

Le mois de mars en bref...

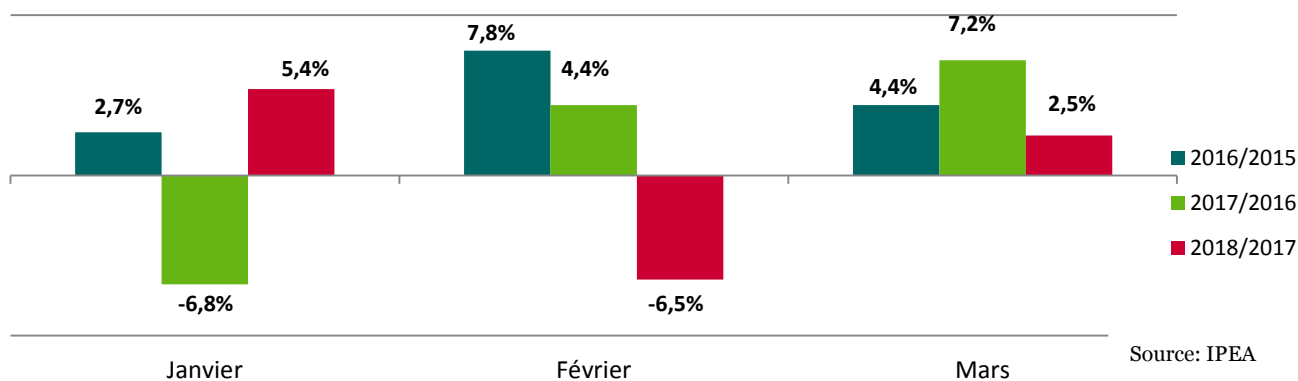
Evolution du marché domestique mars 2018/mars 2017 **+2,5%**

Evolution du cumul à fin mars 2018/2017 **+0,6%**

Incidence du résultat de mars sur le cumul **+0,8 pt**

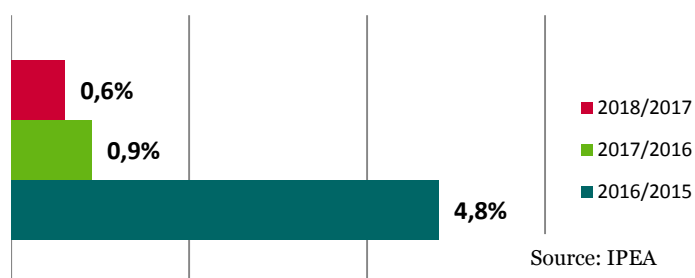
Retour de la croissance en mars

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Malgré déjà deux belles performances en 2016 et 2017, le marché parvient à nouveau à faire progresser ses ventes sur le mois de mars avec un **+2,5%** assez inattendu au regard de la contre-performance de février et des bons référentiels des exercices antérieurs. Le samedi supplémentaire par rapport à 2017 n'est sans doute pas étranger à ce bon résultat. Le marché continue ainsi sur son rythme des derniers mois entre forte croissance et recul marqué d'un mois à l'autre sans pouvoir trouver son rythme ni une certaine stabilité. On notera ainsi que depuis septembre, le marché n'a plus réussi à enchaîner deux mois consécutifs en croissance malgré pourtant une conjoncture favorable.

Evolution IMC valeur en cumul 3 mois



Avec un premier trimestre à **+0,6%**, le marché réalise un score proche de celui de 2017 à la même période. Il est toutefois difficile d'en tirer des enseignements pour les mois à venir tant il se montre imprévisible une fois sorti des valeurs sûres que constituent la cuisine et la literie. En 2017, le mois de mars avait été un succès avant que le marché ne replonge de 5% en avril, ce qui est encore envisageable cette année au vu du caractère erratique du marché et d'un mois d'avril 2018 avec un samedi en moins.

Pour la nouvelle édition 2018 de son observatoire, Cetelem s'est penché sur la perception que les millennials (dans le cas présent des individus de moins de 35 ans) pouvaient avoir d'eux même mais aussi sur leur façon d'acheter et d'appréhender les magasins par rapport au reste de la population*. Sur ces deux derniers points, les comportements des consommateurs les plus jeunes et les plus âgés ne sont pas fondamentalement opposés, mais certains aspects mettent néanmoins à jour des différences de comportement, surtout en ce qui concerne le digital.

