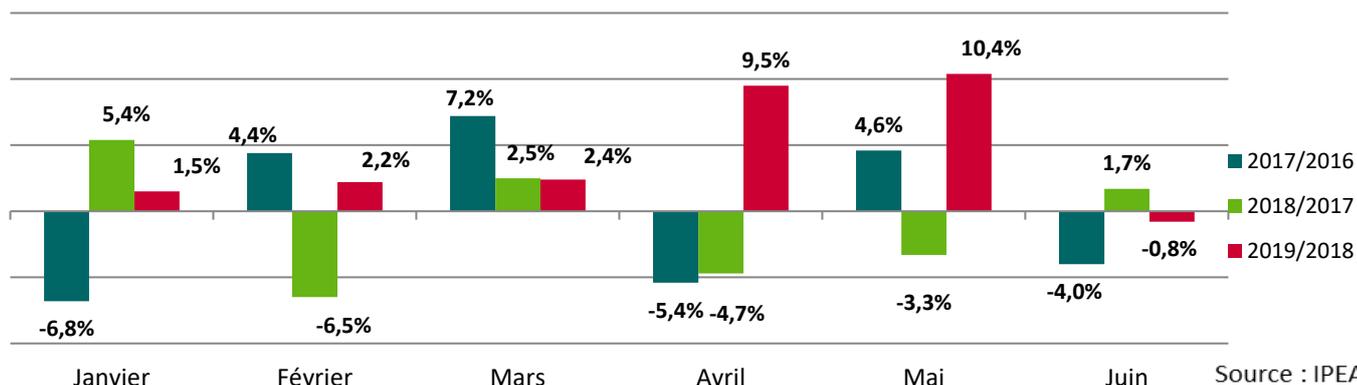


## Le mois de juin en bref...

Evolution du marché domestique juin 2019/juin 2018	<b>-0,8 %</b>
Evolution du cumul à fin juin 2019/2018	<b>+3,9 %</b>
Incidence du résultat de juin sur le cumul	<b>-0,9 pt</b>
Croissance du cumul marché hors cuisine et literie	<b>+2,5 %</b>

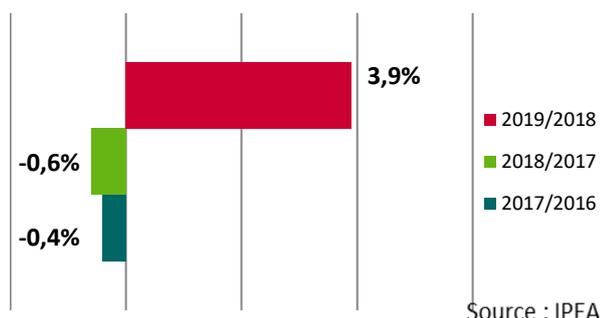
## Un mois de juin plus en retrait

### Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Après des performances hors normes en avril et mai, l'activité se contracte légèrement en juin et enregistre un recul de **0,8%**. Les ventes des deux mois précédents cannibalisent celles du mois de juin et le début des soldes aura été marqué par des températures caniculaires qui n'ont pas favorisé la fréquentation des points de vente. Ce résultat illustre également le peu d'engouement des consommateurs pour les soldes d'été, comme le montrent les résultats des derniers exercices. Les Français n'ont en effet pas attendu cette période pour acheter et ont maximisé leurs achats lors des deux mois précédents. Juin enregistre ainsi la plus faible performance sur les six premiers mois et seuls certains spécialistes cuisine parviennent à maintenir leur rythme de croissance des mois précédents.

### Evolution IMC valeur cumul 6 mois



Le résultat du mois de juin plus en retrait pèse sur le cumul marché qui recule par rapport à mai pour se stabiliser à **+3,9%** sur le premier semestre. La performance reste toutefois bien supérieure à celle des deux derniers exercices et il faut remonter à 2016 pour trouver une performance supérieure avec un premier semestre à 4,8% qui avait permis au marché de terminer l'année sur une croissance de ses ventes de 2,3%. Hors cuisine et literie, on notera que le marché ne progresse que de 2,5 %.

## Zoom distribution : La grande distribution en difficulté

Depuis quelques années maintenant, les circuits de l'ameublement milieu haut de gamme et principalement les magasins indépendants rencontrent les pires difficultés à maintenir leur activité face aux assauts répétés de la grande distribution ameublement, cette dernière après avoir gagné des parts de marché ces vingt dernières années commence toutefois à montrer des signes d'essoufflement. Si le chiffre d'affaires du circuit a progressé en 2017, la croissance a été moins rapide que celle du marché, ce qui s'est traduit par une perte de 0,6 point de parts de marché. Résultat identique en 2018 où le chiffre d'affaires du circuit aura cette fois-ci reculé plus rapidement que celui du marché, ce qui se sera traduit à nouveau par une perte de 0,6 point de parts de marché.

Ces mouvements ne sont pas anodins car depuis le début des années 2000, même lors de ses plus mauvaises années, si le chiffre d'affaires du circuit reculait, c'était toujours moins vite que celui de l'activité globale du marché du meuble ce qui lui permettait dans le pire des cas d'au moins maintenir sa part de marché. Deux exercices de suite en recul constituent donc un signal fort d'autant plus que sur le premier semestre 2019, même si le chiffre d'affaires du circuit progresse, la croissance est légèrement moins rapide que celle du marché. Si certains acteurs du circuit parviennent néanmoins à enregistrer de belles performances, ils le doivent en grande partie à un transfert de clientèle en provenance d'un de leurs concurrents disparu l'année dernière.

Les difficultés rencontrées par les enseignes de grande distribution dans l'ameublement ou plus généralement dans l'équipement de la maison illustrent ainsi un modèle qui semble atteindre ses limites ces dernières années. On notera ainsi dernièrement :

- ✓ La mise en liquidation judiciaire d'un des acteurs historiques de la grande distribution ameublement en fin d'année 2018
- ✓ Les difficultés rencontrées par un des leaders du secteur du meuble qui a annoncé des suppressions de postes et des fermetures de magasins dans les mois à venir
- ✓ Le leader mondial du meuble qui bouscule son modèle historique pour tester de nouveaux points de contact avec le consommateur : internet, points retraités, centre-ville...
- ✓ Dans le bricolage, les fermetures de magasins annoncées par les enseignes Castorama et Brico-Dépôt pour les mois à venir
- ✓ Dans l'équipement de la maison et de la personne, on assiste également à la fermeture de la totalité des magasins Tati qui passent sous pavillon Gifi tandis qu'Action se développe à grands pas et qu'arrive le discounter danois Normal !

Ces difficultés de la grande distribution ne concernent pas seulement les enseignes de l'équipement de la maison. La presse a en effet fait état dans les dernières semaines de mesures prises par certains acteurs dans l'alimentaire, parmi lesquelles :

- ✓ La fermeture de 21 magasins Auchan, que l'enseigne annonce comme n'étant plus rentables, accompagnée de la suppression d'environ 700 postes.

- ✓ La fermeture potentielle d'une trentaine de magasins Carrefour pour cause de déficit de rentabilité
- ✓ La vente de 32 magasins du groupe Casino dans le cadre d'un plan de désendettement du groupe

Les exemples sont nombreux et concernent tous les secteurs de la grande distribution, aussi bien l'alimentaire que l'équipement de la maison ou de la personne. Il devient de plus en plus difficile pour ces enseignes de rentabiliser des magasins qui font souvent plusieurs milliers de mètres carrés et d'en supporter le coût d'exploitation tout en développant les ventes internet.

Le modèle de la grande distribution tel que nous le connaissons aujourd'hui et qui a pris son essor au cœur des trente glorieuses ne semble plus adapté aux consommateurs actuels qui sont à la recherche d'autre chose. Une étude menée par l'Obsoco (Observatoire société et consommation) sur la grande distribution alimentaire met ainsi en évidence cette lassitude et certaines des conclusions de l'étude s'adaptent parfaitement au secteur de l'ameublement.

Une des conclusions de cette étude montre en effet que les consommateurs estiment que l'offre de la grande distribution alimentaire est mal adaptée à leurs besoins et ces derniers sont à la recherche de formats plus segmentant et plus adaptés à leurs envies. C'est aussi ce que l'on retrouve en partie sur le secteur de l'ameublement. Si les enseignes de la grande distribution continuent à attirer le consommateur à grands renforts de remises et de promotions – ce qui rend encore plus difficile le maintien de la rentabilité au mètre carré avec des prix continuellement bradés – on ne peut nier le succès rencontré par les enseignes spécialisées ces dernières années.

