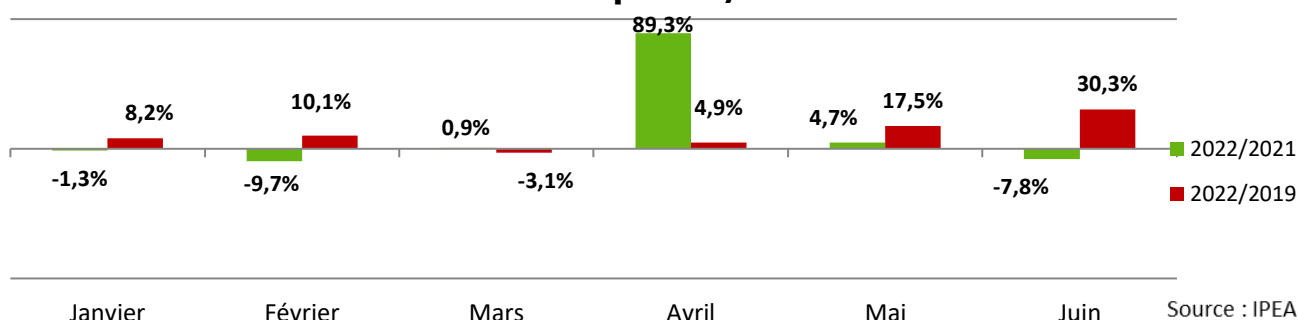


Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2022/ juin 2021	-7,8 %
juin 2022/ juin 2019	+30,3%
Evolution du cumul à fin juin 2022/2021	+5,3 %
juin 2022/2019	+10,7%

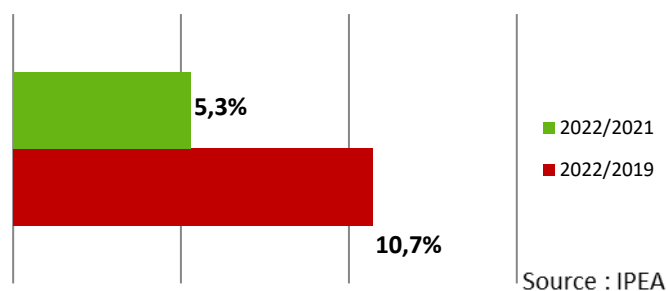
L'activité recule en juin

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



Sur la base de la très forte croissance du mois de juin 2020, supérieure à 35%, confirmée ensuite en 2021 (+3%), et au vu de la conjoncture actuelle, il y avait peu de chances que le marché parvienne à maintenir un tel niveau de chiffre d'affaires en 2022. C'est donc sans surprise qu'il enregistre en juin un recul de son activité assez marqué de 7,8%. Toutefois, le mois demeure largement en avance sur son résultat de l'année 2019 avec un gain en valeur de 30,3%. On notera néanmoins que le marché est en repli en juin malgré des prix en hausse par rapport à l'exercice précédent et alors qu'il bénéficiait d'une semaine de soldes supplémentaire sur ce mois, ce qui sous-entend un recul non négligeable des volumes vendus par rapport à 2021. Durant le mois, aucun circuit ne parvient véritablement à sortir du lot, exception faite de la vente en ligne qui reprend quelques couleurs après plusieurs mois de recul de ses ventes. Au sein de chaque circuit aucune enseigne ne parvient non plus véritablement à se détacher, même si certains acteurs arrivent à stabiliser leurs ventes où à les faire très légèrement progresser sur le mois.

Evolution valeur en cumul 6 mois



Du côté des résultats cumulés, le recul du mois de juin se traduit négativement par rapport à 2021 et le premier semestre n'affiche maintenant plus une progression que de 5,3%, mais il reste fortement en avance sur sa dernière performance hors covid de 2019 avec une croissance de 10,7%, largement supérieure à celle enregistrée à fin mai. Les performances de juillet ces deux dernières années qui plaçaient le mois en 2021 presque 25% au-dessus de sa valeur de 2019 pourraient se traduire par un nouveau recul de marché par rapport à 2021, même si le mois devrait conserver de l'avance sur 2019.

