

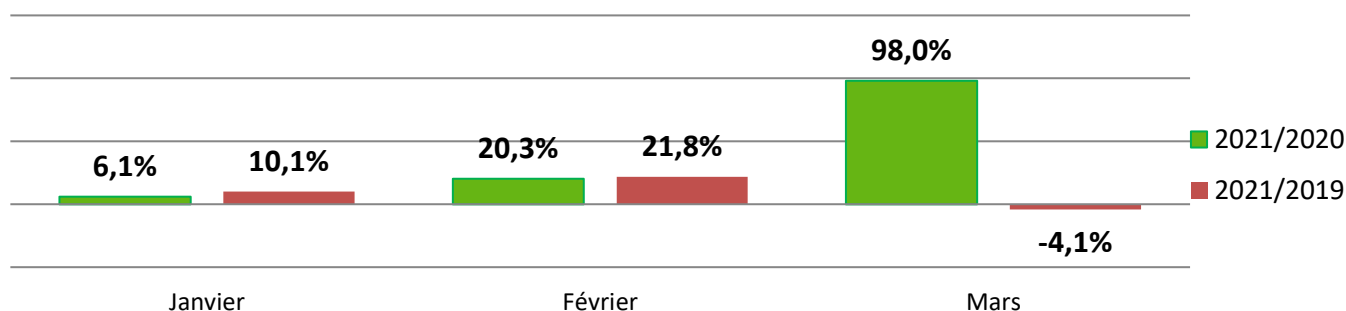
Le mois de mars en bref...

Evolution du marché mars 2021/ mars 2020 **+98,0 %**
mars 2021/ mars 2019 **-4,1%**

Evolution du cumul à fin mars 2021/2020 **+28,9 %**
mars 2021/2019 **+8,8%**

Croissance en trompe l'œil en mars

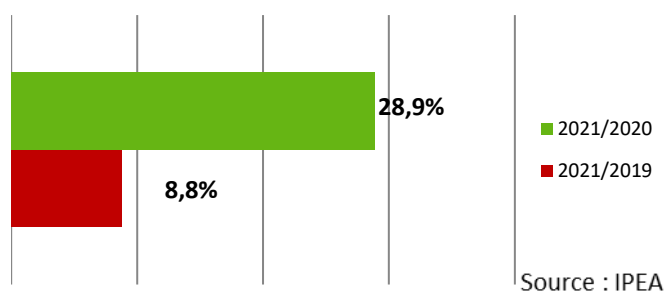
Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Source: IPEA

Forte croissance des ventes de meubles au cours du mois de mars 2021 avec une progression de l'activité de **98%**. Cette performance reste toutefois à relativiser car elle s'appuie sur un référentiel de mars 2020 très faible suite aux fermetures des magasins durant la seconde quinzaine du mois. Si l'on compare par rapport à l'année 2019, on constate que le marché est en léger recul à -4,1% par rapport à la dernière marque « normale » sur ce mois. Peu de changements par rapport aux deux premiers mois en ce qui concerne les acteurs du marché : les spécialistes, l'ameublement milieu haut de gamme et les grandes surfaces de bricolage enregistrent toujours les meilleures performances alors que la grande distribution ameublement, handicapée par des surfaces de vente fermées au-dessus des 10 000 m², s'affiche plus en retrait. Les ventes de cuisine et de rembourré sont toujours au plus haut alors que celles de meubles de jardin s'envolent à l'arrivée du printemps et des premières mesures de confinement régionales en mars.

Evolution valeur en cumul 3 mois



Source : IPEA

Les ventes de meubles progressent fortement en mars, le cumul marché continue donc sa croissance et s'affiche à **+28,9%** sur le premier trimestre. Par rapport à 2019, le cumul marché sur trois mois s'affiche également en croissance. La fermeture de tous les points de vente de meubles en avril après celle des surfaces de plus de 20 000 m² puis de plus de 10 000 m² devrait toutefois rebattre les cartes sur les quatre premiers mois. Si le cumul devrait toujours être supérieur à celui de 2020, il devrait repasser en dessous de celui de 2019.

