

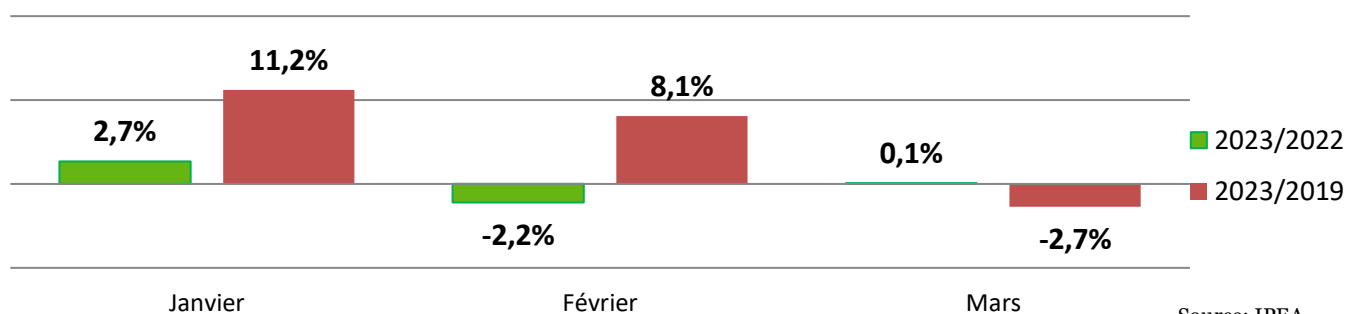
## Le mois de mars en bref...

Evolution du marché mars 2023/ mars 2022 **+0,1 %**  
mars 2023/ mars 2019 **-2,7%**

Evolution du cumul à fin mars 2023/2022 **+0,4 %**  
mars 2023/2019 **+5,6%**

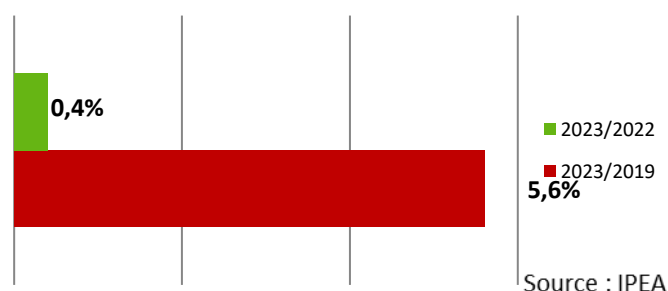
## Chiffre d'affaires stable en mars

## Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Peu de changement sur le marché du meuble en mars. Encore une fois, la hausse des prix permet de compenser la chute des ventes en volume, ce qui conduit au maintien du chiffre d'affaires sur le mois (**+0,1%**). Par rapport au mois de mars 2019, dernière année référence, le marché recule de **2,7%**. Encore une fois tous les segments du meuble ne sont pas dans la même dynamique sur la période. On notera ainsi de belles progressions en ce qui concerne les canapés fauteuils, banquettes ainsi que pour le meuble meublant qui continue de faire la course en tête. De belles performances également sur la literie, en mars et au premier trimestre, qui reprend des couleurs sur le début d'année après un exercice 2022 plus terne. Les autres segments du meuble sont pour leur part en recul sur le mois, notamment en ce qui concerne la cuisine et le jardin qui ferment la marche. Sur le mois de mars, on notera encore une fois de belles performances de la part des enseignes de la grande distribution ameublement mais aussi de celles de l'ameublement milieu haut de gamme qui dominent les ventes sur le mois alors que les pure-players et les grandes surfaces de bricolage sont plus en difficulté.

## Evolution valeur en cumul 3 mois



Même bilan sur le trimestre que sur le mois de mars. Le marché parvient tout juste à maintenir ses ventes sur les trois premiers mois de l'année avec une croissance de seulement **0,4%**. Par rapport à 2019, le résultat négatif de mars pèse sur le cumul en valeur qui n'est plus que de **5,6%**. Sur le trimestre, comme sur le mois, ce sont les enseignes de la grande distribution ameublement qui enregistrent les meilleurs résultats et dans leur sillage le meuble meublant qui affiche également les meilleures croissances du marché.