Les tendances produits au premier semestre

Sur le premier semestre 2022, tous les segments du meuble affichent des résultats en croissance, principalement sous l'effet du rattrapage des fermetures des magasins au premier semestre 2021. La belle performance du marché enregistrée sur les six premiers mois de l'année cache toutefois une situation moins idyllique avec des reculs de performances parfois assez marqués sur les mois hors rattrapage. Si l'on retire les performances du mois d'avril, pendant lequel tous les points de vente de meuble étaient fermés en 2021, le marché enregistrerait un résultat en recul de 3% par rapport à 2021 sur la moyenne des cinq autres mois. La fréquentation est en baisse alors que les ménages doivent renforcer les arbitrages au sein de leurs dépenses. La hausse des prix de vente en magasin, consécutive à la hausse des prix des matières premières et du transport, permet de compenser un net recul des volumes vendus et ce quelle que soit la famille de produits.

Les meubles de jardin

Performance S1 2022/2021 : entre +5% et +10%

Sur les six premiers mois de l'année, ce sont les meubles de jardin qui enregistrent la meilleure progression malgré un premier trimestre difficile. L'effet rattrapage du début de deuxième trimestre consécutif aux fermetures de magasins en 2021 ainsi que le climat estival du printemps, le troisième plus chaud depuis 1900 derrière 2011 et 2020, auront ramené les ménages dans les magasins pour s'équiper à nouveau en mobilier de jardin. On notera de belles performances des jardineries qui ont bénéficié pleinement de cet effet rattrapage au mois d'avril, pile au début de la saison du jardin. Les pure-players pour leur part se montrent plus en retrait sur ce segment sur lequel ils réalisent d'ordinaire des résultats qui en ont fait un des leaders de ce marché.

Le meuble de salle de bains

Performance S1 2022/2021 : entre +5% et +10%

L'activité en ce qui concerne le marché de la salle de bains est elle aussi positive. Ce sont les bainistes qui enregistrent les meilleures performances sur ce premier semestre. Si d'ordinaire, les transactions dans l'immobilier ancien devraient soutenir l'activité sur cette pièce de la maison, la hausse des tarifs des logements et des différents matériaux pour effectuer les travaux ainsi que les difficultés d'accès au crédit rencontrées par certains ménages pourraient allonger le délai entre emménagement et rénovation et décaler dans le temps les achats de mobilier de salle de bains.

Le meuble meublant

Performance S1 2022/2021 : entre +5% et +10%

Comme au cours du premier trimestre, sur l'ensemble du semestre le meuble meublant profite pleinement de l'effet rattrapage dans les enseignes de la grande distribution ameublement, les plus touchées par les fermetures administratives l'année dernière et leaders sur ce segment. En termes de croissance, on notera que sur ce premier semestre priorité semble avoir été donnée à la chambre à coucher qui enregistre de meilleures progressions par rapport à 2021 que le mobilier de salon séjour. C'est toutefois le mobilier de bureau qui affiche les meilleures performances sur le semestre. Suite à la crise du covid, le télétravail continue son développement, ce qui joue en faveur de cette famille du meublant.

La literie

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

Comme lors des exercices précédents, on constate des performances positives pour la literie sur le premier semestre mais le segment reste encore en retrait par rapport à d'autres familles du meuble après des années où il aura fait la course en tête. A l'instar du meublant, l'effet de rattrapage des enseignes de la grande distribution entraîne vers le haut les ventes de matelas et sommiers. Les spécialistes literie ne démeritent pas non plus et enregistrent également des croissances supérieures à la moyenne sur ce segment. Les performances en retrait des pure-players limitent néanmoins la croissance de la literie.

La cuisine

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

La cuisine comme tous les autres segments du meuble profite également de l'effet rattrapage lié aux fermetures du premier semestre 2021 avec des résultats toutefois erratiques sur les six premiers mois de l'année. Les hausses des prix des matières premières se font ressentir sur des factures qui pouvaient déjà être élevées selon la configuration de la cuisine ou le circuit, ce qui peut freiner la volonté de certains consommateurs sur cet achat particulièrement impliquant financièrement. Une fois n'est pas coutume, sur ce premier semestre, ce ne sont pas les spécialistes cuisine qui enregistrent le meilleur résultat sur le segment mais les enseignes de la grande distribution ameublement pour les raisons déjà évoquées précédemment.

Les canapés, fauteuils, banquettes

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

Si les sièges rembourrés ferment la marche, leurs performances restent proches de celles des deux segments précédents par rapport à 2021. Dans cette période de tension sur le pouvoir d'achat, ce sont les banquettes qui enregistrent les meilleurs résultats sur le premier semestre devant les canapés et fauteuils. Si la banquette a été délaissée ces dernières années, le prix encore inférieur du produit par rapport aux canapés convertibles attire des ménages qui ont pour le moment moins de moyens.