55%, c'est la part des millennials qui disent suivre les magasins sur les réseaux sociaux, ils ne sont plus que 32% en ce qui concerne les plus de 35 ans. Les réseaux sociaux sont au cœur du processus d'achat des consommateurs les plus jeunes puisque 49% d'entre eux n'hésitent pas à regarder des vidéos postées sur les réseaux sociaux de la part d'un magasin (32% pour les plus de 35 ans), 36% sont également prêts à poser une question à un magasin par ce biais contre seulement 20% pour les personnes les plus âgées.

69% des millennials se disent prêts à acheter des produits directement sur Internet sans les voir avant en magasin, contre 61% pour la moyenne des individus des 17 pays interrogés. 56% des moins de 35 ans affirment comparer sur Internet les prix des produits pendant qu'ils sont en magasin (44% pour la moyenne des interrogés), ils sont aussi 44% à déclarer photographier un produit et à l'envoyer à leurs proches pour un avis immédiat (29 % pour la moyenne des interrogés). 67% des millennials aimeraient aussi recevoir en temps réel des promotions sur leur téléphone mobile quand ils sont en magasin contre seulement 50% pour les plus de 35 ans.

27%, c'est la part des moins de 35 ans qui estiment que les plages horaires des magasins sont trop réduites (19% pour les plus de 35 ans). A contrario, si 25% des plus de 35 ans estiment que les vendeurs ne sont pas assez qualifiés, ils ne sont que 16% chez les moins de 35 ans. 34% d'entre eux mettent aussi en avant le manque de disponibilité des produits contre seulement 28% pour les individus plus âgés.

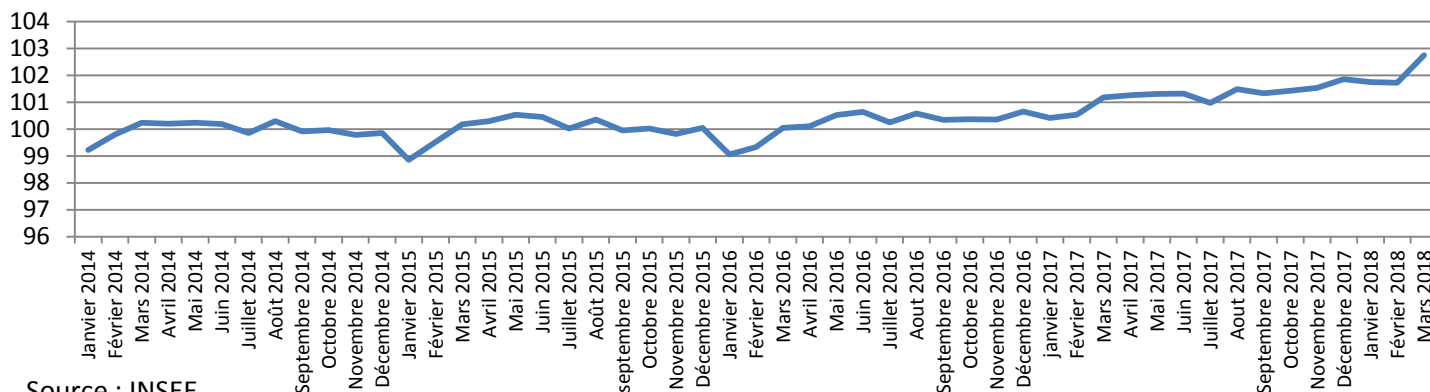
41%, c'est la part des millennials français qui estiment que d'ici 10 ans il n'existera plus de magasins et que tous les achats s'effectueront sur Internet contre 28% pour la moyenne nationale. 52% des moins de 35 ans pensent aussi que durant cette période les vendeurs en magasin auront cédé leur place à des conseillers virtuels.

*Terrain d'étude mené par Kantar TNS en octobre 2017 auprès de 13 800 personnes âgées de 18 à 75 ans et dans 17 pays (Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Danemark, Espagne, France, Hongrie, Italie, Norvège, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Suède). Dans chaque pays, l'échantillon était représentatif de la population selon la méthode des quotas sur des critères de sexe, âge, revenus/PCS et région.

Inflation et baisse du pouvoir d'achat pèsent sur les dépenses

Le moral des Français reste bien orienté mais est toutefois en baisse ces derniers mois. La situation dans l'immobilier reste positive mais la hausse des prix à la consommation qui s'accélère et une baisse possible de leur pouvoir d'achat en début d'année pourraient les pousser à arbitrer dans leurs dépenses.

