

**BAROMÈTRE
DIGITAL DE
L'AMEUBLEMENT
Edition 2021
Le 8 juin à 11H**

1. **Quels sont les comportements de recherche en matière d'ameublement en France ?**
1. **Marché de l'ameublement sur le digital : zoom sur les principaux leaders en France**
1. **2021 : quelles tendances en matière d'ameublement ?**



**l'Ameublement
français**

En partenariat avec **INTUITI**

Méthodologie du baromètre

Une étude réalisée par l'agence Intuiti

Pour réaliser ce premier baromètre sur les comportements de recherche et les tendances digitales en matière d'ameublement des Français, nous avons d'une part analysé les **données de recherches des Français sur les moteurs de recherche et le positionnement des sites leaders sur l'ameublement** entre le 1er avril 2020 le 30 avril 2021.

D'autre part, nous avons croisé ces données avec une analyse des **publications Instagram des Français sur le thème de décoration** entre les mois de **juin 2020 et mai 2021** et grâce à différentes études publiées ces derniers mois (Fevad, Pinterest Predicts...).

Nicolas Le Grand - Intuiti
Responsable Pôle SEO



Lisa Vaslin - Intuiti
Consultante SEO

Jean-Michel Onillon - Intuiti
Responsable Pôle Influence & Contenus



Avant-propos

L'aménagement est **plus que jamais au coeur des préoccupations** des Français

Bien sûr, 2020, la crise sanitaire et les confinements successifs ont replacé la maison au centre des enjeux des Français.

Mais cet intérêt ne faiblit depuis le début de l'année 2021. Mieux, il reste à un niveau très élevé comme en témoignent les chiffres présentés ci-après.

+21%

de recherches liées à l'ameublement sur les moteurs de recherche

depuis le début de l'année 2021 (après une année record en 2020)

+19%

d'utilisation du hashtag #Decoration sur Instagram

depuis le 1er janvier 2021 (comparé à la période précédente).

Avant-propos

La crise sanitaire et le recours au télétravail ont **un impact fort sur l'aménagement de la maison**

+559% de recherches pour
"bureau télétravail"

Sans surprise, le bureau et les meubles associés sont ceux qui connaissent la + forte croissance depuis un an.

+162% de recherches pour
"Fauteuil de bureau"

Mais le bureau n'est pas la seule pièce impactée. Le besoin de + de confort et de bien-être impacte également les projets d'aménagement du salon, de la chambre, des toilettes...

+148% de recherches pour
"Chaise table à manger"

Avant-propos

Une certitude pour 2021 : **le digital va rester central dans le parcours d'achat**

Certes l'année a commencé dans un contexte toujours propice aux achats sur le web.

Néanmoins, les indicateurs confirment que l'achat en ligne s'est installé durablement dans les habitudes des Français, y compris en matière d'ameublement.

Une tendance qui ne profite pas qu'aux acteurs traditionnels du E-commerce. mais également à ceux qui ont su accélérer leur digitalisation depuis un an.

+30%

de hausse des achats des Français sur Internet au T1 2021 (chiffres FEVAD - Mai 2021)

70%

Des cyberacheteurs auraient quand même fait au moins un de leurs achats en ligne si les conditions avaient été différentes (chiffres FEVAD - Décembre 2020)

1

Quels sont les comportements de recherche en matière d'ameublement ?

1

Analyse des tendances de recherches par pièce

(avril 2020 > avril 2021)

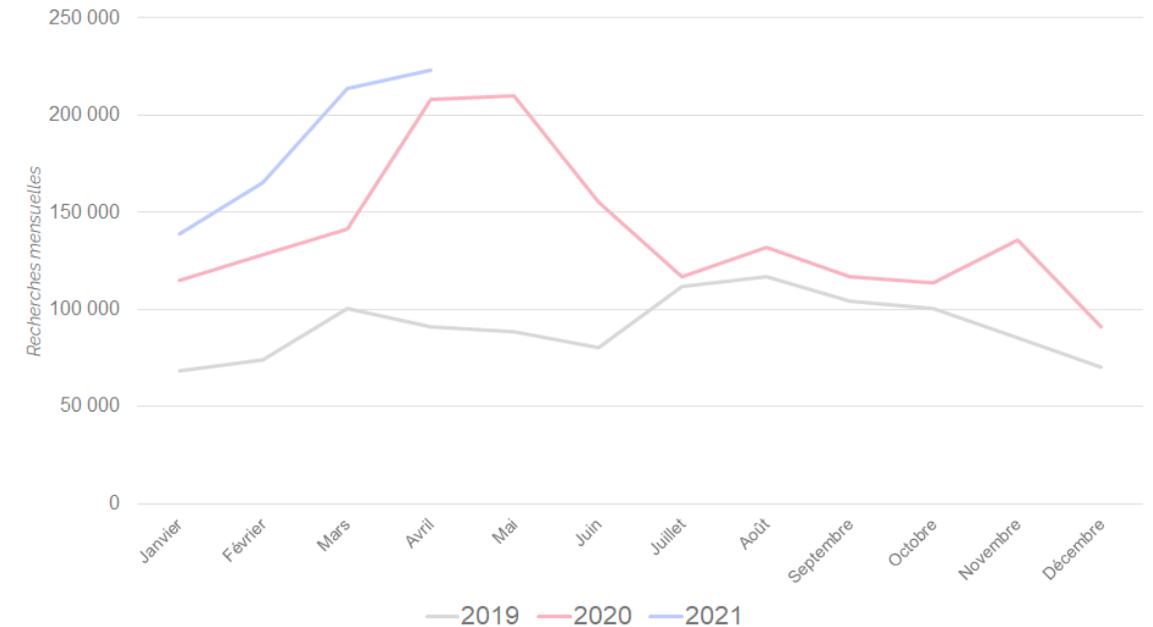


1

Tendances de recherches par pièce

Enseignement n°1 : **l'intérêt pour l'aménagement de la maison est toujours en hausse** début 2021

- Les recherches en matière d'aménagement sont en hausse forte depuis janvier 2021
- Dépassant même le pic observé lors du premier confinement entre mars et mai 2020
- Une hausse des volumes de recherche continue depuis trois ans



Volume mensuel cumulé des recherches "aménagement + pièce" depuis janvier 2019

Tendances de recherches par pièce

Enseignement n°2 : cette hausse **concerne toutes les pièces de la maison** (ou presque)

→ **Toutes les pièces de la maison sont en hausse en matière de recherches,** excepté “chambre bébé” et “studio”

→ **Les plus fortes hausses concernent :**

- ◆ **L'extérieur** (terrasse, balcon, jardin...)
- ◆ **Le bureau**
- ◆ **Les pièces d'eau** (toilettes, SdB...)

Requête	Recherches mensuelles	Evolution
aménagement terrasse	22 200	55%
aménagement bureau	6 600	50%
aménagement toilettes	1 300	32%
aménagement salle de bain	8 100	28%
aménagement jardin	33 100	26%
aménagement chambre enfant	1 000	23%
aménagement balcon	8 100	23%
aménagement combles	9 900	22%
aménagement cuisine	9 900	21%
aménagement dressing	5 400	18%
aménagement extérieur	18 100	17%
aménagement salon	4 400	6%
aménagement chambre	2 900	1%
aménagement chambre bébé	880	-6%
aménagement studio	3 600	-11%

Volume de recherches dédiées à l'ameublement des pièces de la maison sur les moteurs de recherche (avril 2020 - avril 2021)

Tendances de recherches par pièce

Enseignement n°3 : sans surprise, **l'intérêt pour l'aménagement du bureau atteint un niveau record**

- Si on analyse des recherches élargies (recherche par mots-clés simple - voir tableau ci-joint), sans surprise, l'une des hausses les plus significatives concerne le bureau
- Un intérêt élevé qui le place en première position, *ex-aequo* avec la cuisine

TOP 5 DES PIÈCES LES PLUS RECHERCHÉES SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE

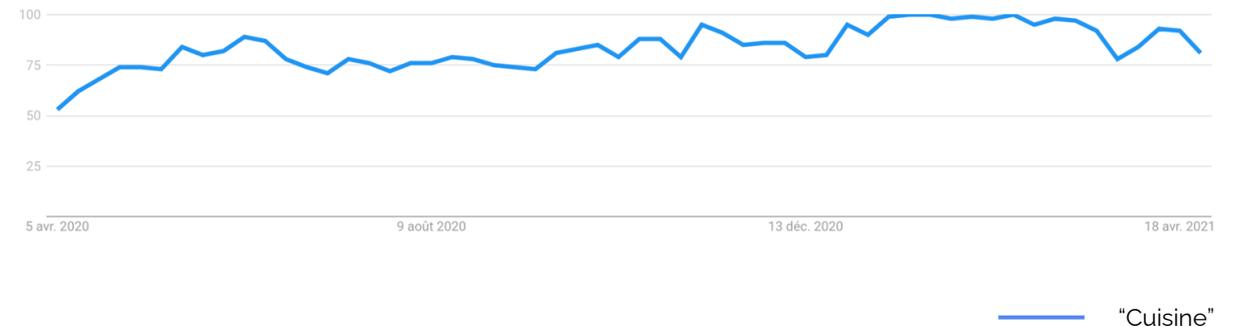
Requête	Recherche mensuelles	Progression
Bureau	301 000	43%
Cuisine	301 000	35%
Dressing	246 000	42%
Salle de bain	165 000	28%
Toilettes	110 000	82%

Volume de recherches dédiées à l'ameublement des pièces/meubles de la maison sur les moteurs de recherche (avril 2020 - avril 2021)