Les spécialistes cuisine voient en effet leurs ventes se développer rapidement et enregistrent régulièrement les meilleures performances de croissance du marché durant les derniers exercices alors que les spécialistes literie développent également leurs parts de marché. Nous pourrions également citer le succès rencontré par certaines enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme en nouant des partenariats avec des industriels pour former les vendeurs ou venir directement faire un projet au domicile du consommateur.

Ce dernier est à la recherche de différenciation face à une offre de mobilier qui a tendance à s'uniformiser dans la grande distribution. Il cherche un produit et un conseil personnalisés qu'il peine à trouver dans des grands points de vente qui sont plutôt dans une logique de volume avec parfois encore des vendeurs payés en fonction du chiffre d'affaires réalisé, ce qui les conduit à enchaîner les clients en privilégiant la quantité plutôt que la qualité, reléguant ainsi la notion de conseil, de service et d'accompagnement au second plan.

L'étude de l'Obsoco met également en avant le côté négatif attaché à l'image des enseignes de la grande distribution alimentaire, ces dernières étant souvent rattachées à des grands groupes soupçonnés par les consommateurs de chercher à maximiser le profit de l'actionnaire à leurs dépens, les poussant à se rabattre sur des enseignes et magasins de tailles plus modestes souvent synonymes de qualité dans leur imaginaire.

Cette constatation est également valable en ce qui concerne le secteur de l'ameublement, les consommateurs apparaissent de plus en plus dubitatifs quant à l'importance et la fréquence

de certaines promotions proposées dans la grande distribution d'ameublement, ce qui les amènent à se poser des questions sur les prix affichés et sur le juste prix des produits. Toutefois, sur ce point, restons « sages » dans l'analyse car le succès, ces derniers mois, d'un spécialiste salon montre que le taux de remise dans l'ameublement reste un critère central quel que soit le niveau de revenu du consommateur !

L'étude de l'Obsoco met également en évidence que le consommateur, que ce soit pour ses achats alimentaires ou autres, cherche à en minimiser les contraintes et est donc en perpétuelle recherche d'amélioration de son parcours d'achat (facilité d'accès, rapidité d'achat, possibilité de livraison, accompagnement/conseil etc...).

Des critères auxquels sont loin de répondre bon nombre de magasins des enseignes de la grande distribution sur le marché de l'ameublement. Ces derniers, au vu de leur taille, sont souvent situés dans des zones commerciales en périphérie des grandes agglomérations ce qui rend difficile leur accès le week-end pour les consommateurs qui sont véhiculés et encore plus difficile pour ceux qui ne le sont pas.

Pour le mobilier, les ventes de la grande distribution ameublement, en plus d'être concurrencées par les spécialistes doivent donc aussi subir la concurrence du e-commerce et certaines enseignes cherchent donc la proximité en s'installant en centre-ville... ce qui sera difficilement tenable pour la plupart d'entre elles au regard de la rentabilité au m<sup>2</sup> dans l'ameublement. Le potentiel est là en fréquentation mais la fermeture de deux des trois magasins parisiens d'un des leaders, la fermeture parisienne des concepts « city » d'un autre, et le réglage délicat du premier paquebot parisien du leader mondial montrent que ce sera difficile...

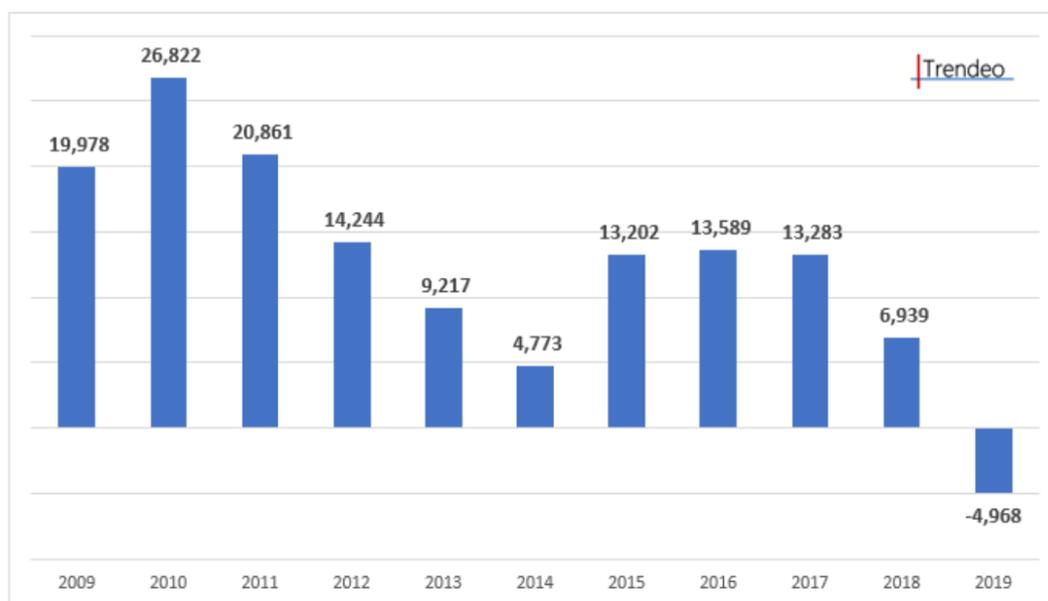
On notera également que dans une société de consommation où la vente en ligne tient une place importante, la rapidité d'achat et de livraison du produit est devenue prépondérante. En effet, si l'achat sur Internet permet d'éviter le désagrément de la visite en magasin, beaucoup de sites misent également sur la disponibilité immédiate et la livraison rapide du produit, ce qui est de moins en moins vrai en ce qui concerne les acteurs de la vente physique.

Ainsi, si de nombreux concepts de la grande distribution de mobilier ont basé leur modèle sur « la vente à emporter », certains se sont éloignés de ce modèle de base et il est maintenant de plus en plus fréquent de se voir annoncer un délai de plusieurs semaines avant que le produit ne soit mis à disposition du consommateur, ce qui va favoriser de nombreux acteurs de la vente en ligne. Pour rappel et selon la Fevad, le chiffre d'affaires du e-commerce en France aura encore enregistré une progression à deux chiffres en 2018 pour se rapprocher de la barre des 100 milliards d'euros (cf. note de conjoncture IPEA mars 2019).

De plus, de nombreux acteurs de la grande distribution ameublement et de la distribution de meubles en général n'ont pas pris volontairement ou ont raté le virage Internet et doivent maintenant rattraper leur retard. Rendre sa gamme accessible sur internet pose le problème central du prix de référence. Si certaines grandes enseignes demandent au consommateur de renseigner leur code postal, c'est souvent pour pouvoir indiquer les prix de vente en fonction de la zone de chalandise.... Et pour d'autres, le jeu des coefficients et des remises fictives bloque toute tentative de transparence de prix en vente en ligne.

Si certains distributeurs, aussi bien issus de la vente physique que des pure-players ont essayé de jouer la carte de la place de marché pour continuer à développer leurs ventes de mobilier ou tenter de rattraper rapidement le retard pris en ligne en générant un maximum de trafic sur leur site, le résultat est à double tranchant. Le risque existe en effet de voir ses produits propres fortement concurrencés par ceux de la place de marché. De plus, cette dernière donnera également accès au consommateur à des distributeurs dont il n'avait probablement jamais entendu parler élargissant de fait la concurrence.

Pour la première fois, la France se rend compte des emplois générés par la distribution. Jusqu'à maintenant, la progression du chômage était essentiellement du fait des pertes d'emplois dans l'industrie mais les choses changent... Et les chiffres de l'emploi dans la distribution sont explicites depuis 2010, suite au développement de la vente en ligne et une nécessaire rationalisation des parcs de magasins qui avaient envahis de nombreuses villes (cf. graphique ci-dessous issu du site Trendeo qui produit des données sur l'emploi et l'investissement en France). L'année 2019 enregistrant même pour la première fois depuis plus de 10 ans un solde négatif.



