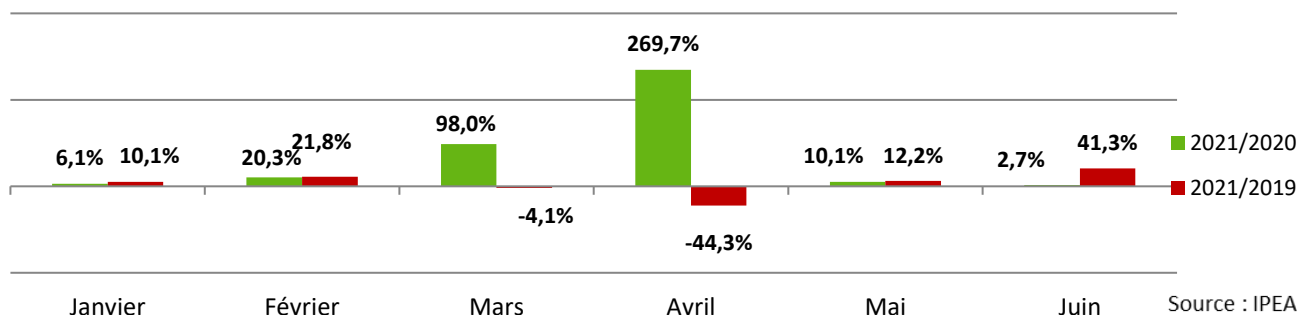


Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2021/ juin 2020	+2,7 %
juin 2021/ juin 2019	+41,3%
Evolution du cumul à fin juin 2021/2020	+26,3 %
juin 2021/2019	+5,1%

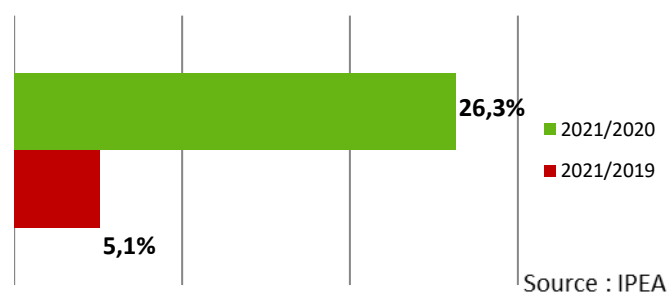
Le premier semestre 2021 meilleur que 2019

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



L'année dernière, le mois de juin arrivait après deux mois de confinement où l'activité dans les magasins était quasiment au point mort, ce qui avait fait bondir ses résultats de 35%. Si l'on pouvait légitimement s'attendre à un recul du marché sur ce mois en 2021, il n'en est rien et ce dernier progresse encore faiblement par rapport à 2020 avec un **+2,7%** enregistré mais surtout affiche un résultat supérieur de **41,3%** à celui de 2019. L'engouement pour la maison et le meuble se prolonge malgré la reprise progressive de nombreuses activités extérieures (loisirs, culture, restauration etc...) et les arbitrages des dépenses des Français ne se sont pas encore faits en faveur de ces dernières. La situation sur le marché demeure très hétérogène en juin. Si les spécialistes parviennent pour la plupart d'entre eux à prolonger la croissance enregistrée ces derniers mois, certaines enseignes qui avaient connu une forte reprise de leur activité dès la fin du premier confinement marquent le pas et voient leurs ventes reculer, parfois fortement pour certaines.

Evolution valeur en cumul 6 mois



Sur le cumul du premier semestre, la croissance se réduit progressivement par rapport à 2020 mais le marché enregistre toujours une progression de ses ventes de **26,3%** sur la période. En ce qui concerne 2019, le marché parvient à effacer le retard pris durant les mois de fermeture en avril et mai et la forte croissance du mois de juin lui permet d'enregistrer une croissance de **5,1%** sur six mois, ce qui constitue un résultat assez spectaculaire alors que tous les magasins de meubles auront été fermés pendant au moins six semaines, voire plus de trois mois pour les plus grandes surfaces.