Tendances de recherches par pièce

Enseignement n°4 : **l'aménagement de la cuisine reste une préoccupation majeure**

- **+35% d'intérêt pour la cuisine en un an**
- **Avec un volume de recherches qui reste très élevé toute l'année (301 000 recherches mensuelles en moyenne)**



Volume de recherche pour "cuisine" (pièce) entre avril 2020 et avril 2021 (source Google Trends)

Tendances de recherches par pièce

Enseignement n°5 : **les Français sont en quête de confort et de bien être chez eux**

+144%

“Chaise de bureau”

→ L'aménagement des espaces de convivialité (salon et espaces extérieurs) concentrent les plus forts volumes de recherche (voir pages suivantes)

- ◆ À noter : l'aménagement de ces pièces se fait beaucoup par la recherche par meuble (ex : canapé) et non par pièce (ex : salon)

+79%

“Canapé convertible”

+55%

“Aménagement terrasse”

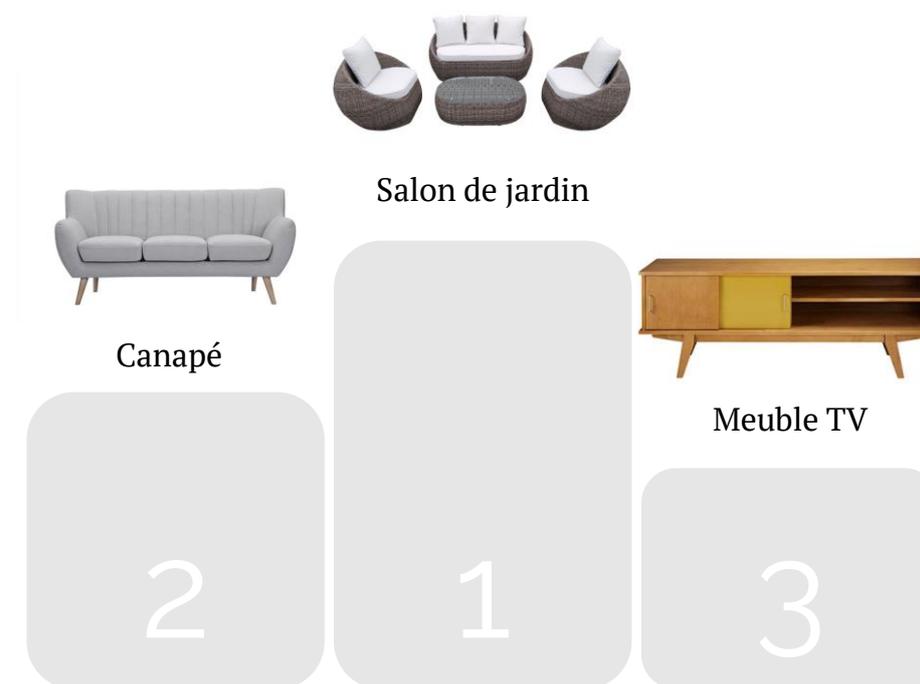
1

Analyse des tendances de recherches par catégories de produits (avril 2020 > avril 2021)

2

TOP 20 des meubles les plus recherchés en France

Requête	Recherche mensuelles	Progression
salon de jardin	368 000	47%
canapé	368 000	40%
meuble tv	301 000	46%
table basse	301 000	46%
bibliothèque	301 000	45%
bureau	301 000	43%
canapé convertible	246 000	79%
meuble salle de bain	246 000	57%
dressing	246 000	42%
tete de lit	201 000	28%
chaise de bureau	165 000	144%
fauteuil	165 000	56%
canapé d angle	165 000	56%
coiffeuse	165 000	34%
tabouret de bar	135 000	39%
chaise	135 000	28%
matelas	135 000	22%
lit	135 000	16%
table de chevet	110 000	56%
commode	110 000	41%



Volume de requêtes mensuelles sur les moteurs de recherche entre avril 2020 et avril 2021

L'aménagement du salon au coeur de ces recherches

L'univers du salon occupe 4 des premières places du TOP 5

Requête	Recherche mensuelles	Progression
salon de jardin	368 000	47%
canapé	368 000	40%
meuble tv	301 000	46%
table basse	301 000	46%
bibliothèque	301 000	45%
bureau	301 000	43%
canapé convertible	246 000	79%
meuble salle de bain	246 000	57%
dressing	246 000	42%
tete de lit	201 000	28%
chaise de bureau	165 000	144%
fauteuil	165 000	56%
canapé d angle	165 000	56%
coiffeuse	165 000	34%
tabouret de bar	135 000	39%
chaise	135 000	28%
matelas	135 000	22%
lit	135 000	16%
table de chevet	110 000	56%
commode	110 000	41%

→ **L'aménagement du salon a été une préoccupation en forte hausse sur un an :**

- ◆ Canapé convertible : +79%
- ◆ Fauteuil : +56%
- ◆ Meuble TV : +46%
- ◆ Table basse : +46%
- ◆ Canapé : +40%

TOP 20 des meubles les plus recherchés sur les moteurs de recherche
(avril 2020 - avril 2021)

Zoom sur les plus fortes progression

Télétravail et confinement ont bien entendu eu un impact direct sur ces tendances

Requête	Recherche mensuelles	Progression
bureau télétravail	2 400	559%
fauteuil de bureau	60 500	162%
chaise table à manger	8 100	148%
chaise de bureau	165 000	144%
chaise salle a manger	60 500	137%
fauteuil salle à manger	5 400	116%
fauteuil de jardin	40 500	86%
repose pied	18 100	81%
table d appoint	33 100	81%
canapé de jardin	14 800	79%



Evolution des requêtes sur les moteurs de recherche entre janv.-avr. 2021 vs la même période sur l'année 2020

Certaines requêtes répondent à des besoins différents

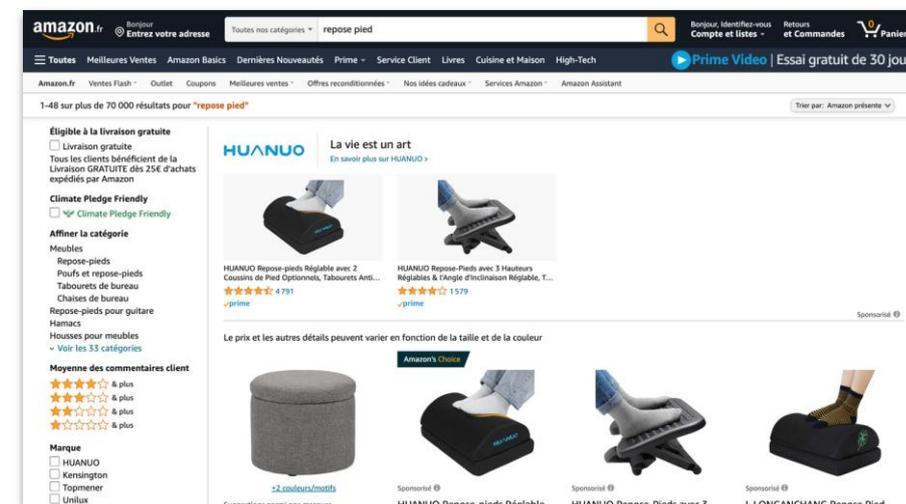
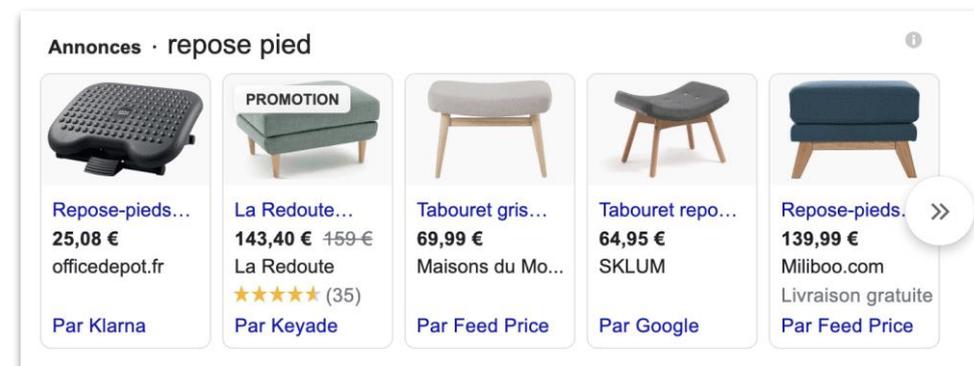
L'impact du télétravail modifie certaines attentes et recherches en ligne

→ Une requête comme "Repose pied" s'est adaptée à la demande des télétravailleurs et concerne désormais le salon comme le bureau :

- ◆ +81% de progression de recherches
- ◆ Environ 18K requêtes mensuelles

→ Les télétravailleurs ont cherché à remplacer leurs chaises de tables à manger :

- ◆ Chaise table à manger : +148%
- ◆ Chaise salle à manger : +137%
- ◆ Fauteuil salle à manger : +116%



Les repose-pied de bureau viennent plus que jamais concurrencer les produits initialement plutôt recherchés pour le salon comme on le voit avec ces résultats de recherche Google et Amazon.