Les tendances produits au premier trimestre

Le meuble de jardin

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 60%

Les confinements régionaux décrétés au mois de mars associés à des risques de confinement nationaux pour les semaines suivantes, ainsi qu'à une fermeture possible des points de vente non essentiels, ont dopé les ventes de meubles de jardin pour le mois de mars. Si certains consommateurs s'étaient retrouvés surpris par le confinement au printemps 2020 et n'avaient pu organiser leur jardin comme ils le souhaitaient pour profiter de leur extérieur, ils ont pris les devants cette fois-ci pour ne pas se retrouver pris au dépourvu. Les ventes de meubles de jardin ont ainsi doublé sur le mois de mars par rapport à 2020. Sur le premier trimestre, la croissance est spectaculaire.

Le meuble de cuisine

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 40%

Tout va bien sur le marché du meuble de cuisine en ce qui concerne ce premier trimestre 2021. Si la fermeture des points de vente de plus de 10 000m² au cours du mois de mars freine les ventes en provenance de la grande distribution, les commandes affluent chez les spécialistes cuisine qui n'ont jamais eu leurs carnets de commandes aussi remplis. Le segment bénéficie toujours de la fermeture des brasseries et des restaurants qui pousse les ménages à cuisiner et à investir dans cette pièce de la maison. Si la fermeture des points de vente en avril va peser sur la croissance du segment, l'avance que possède le marché lui permet d'appréhender plus sereinement les prochains mois.

Les canapés, fauteuils et banquettes

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

Les enquêtes sur les intentions d'achat des ménages en 2021 menées par l'IPEA à la fin de l'exercice précédent avaient montré que le canapé était le premier produit cité par les consommateurs concernant leurs futurs achats de meubles. C'est donc sans surprise que les ventes du segment rembourré progressent assez fortement sur le premier trimestre, sur la base toutefois d'un premier trimestre 2020 très en retrait. Les canapés dominent les ventes devant les fauteuils alors que la banquette si elle s'affiche en croissance présente toutefois une progression deux fois moins rapide.

Les meubles de salle de bains

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

Les meubles de salle de bains enregistrent des scores comparables à ceux des sièges rembourrés sur ce début d'exercice par rapport à l'année 2020. Comme pour d'autres segments du meuble, les possibilités d'un nouveau confinement national ont tiré les ventes vers le haut durant le mois de mars, les ménages s'équipant pour pouvoir bricoler et refaire cette pièce de la maison en cas de nouveau confinement éventuel. Le mois d'avril qui aura permis aux grandes surfaces de bricolage de rester ouvertes lui permettra de limiter les dommages par rapport à d'autres segments du meuble.

La literie

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

Malgré des prix de vente moyens en hausse sur les derniers mois en ce qui concerne les matelas et sommiers, et ce dans quasiment tous les circuits de distribution, un rythme de croissance soutenu tarde à s'installer sur ce marché. Si le segment est en croissance au premier trimestre, ses performances sont néanmoins bien loin de celles de la cuisine par exemple avec laquelle la literie faisait pourtant régulièrement jeu égal au cours des années 2010. Si le mois de mars aura été excellent, malgré la fermeture de tous les magasins de grande distribution de plus de 10 000 m², avec un volume d'activité quasiment multiplié par deux, les deux premiers mois de l'exercice s'inscrivent pour leur part plus en retrait. Les arbitrages des ménages ces derniers mois dans la maison se font en défaveur de la literie, les consommateurs préférant concentrer leur attention sur les autres pièces de la maison.

Le meuble meublant

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Malgré une belle croissance sur le premier trimestre, c'est le segment du meuble meublant qui enregistre la plus faible performance sur la période. Rien d'étonnant toutefois à ce résultat puisque le leader du segment a dû fermer la quasi-totalité de ses magasins dès le mois de février, rejoint rapidement en mars par d'autres magasins de la grande distribution affichant des surfaces de plus de 10 000 m². Si sur d'autres segments comme la cuisine, la literie ou le salon, les spécialistes ont pu porter les ventes sur le premier trimestre, sur le segment du meublant les spécialistes sont bien moins nombreux et laissent le champ libre aux enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme qui enregistrent de très belles performances sur les trois mois sur ce segment.