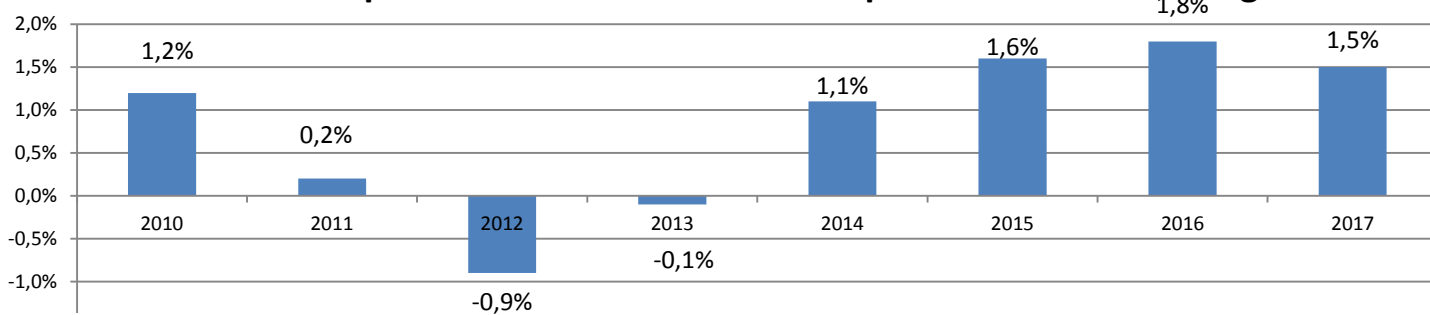
Indice des prix à la consommation



Source : INSEE

Sur un an, les prix à la consommation auront augmenté de 1,6% entre mars 2017 et mars 2018. Cette hausse des prix est principalement le fait de prix des services, de l'alimentation et du tabac en forte hausse alors que dans le même temps la hausse des prix de l'énergie se sera ralenti. Les biens manufacturés auront vu pour leur part leurs prix se replier également. On pourra noter que sur le premier trimestre 2018 la hausse des prix s'accélère. En effet, à fin décembre 2017, la hausse des prix sur un an n'affichait qu'une croissance de 1,2%. Si la hausse se poursuit fortement, cela devrait renforcer les arbitrages des ménages dans leurs achats.

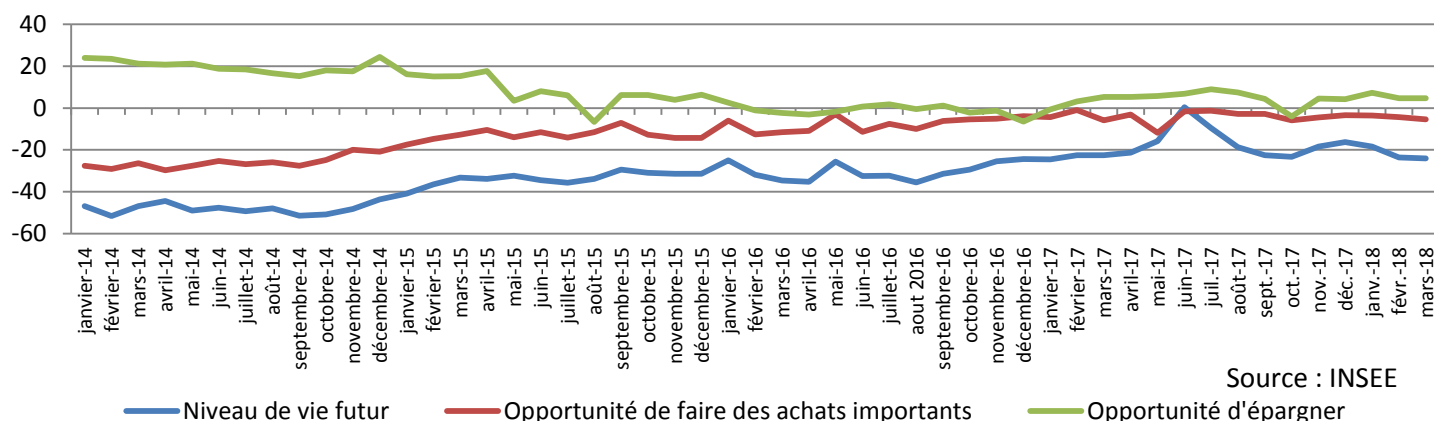
Evolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages



Source : INSEE

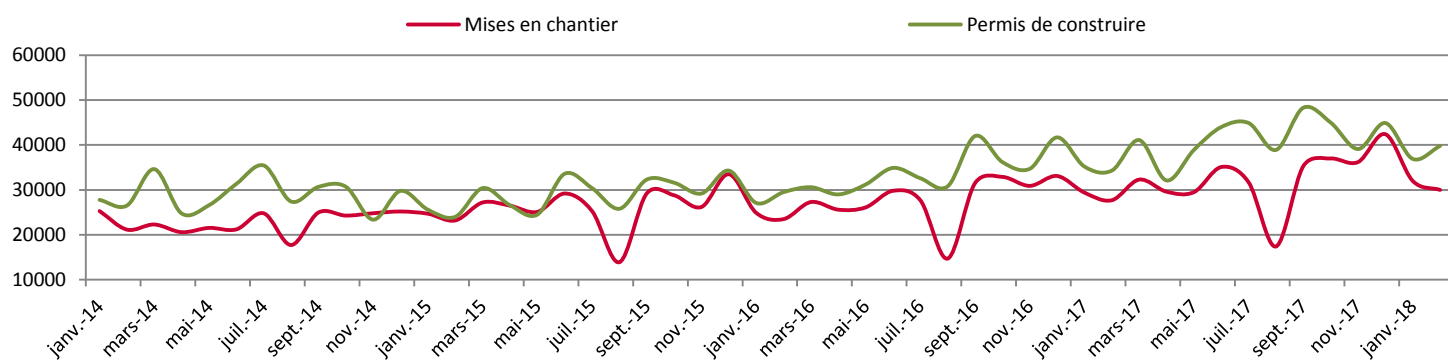
Si le pouvoir d'achat des ménages a encore assez fortement augmenté en 2017, l'année 2018 devrait être moins favorable de ce point de vue. En effet, en plus de prix dont la hausse a tendance à s'accélérer sur ce début d'année, les ménages devront également composer avec des mesures fiscales qui pèseront sur leur pouvoir d'achat. On peut ainsi noter sur ce début d'année une hausse de la fiscalité écologique via l'augmentation des prix à la pompe, des prix des cigarettes et une hausse de la CSG qui devraient entraîner un recul du pouvoir d'achat des Français sur ce début d'année. Ces mesures devraient toutefois être compensées durant la deuxième partie de l'année par la deuxième baisse des cotisations salariales, après celle de janvier, et la suppression de la taxe d'habitation, qui s'étalera sur trois ans. Au final sur l'ensemble de l'année le pouvoir d'achat des ménages devrait donc être stable, voire en très faible progression.

Opinion des ménages



Même si le moral des Français reste bien orienté, il se détériore néanmoins lentement sur ce début d'année. Ainsi l'indicateur synthétique de confiance des ménages est au niveau de sa moyenne de longue période en février et mars mais quatre points en dessous de son niveau de décembre et janvier. Idem en ce qui concerne l'évolution de vie future des ménages, l'indicateur est au niveau de sa moyenne de longue période mais huit points en dessous de sa mesure de décembre, après avoir atteint un point haut au moment de l'élection présidentielle de mai 2017. Les ménages restent toutefois dans une logique de consommation puisque l'indicateur mesurant l'opportunité d'effectuer des achats importants reste au-dessus de sa moyenne de longue période mais en-dessous de sa moyenne de l'année 2017. L'indicateur qui mesure l'opportunité d'épargner demeure pour sa part en dessous de sa moyenne de longue période mais remonte doucement depuis la fin de l'année 2016.

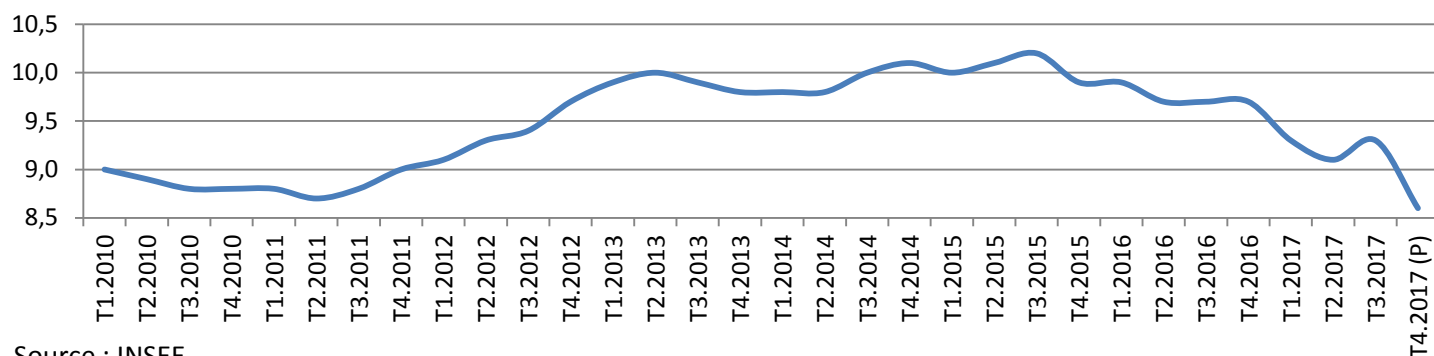
Logements mis en chantier et permis de construire