N°1 : Salon de jardin

+75% de recherche (requêtes transactionnelles)

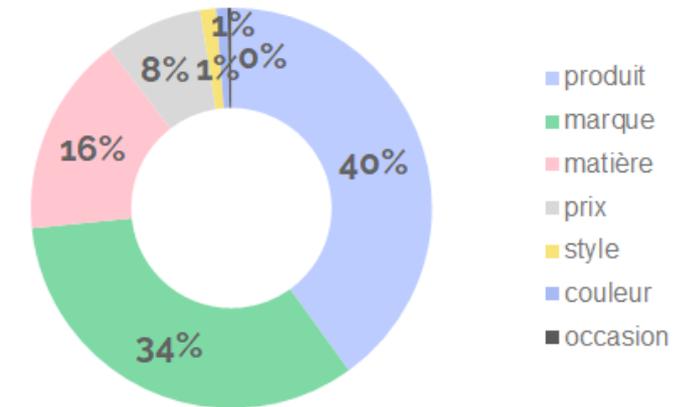
- Un pic des recherches en 2020 suite au premier confinement (+45%)
- Une **tendance toujours à la hausse en ce début 2021** (+47%)
- Cela traduit l'**envie des Français de passer du temps en extérieur, même sans jardin !**



Le prix reste le principal facteur de recherche : “salon de jardin pas cher” est la deuxième requête en termes de volume avec 74 000 recherches mensuelles



Requête “salon de jardin”



10 tendances à suivre

- Pas cher +75%
- Balcon +90%
- Encastrable +75%
- Rotin +140%
- Aluminium +125%
- Cocooning +120%
- Bohème +100%
- Cosy +95%
- Design +80%
- Beige +110%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Leroy Merlin
- Leclerc
- Castorama

Par progression

- Action
- Proloisirs
- Naterial

N°2 : Canapé

+57% de recherches (requêtes transactionnelles)

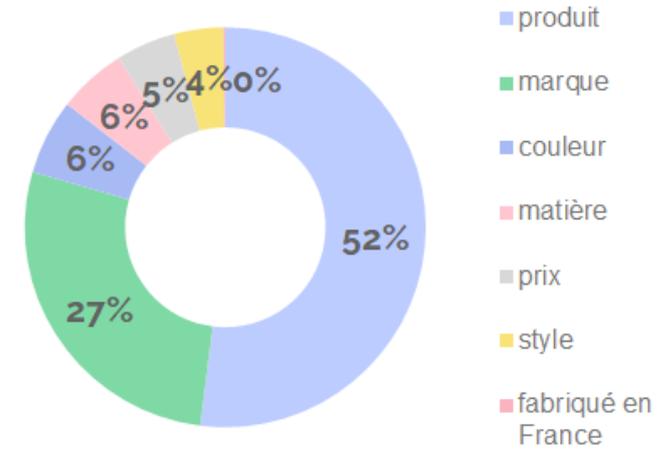
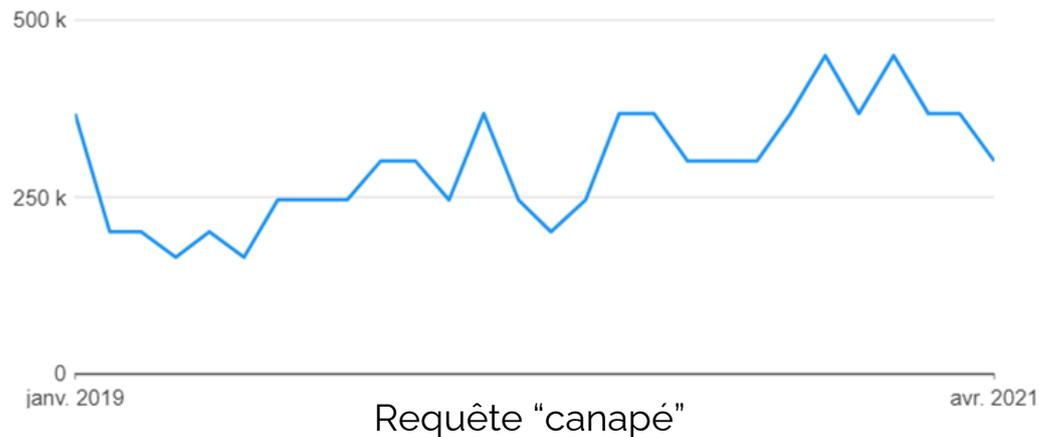
→ Le segment du canapé reste incontournable en 2021



La modularité est une préoccupation centrale dans les recherches orientées produits :

- 20% des recherches avec l'occurrence "angle"
- 23% des recherches avec l'occurrence "convertible"

Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



10 tendances à suivre

- Fabriqué en France +75%
- Profond +115%
- Méridienne +70%
- Relax +60%
- Velours côtelé +330%
- Bohème +140%
- Cocooning +110%
- Terracotta +230%
- Rouille +190%
- Beige +145%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Conforama
- But

Par progression

- Vetsak
- Himolla
- Kave Home

N°3 : Meuble TV

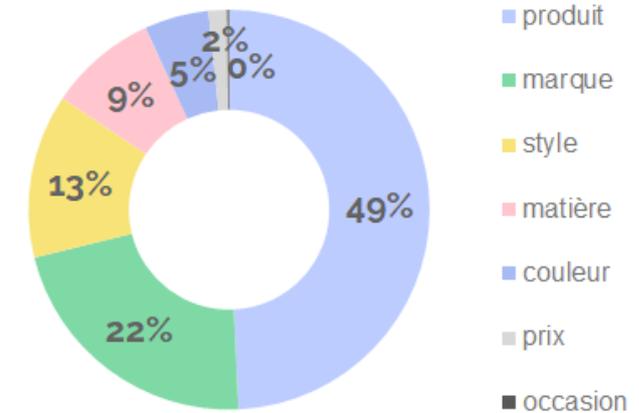
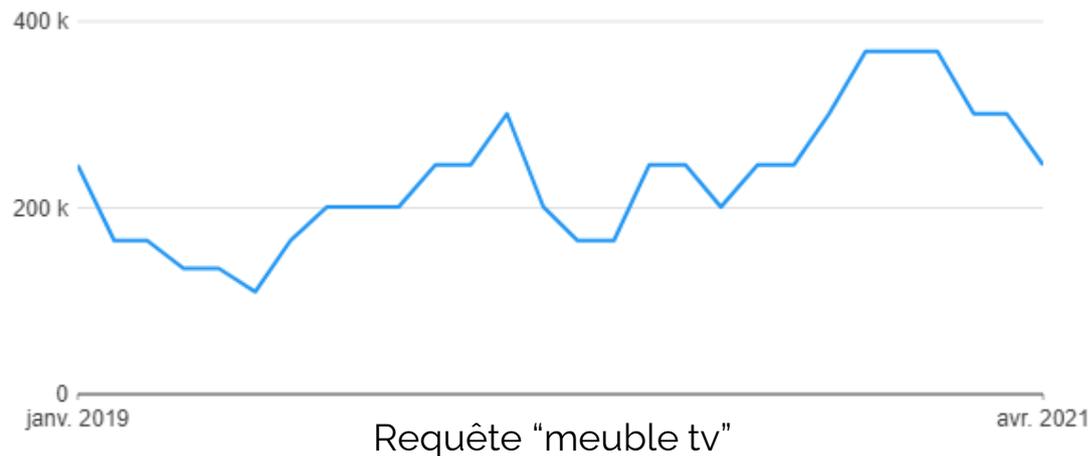
+26% de recherches (requêtes transactionnelles)

Deux tendances intéressantes sont à noter pour le meuble TV :



- La recherche par **largeur en cm augmente** fortement (+90%)
- Les **recherches de “meuble tv pas cher” ont diminué** de 12%

Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



10 tendances à suivre

- Cheminée +190%
- Petit espace +170%
- 160 cm +115%
- 180 cm +100%
- Modulable +100%
- Rotin +160%
- Cannage +90%
- Marbre +30%
- Bohême 180%
- Doré +70%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Conforama
- Maisons du Monde

Par progression

- Bobochic
- Foir’Fouille
- Home24

N°4 : Table basse

+57% de recherches (requêtes transactionnelles)

La modularité des tables basses est un critère de recherche dont l'importance croît :

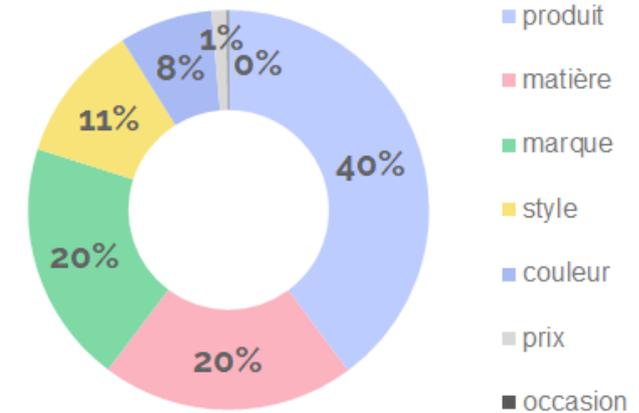


- Les recherches de tables basses gigognes ont augmenté de 90%
- Les recherches de tables basses relevables ont augmenté de 65%

Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



Requête "table basse"



10 tendances à suivre

- Gigogne +90%
- Ronde +100%
- Relevable +65%
- Travertin +570%
- Racine +90%
- Marbre +65%
- Bohème +110%
- Moderne +100%
- Dorée +100%
- Transparente +100%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Maisons du Monde
- Conforama

Par progression

- IDMarket
- Westwing
- Mano Mano

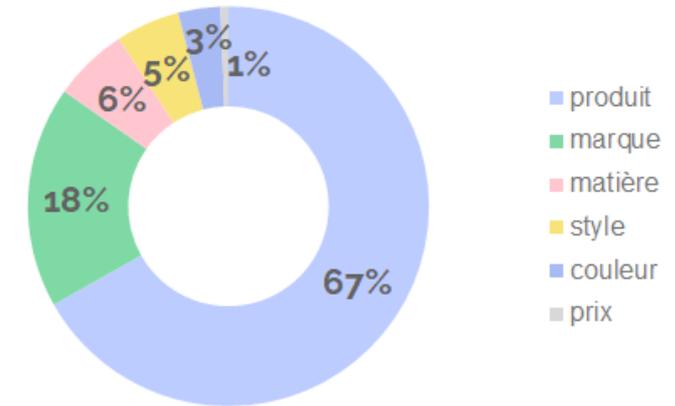
N°5 : Bibliothèque

+55% de recherches (requêtes transactionnelles)

2 tendances notables :



- Le segment enfant est en progression (+45% de recherches contenant le terme “enfant”), avec notamment les bibliothèques Montessori.
- La modularité est un critère de recherche important, avec des acteurs comme MYCS ou Tylko qui montent en puissance.



Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



10 tendances à suivre

- Suspendue +100%
- Murale +85%
- Modulable +60%
- Angle +70%
- Montessori +225%
- Cannage +285%
- Rotin +150%
- Bambou +150%
- Dorée +180%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Conforama
- But

Par progression

- Manomano
- Vasagle
- MYCS

N°6 : Bureau

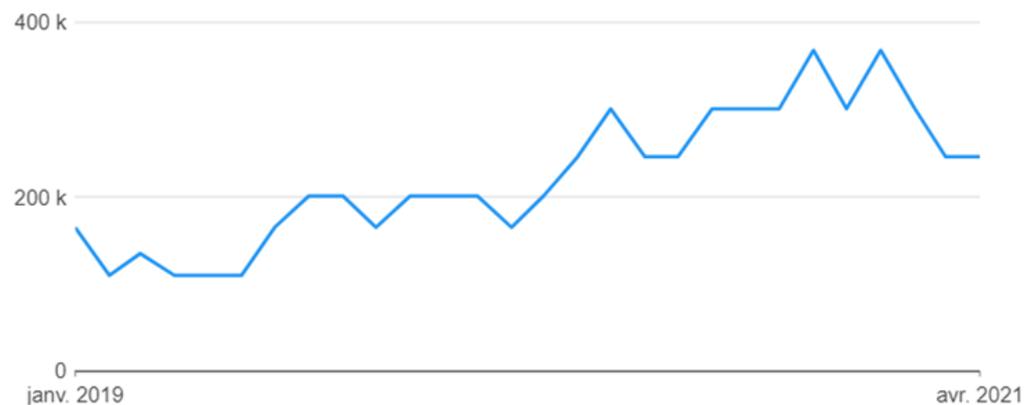
+59% de recherches (requêtes transactionnelles)

La modularité et le confort dominent les préoccupations de recherche :

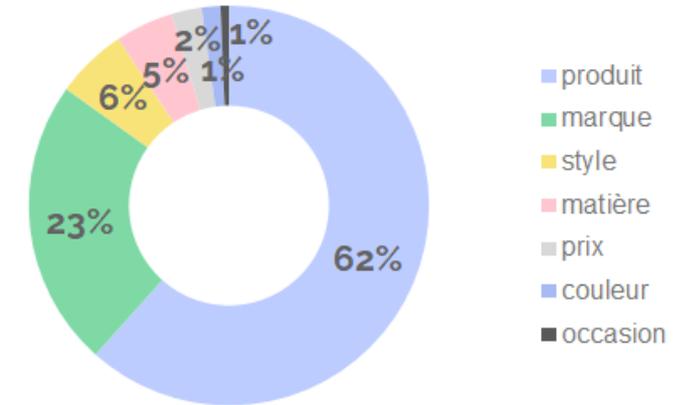


- Les recherches de bureaux assis-debout ont triplé
- Les recherches de bureaux modulables (extensibles, rabattables, escamotables, pliables...) ont doublé dans l'ensemble

Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



Requête "bureau"



10 tendances à suivre

- Assis-debout +200%
- Extensible +175%
- Pliables/ants +120%
- Rabattable +110%
- Cannage +325%
- Rotin +100%
- Vintage +95%
- Industriel +80%
- Doré +120%
- Vert +115%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Conforama
- But

Par progression

- Sklum
- Babou
- Mano Mano

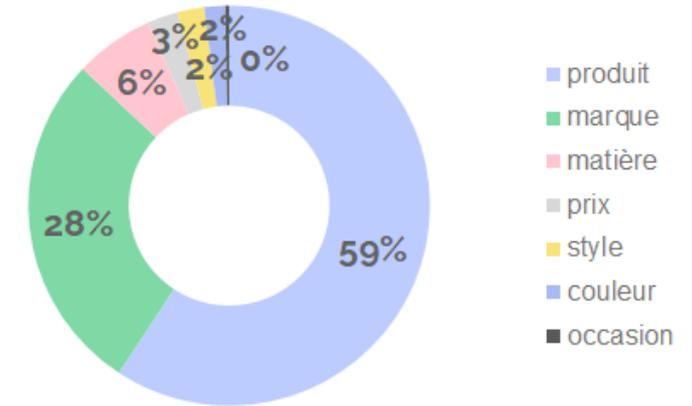
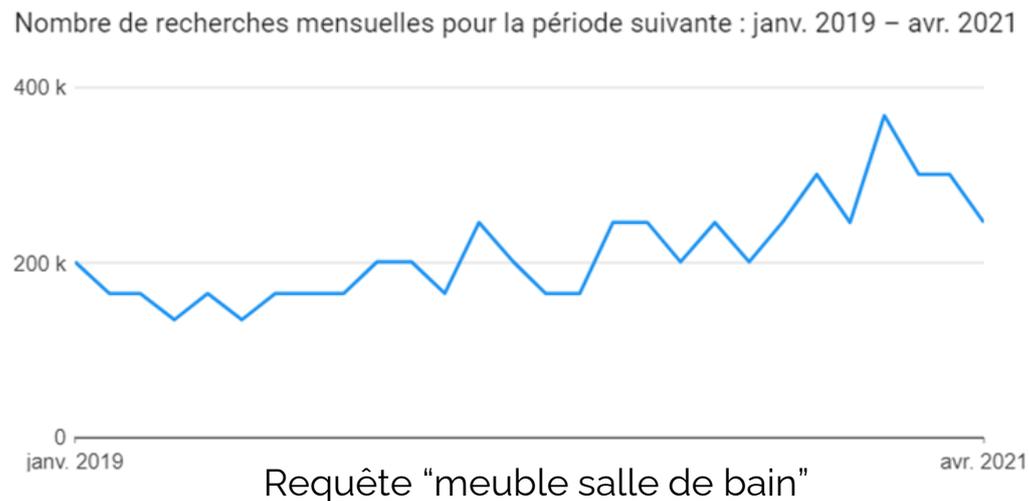
N°7 : Meuble salle de bain

+66% de recherches (requêtes transactionnelles)

→ À l'exception du leader Ikea, **les marques les plus recherchées sont principalement des GSB**, qui connaissent dans l'ensemble une progression plus forte que les distributeurs ou les spécialistes



Les recherches par matière dépassent les recherches par prix, style ou couleur



10 tendances à suivre

- Suspendu +70%
- Double vasque +55%
- Bois +95%
- Bambou +80%
- Vintage +85%
- Industriel +70%
- Design +55%
- Vert +160%
- Noir +110%
- Bleu +100%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Leroy Merlin
- Castorama

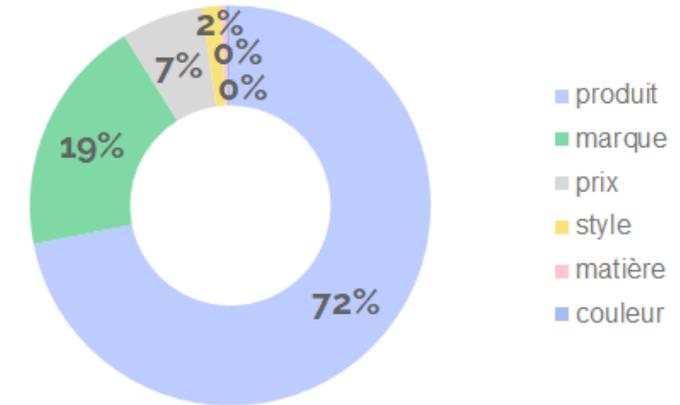
Par progression

- Tikamoon
- Bricomarché
- Centrakor

N°8 : Dressing

+44% de recherches (requêtes transactionnelles)

- Le marché se divise entre distributeurs et GSB, **ces derniers enregistrant une croissance nettement plus forte**
- **Le prix est un critère de recherche important :**
 - ◆ Devant le style, la matière ou la couleur :
 - ◆ “**dressing pas cher**” est la 3ème requête associée en termes de volume (40 500 recherches mensuelles)



Après les caractéristiques du produit, les recherches se concentrent autour des marques



Requête “dressing”

10 tendances à suivre

- Chevet +125%
- Rangement +70%
- Rotin +175%
- Osier +130%
- Cannage +90%
- Velours +80%
- Bois +75%
- Design +140%
- Rose poudré +115%
- Beige +100%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Leroy Merlin
- Castorama

Par progression

- Sogal
- Cuisinella
- Brico Cash

N°9 : Tête de lit

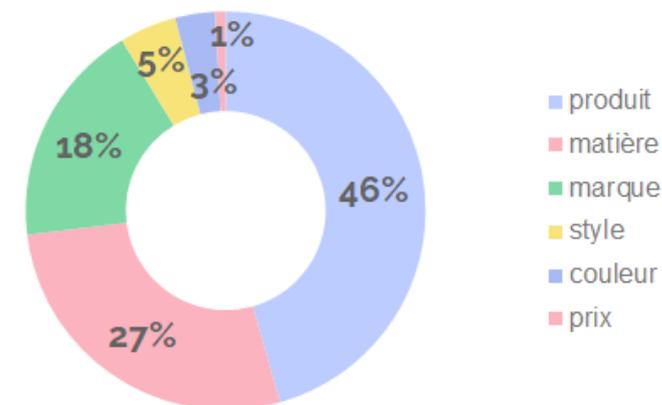
+52% de recherches (requêtes transactionnelles)

→ Le marché est dominé par les distributeurs, mais on notera la **forte progression d'acteurs spécialisés** dans la literie comme Tediber



La matière est le principal critère de recherche après les caractéristiques du produit. Le prix ne semble pas être un facteur déterminant pour ce produit.