Emploi net dans les points de vente. Données Trendeo France. Pour 2019, données arrêtés au 2 juillet.

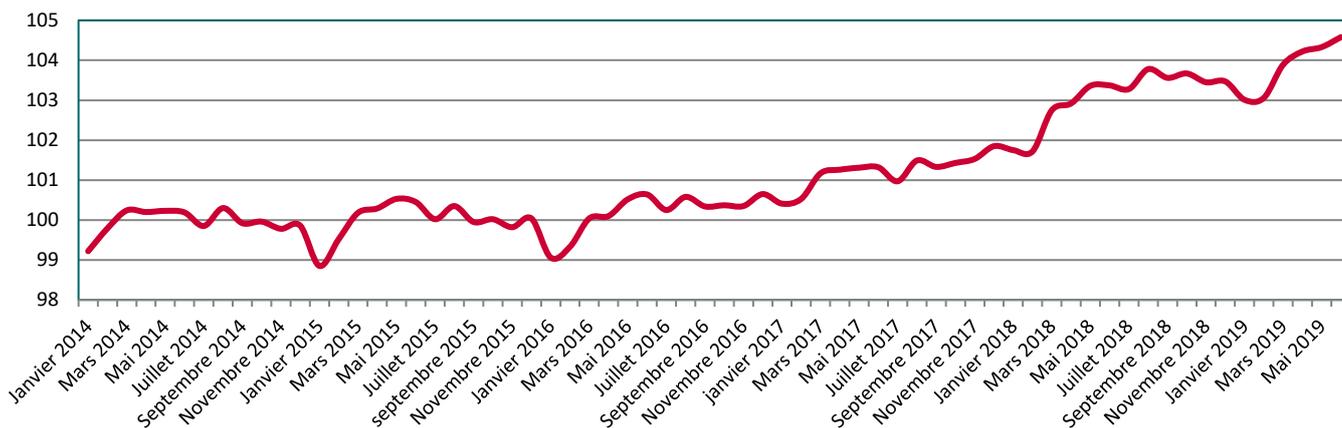
[www.observatoire-investissement.fr](http://www.observatoire-investissement.fr)

Au final, la grande distribution de mobilier se retrouve face à un triple défi à relever. Tout d'abord celui des spécialistes qui vont pouvoir accompagner le consommateur tout au long de son achat en lui proposant une offre différenciante qui lui permettra de monter en gamme. Ensuite, celle des commerces de proximité et de centre-ville – même si la menace apparaît moins forte que pour d'autres secteurs de la grande distribution comme l'alimentaire par exemple – qui bénéficient d'une image positive auprès du consommateur et qui vont lui permettre de gagner du temps en évitant des déplacements parfois compliqués. Et enfin, celle de la vente en ligne qui va offrir au consommateur la rapidité d'achat et de livraison à des prix défiant toute concurrence... tout au moins dans la promesse de vente !

## Une conjoncture toujours favorable

Le moral des ménages reprend des couleurs sur ce début d'année et ceux-ci paraissent un peu plus motivés que d'ordinaire pour faire des achats importants et un peu moins pour épargner. Si les mises en chantier restent sur la pente descendante, cela n'apparaît pas encore comme un problème pour le marché du meuble.

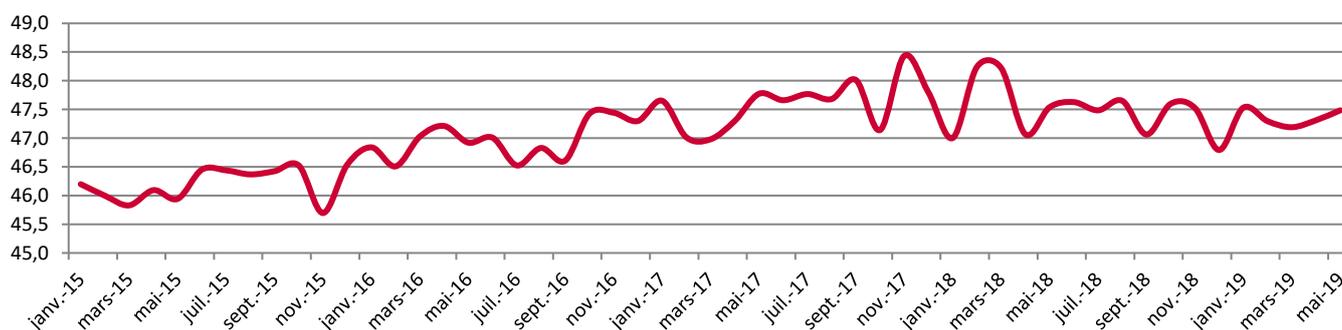
### Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : Insee

Sur un an, l'indice des prix à la consommation progresse de 1,2%. Cette croissance est à mettre en partie sur la forte progression de l'alimentation (+2,6%), de l'énergie (+2,4%) et du tabac (+9,0%) et dans une moindre mesure des prix des services (+1,2% sur un an). Sur douze mois glissants, les prix des biens manufacturés reculent pour leur part de manière assez substantielle avec un -0,7% affiché. Si les prix de l'habillement et des chaussures reculent de 0,9% sur la période selon l'Insee, les prix des meubles ont pour leur part enregistré une légère hausse à +0,3%. La hausse du pouvoir d'achat des ménages annoncée pour 2019 permettra néanmoins d'absorber ces hausses de prix.

### Consommation des ménages en biens\*

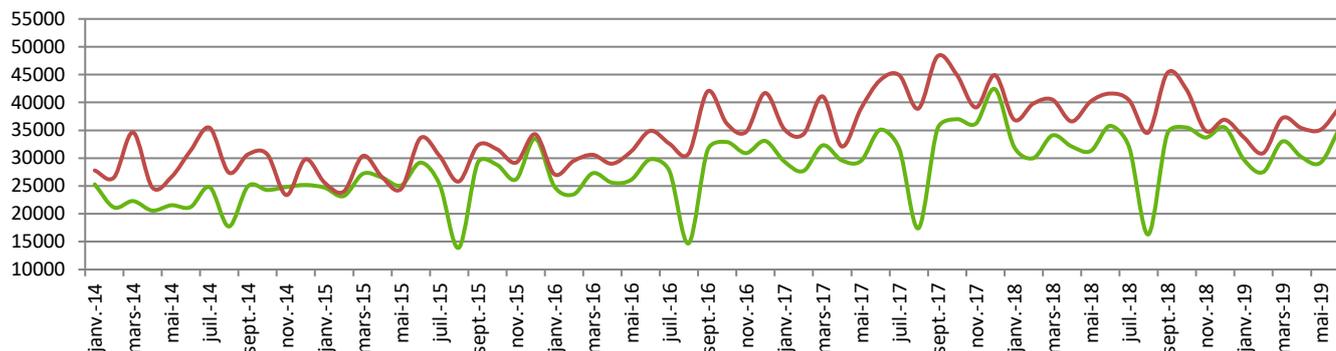


Source : Insee

\* Milliards d'euros aux prix de l'année précédente chaînés, corrigés des variations saisonnières et des effets des jours ouvrables

La consommation des ménages français en biens semble avoir atteint un palier ces derniers mois. Si elle enregistre quelques fluctuations, elle reste néanmoins tendanciellement entre 47 et 48 milliards d'€ depuis la fin du premier trimestre 2018. On notera cependant que toutes les familles de produits n'évoluent pas au même rythme. Ainsi, si la consommation globale en biens recule légèrement de 0,5% sur les cinq premiers mois de l'année, celle en biens d'équipement de la maison s'envole littéralement en affichant +5,6% sur la même période alors que la consommation en biens manufacturés recule pour sa part de 0,3%. Les arbitrages des ménages sont favorables à l'univers maison sur ce début d'année.

## Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire

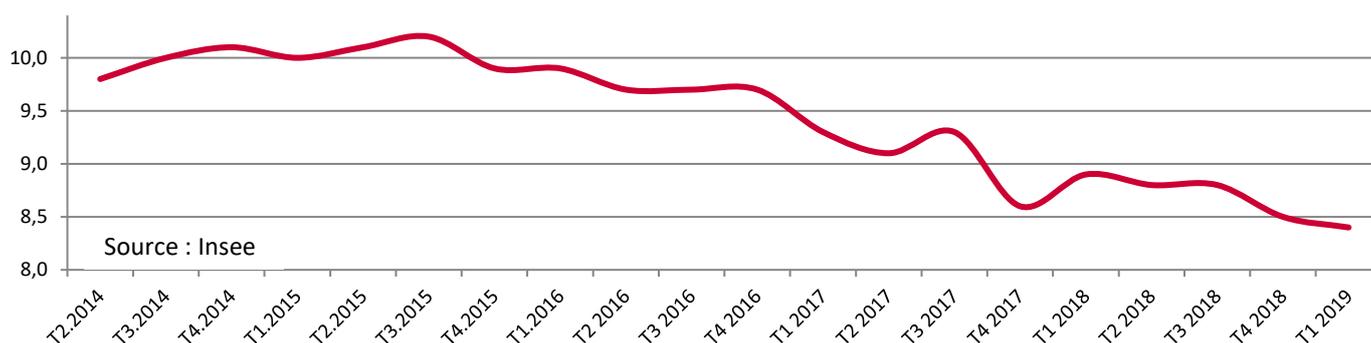


Source : SDES, Sit@del2, estimations à fin juin 2018

— Mises en chantier — Permis de construire

Sur le premier semestre la consommation de meubles progresse fortement alors que le marché de la construction neuve demeure sur la pente descendante. Si sur le trimestre d'avril à juin 2019, le nombre de permis de construire délivrés se stabilise et reste égal, les mises en chantier voient leur nombre diminuer de 7,9%. Sur douze mois glissants, les reculs enregistrés se montent à 6,6% pour les permis de construire et à 5,2% pour les mises en chantier. En ce qui concerne l'immobilier ancien, un palier semble avoir été atteint avec un nombre de transactions autour de 970 000 unités en rythme annuel en 2017 et 2018, ce qui constitue toutefois un niveau extrêmement élevé alors que sur les 20 dernières années, la moyenne annuelle était plutôt autour des 850 000 unités. Le marché du meuble peut s'appuyer sur un phénomène de rattrapage lié à son mauvais second semestre 2018 et à la forte activité de l'immobilier ancien pour soutenir ses ventes sur le premier semestre mais il apparaît de plus en plus déconnecté de la situation du marché de l'immobilier neuf sur ces derniers mois. En effet si en 2018, le marché du meuble n'avait pas su profiter de la bonne année 2017 et du bon début d'année 2018 concernant les mises en chantier, sur ce début d'année 2019, son activité ne semble pas affectée par les baisses de mises en chantier enregistrées depuis un an maintenant.

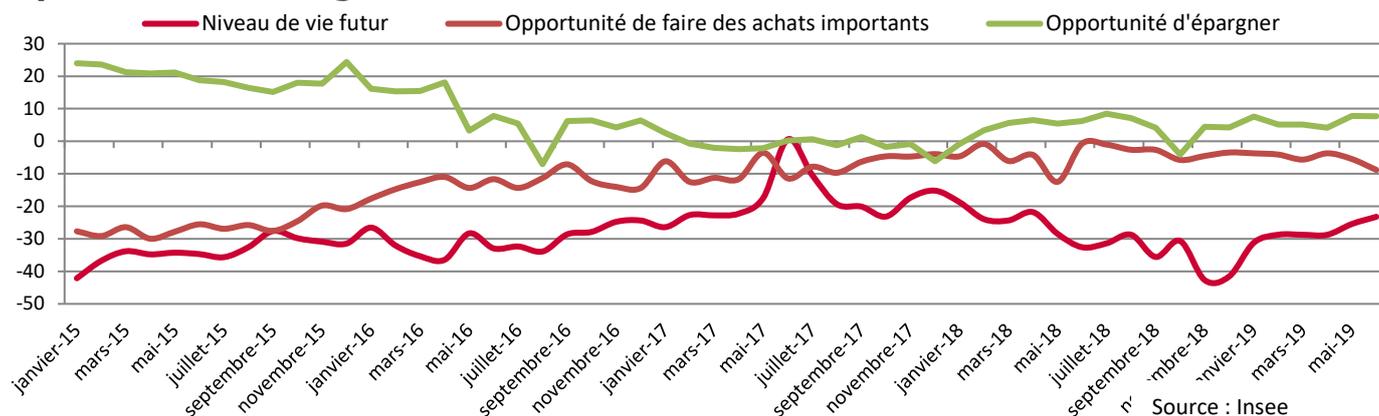
## Taux de chômage en France métropolitaine



Source : Insee

Le taux de chômage au sens du BIT (Bureau international du travail) se contracte à nouveau au cours du premier trimestre 2019 pour atteindre 8,4%, soit environ 2,4 millions de chômeurs auxquels il faut ajouter les 1,4 millions de sans emploi qui ne sont pas considérés comme chômeurs par l'organisme. Le taux est de 0,5 point au-dessous de celui du premier trimestre 2018. Au cours des trois premiers mois de l'année, le taux d'emploi des 15-64 ans reste stable à hauteur de 66,1%, soit son niveau le plus haut depuis 1980 et 0,3 point au-dessus de son niveau du premier trimestre 2018 même si au sein de cette population, les 15-24 ans voient leur taux d'emploi diminuer assez fortement de 0,4 point. On notera également que le nombre de chômeurs « longue durée » diminue assez fortement avec un taux inférieur de 0,3 point à celui qui était le sien au premier trimestre 2018.

## Opinion des ménages



Le moral des ménages n'aura pas cessé de remonter tout au long du premier semestre. L'indice qui le mesure aura ainsi gagné 14 points entre décembre 2018 et juin 2019 et repasse au-dessus de sa moyenne de longue période pour la première fois depuis avril 2018. Le moral des ménages est au beau fixe, ce qui se ressent sur leurs envies de consommer. Ainsi, l'indice qui mesure leur opinion quant au fait d'effectuer des achats importants se redresse sur l'ensemble du premier semestre et gagne 20 points entre décembre et juin, ce dont aura su profiter le marché du meuble sur le semestre et notamment le marché de la cuisine qui flirte avec une croissance à deux chiffres sur la période. Les ménages sont plus confiants en l'avenir et l'indice qui mesure leur opinion quant à leur niveau de vie futur progresse lui aussi également de près de 20 points sur la période et repasse au-dessus de sa moyenne de longue période, contrairement à l'indice qui mesure l'opportunité d'épargner qui pour sa part repasse en dessous de sa moyenne de longue période. Si certains analystes craignaient que la hausse du pouvoir d'achat que les ménages devraient enregistrer cette année serve à alimenter l'épargne plutôt que de soutenir la consommation, il apparaît pour le moment que ces derniers ne priorisent pas l'épargne et qu'une partie de la manne financière à leur disposition devrait être utilisée pour consommer. On notera également que les ménages ne redoutent pas de hausse du chômage avec un indice 17 points en-dessous de sa moyenne de longue période, ni une évolution des prix à la hausse avec un indice 11 points en dessous de sa moyenne.

### Quelles perspectives pour la fin 2019 ?

Avec une croissance du marché du meuble de 3,9% à fin juin, le second semestre peut être abordé avec optimisme. En effet, la contre-performance du marché sur la période en 2018 (-4,6%) devrait le mettre à l'abri d'une nouvelle déconvenue en 2019. La croissance engrangée sur le premier semestre devrait donc être suffisante pour pouvoir clôturer l'année sur une progression des ventes sur l'ensemble de l'exercice. Il est toutefois peu probable que le marché parvienne à maintenir sa croissance à ce niveau sur l'ensemble de l'année et ce d'autant plus que l'un des premiers acteurs du marché se retrouve à nouveau dans la tourmente. Les consommateurs devraient pour leur part être présents en magasin. Le moral est au beau fixe et un désintérêt relatif pour l'épargne associé à une volonté plus marquée de s'impliquer dans des achats importants devrait amener le consommateur en magasin dans les mois qui viennent et principalement dans le rayon cuisine comme nous le voyons depuis ce début d'année. Les mises en chantier de logements neufs en retrait ne paraissent pas pour le moment constituer un frein pour le développement du marché en valeur sur l'exercice en cours, notamment grâce à de très nombreuses transactions dans l'ancien.