Les tendances circuits au premier semestre

La grande distribution ameublement

Performance S1 2022/2021 : entre +10% et +15%

Les enseignes de la grande distribution ameublement sont celles qui ont été les plus impactées par les fermetures de points de vente tout au long du premier semestre 2021. L'arrêt d'activité pour certains magasins a en effet duré plus de trois mois selon l'importance de leur surface ou s'ils étaient à l'intérieur d'un centre commercial de grande taille. La croissance est donc au rendez-vous pour toutes les familles de produits avec parmi les principaux marchés du circuit de très bons résultats sur la cuisine et le meublant.

Les spécialistes literie

Performance S1 2022/2021 : entre +5% et +10%

Si la croissance de la literie est une des plus faibles du meuble sur le premier semestre par rapport à 2021, les spécialistes literie ne démeritent pas pour leur part sur ce segment et enregistrent parmi les meilleures

Indicateur de Conjoncture

Note Semestrielle Juin 2022

progressions du marché. Pour les spécialistes literie, comme pour les autres spécialistes, la tension sur leur pouvoir d'achat pourrait amener les ménages à se détourner de ces enseignes plus haut de gamme au profit d'enseignes qui présentent des prix plus abordables ou de reporter leurs achats en attendant une baisse de prix éventuelle.

L'ameublement milieu haut de gamme

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

L'embellie continue pour les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sur ce début d'année 2022 avec des résultats parmi les meilleures progressions sur ce premier semestre. Le circuit voit son chiffre d'affaires progresser sur ses deux principaux marchés avec toutefois de meilleurs résultats du côté du rembourré que du meublant. Sur le premier semestre, on remarquera également de meilleures performances du côté du haut de gamme que du milieu de gamme.

Les spécialistes cuisine

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

Une fois n'est pas coutume, le circuit des spécialistes cuisine n'est pas celui qui enregistre les meilleures performances. La croissance reste toutefois toujours d'actualité mais à des niveaux moindres que ceux enregistrés en 2021. Sur le premier semestre, le circuit subit la hausse des matières premières mais aussi la croissance à l'arrêt des mises en chantier. La baisse de pouvoir d'achat des ménages n'est pas une bonne nouvelle pour le circuit, au vu des montants dépensés par le consommateur. Les ménages pourraient reporter dans le temps leur investissement.

Les grandes surfaces de bricolage

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

Les transactions dans l'immobilier ancien ralentissent doucement, les prix des matières premières sont en hausse, le pouvoir d'achat en baisse et les ménages ont été nombreux à entamer des travaux dans leur logement au cours de ces deux dernières années. Conséquence, l'activité du marché du bricolage se ralentit sur le premier semestre 2022. Le rayon meuble des grandes surfaces de bricolage voit ainsi sa fréquentation diminuer mais le chiffre d'affaires progresse néanmoins sous l'impulsion de prix en hausse comme dans les autres circuits.

Les spécialistes salon

Performance S1 2022/2021 : entre 0% et +5%

Les spécialistes salon restent en croissance sur les six premiers mois de l'année mais loin de leurs performances de l'exercice précédent. Un attrait du consommateur retrouvé pour la banquette ces dernières semaines ne plaide pas non plus en faveur de ces enseignes dans lesquelles le produit est quasiment absent. Les difficultés rencontrées par des ménages qui doivent de plus en plus arbitrer dans leurs dépenses n'est pas non plus favorable au circuit mais plutôt à la vente en ligne et à la grande distribution ameublement concernant les canapés et fauteuils sur des achats d'entrée de gamme moins coûteux.

Les pure-players

Performance S1 2022/2021 : entre -10% et -5%

Les pure-players sont ceux qui enregistrent les moins bons résultats sur ce premier semestre. Ils constituent également le seul circuit à voir son activité reculer par rapport à 2021. Sur les six premiers mois de l'année, en 2020 comme en 2021, le circuit avait pu profiter de la fermeture des points de vente de meuble pour pouvoir développer son activité. Sur ce début d'exercice 2022, les points de vente sont restés ouverts et le



IPEA News

Indicateur de Conjoncture

Note Semestrielle Juin 2022

flux de consommateurs qui s'était dirigé vers la vente en ligne sur la période au cours des deux exercices précédents revient en majeure partie vers la vente physique. On notera également que le développement de la vente en ligne de nombreuses enseignes de la vente physique a fortement renforcé la concurrence pour les acteurs pure-players historiques, ce qui a nécessairement empiété sur leur activité et leur chiffre d'affaires. A cela, il convient également d'ajouter le développement des places de marché...