Nombre de recherches mensuelles pour la période suivante : janv. 2019 – avr. 2021



10 tendances à suivre

- Fermé +250%
- Rideau +150%
- Sur mesure +75%
- Angle +45%
- Cannage +380%
- Bois +40%
- Industriel +55%
- Scandinave +30%
- Luxe +30%
- Noir +80%

Top 3 marques

Par volume de recherche

- Ikea
- Maisons du Monde
- Conforama

Par progression

- Tediber
- Menzzo
- Tikamoon

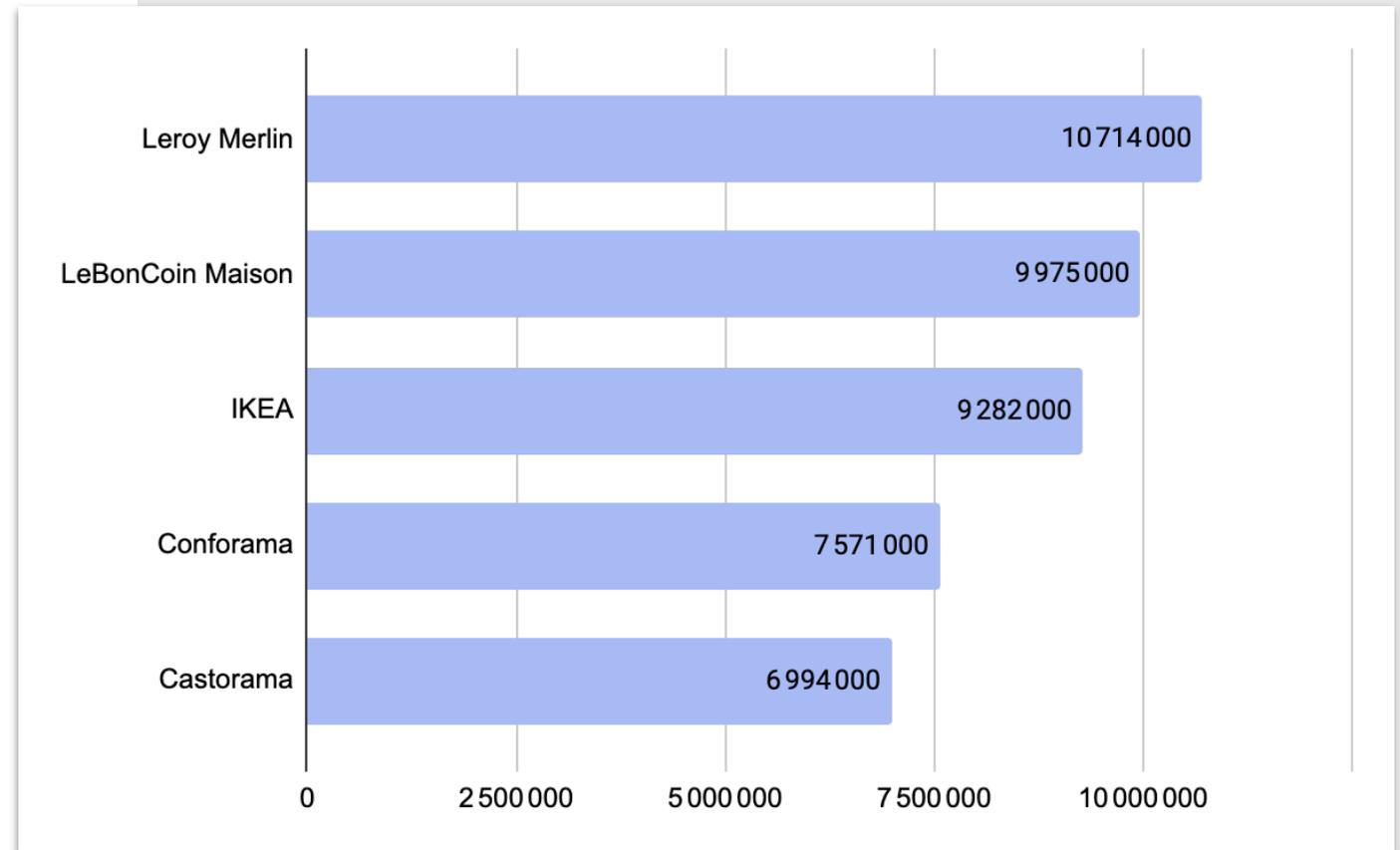
2

Marché de l'ameublement sur le digital : zoom sur les leaders en France

La dynamique omnicanale des commerces physiques

TOP 5 sites "Maison" (en millions de visiteurs uniques - Décembre 2020)

En termes de volume d'audience, il est intéressant de noter que les principaux leaders de la maison sont des marques traditionnelles qui ont su se digitaliser et se convertir au E-commerce (excepté Leboncoin).



Source : Médiamétrie NetRatings - Décembre 2020

Les acteurs les mieux positionnés par produit

- Ikea reste la marque *Top-of-mind* incontestable pour le top 20 des produits les plus recherchés
 - ◆ Avec un volume de recherche largement supérieur à ses concurrents
- Cependant, c'est But qui arrive le plus souvent en 1^{ère} position dans les résultats de recherche
- Dans les deux cas, on retrouve des acteurs avec un positionnement concurrentiel sur le prix

Requête	Site en 1ère position	Marque la + recherchée
salon de jardin	cdiscount.com	Leroy Merlin
canapé	but.fr	Ikea
meuble tv	but.fr	Ikea
table basse	but.fr	Ikea
bibliothèque	ikea.com	Ikea
bureau	but.fr	Ikea
canapé convertible	but.fr	Ikea
meuble salle de bain	but.fr	Ikea
dressing	but.fr	Ikea
tete de lit	but.fr	Ikea
chaise de bureau	ikea.com	Ikea
fauteuil	alineacom.com	Ikea
canapé d angle	but.fr	Ikea / Conforama
coiffeuse	cdiscount.com	Ikea
tabouret de bar	but.fr	Ikea
chaise	but.fr	Ikea
matelas	tediber.com	Emma
lit	but.fr	Ikea
table de chevet	but.fr	Ikea
commode	ikea.com	Ikea
meuble cuisine	but.fr	Ikea
meuble	but.fr	La Redoute
armoire	ikea.com	Ikea
clic clac	but.fr	Ikea
lit enfant	but.fr	Ikea

La forte progression des marketplaces

Dans notre liste des 30 sites les mieux positionnés sur les requêtes liées à l'ameublement en France, **plus de la moitié sont aujourd'hui devenues des marketplaces.**

56%

Des sites les mieux positionnés en 1ère position sont aujourd'hui des marketplaces



Cdiscount

La Redoute

amazon

Qui se positionne le mieux sur le marché du meuble français ?

Nous avons réalisé un test sur une cinquantaine de mots-clés génériques associés aux occurrences :

- “Made in France”
- “Français”
- “Fabriqué en France”

Les majors ne semblent pour le moment pas avoir investi ce segment sémantique. Certains fabricants se distinguent pour le moment.

 **alinea**

La Redoute



camif

GAUTIER DRUGEOT

DUVIVIER
1840
CANAPES



3

2021 : quelles tendances
en matière d'ameublement ?

3

Quelles tendances en
matière d'ameublement
en 2021 ?

•

1

Pièces et meubles s'adaptent et deviennent multi-fonctions

→ Avec le développement du télétravail et les mesures de confinement, les Français recherchent des meubles qui **répondent à leurs nouveaux besoins** :

- ◆ +65% de recherches pour "table basse relevable"
- ◆ +148% de recherches pour "chaises table à manger"
- ◆ x3 de recherches pour "bureau assis debout"

→ Les internautes français doivent conjuguer **quête de confort et espaces réduits/limités** :

- ◆ +170% de recherches pour "Meubles TV Petit espace"
- ◆ +79% de recherches pour "canapé convertible"
- ◆ +75% de recherche sur "salon de jardin encastrable"



Sur la période analysée (avril 2020-avril 2021), les recherches autour du bureau assis-debout de la marque **Jarvis** ont augmenté de +144%.

Le “Japandi” est la nouvelle tendance déco

- Cette tendance minimaliste, mêlant design japonais et esthétique scandinave faisait déjà partie des tendances détectées par Pinterest dans son rapport *Pinterest Predicts 2021*
- Il s'agit également de la plus forte hausse sur les moteurs de recherches (+341%) en matière de recherche de style
- Une recherche qui devient tangible avec 2 400 requêtes mensuelles en avril 2021



Evolution de la mention “Japandi” sur Instagram (monde) entre juin 2020 et juin 2021 (source : Linfluence Search).