## Zoom immobilier : Une influence des mises en chantier sur le marché du meuble plus limitée qu'auparavant ?

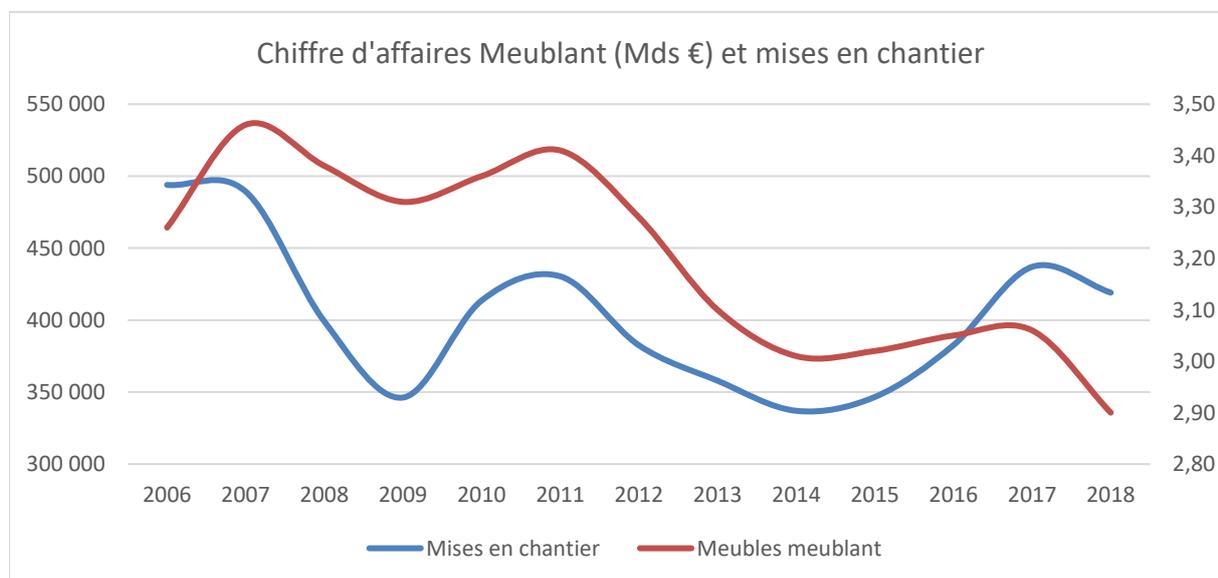
Depuis le début de l'année, les ventes de mobilier décollent alors que la chute des mises en chantier se confirme. Si les ventes de meubles ont toujours été corrélées à l'activité des mises en chantier de logements neufs, le lien entre les deux semble s'étioler depuis quelques mois. Le secteur n'a ainsi pas su profiter pleinement des fortes hausses de l'année 2017. Si le marché du meuble a progressé sur cet exercice, la croissance apparaissait décevante au vu des hausses des mises en chantier enregistrées. De plus, sur les premiers mois de l'année 2019, si les mises en chantier plongent, le marché enregistre une croissance assez inattendue au vu de sa fin d'année 2018. Cette note est l'occasion de faire le point sur les segments du meuble qui restent les plus corrélés à l'activité dans l'immobilier neuf.

### Les familles dont les performances restent fortement liées aux mises en chantier

#### ✓ Le meublant

Les ventes du premier segment du meuble en valeur restent assez fortement corrélées aux mises en chantier de logements neufs. Le retournement de situation observé sur la construction lors de l'exercice 2018 s'est fortement répercuté sur le marché des meubles meublants et en ce qui concerne les exercices précédents, les ventes de meubles meublants suivent les évolutions des mises en chantier de logements neufs.

La majeure partie du chiffre d'affaires du segment meuble meublant étant réalisé par les enseignes de la grande distribution ameublement, le déficit en besoin d'équipement induit par des mises en chantier en recul se ressent assez fortement sur le segment. Pour les premiers mois de l'année 2019, le segment des meubles meublants profite néanmoins de la bonne tenue générale du marché du meuble et parvient à faire progresser son activité malgré des mises en chantier en berne.

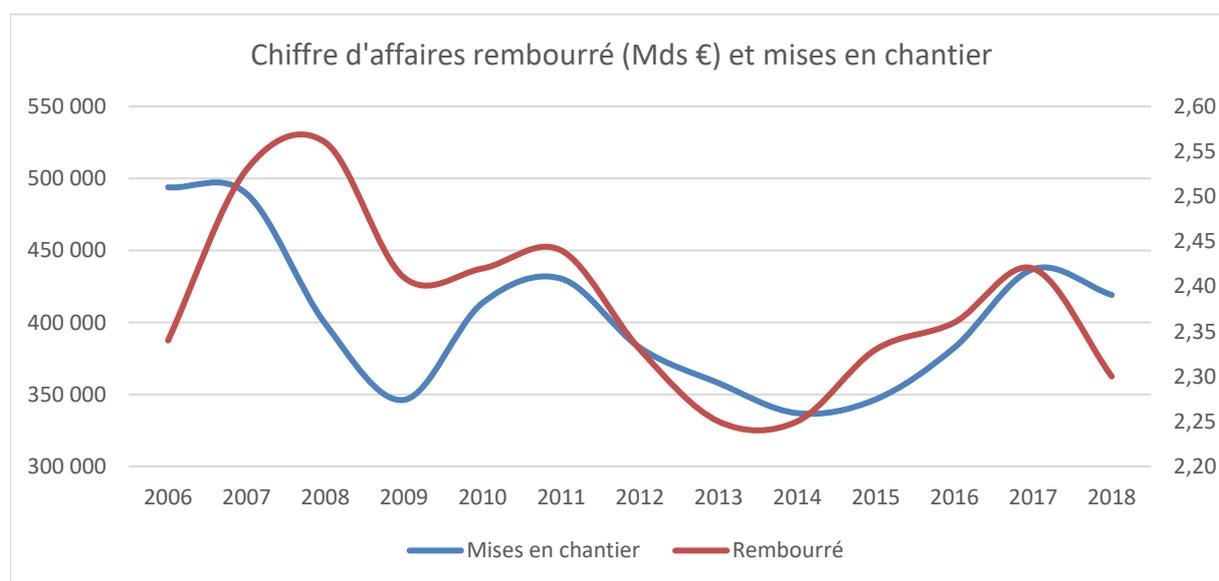


Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

✓ Canapés, fauteuils, banquettes

Le marché des canapés, fauteuils et banquettes reste pour sa part également très corrélé à l'activité sur le marché des mises en chantier de logements. Comme pour le meublant, la chute des mises en chantier s'est en effet traduite par un fort recul des ventes en 2018 alors que le segment était en croissance depuis 2015, soit l'année de la reprise également pour l'activité de mises en chantier.

Sur le début d'année 2019 et sur un schéma similaire au meublant, les ventes de canapés et fauteuils progressent alors que les mises en chantier sont pour leur part toujours sur la pente descendante. Seule la banquette voit ses ventes continuer à chuter lourdement, ce qui n'est toutefois pas illogique puisque en plus d'être fortement concurrencé par le canapé convertible, le produit reste également souvent acheté dans une logique d'équipement.



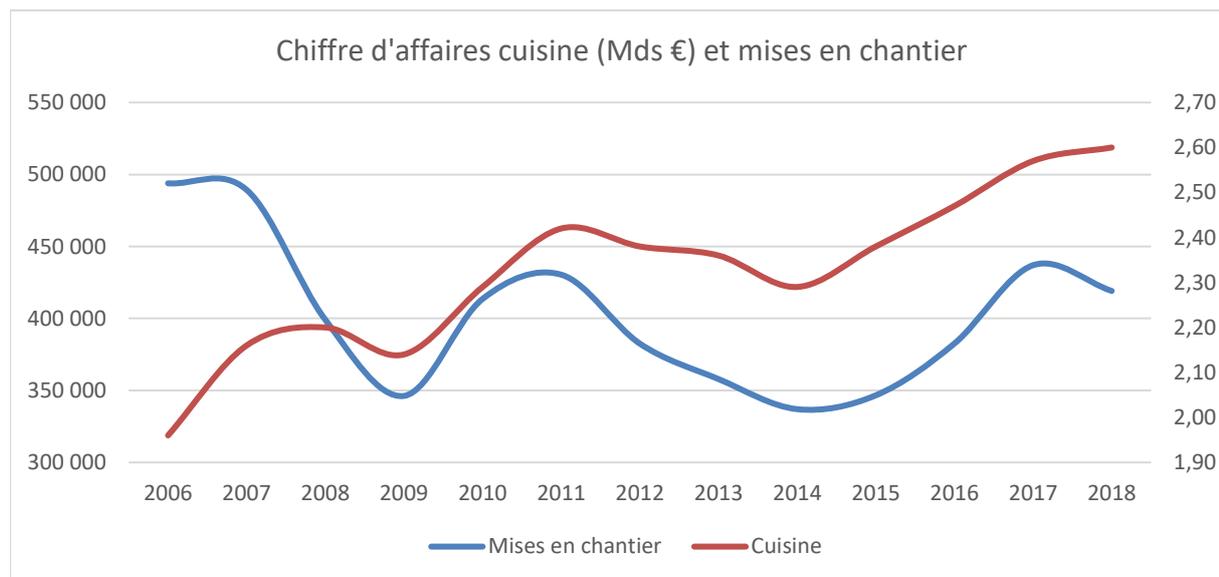
Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

