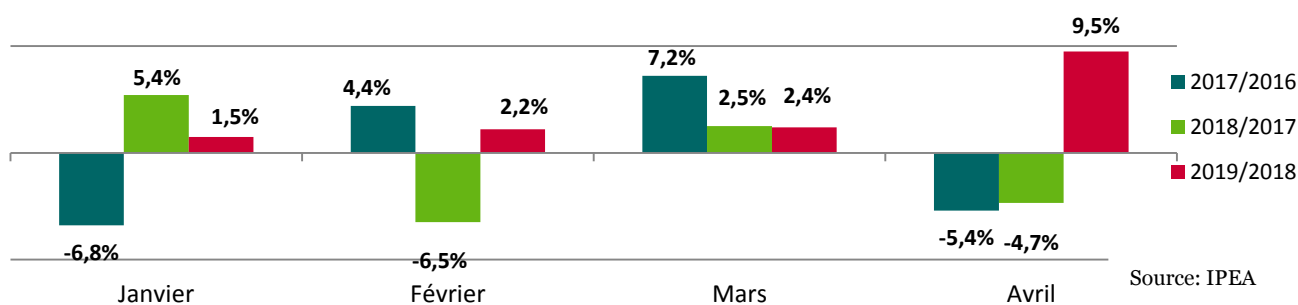


Le mois d'avril en bref...

Evolution du marché domestique avril 2019/avril 2018	+9,5 %
Evolution du cumul à fin avril 2019/2018	+3,7 %
Incidence du résultat d'avril sur le cumul	+1,7 pt

Forte croissance en avril

Evolution valeur du marché domestique m / m – 12



Le marché du meuble restait en avril sur deux fortes contre-performances en 2017 et 2018. Le mois d'avril 2019 permet de compenser en partie les reculs des deux exercices précédents avec une forte croissance de **9,5%**. On assiste ainsi à un phénomène de rattrapage, bien aidé par un printemps qui a eu du mal à s'installer sur le pays après un climat plutôt clément en mars. Ces bons résultats profitent en avril à tous les types de distribution même si les spécialistes cuisine continuent de faire la course en tête. On notera également un regain d'activité de la part de la distribution milieu haut de gamme qui profite du climat favorable du marché avec de belles croissances de certains acteurs sur le mois.

Evolution IMC valeur en cumul 4 mois



Contrairement aux deux derniers exercices, le mois d'avril se traduit par une progression du cumul annuel qui s'affiche sur quatre mois à **+3,7%**. Le début d'année se révèle encourageant avec des performances en progression chaque mois qui contrastent avec six derniers mois 2018 difficiles. Les premiers échos font toutefois état d'un mois de mai plus en retrait de la part du consommateur, sans doute en attente des soldes après un mois d'avril hors normes.

Avec le développement de la vente en ligne et dans un environnement de plus en plus concurrentiel, le recueil des données concernant aussi bien les clients, que la production ou les points de vente devient de plus en plus important dans la stratégie des entreprises. La collecte de ces données est devenue un élément essentiel afin de pouvoir cibler et satisfaire au mieux un client de plus en plus exigeant et souvent noyé sous les communications et messages de toutes sortes. Si nombreux sont les distributeurs à être conscients de la nécessité de collecter un maximum de données et du potentiel de cette manne d'informations, ils sont aussi nombreux à admettre que l'utilisation qui en est faite est loin d'être optimale. C'est en tout cas ce qui ressort d'un baromètre mené en février 2019 par l'Usine nouvelle, l'Usine digitale, LSA et l'Argus de l'assurance en partenariat avec Wavestone auprès de dirigeants de l'industrie, de la distribution et de l'assurance et dont voici quelques résultats.

82%, c'est la part des enseignes interrogées dans la distribution pour lesquelles les clients sont une source d'information. Cette part est de 80% en ce qui concerne l'industrie et de 92% pour les assurances. Pour ces trois secteurs d'activité, les données clients sont celles qui sont le plus collectées devant les données d'exploitation.

