

## Le mois de juillet en bref...

Evolution du marché juillet 2021/ juillet 2020	<b>+6,7 %</b>
juillet 2021/ juillet 2019	<b>+23,5%</b>
Evolution du cumul à fin juillet 2021/2020	<b>+22,3 %</b>
juillet 2021/2019	<b>+8,0%</b>

## Le marché poursuit sa croissance en juillet

## Evolution marché du meuble domestique m / m – 12

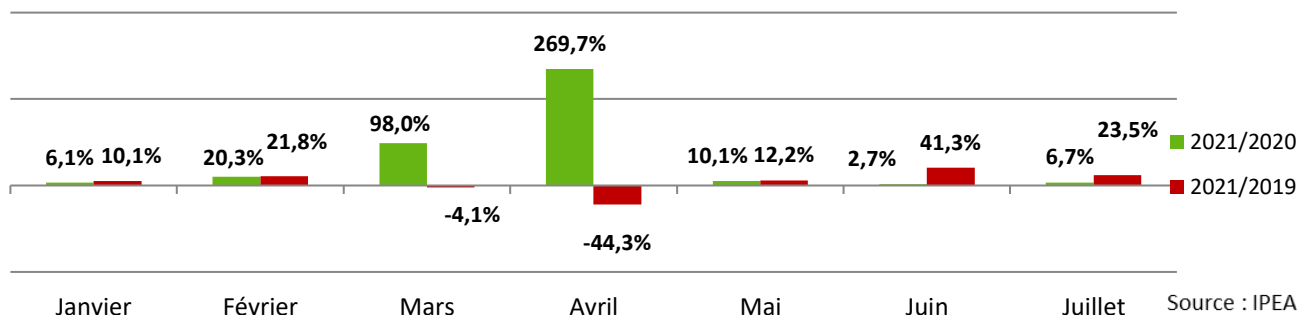
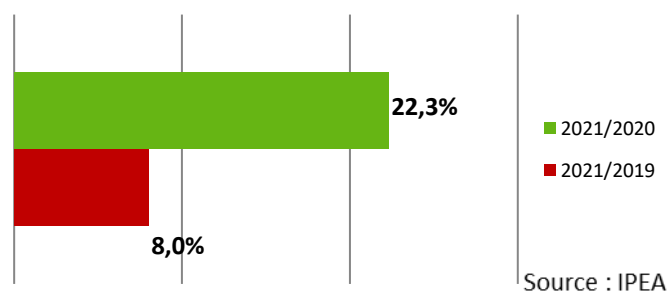


Schéma similaire en juillet par rapport au mois de juin. Malgré la forte croissance enregistrée en 2020 (+14,8%), le mois progresse encore, même si plus faiblement, et voit ses ventes en valeur augmenter de **6,7%**. Cette année encore le mois de juillet aura pu bénéficier de la période de début des soldes qui ont démarré le 30 juin mais aussi d'un samedi en plus qui aura pesé dans la balance. Si les premiers mois de l'année reflétaient une tendance globale à la croissance quelles que soient les enseignes, la situation est plus contrastée depuis quelques semaines. Sur le mois, les ventes de cuisine et des spécialistes cuisine marquent le pas avec une croissance plus faible comparée à d'autres segments du meuble comme la literie par exemple qui reprend des couleurs en juillet alors que le rembourré continue pour sa part à progresser à un rythme soutenu. Du point de vue des enseignes, les spécialistes literie parviennent à se distinguer tout comme les spécialistes salon.

## Evolution valeur en cumul 7 mois



Au niveau de la croissance cumulée sur sept mois, les résultats sont également au beau fixe. Si la croissance par rapport à 2020 ralentit faiblement pour se maintenir tout de même à **+22,3%**, le gain d'activité par rapport à 2019 continue pour sa part à se développer. Le marché accentue son avance sur la dernière année d'activité hors crise sanitaire avec une progression des ventes de **23,5%** en juillet par rapport à 2019 et une croissance de **8,0%** sur le cumul des sept premiers mois, soit un gain d'un peu plus de 600 millions d'euros sur la période.

Suite à la pandémie de Covid 19, l'année 2020 aura permis au e-commerce de renforcer sa position dans le commerce de détail de biens alors que les ventes de services étaient en berne. Fin août, la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) a mis en ligne son rapport annuel faisant le bilan de l'année 2020. Petite revue d'effectif des principaux chiffres.

**13,1%**, c'est la part du e-commerce dans le commerce de détail de produits en 2020 (hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques), en progression de 3,3 points sur un an suite à la fermeture des points de vente physique de biens non essentiels pendant de nombreuses semaines. Au global, le chiffre d'affaires de la vente en ligne s'est établi à 112,2 milliards d'euros, en croissance de 8,5% avec toutefois de fortes disparités entre les ventes de services (-10% dont -41% sur les transports, tourisme et loisirs) et la vente de produits (+32%). On notera que la progression est toutefois moindre que les années précédentes (13% en moyenne sur les quatre dernières années). En volume, ce sont 1,84 milliard de transactions qui ont été effectuées en ligne en 2020, soit une croissance de 5,8% par rapport à 2019. Amazon demeure toujours le leader de la vente en ligne avec plus de 50% des acheteurs en ligne ayant réalisé une commande sur le site entre octobre 2019 et septembre 2020. Viennent ensuite la Fnac qui n'affiche pour sa part un taux de pénétration que de 24% devant Cdiscount à 17%.

**15%**, selon l'indice ICE 100 du panel de la Fevad, c'est le volume d'affaires des places de marché sur la vente en ligne, en progression de 27% en 2020 par rapport à l'exercice précédent.

**41,6 millions**, soit le nombre de Français qui ont effectué des achats en ligne en 2020. Un peu plus de 40% d'entre eux ont effectué des achats de leur mobile, ce qui représente un peu plus de 17 millions de consommateurs via ce canal. En moyenne, les consommateurs en ligne ont effectué 3,7 achats par mois sur la toile pour un panier annuel de 2700 €.

**+3,8%**, c'est la croissance du nombre d'acheteurs en ligne en 2020, soit la plus forte progression enregistrée depuis 2015, conséquence de la crise sanitaire depuis le début de l'année. Ce sont 1,5 million de nouveaux acheteurs qui ont fait leur arrivée sur la toile. La consommation sur Internet s'accélère et 37% des consommateurs en ligne commandent davantage depuis le début de la pandémie. Le chiffre d'affaires des produits de grande consommation progresse de 42% et celui des autres produits de 25%. Parmi les principales raisons évoquées pour expliquer cette surconsommation, on trouve dans l'ordre le fait d'éviter de se déplacer en magasin pour 52% des consommateurs en ligne, le fait d'éviter les contraintes sanitaires en magasin pour 45% d'entre eux alors que 34% n'avaient pas d'autres choix lors des deux confinements.

**53%**, c'est la croissance des ventes en valeur des sites internet des enseignes physiques en 2020. La crise sanitaire aura mis en lumière les sites Internet des magasins et aura constitué un formidable coup d'accélérateur pour leur activité avec des croissances supérieures à 100% durant les mois de confinement.

**29,7%** des consommateurs en ligne en 2020 ont acheté des produits « maison, décoration » selon la Fevad. Même si ce pourcentage est loin d'être négligeable, il reste loin de l'habillement (53,9% des consommateurs), des produits culturels (50,1%), ou encore de l'électroménager (35,2%) mais devant le textile et le linge de maison, produits pourtant historiques de la vente par correspondance (25,7%) ou la musique, les livres et les vidéos en ligne (23,8%).