## Les tendances produits sur le 1<sup>er</sup> trimestre

Au cours d'un premier trimestre mitigé sur le marché du meuble, tous les segments du secteur ne suivent pas la même tendance. Si certains voient leur valeur progresser de manière assez significative, d'autres peinent pour leur part à maintenir leur activité. On notera ainsi sur ce début d'année que trois segments parviennent à faire progresser leurs ventes en valeur, ce sont le meublant, qui enregistre la meilleure performance sur les trois premiers mois de l'année ainsi que la literie, qui fermait pourtant la marche sur les derniers exercices en termes de progression, mais aussi le rembourré. A contrario, les trois segments restants peinent pour leur part à maintenir leur activité, c'est ainsi que le meuble de salle de bains, la cuisine, une fois n'est pas coutume, et le jardin, leader de l'exercice précédent, ferment la marche.

### Le meuble meublant

Performance T1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Comme lors de l'exercice précédent, c'est encore une fois le segment des meubles meublants qui enregistre la meilleure performance sur le premier trimestre 2023 alors même que la production française est en retrait. Ce marché avait d'ailleurs été l'un des grands gagnants de l'exercice 2022 avec une progression de ses ventes de presque 4% sur l'ensemble de l'année alors que le marché au global enregistrerait pour sa part une croissance de seulement 2%. Le segment commence donc l'année en poursuivant cette bonne dynamique notamment sous l'influence des bonnes performances de la grande distribution ameublement qui enregistre les meilleurs résultats parmi les acteurs majeurs de ce segment.

### La literie

Performance T1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Après avoir été le seul segment à voir ses ventes reculer faiblement en 2022, la literie enregistre une des meilleures progressions sur le marché au cours du premier trimestre de l'exercice en cours. Comme pour les autres segments du meuble, c'est la hausse des prix sur l'année qui vient de s'écouler qui permet à la literie de maintenir son activité. Parmi les acteurs majeurs du segment, on notera les bonnes performances des spécialistes qui parviennent à faire progresser leurs ventes en valeur sur les trois premiers mois de l'année malgré un regain d'activité de la grande distribution ameublement sur toutes les familles du meuble depuis plusieurs mois.

### Les canapés, fauteuils, banquettes

Performance T1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Les ventes en valeur des canapés, fauteuils, banquettes progressent faiblement sur les premiers mois de l'année 2023, notamment sous l'impulsion des bonnes performances de la grande distribution ameublement. Contrairement à la literie, les spécialistes s'affichent plus à la peine sur ce début d'année, bon nombre de ménages reportant leur investissement auprès d'une enseigne spécialisée. Le segment reste soutenu par l'engouement des ménages français en ce qui concerne le canapé, qui est redevenu la pièce maitresse du salon. On notera le fort recul des ventes de banquette sur le début d'année après pourtant un regain d'activité au cours de l'exercice précédent.

### Les meubles de salle de bains

Performance T1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Les meubles de salle de bains voient leurs ventes reculer sur les premiers mois de l'année. Les spécialistes salle de bains comme les grandes surfaces de bricolage affichent des résultats en recul sur le trimestre. La grande distribution comme les autres spécialistes ont bien du mal à attirer le consommateur. Les grandes surfaces de bricolage pâtissent pour leur part de la chute de fréquentation des rayons bricolage qui pèse aussi sur les ventes de salle de bains.

### La cuisine intégrée

Performance T1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Après deux années fastes du second semestre 2020 au premier semestre 2022, les ventes de cuisines intégrées en valeur reculent sur les trois premiers mois de l'année 2023. Dans une période forte en incertitudes, les ménages ne sont pas prêts à consentir de tels investissements ou à s'endetter sur plusieurs mois via un crédit pour s'équiper ou se rééquiper. Sur le premier trimestre, parmi les acteurs majeurs du marché, ce sont les enseignes de la grande distribution ameublement qui enregistrent les meilleures performances.