TOP 5 des styles les plus populaires en France

→ #1. Le style Industriel

- ◆ 42K recherches mensuelles en moyenne (+ 14%)
- ◆ 1,3K mentions/mois sur Instagram (France)

→ #2. Le style Scandinave

- ◆ 22K recherches mensuelles en moyenne (+ 14%)
- ◆ 1,1K mentions/mois sur Instagram (France)

→ #3. Le style Bohème

- ◆ 19K recherches mensuelles en moyenne (+ 30%)
- ◆ 330 mentions/mois sur Instagram (France)

→ #4. Le style Vintage

- ◆ 16K recherches mensuelles en moyenne (-2%)
- ◆ 3,2K mentions/mois sur Instagram (France) (n°1)

→ #5. Le style Japonais

- ◆ 12K recherches mensuelles en moyenne (+ 27%)
- ◆ <100 mentions/mois sur Instagram (France)



Le style industriel, n°1 des recherches avec une croissance +14% entre avril 2020 et avril 2021



Le style scandinave, n°2 des recherches avec là aussi une croissance de +14% sur un an



Le style bohème, connaît lui une croissance plus forte (+30%) sur un an

Le bois, matériau le plus recherché en France

- Excepté pour les canapés (dont convertibles) et salons de jardin (recherche de matériaux solides), c'est bien le bois qui domine largement les recherches
- Sur Instagram, le bois représente même presque 50% des mentions de matériau sur les publications associées à la décoration



TOP 10 produits les + recherchés	1 ^{er} matériau le + recherché (recherches mensuelles)	2 ^e matériau le + recherché (recherches mensuelles)
Salon de jardin	Aluminium / résine (22 200)	Bois (14 800)
Canapé	Cuir (33 100)	Velours (14 800)
Meuble tv	Bois (18 100)	Métal / palette (4 400)
Table basse	Bois (33 100)	Marbre (22 200)
Bibliothèque	Bois (8 100)	Métal (2 400)
Bureau	Bois (14 800)	Verre (6 600)
Canapé convertible	Cuir (3 600)	Velours (2 900)
Meuble salle de bain	Bois (22 200)	Teck (3 600)
Dressing	Bois (1 900)	Tissu (1 000)
Tête de lit	Bois (49 500)	Rotin / palette (14 800)

3

Enjeux sociaux et
environnementaux :
quelles attentes ?

2

Meubles éco-responsables : une tendance en hausse chaque année

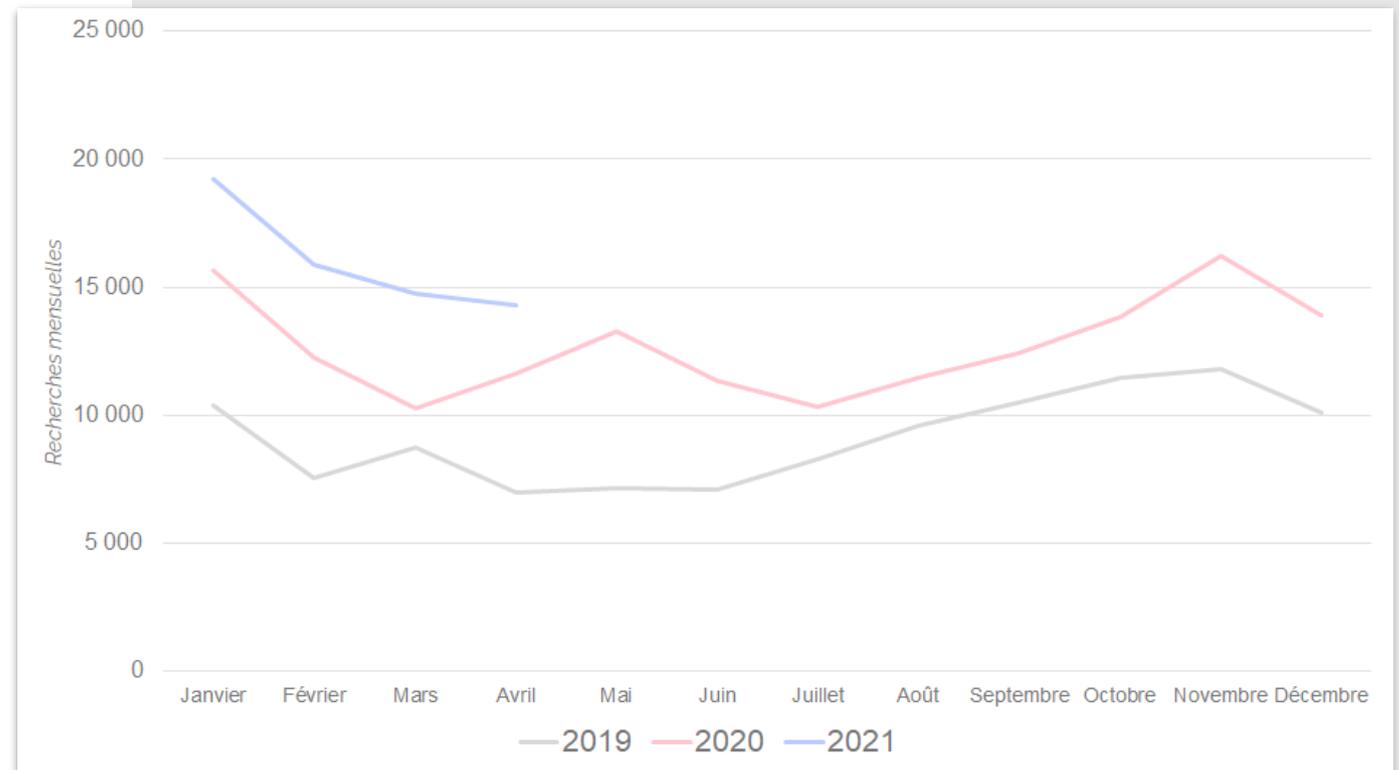
Après une hausse significative de **+48%** en 2020, la recherche de mobilier éco-responsable continue de croître début 2021 (+28% de recherches).

→ Néanmoins, les **volumes de recherches restent très faible** : 11 000 recherches moyennes mensuelles

Meubles recyclés : 60% des requêtes



À noter : la recherche de meubles recyclés/upcyclés représente la moitié des requêtes dans l'univers sémantique des “meubles éco-responsables”.



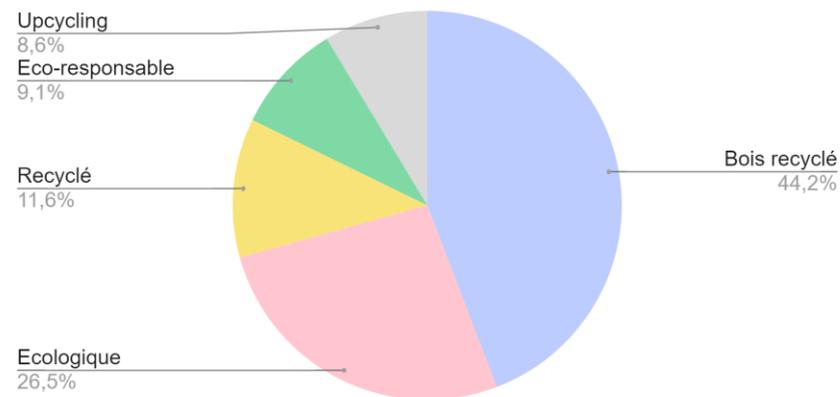
Evolution des volumes de recherches sur les champs sémantiques du mobilier éco-responsable (entre 2019 et 2021)

Meubles éco-responsables : les termes les plus recherchés

→ Lorsqu'ils recherchent un mobilier éco-conçu, les internautes vont principalement associer le meuble au critère "bois recyclé" (44% des recherches associées)

- ◆ Suivi des critères "écologique" (26%) ou "recyclé" (11%)

→ Avec le tableau ci-contre, on constate que les volumes mensuels restent très faibles



Mobilier éco-responsable : termes de recherche par volume (entre avril 2020 et avril 2021)

