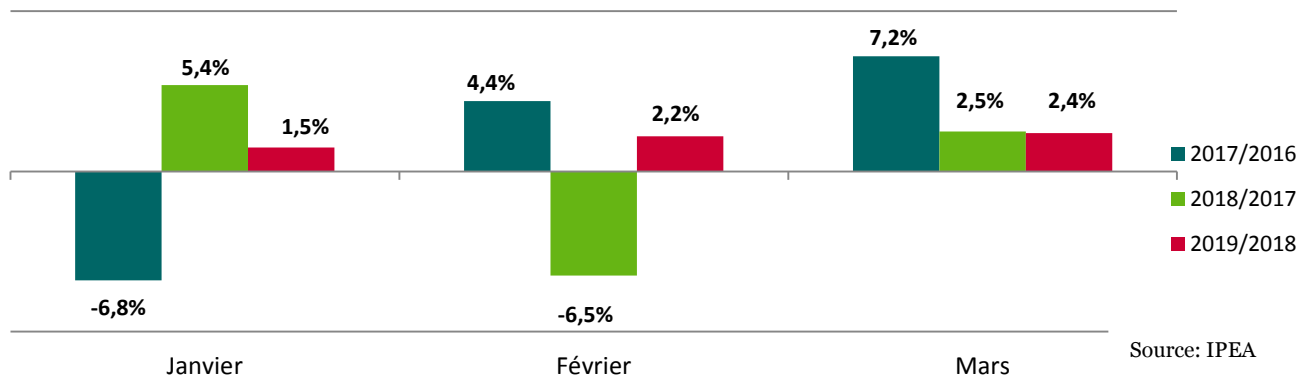


Le mois de mars en bref...

Evolution du marché domestique mars 2019/mars 2018 **+2,4%**Evolution du cumul à fin mars 2019/2018 **+2,0%**Incidence du résultat de mars sur le cumul **+0,2pt**

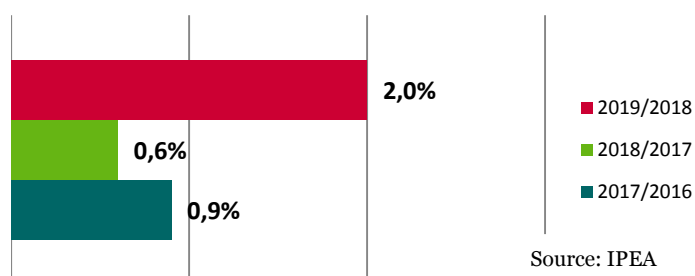
Nouvelle croissance des ventes en mars

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Les ventes de mobilier progressent à nouveau en mars et enregistrent un troisième mois consécutif en croissance à **+2,4%**. Une grande majorité d'acteurs du marché se montrent satisfaits de ce premier trimestre assez inespéré après les six derniers mois 2018. On notera également le poids de plus en plus important pris par le mois de mars dans les ventes de meuble. Ce dernier signe en effet son quatrième exercice consécutif en croissance. Son poids dans les ventes annuelles n'était que de 8% en 2015 et est passé à 9% en 2018 devenant ainsi l'un des mois les plus générateurs de chiffre d'affaires du marché, loin devant février et les trois mois du deuxième trimestre.

Evolution IMC valeur en cumul 3 mois



Avec une performance à **+2,0%** pour le premier trimestre, le marché du meuble est largement en avance sur ses temps de passage des deux derniers exercices. Toutefois, en 2018, la croissance du premier trimestre n'avait pas empêché le marché de reculer sur le premier semestre. Cette année, le marché devra composer avec un référentiel à **-2,2%** pour le deuxième trimestre, ce qui au vu des performances enregistrées au premier trimestre pourrait lui permettre de maintenir sa croissance sur l'ensemble du semestre.

Les tendances produits

↗ Évolution entre 0% et +5% ↗ ↗ Évolution entre +5 % et +10% ↗ ↗ ↗ Évolution entre +10% et +15%

Les meubles de cuisine ↗ ↗

Sur le premier trimestre, le meuble de cuisine est le moteur du marché du meuble et le segment qui enregistre la plus forte croissance.

La baisse des mises en chantier de logements neufs sur les premiers mois 2019 est sans effet sur le segment, notamment grâce à de très belles performances des spécialistes cuisine qui ont su réduire leur dépendance à l'activité dans l'immobilier neuf. Les transactions dans l'immobilier ancien, qui se maintiennent à des niveaux très élevés, permettent toutefois de soutenir l'activité sur ce segment ainsi que sur le marché du meuble en général.

