



**L'Ameublement
français**

CONTACT PRESSE

L'Ameublement français
120 avenue Ledru-Rollin
75011 Paris
01 44 68 18 40
pressecom@ameublement.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



DU LOGEMENT CONNECTÉ A LA BULLE HYPERACTIVE LA MAISON RÉINVENTÉE



Depuis les années 50, la maison des Français évolue : de symbole du progrès matériel pendant les « Trente glorieuses », elle est devenue dans les années 90 un cocon protecteur face à la crise. La généralisation d'Internet, dans les années 2000, l'a transformée en maison connectée. En 2020, la crise sanitaire lui a ouvert de nouvelles perspectives en permettant aux activités entravées par l'épidémie de se poursuivre : travail, sport, loisirs, santé... Les Français en ont profité pour revoir leur cadre de vie, réaménageant tout ou partie de leur logement en véritable espace hybride.



CE QU'IL FAUT RETENIR

- 1. Si la crise a consacré la fonction refuge du logement, elle a également initié de nombreux chantiers partout en France :** 40% des Français ont effectué des travaux, 41% veulent en faire dans un avenir proche.
- 2. Le futur de la maison est plus que jamais désirable !** Les envies des Français s'organisent autour d'une maison plus écologique #MAISONDURABLE, des espaces extérieurs récréatifs et actifs #JARDIN"OUVRIER" et des espaces flexibles #MAISON LEGO.
- 3. La réinvention de la maison suscite d'importants besoins en meubles :** un Français sur cinq s'apprête à acheter des meubles neufs d'ici 2022.
- 4. La production locale apparaît comme un défi de taille** pour les fabricants de meubles, dans un contexte où une grande majorité des Français (80%) encouragent le "made in France".
- 5. De l'idée inspirante aux solutions personnalisées, l'ambition des Français à réinventer leur logement offre de nombreuses opportunités aux professionnels de l'habitat** pour les prochains mois et les prochaines années.

EN 2020, LES FRANÇAIS ONT RÉINVENTÉ LEUR LOGEMENT

Les faits sont là. Entre mars 2020 et mars 2021, 40 % des Français ont effectué des travaux dans leur résidence principale ou secondaire. 24 % ont rénové leur chambre, 15 % leur salon et 15 % leur cuisine. Ils n'ont pas oublié les meubles : 33 % des personnes interrogées disent en avoir changé au cours de la même période. Et 16 % ont même changé de lieu d'habitation **LA**

MAISON, UN CHANTIER D'AVENIR

Il ne fait guère de doute que cette dynamique va se poursuivre. En effet, 41 % des Français envisagent de faire des travaux au cours de l'année qui vient. 32 % veulent effectuer des travaux eux-mêmes ou avec l'aide d'un proche dans leur résidence principale et 18 % envisagent de faire appel à un professionnel. De nombreux logements se transformeront ainsi, l'espace de quelques semaines ou de quelques mois, en chantiers temporaires.

TROIS SCÉNARIOS DÉSIRABLES POUR L'HABITAT DE DEMAIN

Derrière cette ferveur bâtitresse, se dessine le visage de la maison du futur. Quand on interroge les Français à ce sujet, trois visions se dégagent.

LA MAISON DURABLE : c'est la vision de ceux qui veulent accélérer la transition vers une maison plus durable. Ils souhaitent équiper leur logement en respectant l'environnement et en se rapprochant de la nature. **LE JARDIN "OUVRIER" :** de nombreux Français font d'un coin jardin leur priorité. Ils rêvent d'un espace en plein air pour se détendre, cultiver des fruits et des légumes ou venir y travailler de temps en temps. **Enfin, LA MAISON LEGO :** c'est celle privilégiée par ceux qui veulent gagner de l'espace et optimiser leur logement en rendant certaines pièces multifonctionnelles.



TROIS SCÉNARIOS DÉSIRABLES POUR L'HABITAT DE DEMAIN

Derrière cette ferveur bâtitresse, se dessine le visage de la maison du futur. Quand on interroge les Français à ce sujet, trois visions se dégagent.

LA MAISON DURABLE : c'est la vision de ceux qui veulent accélérer la transition vers une maison plus durable. Ils souhaitent équiper leur logement en respectant l'environnement et en se rapprochant de la nature. **LE JARDIN "OUVRIER"** : de nombreux Français font d'un coin jardin leur priorité. Ils rêvent d'un espace en plein air pour se détendre, cultiver des fruits et des légumes ou venir y travailler de temps en temps. **Enfin, LA MAISON LEGO** : c'est celle privilégiée par ceux qui veulent gagner de l'espace et optimiser leur logement en rendant certaines pièces multifonctionnelles.