Source : Commissariat général au développement durable

Le marché de l'immobilier reste dynamique sur le premier bimestre 2018 mais la croissance ralentit. Ainsi sur le trimestre de décembre 2017 à février 2018, les mises en chantier progressent de 6,3%, à comparer aux +12,5% sur douze mois glissants à fin février. Même constat en ce qui concerne les permis de construire délivrés qui progressent de 5% sur trois mois mais de 8% sur les douze derniers mois. L'immobilier neuf attire moins le consommateur, ce qui peut expliquer ce ralentissement de la croissance. Les difficultés d'accès à la propriété des ménages les moins aisés suite à la modification de certains dispositifs gouvernementaux comme le prêt à taux zéro ou l'APL accession par exemple expliquent en partie la baisse de la demande concernant les biens neufs. En ce qui concerne les transactions dans l'immobilier ancien, la dernière note des notaires de France annonce 969 000 transactions à fin janvier 2018 soit une hausse de 11% sur douze mois.

Taux de chômage France métropolitaine



Source : INSEE

Le taux de chômage au sens du BIT (Bureau international du travail) en France métropolitaine aura fortement baissé au dernier trimestre 2017 pour repasser sous la barre des 9%. Avec 8,6% enregistrés, le taux enregistre son plus bas niveau depuis 2009. L'année 2017 aura été bénéfique pour les moins de 25 ans dont le nombre de demandeurs d'emploi aura diminué de 3,5% sur l'année. Les chômeurs de longue durée n'auront par contre pas eu la même chance avec une progression du nombre de demandeurs d'emploi de plus de 5%.

Attention toutefois, le nombre réel de chômeurs est plus élevé que le taux ne le laisse penser. En effet, il ne comptabilise que les chômeurs qui n'ont pas travaillé, ne serait ce qu'une heure, au cours de la période de référence, qui sont disponibles pour travailler dans les deux semaines et qui ont entrepris des démarches actives de recherche d'emploi dans le mois précédent. Si l'on sort de cette typologie, ce sont 1,5 million de demandeurs d'emploi supplémentaires qu'il faut rajouter dans ce que l'Insee appelle le « halo du chômage ». Pour sa part, Pôle emploi estimait pour l'année 2017 à 3,45 millions le nombre de chômeurs de catégorie A en France métropolitaine et en baisse de seulement 16 000 inscrits sur l'ensemble de l'année et de 1% sur le premier trimestre 2018.

Quelles perspectives pour les mois à venir ?

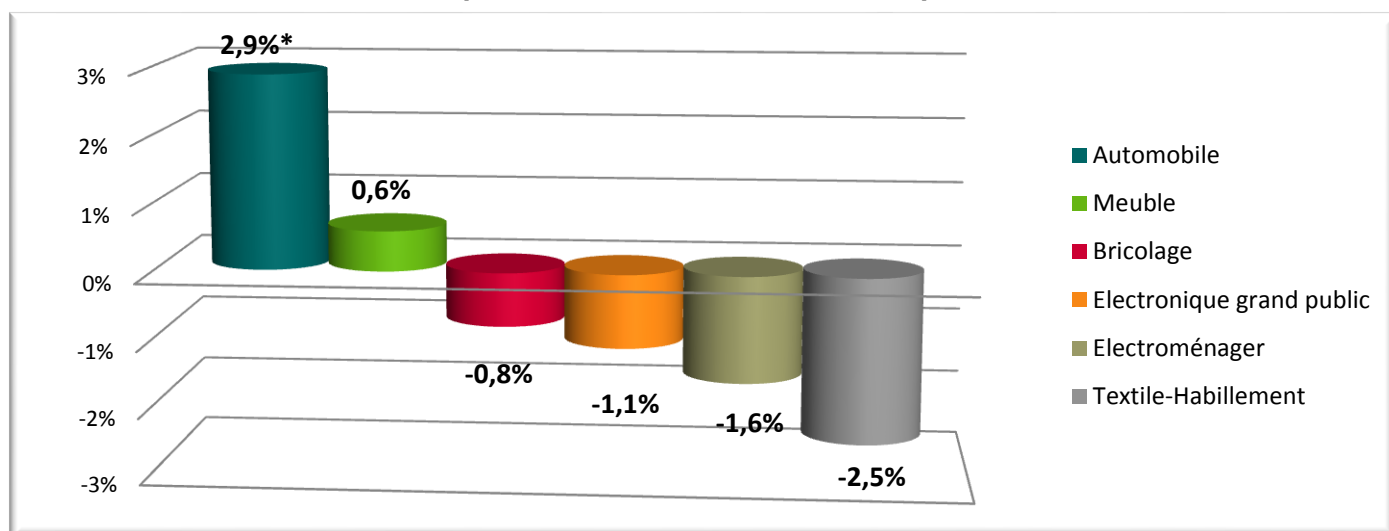
Les bonnes performances du marché de l'immobilier fin 2016 et en 2017 tardent toujours à se faire durablement sentir sur le marché du meuble. Si les résultats ont été en progression sur les deux derniers exercices, on constate néanmoins que l'écart reste énorme entre d'un côté la croissance des mises en chantier et des transactions dans l'immobilier ancien et de l'autre celle du meuble. Ensuite, malgré cette manne importante de l'immobilier en termes de consommateurs potentiels, le marché peine à maintenir son activité d'un mois à l'autre. Si les mises en chantier et les permis de construire délivrés continuent d'augmenter sur ce début d'année, la croissance se ralentit toutefois, ce qui devrait limiter le nombre de consommateurs potentiels pour du mobilier. Et ce d'autant plus que le pouvoir d'achat des ménages devrait être moins bien orienté cette année que les années précédentes, ce qui devrait renforcer leurs arbitrages de consommation.

