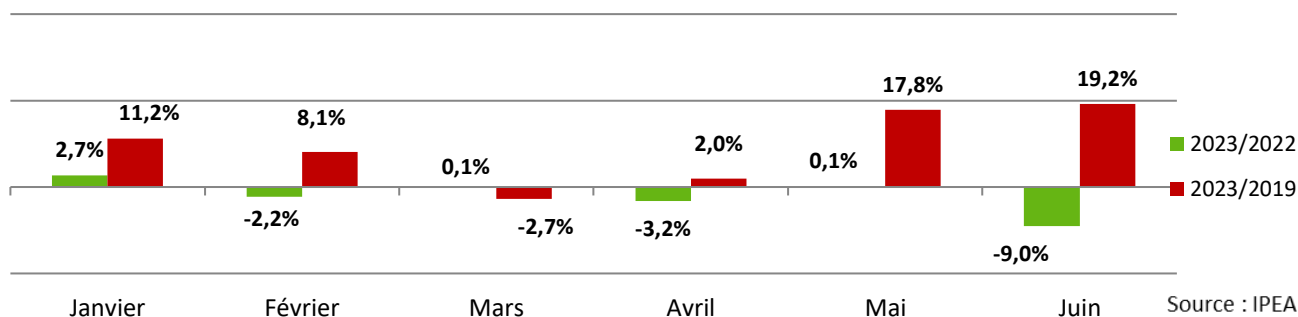


Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2023/ juin 2022	-9,0 %
juin 2023/ juin 2019	+19,2%
Evolution du cumul à fin juin 2023/2022	-1,9 %
juin 2023/2019	+8,9%

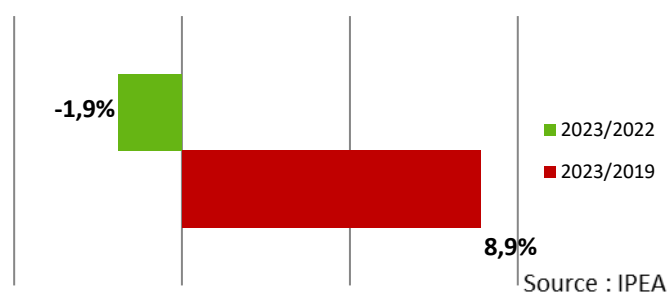
Fort recul d'activité en juin

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Chute d'activité plus marquée en ce qui concerne le mois de juin sur le marché du meuble qui voit son chiffre d'affaire reculer de **9,0%**. En plus d'un marché en berne en volume ces derniers mois et de ménages qui ne sont pas forcément enclins à dépenser pour leur logement, le décalage des soldes d'été d'une semaine en 2023 permet d'expliquer ce résultat. Ainsi, en 2022, les soldes avaient démarré le mercredi 22 juin alors qu'ils n'auront démarré que le mercredi 28 en 2023. De plus, lors de l'exercice précédent, le premier samedi des soldes était en juin alors que pour l'exercice en cours, il était en juillet. Aucun segment ou circuit ne parvient véritablement à tirer son épingle du jeu sur le mois même si quelques acteurs parviennent néanmoins à faire progresser leur chiffre d'affaires sur la période. Par rapport à 2019, le marché parvient à conserver une confortable avance sur ce dernier exercice pré-covid (**+19,2%**), notamment sous l'impact du décalage de saisonnalité lié aux confinements des printemps 2020 et 2021.

Evolution valeur en cumul 6 mois



En ce qui concerne le cumul des six premiers mois de l'année, le marché s'affiche en repli de **1,9%** par rapport à 2022, le marché reste plus largement en avance par rapport à 2019 (**+8,9%**), même si la progression demeure inférieure à la hausse des prix sur la période. A contrario du mois de juin, le mois de juillet devrait profiter du décalage des soldes et voir son résultat progresser par rapport à l'exercice précédent, ce qui devrait permettre de remonter légèrement le cumul par rapport à 2022, à moins que le ralentissement de la hausse des prix ne pèse fortement sur le marché et ne se traduise par un ralentissement des ventes en valeur en juillet.

Les tendances produits au premier semestre

Sur le premier semestre 2023, les résultats sont contrastés en ce qui concerne les différents segments du meuble. Si le meublant et la literie parviennent à tirer leur épingle du jeu sur le premier semestre et voient leurs résultats progresser, ne serait-ce que faiblement, la salle de bains, le jardin et, une fois n'est pas coutume, la cuisine voient pour leur part leurs ventes chuter assez fortement en valeur. Entre les deux, le rembourré peine à maintenir ses ventes sur les six premiers mois de l'année.