QUELS MEUBLES POUR DEMAIN ?

Cet engouement pour la maison se traduit par une envie de s'équiper en meubles. Si l'on examine les intentions des Français pour les 12 prochains mois, on se rend compte qu'ils diversifieront leurs achats. En effet, ils sont 20 % à avoir l'intention d'acheter des meubles neufs dans les 12 mois qui viennent et 19 % à envisager d'acquérir des meubles d'occasion. Mais si les Français sont attirés par l'occasion, ils restent attachés aux meubles neufs. Une majorité nette (61 %) déclare préférer acheter les meubles neufs plutôt que d'occasion.

LES CRITÈRES D'ATTRACTIVITÉ DU MEUBLE EN 2021

Pour séduire les Français, les professionnels de l'ameublement devront répondre à leurs attentes. L'attractivité des meubles dépend aujourd'hui de six critères. Le premier est la **durabilité**. 94 % des personnes interrogées estiment que, quand ils achètent des meubles, « c'est pour les garder longtemps ». Le second critère réside dans la matière première utilisée. 80% jugent important **une fabrication à partir de matériaux naturels** (bois, pierre...). Le « **made in France** » forme le troisième critère. 76 % des Français déclarent acheter de préférence des produits fabriqués en France. Autre dimension de plus en plus décisive : **la transparence sur les modes de fabrication**. 79 % des Français déclarent qu'il est important pour eux de « savoir d'où viennent les produits » qu'ils achètent.

Deux autres attentes sont également fortement exprimées. D'une part, **les Français veulent des meubles pour optimiser l'espace**. 53 % d'entre eux disent rechercher de préférence des meubles avec plusieurs fonctions (ex : un canapé-lit, un tabouret-coffre de rangement, une table-bureau...). **D'autre part, il ne faut pas oublier le style**. 58 % des Français avouent qu'ils n'aiment pas « avoir des meubles que l'on trouve chez tout le monde » et l'esthétique ou leur personnalité sont décisifs dans un nombre de cas non négligeables.



LE DEFI DU « MADE IN FRANCE »

Dans de nombreux domaines, la période de crise est propice aux idées de relocalisation de la production. Le secteur du meuble n'y échappe pas. De fait, les Français sont nombreux (80 %) à juger important la fabrication française dans l'ameublement. Cependant, seulement 29 % sont prêts à payer 15 à 20 % plus cher pour du « made in France ». De même, 67 % considèrent que la fabrication à partir de matériaux produits localement (dans un rayon de 250 km autour de chez vous) est un critère important, mais seulement 18 % sont prêts à payer 15 à 20 % plus cher pour du local. Le défi de la fabrication française dans les années qui viennent sera de prouver qu'elle est accessible au plus grand nombre.

Lise Brunet, directrice conseil de Sociovision : « 2020 aura été une année de grande remise en question. Le regard des Français sur leur logement a changé et créé des besoins durables. Maison écologique, modularité des espaces de vie, pièces extérieures à vivre et à cultiver, mobilier made in France... : les Français sortent de cette crise avec plein de projets dans la tête. Pour autant, le chemin qui mène vers l'idéal n'est pas sans difficultés et pour les professionnels de l'habitat, l'enjeu sera de les accompagner dans leurs nouveaux scénarios de vie ».

Etude réalisée pour l'Ameublement français, par Sociovision, institut spécialisé dans le suivi et l'anticipation des valeurs, des modes de vie et de consommation, filiale du groupe Ifop.
Méthodologie : enquête quantitative réalisée en ligne auprès d'un échantillon de 1000 individus, représentatif de la population française âgée de 18 à 70 ans. Le recueil des données a eu lieu du 15 au 23 Mars 2021.

À propos de l'Ameublement français

L'Ameublement français est une organisation professionnelle qui rassemble 380 entreprises françaises de la fabrication d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie. Accélérateur de son industrie, l'Ameublement français facilite la conquête de ses adhérents vers les marchés nationaux et internationaux, encourage l'innovation et les savoir-faire afin de s'adapter aux enjeux de demain et s'engage au profit d'une filière vertueuse et durable. L'Ameublement français met à leur disposition des ressources et initie des actions collectives favorisant le partage avec tous les acteurs de la chaîne de valeur, de l'objet au projet. Convaincu de la force du collectif, l'Ameublement français est un acteur engagé sur les scènes politiques, économiques, et sociales pour faire rayonner l'excellence industrielle et l'art de vivre à la française. ameublement.com

avec le soutien du



comité professionnel de développement
des industries françaises de l'ameublement et du bois