### Les familles dont les performances se détachent des mises en chantier

✓ La cuisine

Même si le phénomène est récent, les ventes de meubles de cuisine se détachent petit à petit de l'activité des mises en chantier. Si le phénomène est d'actualité depuis quelques années chez les spécialistes cuisine qui jouent la carte du renouvellement du parc en restant en contact permanent avec le consommateur, le phénomène tend à se généraliser depuis quelques mois à l'ensemble du segment cuisine. Tout d'abord parce que les spécialistes cuisine dont le poids est de plus en plus important sur ce marché de la cuisine tirent le segment vers le haut et ensuite parce que les enseigne de la grande distribution, même si elles

restent dans une logique d'équipement parviennent également à enregistrer certains mois de bonnes performances sur le segment malgré des mises en chantier en baisse. On notera ainsi qu'en 2018, le segment des meubles de cuisine a poursuivi sa croissance malgré le retournement du marché de l'immobilier et que le phénomène tend à se reproduire sur le premier semestre 2019.

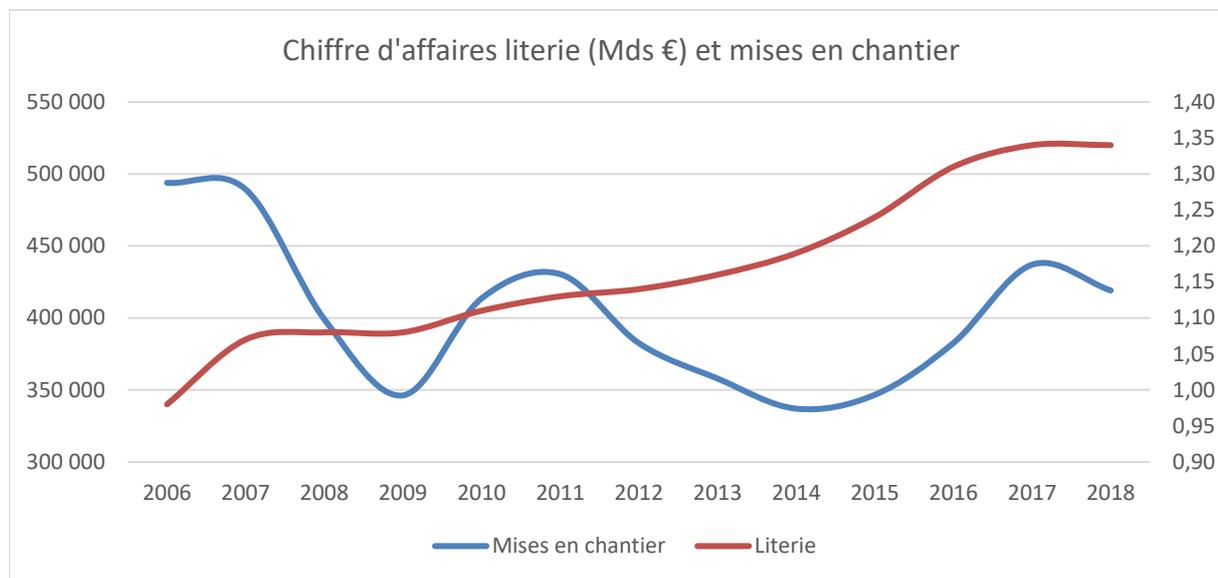


Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

#### ✓ La literie

Contrairement à la cuisine, il y a bien longtemps que le marché de la literie n'est plus dépendant de l'activité des mises en chantier de logements neufs. Ainsi depuis plus de 10 ans, le marché de la literie continue sa croissance ininterrompue quelle que soit la situation sur le marché de l'immobilier neuf comme ancien. Contrairement au reste des produits meubles, le marché de la literie bénéficie d'un marché de renouvellement important. On ne change pas sa literie comme on pourrait changer sa cuisine ou sa bibliothèque suite à un déménagement.

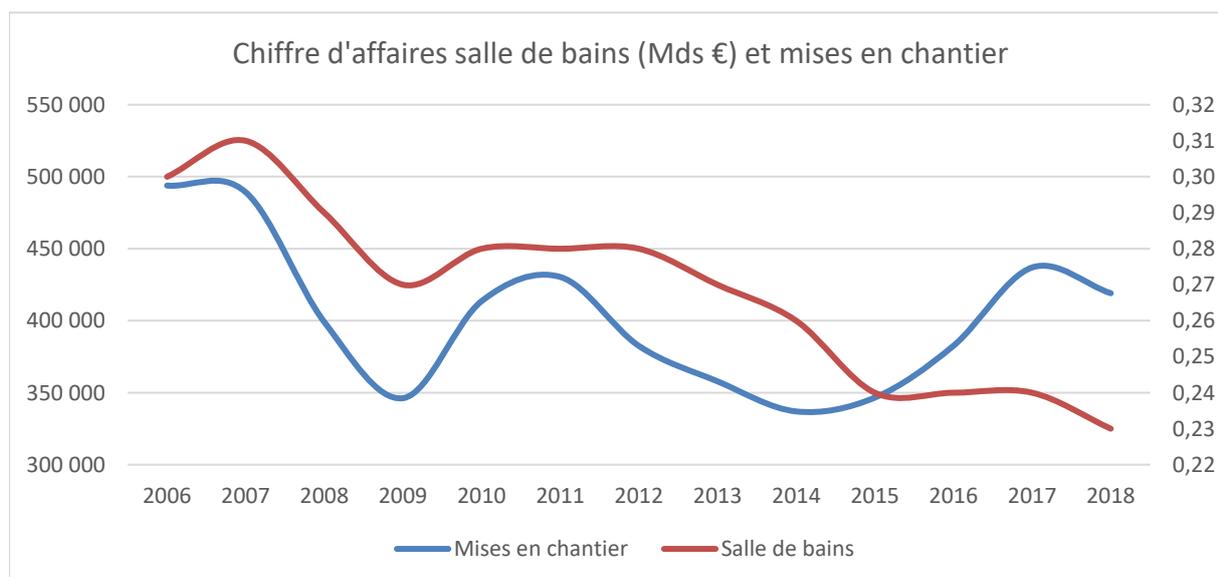
Les nombreuses communications effectuées par les professionnels pour démontrer le lien entre literie, santé et bonne qualité du sommeil portent en partie leurs fruits et amènent le consommateur à renouveler plus régulièrement sa literie que le reste de son mobilier. Ainsi, en 2018, le segment aura réussi à maintenir ses ventes alors que le marché de la construction neuve était en berne et en 2019, la croissance est de retour alors que la situation dans l'immobilier ne s'améliore pas.



Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

✓ La salle de bains (hors négoce)

Les ventes de meubles de salle de bains ont longtemps été celles qui étaient les plus liées à l'activité des mises en chantier de logements neufs. Toutefois depuis le milieu des années 2010, le lien entre les deux tend à s'atténuer. Ainsi la reprise des mises en chantier de 2015 ne s'est pas traduite par une reprise des ventes de meubles de salle de bains qui ont continué à décliner doucement entre 2015 et 2018. On notera également que sur les premiers mois de l'année 2019 les ventes de meubles sur ce segment repartent à la hausse alors que c'est encore loin d'être le cas des mises en chantier.