69%, c'est la part des distributeurs interrogés qui analysent des données issues de l'historique des commandes des clients. C'est le premier poste d'analyse devant les données clients exploitées par 52% des distributeurs et les données produits traitées par 50% d'entre eux. En ce qui concerne la collecte de données, celle-ci se fait avant tout via le site Internet dans la distribution pour 53% des enseignes interrogées devant les directions métiers (49%) et les e-mails ou le face à face (44% chacun).

89% des patrons interrogés dans la distribution estiment que la collecte et l'analyse des datas permettra de développer le chiffre d'affaires. La même proportion estime également que cela permettra de créer de nouveaux produits ou services. 88% estiment également que l'analyse de données leur permettra à terme d'améliorer leur image.

30%, soit la part des patrons de la distribution interrogés qui estiment que les données collectées sont suffisamment valorisées. Cette part atteint presque les 40% dans l'assurance mais est juste au-dessus des 20% en ce qui concerne l'industrie.

51% des patrons de la distribution estiment que l'exploitation des données collectées aura pour impact de favoriser leur développement commercial, 46% estiment que cela favorisera une approche prédictive et 45% une meilleure compréhension des résultats. 37% en attendent un gain de productivité.

82%, c'est la part des patrons de la distribution qui estiment que le premier bénéfice lié à la valorisation des données collectées sera de mieux connaître leur client. Est ensuite citée par 65% d'entre eux une communication plus optimale, le troisième bénéfice majeur étant que ces données permettront de favoriser l'innovation pour 44% d'entre eux.

ACTUALITE IPEA**1. Literie : Le marché de la literie 2016-2018**

La nouvelle étude IPEA sur le marché de la literie est disponible. Pour tout savoir sur le marché des matelas, des sommiers et des compléments literie.

2. Rangement : Les achats de meubles de rangement des Français

Les pièces de destination, les produits achetés. Quels produits pour quelles pièces de la maison ?

3. Ameublement : Le choc démographique

Quel sera l'impact de la démographie sur notre marché du meuble ? Premier secteur étudié, celui de la literie

4. Le Meubloscope 2019 toujours disponible

Comme tous les ans le Meubloscope dresse le bilan de l'année écoulée sous l'angle de la consommation, de la distribution, de la production et du commerce extérieur

5. Colloque IPEA : Perspectives meuble et maison

La prochaine édition du colloque annuel de l'IPEA se tiendra cette année le vendredi 13 décembre. Réservez d'ores et déjà votre journée pour venir échanger avec nous sur l'actualité du secteur.

Nouvelle Etude IPEA literie



L'édition 2019 de l'étude literie de l'IPEA est déjà disponible

Pour vous offrir un aperçu complet du secteur de la literie en France de 2016 à 2018, l'IPEA vous propose une analyse globale sur :

- ✓ **Les matelas**
- ✓ **Les sommiers**
- ✓ **Les compléments de literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit...)**

POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/le-marché-de-la-literie-en-france-2016-2018>

Etude IPEA rangement



Les pièces de destination, les produits achetés

Le marché du mobilier de rangement pèse pour presque deux milliards d'euros dans les dépenses de meubles des Français.

Cette étude fait un point complet sur :

- ✓ Les produits achetés (style, couleur, matériau etc...). Quels sont les produits les plus achetés par les consommateurs français ?
- ✓ Les pièces de destination des meubles de rangement. Quels produits pour quelles pièces de la maison ? Pour quelles pièces les Français dépensent-ils le plus ? Zoom sur le salon-salle à manger, la chambre d'adulte et d'enfant.

POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/etude-meuble-de-rangement>

Etude IPEA démographie

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 le marché de la literie, 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 pour la Literie**

[POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :](http://www.ipea.fr/fr/actualités/ameublement-le-choc-demographique)

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

Le Meubloscope 2019 toujours disponible !



- Découvrez comment ont progressé les segments produits et les circuits en 2018
 - 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 2019 du Meubloscope

POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/meubloscope-2019>