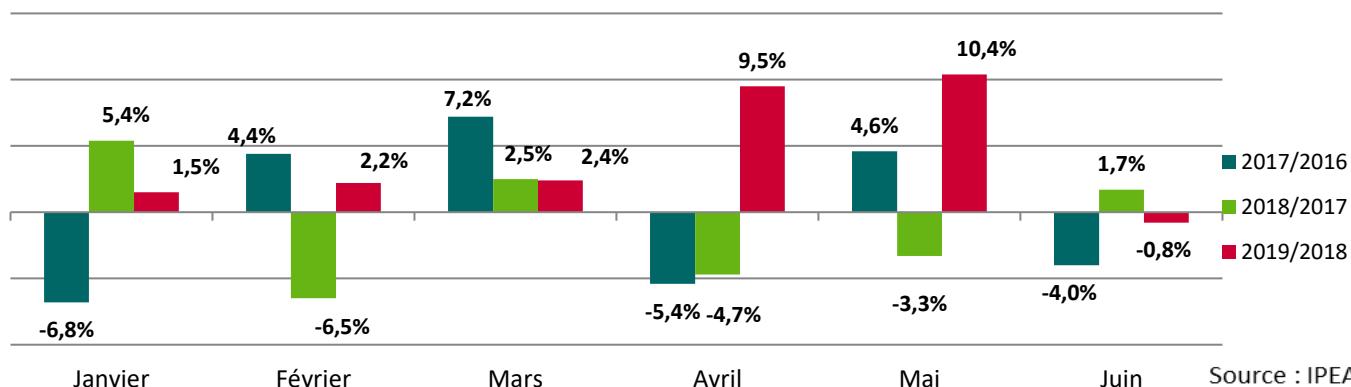


Le mois de juin en bref...

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

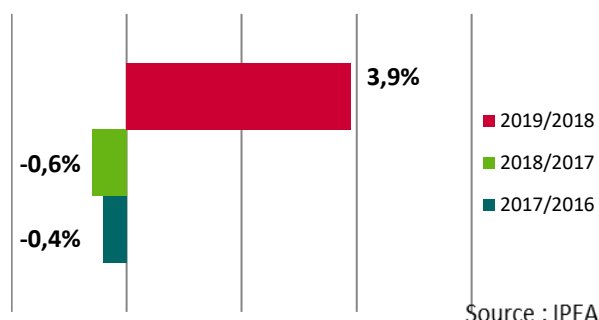
Un mois de juin plus en retrait

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 %.

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 semestre, ce sont les meubles de cuisine qui enregistrent les meilleures performances de croissance. Les ventes progressent bien plus rapidement que celles des autres segments. Si les spécialistes cuisine font la course en tête avec pour certains des croissances à deux chiffres qui s'enchaînent quasiment tous les mois, le reste de la distribution retrouve des couleurs sur le deuxième trimestre après un début d'année un peu plus poussif.

La croissance du segment apparaît solide et peu affectée par les aléas du marché du meuble. Ainsi, le résultat décevant du marché au mois de juin n'a que peu d'impact sur la performance des meubles de cuisine qui enregistrent encore de belles croissances sur le mois. De plus, l'influence des mises en chantier de logements neufs sur le segment tend à diminuer également et les chutes mensuelles successives ne semblent avoir que peu d'impact sur un marché de la cuisine qui renforce sa croissance mois après mois.

La literie



Malgré un résultat décevant au mois de juin, la literie a repris sa marche en avant sur le premier semestre 2019. Les spécialistes literie font quasiment jeu égal avec la grande distribution ameublement en termes de croissance des ventes. Si les promotions sur le produit sont encore une fois légion, la multiplication des achats de literie de plus grande taille et le recours à la LOA (location avec option d'achat) pour monter en gamme permettent de soutenir voire faire progresser le panier moyen.

Le segment devrait encore afficher de belles performances en fin d'année même si la croissance apparaît moins solide que les années précédentes. L'activité apparaît plus fluctuante et plus sensible aux aléas du marché. Ainsi, les mauvais résultats globaux du marché en juin n'auront pas épargné le marché de la literie alors que sur les exercices précédents il s'affichait régulièrement en croissance les mois où le marché du meuble était en recul.

Les sièges rembourrés



On retrouve le schéma habituel en ce qui concerne les meubles rembourrés. A savoir des ventes de canapés et fauteuils en croissance sur le semestre alors que les ventes de banquettes chutent encore une fois lourdement sur la période.

La croissance des ventes des canapés et fauteuils se renforce au second trimestre notamment grâce à de belles performances des enseignes du milieu haut de gamme sur le produit. Les autres acteurs de la distribution ne sont pas non plus en reste et les voyants sont au vert sur ce segment dans la majorité des circuits.

En ce qui concerne la banquette, elle n'aura pas su profiter des fortes croissances du début de second trimestre pour redresser trois premiers mois mal orientés, malgré un regain d'activité en mai. Le produit semble délaissé par de nombreux acteurs de la vente physique tout comme par certains sites de vente en ligne.

Les meubles meublants

Les performances exceptionnelles du marché lors des mois d'avril et mai permettent au meuble meublant de renouer avec une croissance plus soutenue. Ainsi, si les meubles de chambre à coucher avaient tout juste réussi à maintenir leurs ventes sur le premier trimestre, ils font maintenant jeu égal avec les meubles de salon séjour en termes de croissance sur les six premiers mois de l'année, à des niveaux bien supérieurs à ceux de leurs résultats des exercices précédents. Les meubles de bureau et les meubles d'appoint s'ils affichent également des résultats en progression apparaissent pour leur part plus en retrait alors qu'ils enregistraient les meilleures performances du meuble meublant en 2018. Enfin, concernant les meubles de chambre bébé, la croissance est toujours au rendez-vous sur le second trimestre.