TOP 10 DES REQUÊTES LES PLUS RECHERCHÉES ASSOCIÉES AU MOBILIER ÉCO-RESPONSABLE

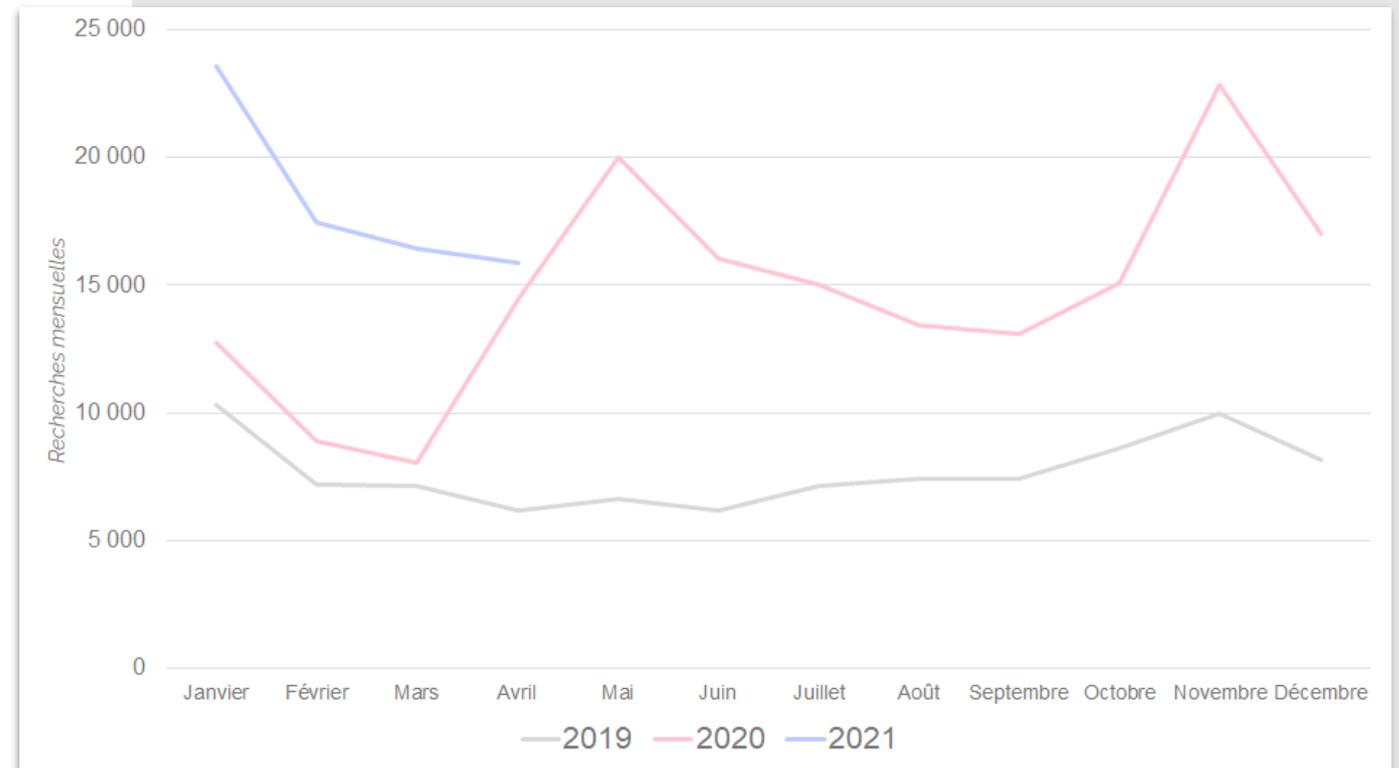
Requête	Recherches mensuelles	Evolution
matelas écologique	880	66%
meuble bois recyclé	720	18%
table bois recyclé	590	74%
table basse bois recyclé	590	31%
meuble tv bois recyclé	480	69%
buffet bois recyclé	480	55%
meuble recyclé	480	11%
meuble récup	390	12%
canapé écologique	390	-1%
décoration écologique	390	-14%

Meubles Made in France : 2020, année charnière

+43% de recherches en 2020 > +66% en 2021

Après une année charnière (voir graphique ci-contre) et une forte hausse des recherches de mobilier Made in France, l'année 2021 connaît des volumes supérieurs aux deux années précédentes.

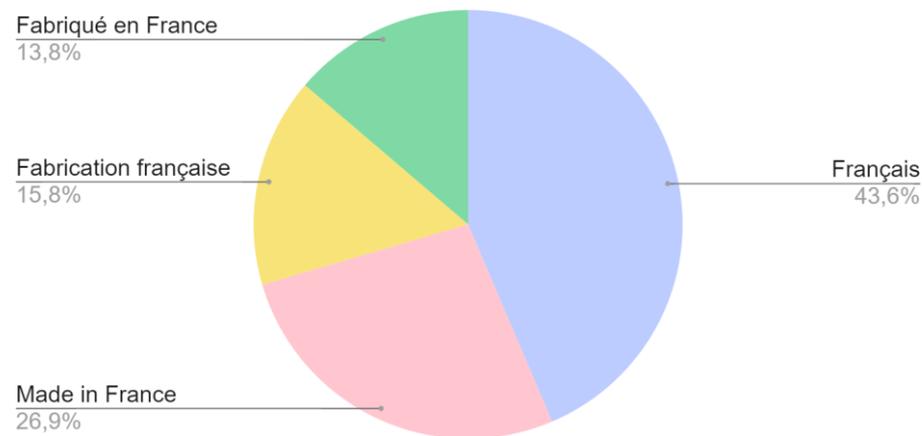
→ Malgré tout, cela représente en moyenne **18 000 requêtes chaque mois**



Evolution des volumes de recherches sur les champs sémantiques du mobilier éco-responsable (entre 2019 et 2021)

Meubles Made in France : des meubles spécifiques

- Le **canapé** est le principal type de meuble “made in France” recherché
- Suivi de l’univers de la **literie** avec les mots-clés “matelas” et “lit”



Termes associés aux recherches de meubles fabriqués en France

TOP 10 DES REQUÊTES ASSOCIÉES
AU MOBILIER FABRIQUÉ EN FRANCE FR

Requête	Recherches mensuelles	Evolution
meuble francais	1 300	99%
canapé francais	1 300	97%
matelas francais	1 300	80%
canapé made in france	880	57%
canapé fabriqué en france	590	93%
canapé fabrication francaise	590	60%
meuble made in france	590	59%
meuble francaise	590	-13%
matelas fabrication francaise	480	118%
décoration francaise	390	0%

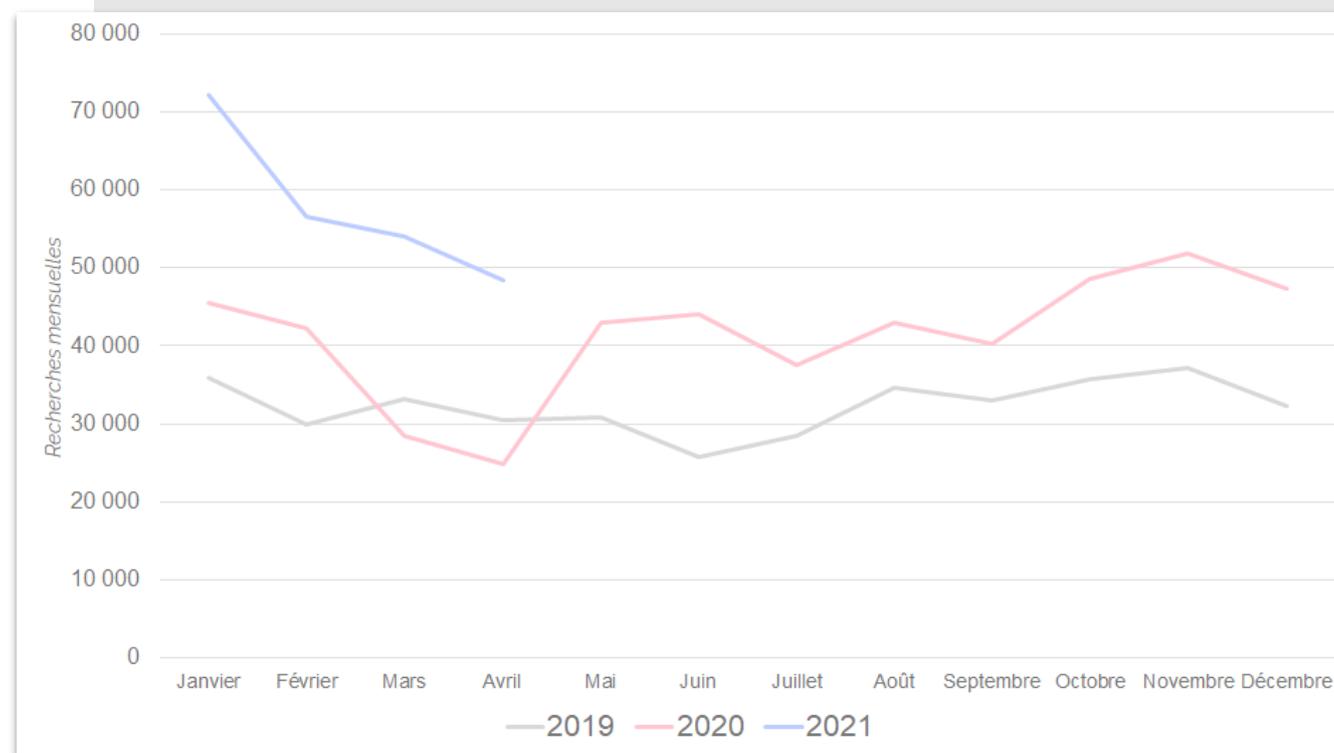
3. Où en est le marché de la seconde main ?

Le marché de l'occasion n'en finit pas de progresser

194% de recherches pour l'univers du meuble d'occasion en 2021

Après des années de hausse continue (+9% en 2020), la recherche de meubles d'occasion continue de croître en début d'année :

- Elle commence à atteindre **des volumes de recherche significatifs** avec **57 000 recherches mensuelles** en moyenne depuis le début de l'année
- Et même **72 000 recherches** en janvier dernier



Evolution des volumes de recherches sur les champs sémantiques du mobilier éco-responsable (entre 2019 et 2021)

