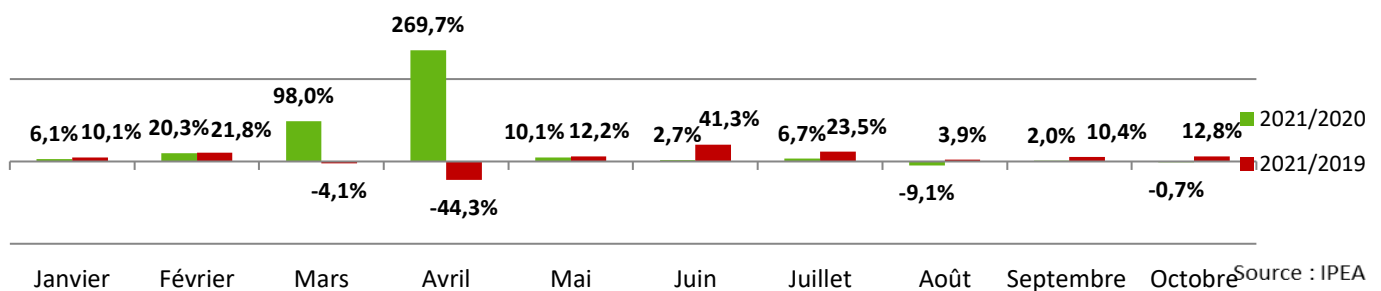


Le mois d'octobre en bref...

Evolution du marché octobre 2021/ octobre 2020	-0,7%
octobre 2021/ octobre 2019	+12,8%
Evolution du cumul à fin octobre 2021/2020	+13,6%
octobre 2021/2019	+8,3%

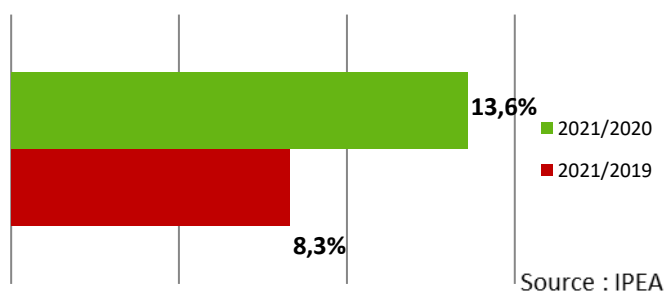
Les ventes reculent faiblement en octobre

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Les ventes de meubles reculent faiblement durant le mois d'octobre, elles se contractent de **0,7%**, ce qui constitue néanmoins un bon résultat sur la base d'un exercice 2020 qui affichait une croissance de presque 13% en octobre dans la crainte d'un futur confinement à venir, poussant de nombreux ménages à anticiper leurs achats. Le marché conserve donc une avance conséquente sur sa performance d'octobre 2019 avec une progression de **12,8%**. Encore une fois ce sont les enseignes plus haut de gamme qui s'en sortent le mieux sur le mois, avec notamment de bonnes performances des spécialistes cuisine et literie. Les enseignes de l'ameublement haut de gamme voient elles aussi leurs performances progresser tandis que du côté de la grande distribution, les grandes surfaces de bricolage restent fortes sur les ventes de cuisine, salle de bains et meublant sur la période.

Evolution valeur en cumul 10 mois



La performance cumulée de l'exercice 2021 sur 10 mois recule encore un peu pour s'établir maintenant à **+13,6%**. Cette dernière devrait toutefois remonter fortement à fin novembre puisque le marché affichait en 2020 sur ce mois un recul de ses ventes de plus de 40% suite à la deuxième vague de fermetures de commerces de biens non essentiels. Le marché voit également son résultat quant à son exercice 2019 progresser encore un peu plus sur 10 mois avec une avance maintenant confortable de **+8,3%** sur ce dernier exercice sans covid.

Au début des années 2010, le Black Friday s'est installé en France afin de rythmer les ventes de la fin du mois de novembre en multipliant les promotions. Au fil des années, ce dernier a conquis la majorité des acteurs de la distribution et est parvenu à s'immiscer dans tous les secteurs de la vente de produits comme de services. S'il est encore trop tôt au moment de la rédaction de cette note pour tirer des conclusions sur les performances et résultats de ce millésime 2021, une étude de l'Obsoco* réalisée avant cette édition fait le point sur l'opinion que se font les Français de cette période de soldes et de promotions, et celle-ci s'avère plutôt mitigée.