Les tendances produits au premier semestreLe meuble de cuisine

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 30%

Tout va bien sur le segment du meuble de cuisine qui maintient le rythme de croissance le plus élevé par rapport à 2020. Les ventes progressent fortement même sur le deuxième trimestre malgré pourtant la fermeture des points de vente de meubles durant tout le mois d'avril et la première partie du mois de mai. Si les ventes ont bien évidemment été en retrait sur la période par rapport à une activité normale, les commandes auront encore été nombreuses malgré la difficulté de vendre ce produit fortement impliquant financièrement sans l'appui du magasin. Les spécialistes cuisine tirent encore une fois leur épingle du jeu avec des carnets de commande qui continuent de se remplir. Point négatif et corollaire de cette forte demande, les délais s'allongent pour la livraison alors que les tensions ressenties sur le marché des matières premières pourraient également allonger encore un peu plus les délais. La volonté de monter en gamme des consommateurs observée les mois précédents semble toujours d'actualité même si sur cette catégorie de meubles les grandes surfaces de bricolage ne sont pas en reste sur des offres cuisine premier prix tout au long du premier semestre.

Les canapés, fauteuils et banquettes

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

Les dernières enquêtes IPEA auprès des futurs consommateurs l'ont mis en évidence, c'est le canapé qui domine les intentions d'achat de mobilier des ménages français. Rien d'étonnant donc à retrouver le segment du meuble rembourré juste derrière la cuisine sous l'impulsion des belles performances de ce produit phare du salon/séjour. Les ventes de canapé et fauteuils progressent fortement sur le premier semestre. Une fois n'est pas coutume et après un redémarrage plus poussif sur les premiers mois de l'année, les ventes de banquette progressent également fortement au cours du deuxième trimestre. Comme pour la cuisine, la volonté de monter en gamme de certains consommateurs sur le canapé est toujours présente avec de belles performances des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme, des spécialistes et des pure-players spécialistes sur les dernières semaines.

Le meuble de salle de bains

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

Les meubles de salle de bains enregistrent la troisième croissance du marché du meuble. La partie la plus importante de la croissance se fait par le biais des grandes surfaces de bricolage dans le cadre du réaménagement du logement avec meubles + outillage + matériaux. Sur ce premier semestre, elles se distinguent de la concurrence et renforcent leur position de leader en enregistrant les meilleures progressions. Les spécialistes pour leur part peinent à suivre le rythme de ces enseignes, même si leurs performances montent en puissance au fil des mois.

Le meuble de jardin

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

En 2020, le segment avait peu pâti de la fermeture des points de vente au premier semestre. Durant la période du premier confinement les acteurs de la vente en ligne avaient dopé leurs ventes sur ce produit et le fort rattrapage au moment de la réouverture avait permis de combler le manque à gagner des deux mois de confinement. Si sur ce premier semestre 2021, et contrairement à d'autres segments du meuble, le marché du jardin ne bénéficie pas d'un effet de rattrapage, il aura profité de toutes les mesures de restriction de déplacement et de limitation des sorties pour développer ses ventes. Comme en 2020 durant le premier confinement, les ménages se sont lancés dans un réaménagement de leur jardin pour profiter de la venue du printemps.

Le meuble meublant

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

Les ventes progressent par rapport à 2020 en ce qui concerne le segment des meubles meublants mais à un rythme moins soutenu que d'autres segments du meuble. En termes de produits, une partie du budget consacré au salon séjour est dévolue à l'achat du canapé, ce qui rogne sur la part attribuée au meublant. Les ventes de meublant de salon séjour progressent donc moins vite sur le premier semestre que celles destinées à la chambre à coucher. Les ventes de meubles d'appoint progressent à un rythme similaire à celles pour le salon séjour. De manière étonnante, le télétravail n'a pas « boosté » les ventes de mobilier de bureau domestique au 1^{er} semestre 2021 par rapport à 2020.

La literie

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Enfin, la literie ferme la marche en ce qui concerne les produits meuble, malgré toutefois une croissance supérieure à 15% sur les six premiers mois de l'année. Pourtant, suite à la hausse des prix moyens dans la majeure partie des enseignes et au développement continu des ventes de literies de 160 cm et plus, les paniers moyens continuent doucement de progresser. Si certaines opérations promotionnelles au long cours continuent toutefois de minimiser la reprise sur ce segment, elles ne constituent pas la raison principale à cette contre-performance relative qui est plutôt à imputer au consommateur. En effet, les ménages semblent pour le moment plus impliqués dans les autres pièces de leur maison que par leurs achats de literie.

Les tendances circuits au premier semestre

Les spécialistes salon

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 45%

Le canapé demeure en tête des intentions d'achat des Français dans les mois à venir. Cette situation profite aux spécialistes dans une période où le consommateur n'est pas seulement ouvert à la promotion mais aussi au produit, sa qualité et sa durée de vie puisqu'il a un peu plus de budget. De plus, les spécialistes salon ainsi que les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme constituent de bonnes alternatives pour les ménages qui souhaitent acheter des produits en cuir dont le nombre de références dans les enseignes de la grande distribution ameublement continue encore de diminuer.