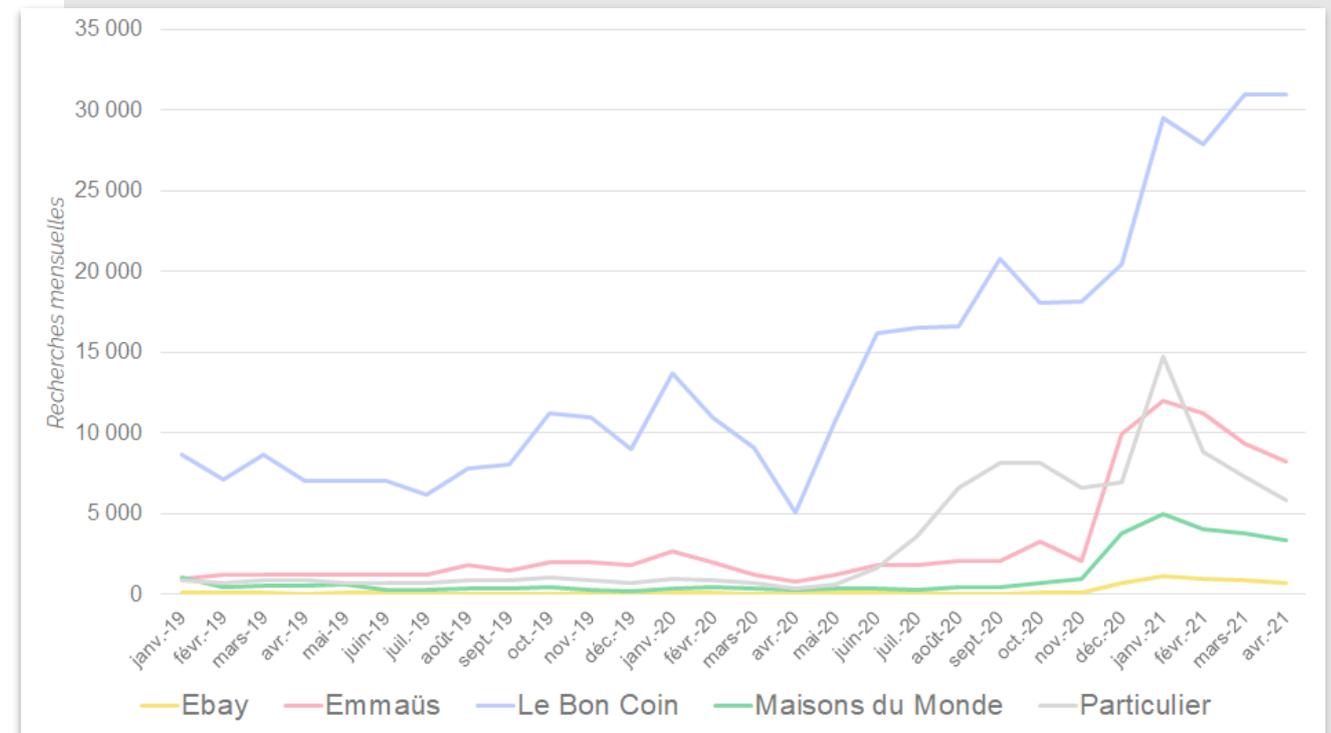
Meubles d'occasion : le réflexe LeBonCoin

Trois acteurs qui se démarquent naturellement mais 1 leader incontestable

Quatre marques sont plus associées par les internautes français à la recherche "meubles d'occasion" : LeBonCoin, Emmaüs, Maisons du Monde et Ebay.

- La requête "le bon coin meubles d'occasion" est tapée en moyenne 14 800 fois par mois
 - ◆ Soit plus du double de la requête générique "meuble occasion" !
- Le volume de recherche sur les requêtes "le bon coin meubles d'occasion" a triplé depuis la fin du 1^{er} confinement

Requête	Recherches mensuelles	Evolution
Le Bon Coin	19 230	207%
Emmaüs	2 060	507%
Maisons du Monde	690	1026%
Ebay	110	716%



Evolution des volumes de recherches de marques les plus associées à l'occasion (entre 2019 et 2021).

Meubles d'occasion : des recherches similaires au neuf

Les principales recherches de produits d'occasion sont similaires au TOP 10 des meubles les plus recherchés

Il est intéressant d'observer que les recherches associées aux meubles d'occasion se rapprochent du TOP 10 des meubles les plus recherchés en France : salon de jardin, canapé, meuble TV, table basse, bibliothèque, bureau, canapé convertible, meuble salle de bain, dressing, tête de lit.

REQUÊTES ASSOCIÉES AU MOBILIER D'OCCASION

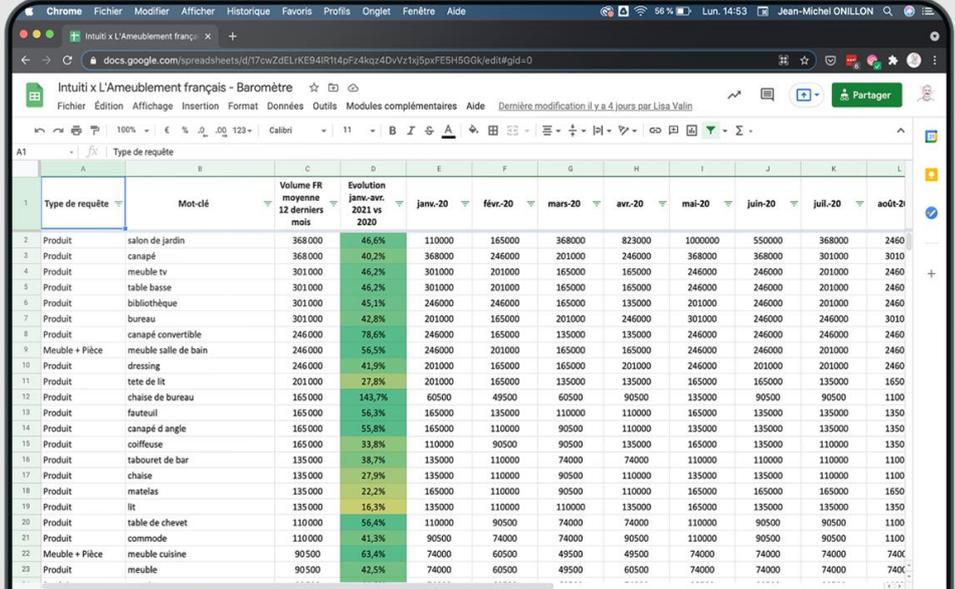
Requête	Recherches mensuelles	Evolution
canapé occasion	2 900	53%
bureau occasion	1 900	109%
salon de jardin occasion	1 300	80%
matelas occasion	1 000	536%
fauteuil occasion	1 000	62%
chaise occasion	880	30%
vaisselier occasion	880	25%
commode occasion	720	78%
meuble tv occasion	720	71%
canapé convertible occasion	720	69%
bibliothèque occasion	720	55%
table basse occasion	720	54%
armoire occasion	720	45%

Questions / Réponses

Etude “Ameublement des Français : quels comportements d’achats sur le digital ?” TÉLÉCHARGEZ LES DONNÉES

L’Ameublement Français propose à tous ses adhérents de consulter l’ensemble des données SEO récoltées pour l’élaboration ce baromètre.

→ [Accéder aux données 2021 du baromètre digital](#)



The screenshot shows a Google Sheet with the following columns: Type de requête, Mot-clé, Volume FR moyenne 12 derniers mois, Evolution janv.-avr. 2021 vs 2020, and monthly data from janv-20 to août-21. The data is sorted by the 'Evolution' column in descending order.

Type de requête	Mot-clé	Volume FR moyenne 12 derniers mois	Evolution janv.-avr. 2021 vs 2020	janv-20	févr-20	mar-20	avr-20	mai-20	juin-20	juil-20	août-21
Produit	salon de jardin	368 000	46.6%	110000	165000	368000	823000	1000000	550000	368000	2460
Produit	canapé	368 000	40.2%	368000	246000	201000	246000	368000	368000	301000	3010
Produit	meuble tv	301 000	46.2%	301000	201000	165000	165000	246000	246000	201000	2460
Produit	table basse	301 000	46.2%	301000	201000	165000	165000	246000	246000	201000	2460
Produit	bibliothèque	301 000	45.1%	246000	246000	165000	135000	201000	246000	201000	2460
Produit	bureau	301 000	42.8%	201000	165000	201000	246000	301000	246000	246000	3010
Produit	canapé convertible	246 000	78.6%	246000	165000	135000	135000	246000	246000	246000	2460
Meuble + Pièce	meuble salle de bain	246 000	56.5%	246000	201000	165000	165000	246000	246000	201000	2460
Produit	dressing	246 000	41.9%	201000	165000	165000	201000	246000	201000	201000	2460
Produit	tete de lit	201 000	27.8%	201000	165000	135000	165000	165000	165000	135000	1650
Produit	chaise de bureau	165 000	143.7%	60500	49500	60500	90500	135000	90500	90500	1100
Produit	fauteuil	165 000	56.3%	165000	135000	110000	110000	165000	135000	135000	1350
Produit	canapé d angle	165 000	55.8%	165000	110000	90500	110000	135000	135000	135000	1350
Produit	coiffeuse	165 000	33.8%	110000	90500	90500	135000	165000	135000	110000	1350
Produit	tabouret de bar	135 000	38.7%	135000	110000	74000	74000	110000	110000	110000	1100
Produit	chaise	135 000	27.9%	135000	110000	90500	110000	135000	135000	110000	1100
Produit	matelas	135 000	22.2%	165000	110000	90500	110000	165000	165000	165000	1650
Produit	lit	135 000	16.3%	135000	110000	110000	135000	165000	135000	135000	1350
Produit	table de chevet	110 000	56.4%	110000	90500	74000	74000	110000	90500	90500	1100
Produit	commode	110 000	41.3%	90500	74000	74000	90500	110000	90500	90500	1100
Meuble + Pièce	meuble cuisine	90500	63.4%	74000	60500	49500	49500	74000	74000	74000	7400
Produit	meuble	90500	42.5%	74000	60500	49500	60500	74000	74000	74000	7400

Merci de votre attention

CONTACT

Catherine Vereecke, Directrice Communication et de la
Relation Adhérents l'Ameublement français
Catherine.vereecke@ameublement.com

Jean-Michel Onillon, Responsable du pôle Influence &
stratégies de contenus, Intuiti
jm.onillon@intuiti.net