Si de nombreux signaux restent au vert, avec notamment des ménages encore confiants dans l'avenir et qui gardent le moral, même si celui-ci apparaît quand même un peu moins bon qu'en 2017, on peut tout de même légitimement se demander si dans cet environnement qui reste toutefois moins favorable le marché arrivera en fin d'exercice à continuer sur sa lancée des années précédentes en maintenant sa croissance autour des +2% en 2018.

Le meuble bon élève de l'équipement de la maison

Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1^{er} trimestre 2018/1^{er} trimestre 2017)



Sources : IPEA, Banque de France, CCFA

*Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers

Si l'on se réfère aux données de la Banque de France, les marchés de l'équipement de la maison sont plutôt en retrait sur ce premier trimestre 2018, et malgré un résultat relativement mitigé c'est néanmoins le segment du meuble qui enregistre les meilleures performances.

L'électronique grand public perd encore du terrain en valeur après une année 2017 bouclée sur un recul d'activité de l'ordre de 11%. La coupe du monde de football qui se profile en juin et les opérations commerciales que vont sans doute mener les distributeurs dans ce cadre devraient toutefois permettre au marché de rebondir sur la fin du premier semestre.

Résultats également en recul pour les appareils électroménagers sur le premier trimestre selon les indicateurs de la banque de France. Les fortes ventes de cuisines intégrées des derniers mois devraient normalement entraîner avec elles les ventes d'électroménager encastrable, ce qui ne se ressent pas pour le moment dans les chiffres globaux du secteur.

Comme sur les derniers exercices, le bricolage peine à relancer ses ventes sur ce début d'année, malgré pourtant des niveaux élevés de transactions dans l'immobilier ancien.

En ce qui concerne le textile habillement, l'hiver qui s'est éternisé sur le territoire avec des températures encore très fraîches durant le mois de mars et une partie du mois d'avril n'aura pas facilité les affaires des acteurs du secteur pour commencer à mettre en vente les collections printemps-été, ce qui se ressent sur les performances.

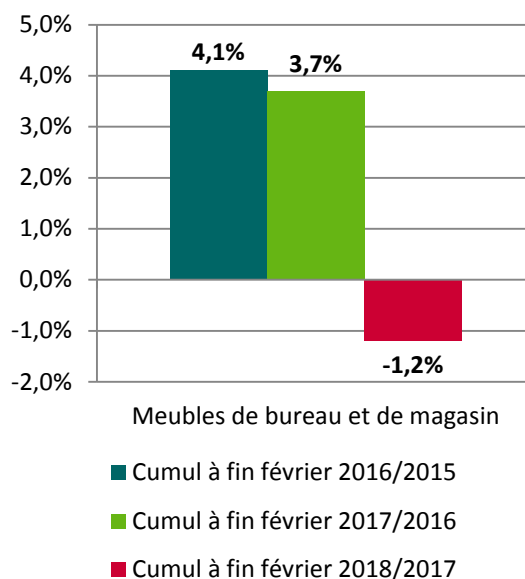
Enfin, l'automobile continue sa croissance mais toutefois à un rythme inférieur à celui de l'année précédente qui lui avait permis de terminer l'exercice avec des immatriculations de voitures neuves pour particuliers en hausse de 4,7%.