41%, c'est la part des personnes interrogées qui déclaraient vouloir participer au Black Friday 2021, soit un recul de seize points par rapport à 2019. Faut-il déjà y voir une perte d'intérêt des consommateurs pour un événement somme toute relativement récent ? La multiplication des remises et promotions dans certains secteurs tout au long de l'année réduit-elle l'attractivité d'un tel événement ? On notera toutefois qu'un quart des futurs participants à l'opération se sont retenus de faire des achats avant cette période et que la moitié des Français considèrent toujours que le Black Friday permet de réaliser de bonnes affaires.

13% des Français se déclarent maintenant opposés au Black Friday, c'est six points de plus qu'en 2019. 80% des répondants associent ainsi au Black Friday une image de sur-consommation, d'autant plus que l'opération qui initialement se déroulait sur un long week-end, du vendredi au lundi suivant, s'étale maintenant dans certaines enseignes sur près de deux semaines en amont de ce week-end. On notera également que 57% des répondants estiment que cette période les incite à investir dans des produits dont ils n'ont pas réellement besoin.

Si un certain phénomène de lassitude lié à de trop nombreuses promotions pendant l'année ainsi qu'à une période du Black Friday de plus en plus longue au fil des années, qui retire le côté exceptionnel de ce week-end de promotions, permettrait d'expliquer ce désintérêt relatif, il semble aussi qu'un sentiment de méfiance quant aux remises pratiquées se rajoute à ces éléments. Ainsi ce sont **56%** des Français qui estiment maintenant que les remises affichées pendant le Black Friday n'en sont pas vraiment. Ce sentiment de méfiance grandit puisque la part des répondants qui n'apportent que peu de crédit aux promotions pratiquées progresse de neuf points sur les deux dernières années. On notera également le recul de 15 points dans le même laps de temps des Français qui estimaient que cette opération était synonyme de plaisir et une période pour réaliser de bonnes affaires.

Pour finir, l'étude met en évidence que **29%** des Français seraient favorable à l'annulation du Black Friday afin de ne pas pénaliser le commerce de proximité et que 33% des répondants se montrent sans opinion sur cette question, ne laissant que 37% des Français favorables à la poursuite du Black Friday.

*Un échantillon de 4 000 personnes représentatif de la France métropolitaine selon la méthode des quotas sur des critères d'âge, de profession, de région de résidence, de taille d'agglomération de résidence et de niveau de diplôme le plus élevé, a été interrogé en ligne entre le 2 et le 10 novembre 2021.



JEUDI 16 DÉCEMBRE 2021 - PARIS

EN PRÉSENTIEL OU EN VISIOCONFÉRENCE, À VOTRE CONVENANCE !

10:00

Le marché du meuble et de la décoration en 2021 / Prévisions 2022
Equipe IPEA

11:00

Covid : quelles mutations majeures du marché du meuble en termes
de distribution, d'industrie et de comportements consommateurs ?
Qu'en déduire pour les années à venir ?
Equipe IPEA

12:30 - 13:30

Cocktail déjeunatoire

à partir de 13:30

Visites libres, dans Paris, de concepts de distribution inspirants
à partir d'une *roadmap* fournie par l'Institut de la Maison - IPEA

PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2022



SOCIÉTÉ

Nom ou raison sociale _____

TVA intracommunautaire (obligatoire) _____

Adresse _____

Code postal / Ville _____

Tél. _____

PARTICIPANTS

Nom / prénom _____

Fonction _____ E-mail _____

Nom / prénom _____

Fonction _____ E-mail _____

Nom / prénom _____

Fonction _____ E-mail _____

FRAIS D'INSCRIPTION

1 personne _____ **249,00 euros HT / 298,80 euros TTC**

2 personnes _____ **400,00 euros HT / 480,00 euros TTC**

3 personnes et plus _____ **650,00 euros HT / 780,00 euros TTC**

RÈGLEMENT

Le règlement doit impérativement parvenir avant le séminaire accompagné du bulletin

par chèque : à l'ordre de l'IPEA

par virement : HSBC FR PARIS GARE DE LYON

IBAN : FR76 3005 6002 6902 6900 0096 608

SWIFT : CCFRFRPP

par CB sur my.weezevent.com/institut-de-la-maison-ipea-colloque-annuel

Date _____

Cachet et signature

IMPORTANT : toute inscription annulée moins de 8 jours avant la date de la journée est due intégralement et ne pourra donner lieu à un remboursement. **Ce séminaire ne peut pas être pris en charge par le budget formation.** Bulletin d'inscription à retourner avec le règlement à l'adresse suivante : **IPEA / 29 rue Censier 75005 Paris** ou à larue@ipea.fr
Tél : 33 (0)9 53 45 02 85