La literie ↗

Après une année 2018 plus délicate, qui s'était traduite par un simple maintien de l'activité, bien loin des canons de croissance du segment sur les dernières années, le marché reprend des couleurs sur le début de l'année 2019. Contrairement à la cuisine qui doit la majeure partie de sa croissance aux spécialistes alors que la grande distribution s'affiche plus en retrait, les belles performances sont d'actualité à la fois chez les spécialistes et dans la grande distribution en ce qui concerne la literie.

On notera toutefois que les spécialistes gardent la main sur ce marché en termes de croissance avec des progressions supérieures à celles de la grande distribution ameublement. Cette dernière domine toujours toutefois largement le marché en valeur.

Les sièges rembourrés ↗

Le marché des sièges rembourrés reprend lui aussi sa marche en avant sur le premier trimestre 2019 après avoir connu un gros trou d'air en 2018 avec un recul de ses ventes de près de 5% sur l'ensemble de l'année. Comme depuis de nombreuses années maintenant, les ventes de banquettes fonctionnent sur un rythme différent de celui des canapés et fauteuils. Si ces derniers enregistrent de belles progressions sur les trois premiers mois de l'année, les ventes de banquette chutent encore une fois pour leur part très lourdement sur la période. La concurrence des canapés convertibles premier prix s'accroît et ceux-ci continuent de prendre des parts de marché au produit banquette.

On notera d'ailleurs que si les nouveaux modèles de canapés convertibles mis en vente par les distributeurs ont été nombreux sur le premier trimestre, ceux de banquettes ont été réduits à leur portion congrue, illustrant ainsi parfaitement ce phénomène de substitution entre les deux produits. La progression des meubles rembourrés sur ces trois premiers mois est surtout à mettre au crédit des enseignes de la grande distribution alors que les magasins de l'ameublement milieu haut de gamme, qui restent encore des acteurs majeurs sur ce segment, apparaissent plus à la peine.

Les meubles meublants ➔

Même si les ventes progressent, le segment des meubles meublants apparaît encore en retrait sur ce premier trimestre par rapport à la performance globale du marché du meuble. Il bénéficie de la bonne conjoncture du marché pour développer faiblement ses ventes mais n'est pas moteur dans la croissance. Rien d'étonnant à cela toutefois lorsque l'on voit que certaines enseignes de la grande distribution ont encore réduit leurs surfaces de vente pour ces produits sur les premiers mois de l'année.

En termes de produits, la croissance est plus soutenue du côté des meubles pour le salon séjour que des meubles de chambre à coucher pour lesquels on parlera de maintien des ventes plutôt que de croissance. Après des années de progression, les ventes de meubles de bureau s'affichent en recul sur le premier trimestre. Si les meubles d'appoint avaient connu une année faste en 2018, le rythme de progression se ralentit fortement sur le premier trimestre mais les ventes se maintiennent toutefois, sur la base d'un très bon référentiel 2018. Enfin, comme souvent en ce qui concerne le meuble meublant, les meilleures performances sont à aller chercher du côté du meuble pour chambre bébé et ce malgré un taux de natalité qui continue doucement à diminuer ces dernières années, mais qui reste toutefois bien au-dessus de la moyenne européenne.

Les meubles de salle de bains ➔

Situation assez paradoxale pour les meubles de salle de bains dont le chiffre d'affaires progresse faiblement sur le premier trimestre alors que les mises en chantier de logements neufs reculent. Historiquement, ce segment s'affichait pourtant comme étant le plus dépendant de l'activité dans l'immobilier neuf.

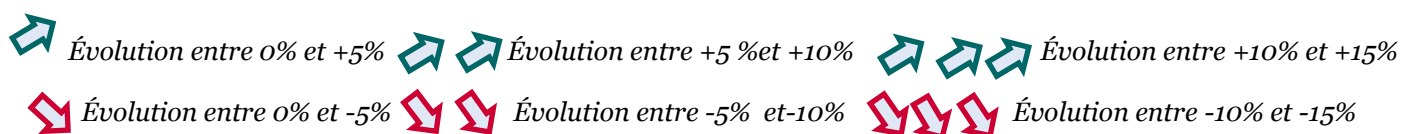
Ces résultats vont donc dans le sens d'un marché du meuble qui commencerait doucement à se détacher de sa dépendance de l'activité des mises en chantier comme le montrent d'ailleurs les performances globales du marché sur ce premier trimestre alors que sur la période les mises en chantier ont chuté de presque 8%. Ces bons résultats du meuble de salle de bains peuvent être rapprochés des bons résultats observés sur le marché du bricolage qui progresse assez fortement si l'on en croit la Banque de France. Le changement des meubles de salle de bains étant concomitant dans la majorité des cas avec des travaux de rénovation de la pièce, il est possible que l'activité sur le marché du bricolage avec un retour du consommateur également dans les magasins de bricolage ait une influence positive sur les ventes de mobilier de salle de bains.