Industrie: Début d'année en recul

Les résultats des deux premiers mois de l'année 2018 montrent pour le moment une industrie du meuble globalement en retrait.

Les meubles de bureau et de magasin

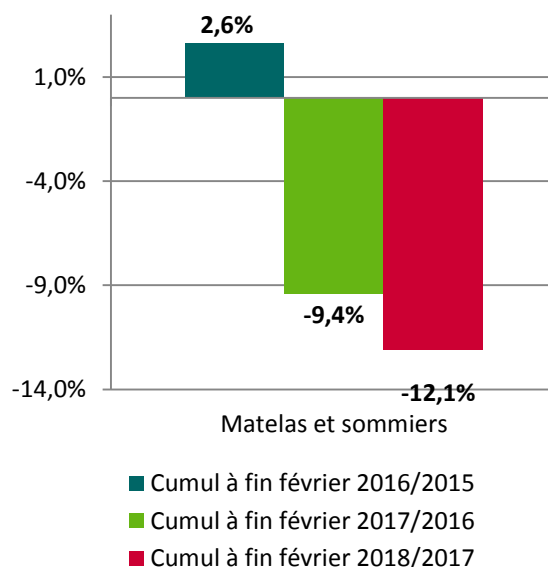
Le début de l'année 2018 tranche avec les deux exercices précédents en ce qui concerne les meubles de bureau et de magasin. Le segment présente des résultats en retrait alors qu'il reste pourtant sur une belle performance à fin 2017 (+3,9%). On notera toutefois que ce recul reste pour le moment conjoncturel suite à un très mauvais mois de février (-4,3%) après sept mois de croissance ininterrompue. Sur le deuxième semestre 2017, le segment enregistrait une croissance de son activité supérieure à 6,5%, ce qui illustre bien sa bonne dynamique des derniers mois et permet de rester optimiste pour l'année à venir.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La literie

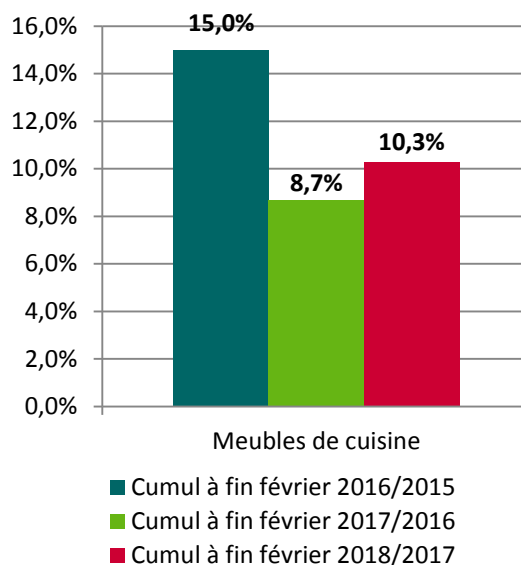
La literie ne débute pas mieux l'année 2018 qu'elle n'avait commencé l'année 2017. Bien au contraire même puisqu'elle enregistre encore un recul de son activité de l'ordre de 12% après pourtant déjà un recul de plus de 9% sur le premier bimestre de l'exercice précédent. Les résultats des deux premiers mois sont toutefois dans la continuité d'un exercice 2017 très compliqué qui avait vu le segment terminer l'année sur une contre-performance de presque 11% sur l'ensemble des douze mois. Si la fin de l'année 2017 avait été marquée par une baisse des importations de literie en valeur, le phénomène n'est toutefois pas encore synonyme de retour en grâce de la production nationale.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

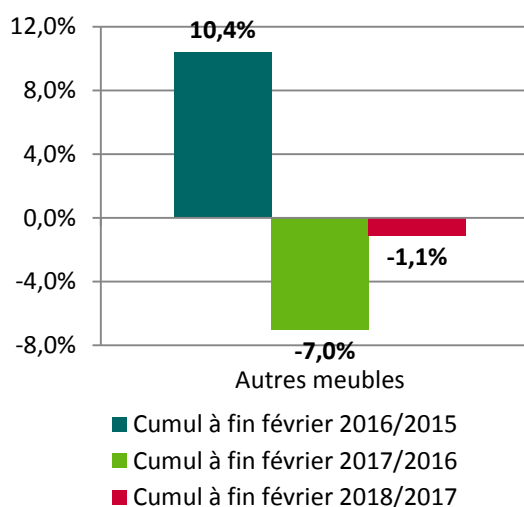
Les exercices se suivent et se ressemblent en ce qui concerne la production de meubles de cuisine. Le segment voit encore son activité progresser de presque 10% sur le premier bimestre après avoir pourtant clôturé ses exercices 2017 et 2016 à respectivement +6,7% et +13,4%. Les industriels français profitent toujours d'un marché du meuble de cuisine bien orienté et prisé du consommateur, qui leur permet pour le moment de développer leur activité tout en résistant à des importations de plus en plus importantes de produits cuisine en provenance d'Allemagne notamment.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