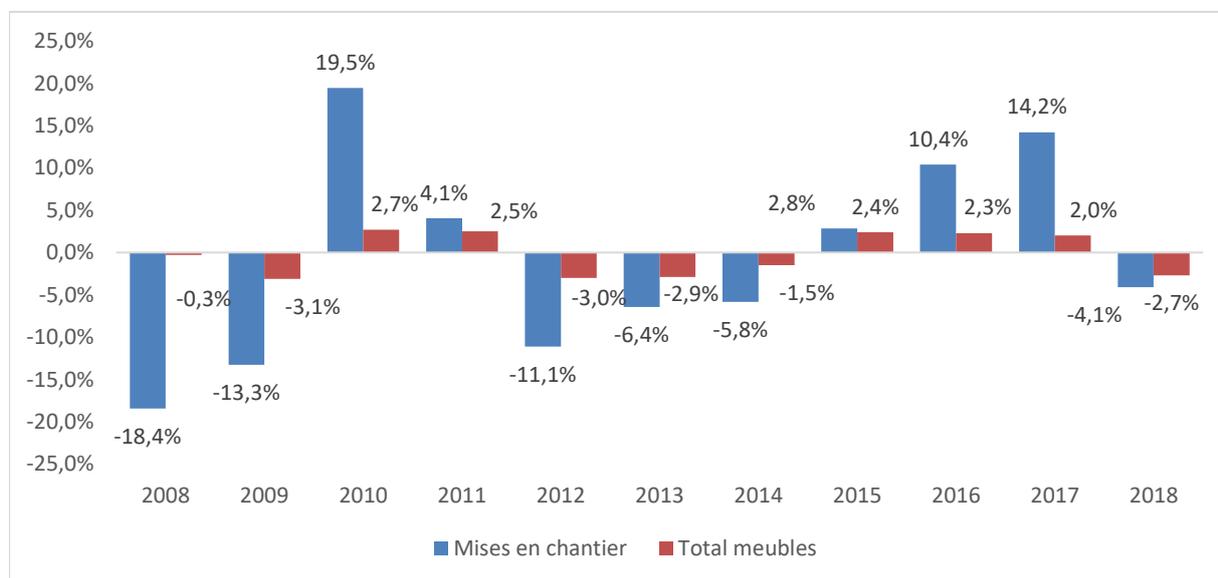


Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

On peut noter sur les dernières années que le lien qui unit ventes de mobilier neuf et mises en chantier de logements neufs se distend sur certaines familles de produits, ce qui rend le marché du meuble moins sensible aux évolutions de ce secteur.

L'activité dans la construction neuve n'est qu'une composante de la demande des ménages en matière de mobilier. Si l'on regarde les évolutions des mises en chantier et de l'activité du marché du meuble sur les 10 dernières années, on pourra remarquer que l'élasticité entre les deux est parfois limitée. Ainsi une croissance ou un recul des mises en chantier de 20% sur une année ne se traduit pas par une croissance ou un recul dans les mêmes proportions de l'activité sur le marché du meuble.

On notera toutefois que sur les dix dernières années, le marché du meuble n'a jamais été en croissance sur un exercice si les mises en chantier étaient en recul, de la même façon qu'il n'a jamais été en recul une année de croissance des mises en chantier. Dans ce contexte, l'année 2019 pourrait ainsi marquer une certaine forme de rupture avec pour le moment un marché du meuble qui se porte bien alors que les mises en chantier sont en recul.

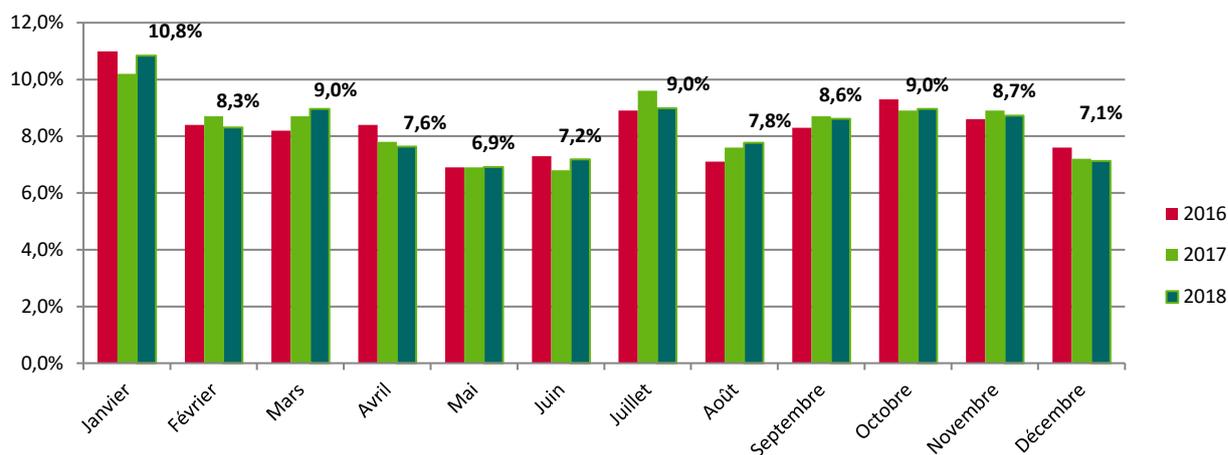


Source : IPEA Meubloscope, SDE, Sit@del2

## Saisonnalité du marché : Mars, deuxième mois en valeur

Une fois résorbé l'impact du troisième trimestre record de l'année 2017, la saisonnalité des ventes de meubles en 2018 se rapproche de celle qui était la sienne en 2016. On observe toutefois certains mouvements qui semblent s'inscrire dans la durée.

### Saisonnalité du marché du meuble 2016-2018\* (Poids des mois en % valeur)



Source : IPEA , \* Pour des raisons de lisibilité, seuls les poids des mois pour l'année 2018 sont affichés

Les fortes performances enregistrées au cours du troisième trimestre 2017 se seront traduites par un fort recul d'activité sur cette même période en 2018. La chute d'activité observée de juillet à septembre se poursuivant même jusqu'à la fin du second semestre. En termes de saisonnalité, ce mouvement inverse ramène certains mois à leur niveau de l'année 2016. On peut néanmoins observer quelques évolutions qui perdurent :

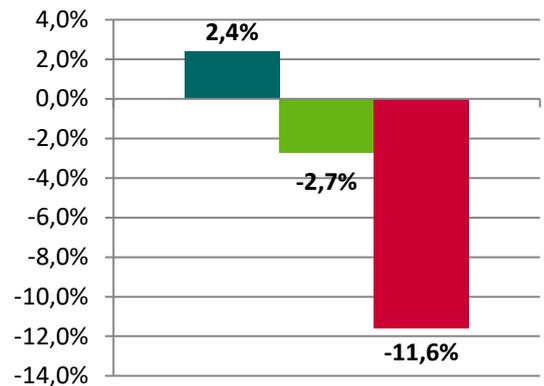
- ✓ Le mois de mars continue de gagner des parts de marché sur le secteur du meuble. Ainsi, s'il ne représentait que 8% des ventes en valeur de meubles en 2016, son poids est monté à 9% en 2018. A l'inverse le mois d'avril se retrouve pour sa part sur la pente descendante et voit sa part de marché sur le secteur reculer de presque 1 point entre 2016 et 2018, mettant en évidence un transfert de valeur du mois d'avril vers le mois de mars puisque la part des ventes en mai reste stable.
- ✓ Si historiquement deux pics de consommation se détachaient pour le meuble sur l'année en janvier et juillet, seul le premier demeure en 2018. Ainsi, si le mois de janvier représente presque 11% des ventes de l'année, le mois de juillet ne représente plus que 9,0% des ventes. Ce qui en fait certes toujours le deuxième mois le plus important en valeur mais au même titre que les mois de mars et octobre eux aussi mesurés à 9,0%
- ✓ Chaque acteur souhaitant être le premier à « dégainer » ses offres de rentrée, celles-ci arrivent de plus en plus tôt, ce qui renforce le poids en valeur du mois d'août sur le marché du meuble sur les derniers exercices. Sa part approche maintenant les 8%.
- ✓ Les ventes du mois de décembre régressent doucement en valeur sur les trois derniers exercices. Ce mois est souvent l'occasion de ventes privées auprès du consommateur avant les soldes. Si ces dernières fonctionnent bien aux dires des acteurs du marché, il semble aussi que les promotions de plus en plus fortes qui y sont associées tirent la valeur du marché vers le bas sur ce mois.