Les meubles de jardin ➔➔

Les ventes de meubles de jardin restent fortement dépendantes de la météo, comme le prouvent encore les résultats enregistrés au cours du premier trimestre. En effet, une météo particulièrement clémente au mois de mars permet au segment de voir ses ventes progresser fortement sur le premier trimestre, sur la base toutefois d'un référentiel 2018 particulièrement faible. Le printemps a en effet mis énormément de temps à s'installer en 2018 ce qui a retardé d'autant le début de la saison des ventes de meubles de jardin.

Attention toutefois, les fortes promotions mises en place sur ces produits par certaines enseignes durant les soldes d'hiver sur ce début d'année afin d'écouler les stocks restants d'un exercice précédent peu favorable pourraient à termes peser sur le chiffre d'affaires.

Les tendances circuits



Les spécialistes cuisine

Les années se suivent et se ressemblent pour les spécialistes cuisine qui caracolent encore en tête en termes de progression des ventes sur le marché. Ils continuent le travail entamé ces dernières années et restent au contact du consommateur via des communications multiples aussi bien sur les réseaux sociaux que par des offres commerciales régulières.

La différence est d'ailleurs flagrante sur le segment de la cuisine entre leurs performances et celles du reste de la distribution. Au fil des mois, certains spécialistes affichent régulièrement des croissances à deux chiffres et développent un marché de renouvellement du parc de cuisines intégrées déjà en place, ce qui leur permet de résister aux aléas des mises en chantier alors que de nombreuses enseignes de la grande distribution, qui restent sur une logique d'équipement, peinent à maintenir leurs ventes.

Si les spécialistes cuisine continuent sur ce rythme, il y a encore de fortes chances pour que ce soit le circuit qui enregistre la meilleure progression du marché en fin d'année.

La grande distribution ameublement

Si l'année 2018 aura été marquée par un recul d'activité sur le circuit, les trois premiers mois de l'année 2019 lui permettent de renouer avec la croissance, et ce malgré la disparition d'un de ses acteurs historiques. Les clients de cet acteur se sont répartis pour une grande partie d'entre eux sur les enseignes restantes, ce qui leur permet pour bon nombre d'entre elles de développer leurs ventes grâce à cette nouvelle clientèle.

Sur le premier trimestre, les bonnes performances ne sont toutefois pas au rendez-vous sur toutes les familles de produits. Certains segments comme la cuisine ou certaines familles du meublant peinent à redémarrer, même si certaines enseignes parviennent tout de même à tirer leur épingle du jeu sur ces produits.

La vente à distance

Après une année 2018 décevante, la croissance est de retour en ce qui concerne la vente en ligne sur le premier trimestre 2019. Si le circuit l'année dernière avec été victime en début d'année du démarrage tardif de la saison des meubles de jardin, une bonne partie des ventes s'effectuant maintenant en ligne, le climat clément du mois de mars aura permis au circuit de développer à nouveau son activité sur ce segment.

Les acteurs de la vente en ligne réalisent également de belles performances sur les segments quelque peu délaissés par les enseignes de l'ameublement physique, sur le meublant par exemple dans la chambre à coucher d'adulte ou d'enfant.

Les spécialistes literie ➔

Si les ouvertures de points de vente se ralentissent ces dernières années, cela n'empêche pas les spécialistes literie de renouer avec la croissance sur ce début d'année après une fin d'exercice 2018 plus difficile... En proposant une offre différenciée de la grande distribution avec un mélange de marques nationales et de marques de distributeurs, le circuit parvient toujours à séduire le consommateur.

Les spécialistes savent aussi comment développer le panier moyen de leurs consommateurs, via par exemple la location avec option d'achat qui rencontre un fort succès dans les magasins proposant ce service ou via le développement constant des ventes de literie de plus grande taille, les matelas de 160 cm et plus représentant maintenant plus du tiers des ventes de matelas en valeur.

L'ameublement milieu haut de gamme ↩

Malgré les bonnes performances du marché, l'activité tarde à redémarrer pour les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme. Si les enseignes nationales parviennent tant bien que mal à maintenir leur activité sur ce premier trimestre, les magasins indépendants continuent pour leur part à souffrir et nombreux sont ceux qui peinent à relancer leur fréquentation et ensuite à transformer la visite en acte d'achat. Pour ces magasins, la chute d'activité est donc plus importante que pour ceux rattachés à un réseau national.

Si le consommateur semble sur ce début d'année enclin à acheter du meuble, il ne semble néanmoins pas prêt à y consacrer de forts investissements. Il préfère privilégier les enseignes de la grande distribution qui pratiquent des tarifs qui lui sont plus accessibles ou alors, s'il est prêt à mettre le prix, il préfère se tourner vers les spécialistes cuisine ou literie comme le montrent les bonnes performances de ces acteurs sur ce début d'année.