Le reste de l'industrie du meuble demeure en difficulté même si l'on reste encore loin de la contre-performance du premier bimestre 2017. L'hétérogénéité du segment et le peu de visibilité quant à son contenu ne permettent toutefois pas de savoir si le recul est lié à une catégorie de produits plus qu'à une autre. Le segment avait clôturé l'année 2017 sur un recul d'activité de 3,4% sur douze mois mais avec des performances moins dégradées sur le second semestre (-1,8%) que sur le premier (-4,8%). La chute d'activité, si elle se poursuit, continue néanmoins de se ralentir, ce qui constitue un signal encourageant pour l'industrie pour les semaines à venir.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Même si elle atteint des sommets, la production de meubles de cuisine ne peut soutenir à elle seule l'ensemble de l'activité industrielle française du meuble, celle-ci affiche donc un recul de 0,8% sur les deux premiers mois de l'année. Repli qui fait suite à une contre-performance déjà en-dessous des -2% sur le premier bimestre 2017. Avec ce résultat la France se pose à contre-courant de ses voisins européens qui ont pour la majorité d'entre eux enregistré un bon début d'exercice. On pourra ainsi noter que les chiffres de la production affichent +2% en Allemagne alors que l'Italie pour sa part enregistre une hausse de son activité de 3,5%, proche de celle de l'Espagne à +3,7%. Le Royaume-Uni voit pour sa part sa production reculer de 3% sur la période. Enfin, en ce qui concerne les pays de l'Est, la situation est toujours au beau fixe avec un +5,9% pour la République tchèque, +4,0% pour la Roumanie, +11,3% pour la Pologne. Résultat sur lequel le Portugal parvient à s'aligner avec +12,4%.

**EDITION 2018 IPEA****DISPONIBLE À PARTIR DU 15 AVRIL 2018**

Pour vous offrir un aperçu complet du secteur de la literie en France de 2015 à 2017, l'IPEA vous propose **une analyse globale et des nouveautés** sur :

- les matelas
- les sommiers
- et les compléments literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit)

**DONNÉES EN VALEURS, UNITÉS, PRIX MOYENS,
ÉVOLUTIONS, STRUCTURES DE VENTE, POIDS
ET ÉVOLUTIONS DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION**

Pour en savoir plus :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/le-marché-de-la-literie-en-france-2015-2017>

Le Meubloscope 2018 toujours disponible !



- Découvrez comment ont progressé les segments produits et les circuits en 2017
 - Quelles sont les tendances pour l'année à venir ?
- Le Meubloscope fait également le point sur la production et le commerce extérieur français
 - Toutes les clés pour comprendre le marché sont dans l'édition 2018 du Meubloscope

Complétez votre collection et commandez votre exemplaire...



BON DE COMMANDE MEUBLOSCOPE 2018



TARIFS

<input type="checkbox"/>	1 exemplaire	276,00 € TTC	230,00 € HT
<input type="checkbox"/>	2 exemplaires	524,40 € TTC	437,00 € HT
<input type="checkbox"/>	3 exemplaires	770,04 € TTC	641,70 € HT
<input type="checkbox"/>	4 exemplaires	1 004,64 € TTC	837,20 € HT
<input type="checkbox"/>	5 exemplaires	1 228,20 € TTC	1 023,50 € HT
<input type="checkbox"/>	6 exemplaires	1 440,72 € TTC	1 200,60 € HT
<input type="checkbox"/>	Plus de 6 exemplaires, nous contacter.		

VOS COORDONNEES

M. MME MLLE

NOM _____ Prénom _____

Fonction _____ Société _____

Activité de l'entreprise _____

N° Siret (obligatoire) _____

Adresse _____

Code postal _____ Ville _____

Téléphone _____

Fax _____

E-mail _____

Signature/Tampon

Retournez ce bulletin accompagné de votre règlement à l'ordre de l'IPEA à :

IPEA – 29 rue Censier 75005 PARIS FRANCE
E-mail : larue@ipea.fr – www.ipea.fr