Le meuble meublant

Performance S1 2023/2022 : entre 0% et +5%

A l'exception du mois de juin, le meuble meublant aura conservé au deuxième trimestre sa dynamique des trois premiers mois de l'année. Le segment bénéficie à la fois de la hausse des prix comme tous les segments du meuble mais aussi de la bonne dynamique des enseignes de la grande distribution ameublement, leader sur ce marché, qui enregistrent les meilleurs résultats sur les six premiers mois de l'année. La bonne tenue des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sur les cinq premiers mois de l'année, autre acteur majeur du marché, aura également permis au chiffre d'affaires du segment de progresser. Parmi les différents produits qui le composent, on notera les bons résultats des meubles de chambre à coucher qui dominent cette année les ventes de meublant en écho aux bons résultats de la literie. La chambre semble être la pièce qui attire l'attention des ménages ces derniers mois.

La literie

Performance S1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Après plusieurs exercices en demi-teinte, la literie relève la tête sur le premier semestre 2023. Au cours des cinq premiers mois, les résultats ont été au rendez-vous, à la fois au sein du circuit de la grande distribution ameublement mais aussi chez les spécialistes, avant que la contre-performance du mois de juin ne vienne fortement tempérer les résultats du premier semestre. Contrairement aux dernières années, les arbitrages des ménages sur le marché du meuble jouent plutôt en faveur de la literie, ce qui est courant historiquement en période de tension sur le pouvoir d'achat. Le segment bénéficie d'un repère de marques fortes et identifiées par le consommateur qui jouent un rôle de réassurance au moment de l'achat.

Les canapés, fauteuils, banquettes

Performance S1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Pendant de nombreux mois, le canapé aura été en tête des intentions d'achat des ménages en ce qui concerne leur mobilier. Toutefois, l'investissement que nécessite cette acquisition pousse de plus en plus de consommateurs à décaler leurs achats et attendre une période plus propice lorsque certains ne les annulent pas purement et simplement. Si la banquette avait connu un regain d'activité pendant quelques mois en 2022, les résultats sont en net recul sur le premier semestre. Les difficultés rencontrées par certains acteurs majeurs de la vente en ligne sur un produit qui demeure bien implanté au sein du circuit ne sont sans doute pas étrangères à cette contre-performance.

La salle de bains

Performance S1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Le mobilier de salle de bains voit ses ventes reculer en valeur sur le premier semestre 2023. Le segment aura dû composer avec de nombreux obstacles sur ce début d'année. Nous pourrions ainsi citer la baisse de régime de ses deux circuits majeurs que sont les grandes surfaces de bricolages et les spécialistes salle de bains. Les premières ont dû composer avec une forte chute de trafic auprès de ménages qui mettent un frein à leurs vellétés de travaux suite aux hausses des coûts des matériaux. Les secondes ont dû pour leur part composer avec des coûts que les ménages ne sont plus prêts à consentir alors que les arbitrages dans leurs dépenses se font légion. Enfin, le ralentissement des transactions dans l'immobilier ancien ces derniers mois n'aura pas joué en faveur du segment dont l'activité reste fortement corrélée aux déménagements.

Le mobilier de jardin

Performance S1 2023/2022 : entre -10% et -5%

Le segment du meuble de jardin ferme quasiment la marche sur les six premiers mois de l'année alors qu'il avait enregistré la plus forte progression en valeur en 2022 mais aussi en 2020. Ce surplus de consommation ces dernières années de la part des ménages constitue une part de l'explication à la baisse de performances du segment sur ce premier semestre. A cela s'ajoute le fait que les températures estivales dans certaines régions auront mis du temps cette année à arriver, retardant ainsi les achats des ménages. On notera également que les chiffres de l'Insee mettent en évidence une hausse des prix moindre sur les douze mois qui viennent de s'écouler pour le meuble de jardin par rapport au mobilier d'intérieur. L'effet inflation est donc moins présent sur ce marché et ne permet pas de soutenir autant le chiffre d'affaires sur ce segment que pour les autres marchés du meuble.

La cuisine intégrée

Performance S1 2023/2022 : entre -10% et -5%

Comme au premier trimestre, c'est la cuisine intégrée qui ferme la marche sur les six premiers mois de l'année. Si les acteurs spécialisés voient leurs ventes chuter parfois assez lourdement, ceux de la grande distribution ameublement parviennent pour leur part à développer leur chiffre d'affaires, contrairement aux grandes surfaces de bricolage qui sont pénalisées par les baisses de trafic qui touchent leurs rayons. L'engouement des ménages pour la cuisine intégrée est toujours présent mais bon nombre d'entre eux doivent revoir leurs ambitions à la baisse en ce qui concerne cet achat. Les ménages ne sont plus prêts à investir.

Les tendances circuits au premier semestre

Deux circuits se détachent sur la première moitié de l'année, ce sont ceux de la grande distribution ameublement et des spécialistes literie qui sont les deux seuls à enregistrer des croissances significatives en valeur sur les six premiers mois de l'année. On notera également les bons résultats de l'ameublement milieu haut de gamme par rapport à la concurrence même s'il ne parvient pas pour sa part à faire progresser son activité en valeur, faute à un mois de juin en fort recul.