## L'industrie recule encore sur les cinq premiers mois 2019

L'industrie du meuble peine cette année encore à relancer son activité avec un recul annoncé de la production de 2,5% sur les cinq premiers mois de l'exercice en cours selon les données de l'Insee.

### Les meubles de bureau et de magasin

L'activité industrielle concernant la production de meubles de bureau et de magasin se contracte fortement sur le début de l'année 2019. Avec cinq mois de recul de la production, le segment accuse un déficit de performances supérieur à 10% sur ce début d'année. La chute continue de s'accélérer après une année 2018 également en fort recul à -7,2%. On notera aussi que sur cinq mois les importations sur ces catégories de produits progressent de plus de 12 % selon les douanes, les industriels français peinent à résister à la concurrence étrangère.



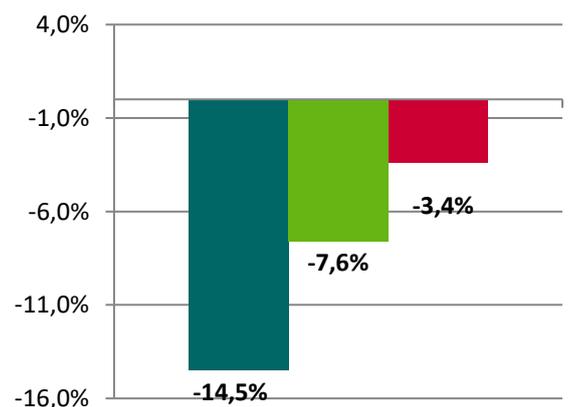
Meubles de bureau et de magasin

- Cumul à fin mai 2017/2016
- Cumul à fin mai 2018/2017
- Cumul à fin mai 2019/2018

Source: INSEE  
Indice de la production industrielle

### La literie

Selon l'Insee, l'activité des industriels de la literie recule encore sur les cinq premiers mois de l'année. La chute apparaît toutefois plus mesurée que sur les années précédentes mais ce constat est dû en grande partie à l'excellent résultat du mois de mai (+28%) alors que le segment était en recul de 9,5% sur les quatre premiers mois de l'année. Sur la période de janvier à mai, le segment enregistre son troisième exercice consécutif en recul. Il faut ainsi remonter à 2010 pour trouver une vraie croissance de l'activité sur les cinq premiers mois de l'année (+4,7%), les exercices suivants se traduisant au mieux sur la période par un maintien des performances. Si l'on compare l'activité des cinq premiers mois de l'année 2010 aux cinq premiers mois 2019, on constate un repli de l'activité de presque 35% sur 10 ans.



Matelas et sommiers

- Cumul à fin mai 2017/2016
- Cumul à fin mai 2018/2017
- Cumul à fin mai 2019/2018

Source: INSEE  
Indice de la production industrielle

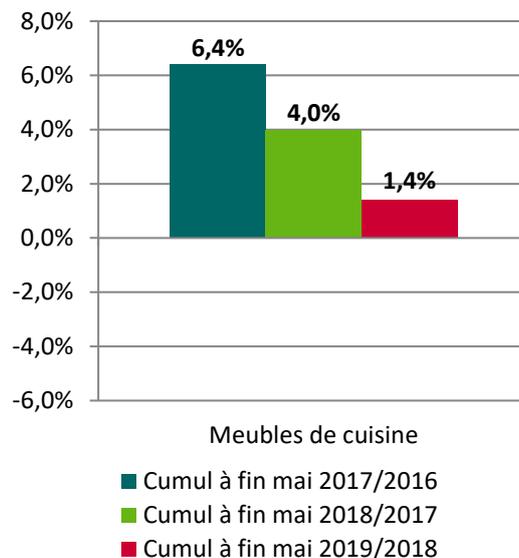
**La cuisine**

L'activité de production de cuisine continue de progresser même si comme nous l'avons déjà constaté dans notre note de mars, la croissance se ralentit depuis 2017 alors que pourtant la consommation s'emballe sur ce début d'année. Si cette croissance des ventes profite aux industriels nationaux, elle semble surtout profiter aux fournisseurs étrangers puisque les importations sur le produit auraient progressé de presque 14% sur les cinq premiers mois selon les douanes avec des industriels allemands toujours aussi impliqués et en progression de 17%.

**Les autres produits meubles**

Une fois n'est pas coutume, les meilleures performances de croissance sur les cinq premiers mois sont à aller chercher du côté de la famille « autres meubles » qui voit son activité progresser sur la période de 4,4%. Comme pour la literie, cette performance doit beaucoup au mois de mai qui aura vu son activité progresser de près de 20% selon l'Insee. Sans cette forte progression, sur les quatre premiers mois de l'année, la croissance est plus mesurée puisqu'elle n'était que de 0,9% en cumul à fin avril. On notera toutefois que depuis deux ans cette catégorie de meubles qui représente une part non négligeable de la production tend à se redresser.

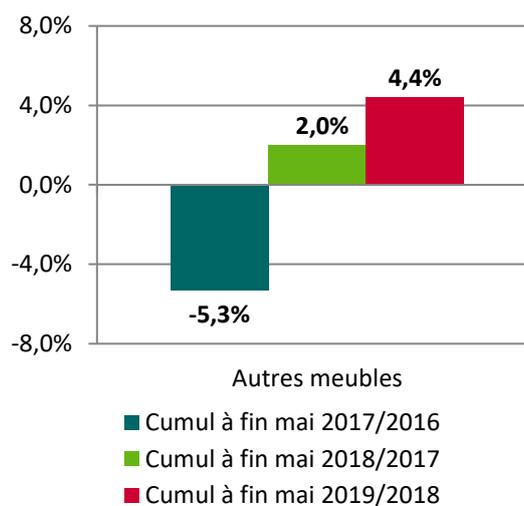
Le début d'année 2019 se révèle difficile pour l'industrie européenne du meuble. Si la France présente des résultats en retrait sur le cumul des cinq premiers mois, malgré un mois de mai assez exceptionnel à plus de 9% de croissance, ses voisins européens connaissent les mêmes difficultés. Ainsi, les industriels allemands voient leur résultat reculer de 1,7% sur les cinq premiers mois de l'année, c'est toutefois mieux que le bilan italien qui fait état d'un recul d'activité de 4,7% sur la période. La situation n'est guère plus brillante chez nos voisins espagnols et portugais qui voient eux aussi leur production se contracter sur les premiers mois de respectivement 1,1% et 1,4%. Les résultats ne sont cette fois ci pas forcément meilleurs en ce qui concerne l'Europe de l'Est. Si la Pologne continue de développer sa production avec une croissance de 4,7% sur les cinq premiers mois de l'année, la République tchèque parvient pour sa part tout juste à maintenir son activité avec un petit +0,9%. La Roumanie quant à elle enregistre un recul de sa production de plus de 10% sur la période.



Meubles de cuisine

■ Cumul à fin mai 2017/2016  
 ■ Cumul à fin mai 2018/2017  
 ■ Cumul à fin mai 2019/2018

Source: INSEE  
 Indice de la production industrielle



Autres meubles

■ Cumul à fin mai 2017/2016  
 ■ Cumul à fin mai 2018/2017  
 ■ Cumul à fin mai 2019/2018

Source: INSEE  
 Indice de la production industrielle

**Une date à retenir :**

**Colloque annuel de l'IPEA  
Vendredi 13 décembre 2019**

**-----**  
**Une nouvelle étude IPEA**



Focalisés sur le produit et les prix, nous oublions l'impact de la démographie sur notre marché !

L'étude menée par l'IPEA sur l'impact démographique sur différents segments du meuble, à court terme, va vous interpeller, que ce soit au niveau des volumes ou de la valeur par tranches d'âges...

Equipement ou renouvellement, les marchés vont être bousculés car des tranches d'âge entières diminuent tandis que d'autres, peu acheteuses à ce jour, explosent.

- ✓ Situation et analyse prospective 2018-2024
- ✓ Impact démographique 2018-2024 sur la literie, les lits, le rangement de chambre et de salon, le rembourré et la cuisine.

**POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :**

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/ameublement-le-choc-démographique>