Les spécialistes cuisine

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 40%

Sans surprise, les spécialistes cuisine suivent de très près les spécialistes salon. Les acteurs du secteur profitent de la forte demande sur ce produit liée à la fermeture des brasseries et restaurants durant de nombreux mois. Si l'activité a été ralentie en avril et mai suite aux fermetures, elle n'en est pas moins restée bien plus dynamique que l'année dernière à la même époque. Le principal problème maintenant est de pouvoir suivre la demande en termes de production. Pour les mois à venir, les professionnels du circuit s'attendent toutefois à une baisse des commandes avec la réouverture des brasseries et restaurants qui pourrait pousser certains ménages à désertier leur cuisine. Le circuit devrait toutefois rester dynamique d'ici la fin de l'année, les projets de cuisine des ménages étant encore nombreux.

Les spécialistes literie

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

La situation est moins confortable en ce qui concerne les spécialistes literie. Si l'effet de rattrapage a bien lieu sur le premier semestre avec de belles croissances par rapport à 2020, l'intérêt moindre porté par le consommateur au produit par rapport à d'autres segments du meuble ne permet pas aux spécialistes literie de suivre le rythme de leurs homologues du salon ou de la cuisine.

L'ameublement milieu haut de gamme

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 30%

Sur un marché où le consommateur ne parle plus simplement de prix mais où il recommence maintenant à s'intéresser au produit, les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme ont su tirer leur épingle du jeu. Depuis la fin du premier confinement le circuit parvient à recréer de la valeur et profite pleinement des envies des consommateurs de se diriger vers des produits qui leur permettent de monter en gamme. Sans surprise en 2021, c'est sur le canapé et les fauteuils que le circuit réalise ses meilleurs scores. Le meublant, premier poste en valeur du circuit progresse également sur les six premiers mois de l'année.

Les grandes surfaces de bricolage

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 30%

Alors que le bricolage a le vent en poupe du côté des ménages français, c'est sans surprise que les grandes surfaces de bricolage voient leurs ventes progresser fortement sur le début de l'année. Suite aux restrictions de déplacement annoncées au printemps, c'est sur le segment des meubles de jardin que le circuit enregistre ses meilleurs résultats, segment sur lequel il est déjà leader, ce qui lui permet de renforcer sa position. Le circuit n'est pas non plus en reste en ce qui concerne la salle de bains et la cuisine. Pour cette dernière, les ventes se développent surtout rapidement sur des produits premiers prix sur les premiers mois de l'année. On notera les très bons résultats enregistrés sur les rangements de chambre à coucher et notamment le dressing. Au regard du poids des 1^{er} prix, on peut toutefois s'interroger sur l'impact qu'aura l'augmentation du prix des matières premières sur la structure des gammes de ce circuit ?



Les pure-players

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Comme tous les autres circuits, les pure-players voient leurs ventes progresser sur le premier semestre. Toutefois, on remarquera que cette progression est moindre que celle de la majeure partie des circuits physiques. Ces derniers sont dans une démarche de rattrapage au premier semestre dans laquelle ne se retrouvent pas les pure-players qui pour leur part ont enregistré de bons résultats sur la période en 2020 suite à la fermeture des magasins. Ce résultat montre toutefois que lorsqu'ils ont le choix, les consommateurs continuent de privilégier le magasin à la vente en ligne. Parmi ses principaux marchés, c'est sur le rembourré et la literie que le circuit enregistre les meilleures performances sur un premier semestre encore rythmé par les promotions mais aussi par une montée en gamme réussie pour certains.

La grande distribution ameublement

Performance S1 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Encore une fois fortement handicapée sur ce début d'année par la fermeture des surfaces de vente de plus de 20 000 m² puis ensuite de plus de 10 000 m² avant la fermeture complète des magasins au début du deuxième trimestre, la grande distribution ameublement parvient cependant à faire mieux que sur le premier semestre 2020. Toutefois, le circuit, plus impacté que d'autres vu la taille de ses points de vente et qui aura dû composer avec la réduction du parc de magasins de certains de ses acteurs majeurs, ne peut suivre le rythme de la concurrence. La croissance est néanmoins au rendez-vous sur le premier semestre mais à des niveaux moindres que les autres circuits de la vente physique