Les tendances circuits au premier trimestre

Les spécialistes cuisine

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 50%

Comme souvent ces dernières années, ce sont encore une fois les spécialistes cuisine qui enregistrent les meilleures performances sur le premier trimestre 2021. L'engouement des Français pour la cuisine porte les ventes des différents réseaux, d'autant plus que l'argent économisé sur les sorties permet de dégager du budget pour pouvoir s'équiper. Les consommateurs ont été au rendez-vous après les deux premiers confinements, ils devraient sans doute encore l'être à la fin du troisième, à moins que la réouverture annoncée des restaurants et brasseries les détourne de la pièce cuisine dans les prochaines semaines.

Les spécialistes salon

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 40%

Ces derniers ne sont pas en reste sur le premier trimestre de l'année par rapport aux spécialistes cuisine. Portés par l'envie des ménages d'améliorer leur confort, qui se traduit souvent par une montée en gamme des produits achetés, les spécialistes salon enregistrent de fortes croissances sur le premier trimestre 2021.

Les spécialistes literie

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 35%

Forte croissance également sur le premier trimestre des spécialistes literie. Ces derniers profitent des velléités des consommateurs de monter en gamme mais aussi, sur des produits premiers prix, de la fermeture des magasins de la grande distribution présentant une trop grande surface.

L'ameublement milieu haut de gamme

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 35%

Les spécialistes ne sont pas les seuls à tirer profit du surplus de budget dont disposent les consommateurs. Sur des positionnements produits relativement similaires aux spécialistes, les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme continuent d'enregistrer sur le premier trimestre des croissances loin de leurs standards habituels. Le rembourré et le meublant, les deux premiers segments en valeur sur ce circuit sont ceux qui enregistrent les meilleurs résultats.

Les grandes surfaces de bricolage

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 35%

Suite à l'engouement des Français pour la pièce cuisine, les grandes surfaces de bricolage continuent à développer leurs ventes sur le premier trimestre 2021. La fermeture du leader du meuble à partir de février leur aura également permis de continuer à développer leurs ventes de meublant pour la chambre et de dressing, notamment sur des produits premiers prix. Enfin, les confinements régionaux et nationaux annoncés depuis le début de l'année auront encore une fois tiré les ventes des rayons bricolage vers le haut sur le début de l'année créant du trafic supplémentaire pour les rayons mobilier

Le e-commerce

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

Le e-commerce est dans une situation particulière par rapport aux circuits de la vente physique puisque contrairement à eux son activité n'a pas été impactée de manière négative par les premières mesures de confinement mises en place au printemps 2020. Au contraire, la fermeture des magasins leur aura permis de développer leur activité sur la période. Les opportunités de réaliser de fortes croissances par rapport à 2020 étaient donc plus limitées. Toutefois, le circuit voit ses ventes fortement progresser sur le premier trimestre de l'année, notamment grâce à la croissance du mobilier de jardin.

La grande distribution ameublement

Performance T1 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

Le circuit de la grande distribution ameublement reprend des couleurs sur le premier trimestre 2021 en enregistrant une croissance de son activité par rapport au début d'année 2020. On notera toutefois que c'est le circuit qui enregistre la croissance la plus faible sur la période. Ce dernier a en effet dû composer dans un premier temps dès le mois de février avec la fermeture des surfaces de vente de plus de 20 000 m², ce qui a provoqué la fermeture de la quasi-totalité des magasins du leader du circuit et de certains magasins situés en centres commerciaux. En mars, ce sont ensuite ajoutées les fermetures des surfaces de vente de plus de 10 000 m², ce qui a concerné de nombreux magasins des acteurs de la grande distribution. S'ajoute enfin la fermeture de nombreux points de vente en 2020 de deux acteurs du circuit, il était donc difficile dans ces conditions d'espérer de meilleures performances de la grande distribution ameublement.