Si la croissance est de retour sur le segment des meubles meublants, elle semble toutefois encore fortement dépendante de la conjoncture globale du marché du meuble. Le segment est loin d'entretenir sa propre dynamique comme peuvent le faire la cuisine voire la literie mais subit plutôt les aléas du marché.

Les meubles de salle de bains

La croissance se poursuit au deuxième trimestre pour l'activité des meubles de salle de bains malgré des mises en chantier de logements neufs toujours en baisse. Le marché se situe toujours sur le premier semestre à l'opposé de ce qui se passe du côté de la construction. Si le segment bénéficie de fortes transactions dans l'immobilier ancien pour soutenir ses ventes, plus de 970 000 transactions en rythme annuel sur les premiers mois 2019 et sur les deux derniers exercices, cela n'apparaît pas suffisant pour expliquer ce regain d'activité alors que le segment était déjà en recul sur les exercices précédents avec des transactions déjà au plus haut.

On assiste donc également sur ce marché à un phénomène de rattrapage de la part de consommateurs qui sont restés de nombreuses années en retrait sur ce produit.

Les meubles de jardin

Si le segment affiche une croissance soutenue sur ce début d'année, la performance est toutefois à relativiser car loin d'être linéaire. Plus que la stratégie des enseignes, ce sont les conditions météorologiques qui dictent véritablement le rythme et les performances du marché. Le premier semestre 2019 en est encore un bon exemple. Si le marché a pu bénéficier d'un mois de mars printanier et d'un mois de juin ensoleillé pour faire fortement progresser ses ventes, le temps plus maussade des mois d'avril et mai s'est traduit par un recul assez marqué des ventes en valeur.

Toutefois cette bonne performance semestrielle devrait assurer au segment du meuble de jardin d'être en croissance sur l'année 2019. En effet, le marché du jardin est extrêmement saisonnier, plus des trois quarts de ses ventes en valeur sont réalisées avant la fin du mois de juillet. Exception faite d'une catastrophe sur ce dernier mois, la tendance à fin juin devrait donc être proche de celle en fin d'année.

Les tendances circuits

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

Les spécialistes cuisine ➔ ➔

Peu de changements par rapport au premier trimestre en ce qui concerne les spécialistes cuisine. Comme lors des exercices précédents, ces derniers continuent de faire la course en tête et enregistrent encore une fois les meilleures performances du marché. Certaines enseignes nationales multiplient les croissances à deux chiffres d'un mois à l'autre. L'engouement du consommateur semble n'avoir jamais été aussi fort sur la cuisine intégrée et surprend même de nombreux spécialistes cuisine qui ne s'attendaient pas pour certains à enregistrer une croissance de cette ampleur.

En jouant pleinement la carte du renouvellement et en maintenant un contact étroit avec le consommateur, les spécialistes cuisine ont réussi à développer leur propre marché, moins dépendant de l'activité des mises en chantier de logements neufs et aussi moins soumis aux aléas du marché du meuble.

La grande distribution ameublement ➔

La croissance est au rendez-vous sur le circuit sur les six premiers mois de l'année, même si elle se place légèrement en retrait de celle du marché. Rien d'étonnant toutefois après un premier semestre qui aura encore été agité pour le circuit avec les difficultés rencontrées par un de ces acteurs majeurs.

En termes de performances, les bons résultats sont au rendez-vous pour tous les segments de produits exception faite de la banquette et des meubles de salle de bains pour lesquels l'offre reste assez minimaliste dans de nombreuses enseignes. Le circuit renoue avec la croissance au deuxième trimestre en ce qui concerne les meubles meublants, qui restent toujours leur première source de revenus, et la cuisine après un premier trimestre relativement atone.

La vente à distance ➔

Les performances de la vente à distance progressent également au premier semestre 2019. Parmi les principaux contributeurs de cette croissance et comme au premier trimestre, on trouve les meubles de chambre à coucher et pour chambre bébé dont le transfert des ventes des magasins physiques vers la vente en ligne se poursuit. Viennent ensuite les meubles de jardin pour lesquels le circuit réalise de belles performances notamment grâce à des mois de mars et juin en forte croissance.

Concernant les autres familles du meuble, les ventes se maintiennent sur le semestre. Les fortes animations promotionnelles observées encore tout au long de ce début d'année sur les canapés et fauteuils ou bien encore la literie freinent le développement de ces marchés en valeur.

Les spécialistes literie ➔

Si les spécialistes literie avaient terminé les exercices 2017 et 2018 sur une croissance de leurs ventes de 1,5%, les performances sont supérieures sur ce début d'année. Certaines enseignes ont repris leur rythme d'ouvertures après une pause en 2018, ce qui leur permet de faire la course en tête.

Note Semestrielle pour Ameublement français, Juin 2019

Le succès des offres en LOA ne se dément pas et attire de plus en plus d'acteurs sur ce créneau, concernant aussi bien la literie que le reste de l'ameublement pour lequel quelques distributeurs ont déjà lancé leurs offres.

L'ameublement milieu haut de gamme



Les ventes progressent faiblement en ce qui concerne les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme. Les performances sont toutefois disparates d'une enseigne à l'autre. Si certaines enseignes nationales ont retrouvé le chemin de la croissance après un premier trimestre un peu plus compliqué, d'autres ne parviennent pas encore à suivre le rythme et voient à nouveau leurs résultats reculer. En ce qui concerne les magasins indépendants, si au niveau global les ventes parviennent à se maintenir, là aussi les performances sont très inégales d'un magasin à l'autre.