La grande distribution ameublement

Performance S1 2023/2022 : entre 0% et +5%

La grande distribution ameublement constitue l'un des deux grands gagnants des six premiers mois de l'année. Le circuit voit ses ventes en valeur progresser sur tous ses principaux marchés avec de belles croissances sur le meublant qui enregistre les meilleurs résultats sur le circuit. Toutes les enseignes ne

Indicateur de Conjoncture

Note Semestrielle Juin 2023

partagent pas toutefois la même dynamique et les résultats sont disparates d'un acteur à l'autre. Le circuit sur les premiers mois bénéficie des arbitrages des Français à la recherche de produits à moindre coût et séduit par des offres en kit notamment sur la cuisine.

Les spécialistes literie

Performance S1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Les spécialistes literie enregistrent des résultats qui sont proches de ceux des enseignes de la grande distribution ameublement. Là aussi, les résultats sont relativement hétérogènes selon les enseignes même si une tendance à la hausse se dégage, les croissances pouvant toutefois aller du simple au double en fonction des acteurs. On notera que parmi les enseignes spécialisées du meuble, les spécialistes literie sont parmi les seules à afficher des résultats en croissance alors que les spécialistes cuisine, salon ou salle de bains sont pour leur part plus en retrait. Les prix pour le moment sur ce circuit constituent moins un obstacle pour le consommateur que sur d'autres. Certains acteurs du circuit ont repris un rythme d'ouvertures de nouveaux points de vente soutenu, ce qui aura permis de maintenir et développer l'activité sur les six premiers mois de l'année.

L'ameublement milieu haut de gamme

Performance S1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Les résultats du mois de juin auront grevé les performances de l'ameublement milieu haut de gamme sur le premier semestre. Après cinq premiers mois positifs, la contre-performance de juin aura empêché le circuit de terminer le premier semestre en croissance. Comme lors des trimestres précédents, les résultats sont légèrement mieux orientés en ce qui concerne l'ameublement haut de gamme dont la clientèle est moins sujette aux arbitrages. Le circuit ne parvient pas à maintenir ses ventes sur ses deux marchés majeurs que sont le meuble meublant et le rembourré.

Les spécialistes salon

Performance S1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Les spécialistes salon comme la majorité des autres spécialistes peinent à résister sur les six premiers mois de l'année. Les résultats reculent légèrement alors que certains acteurs très présents médiatiquement continuent de résister et à faire progresser leur chiffre d'affaires sur la période. Sur les six premiers mois de l'année, la prépondérance encore plus marquée de produits tissus à moindre coût dans les achats des ménages profite plutôt aux enseignes de la grande distribution ameublement qu'aux spécialistes.

Les pure-players

Performance S1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Les ventes des pure-players reculent sur les six premiers mois de l'année en ce qui concerne le mobilier. La notion de prix bas associée à la vente en ligne ne permet pas d'attirer plus les consommateurs sur les sites que dans les magasins dans une période où l'aménagement du logement ne constitue pas la préoccupation principale des ménages. Les meilleurs résultats sont plutôt à aller chercher du côté des market place qui continuent leur développement que des acteurs historiques du circuit qui voient la concurrence encore se renforcer. Après le développement des sites des enseignes de la vente physique dont nous avons déjà parlé dans les notes précédentes, les pure-players doivent maintenant composer aussi avec une concurrence de plus en plus soutenue des acteurs du marché de l'occasion en ligne, de plus en plus souvent sollicités par le consommateur pour réduire ses coûts afin de réaménager son logement.



IPEA News

Indicateur de Conjoncture

Note Semestrielle Juin 2023

Les grandes surfaces de bricolage

Performance S1 2023/2022 : entre -10% et -5%

La hausse des coûts des matières premières ainsi que la baisse des transactions dans l'immobilier ancien associées à la baisse du pouvoir d'achat auront eu raison des envies de travaux des ménages et donc des bonnes performances des grandes enseignes de bricolage en ce qui concerne le mobilier. La baisse de fréquentation dans les enseignes touche tous les rayons et le mobilier ne fait pas exception à la règle. Sur ses quatre marchés majeurs que sont la cuisine, le jardin, le meublant et la salle de bains, le circuit voit ainsi ses ventes reculer de manière sensiblement égale. Pour la cuisine, la salle de bains ou encore le dressing, certains ménages se rabattent sur des offres en kit premiers prix pour diminuer la facture surtout si ces achats s'accompagnent de travaux pour faire suite à une installation

Les spécialistes cuisine

Performance S1 2023/2022 : entre -10% et -5%

Si ces dernières années les spécialistes cuisine ont enregistré, exercice après exercice, les meilleures croissances sur le marché du meuble, la situation est inverse sur cette première moitié de l'année. Sur les six premiers mois de l'année, malgré l'intérêt des Français pour la pièce cuisine, ces derniers ne sont pas prêts à s'impliquer dans des achats importants ce qui dessert les performances des spécialistes cuisine. L'investissement se révélant tout simplement bien trop élevé pour de nombreux ménages.