.

Si certaines enseignes ont pu bénéficier de la reprise tardive de la concurrence pour développer leur chiffre, pour d'autres tout le monde était en ordre de marche dès le 11 mai, ce qui ne les a pourtant pas empêchées d'enregistrer des performances exceptionnelles. Ces premières semaines de reprise ont mis en évidence un certain phénomène de rattrapage lié à la non consommation des semaines précédentes.

Si dans d'autres pays, la fin du confinement s'était traduite par une prudence parfois excessive des ménages avant de retourner en magasin, la situation semble pour le moment différente en France et les distributeurs peuvent à la fois s'appuyer sur les reports d'achat des consommateurs qui avaient des projets d'aménagement avant le confinement et sur une vague de nouveaux clients pour qui le confinement a mis à jour les défauts de leur logement.

En ce qui concerne les résultats cumulés à fin mai, le recul n'est plus que de **27%**, le bon résultat du mois de mai permettant d'atténuer la chute enregistrée à fin avril. Il reste toutefois toujours plus de

1,5 milliard de facturation à rattraper pour remettre le marché à l'équilibre. Si le phénomène de rattrapage se poursuit maintenant que toutes les enseignes sont à nouveau ouvertes, le mois de juin pourrait être en forte croissance, attention toutefois à un recul possible de la fréquentation une fois que les ménages en phase de rattrapage auront effectué leurs achats.

Si l'on pouvait redouter une certaine réticence des ménages à se rendre en magasin au vu des conditions sanitaires strictes à respecter, cela ne semble pas être le cas comme le montrent les résultats d'une étude Ipsos réalisée à la fin du confinement. 81% des Français déclarent se sentir en sécurité dès la fin du confinement. Cette part monte même à 91% dans les transports mais retombe à 56% sur les marchés. Elle est de 80% dans les magasins pour lesquels seulement 23% des consommateurs déclarent porter un masque.

En ce qui concerne cette reprise d'activité, les spécialistes cuisine ont conservé leurs bonnes habitudes et certaines des plus fortes progressions sont à mettre au crédit de ces enseignes. Les résultats surprennent les professionnels du secteur eux-mêmes qui s'attendaient à une reprise plus progressive de l'activité. Beaucoup redoutaient en effet un certain attentisme du consommateur les premières semaines, le temps que la situation économique se stabilise ou s'améliore car les achats de cuisine intégrée demandent un investissement qui peut être conséquent. Plus qu'en termes de circuit, c'est plutôt en termes de délai de réouverture que se sont faites les différences sur le mois de mai. Ainsi, les enseignes qui ont été les premières à ouvrir ont pour bon nombre d'entre elles enregistré des résultats exceptionnels. Sans surprise, celles qui ont ouvert le plus tard sont celles qui enregistrent les plus forts reculs.

En termes de produits, les plus fortes progressions pour le mois de mai sont à mettre sur le compte des meubles de jardin. La saison étant déjà bien entamée, les consommateurs se sont précipités dans les magasins pour acheter leur mobilier de jardin. La cuisine voit également ses ventes progresser assez fortement alors que les autres segments du meuble sont plus en retrait.

On notera également que la réouverture des magasins ne s'est pas traduite par un retour « total » des consommateurs qui avaient dû se diriger vers la vente en ligne durant cette période de confinement. Ainsi, en mai, de nombreuses enseignes de la vente en ligne continuent à enregistrer de très belles progressions en ce qui concerne les ventes de mobilier. Une étude réalisée par Bazaarvoice/Influenster (analyse de plus de 6 200 marques et distributeurs + sondage auprès de 1 500 personnes) montre ainsi une hausse de 95% des visites des sites de e-commerce depuis la fin du confinement par rapport à l'année écoulée. On notera également que deux fois plus de consommateurs ont profité des French days au début du mois de juin.