### Les meubles de jardin

Performance T1 2023/2022 : entre -10% et -5%

Comme lors de l'exercice précédent, le marché du meuble de jardin tarde à démarrer sur ce début d'année. Il enregistre le plus fort recul parmi tous les segments du meuble alors que c'est celui qui enregistrait la plus forte progression sur l'ensemble de l'exercice précédent. Le climat mitigé au cours du mois de mars constitue un premier élément d'explication quant au repli d'activité observé. Les bonnes performances des deux dernières années en constituent un second sur un segment sur lequel les ménages ont beaucoup consommé ces deux dernières années.

## Les tendances circuit sur le 1<sup>er</sup> trimestre

Si tous les circuits du meuble ne sont pas en retrait sur les trois premiers mois de l'année, les enseignes de la grande distribution ameublement tirent néanmoins leur épingle du jeu et caracolent en tête sur la période. Les résultats sont plus mitigés en ce qui concerne les autres circuits et si certains parviennent à maintenir leur activité, nombreux sont ceux qui voient leur chiffres d'affaires reculer sur la période, parfois même assez fortement.

### La grande distribution ameublement

Performance T1 2023/2022 : entre +5% et +10%

L'opération reconquête de parts de marché débutée en 2022 continue sur le début de l'exercice 2023 et le circuit est celui qui enregistre les meilleures performances sur le marché au cours de ce premier trimestre, même si tous les acteurs du circuit ne sont pas logés à la même enseigne en termes de performances et de croissance sur la période. Afin de permettre à certains consommateurs de monter en gamme et d'augmenter les paniers moyens, on notera que deux acteurs majeurs du circuit se sont lancés récemment dans la location de mobilier, proposant ainsi une alternative au consommateur au moment où certains marchés parallèles au neuf comme la vente et l'achat de mobilier d'occasion se développent.

### Les spécialistes literie

Performance T1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Contrairement à d'autres spécialistes du meuble, les spécialistes literie voient leurs ventes progresser sur le premier trimestre, c'est même l'un des circuits qui enregistre la meilleure performance sur le segment literie sur la période. En ce qui concerne cette dernière, elle tire régulièrement son épingle du jeu en période de crise grâce à son repère de marque, gage de réassurance auprès du consommateur quand ce dernier doit faire attention à ses dépenses. Encore une fois, les enseignes nationales enregistrent les meilleurs résultats alors que le premier trimestre est plus dur pour les indépendants.

### L'ameublement milieu haut de gamme

Performance T1 2023/2022 : entre 0% et +5%

Les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme parviennent elles aussi à maintenir leurs ventes sur la période et voient leur chiffre d'affaires progresser faiblement sur le trimestre. La volonté de monter en gamme de certains consommateurs juste après le premier confinement avait profité au circuit et le mouvement semble pour le moment s'inscrire dans le temps même s'il s'atténue suite aux problèmes de pouvoir d'achat que peuvent rencontrer les ménages. Sur ce premier trimestre, les enseignes de l'ameublement haut de gamme continuent de mieux résister que leurs homologues du milieu de gamme et le circuit parvient à maintenir ses ventes sur ses deux marchés majeurs que sont le meublant et le rembourré.

### Les spécialistes salon

Performance T1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Début d'année difficile pour les spécialistes salon qui voient leurs ventes reculer sur le premier trimestre. Si les spécialistes ont su globalement bien profiter de l'ouverture des soldes, les performances sur les deux mois suivants s'inscrivent plus en retrait. Les spécialistes peinent sur ce début d'année à se démarquer et les consommateurs leur préfèrent les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme qui enregistrent de meilleures performances sur des produits de gamme équivalente voire supérieure.

### Le e-commerce (pure-players uniquement)

Performance T1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Si les ventes en valeur des pure-players reculent à nouveau sur le premier trimestre, la chute se ralentit néanmoins, loin des -8,0% de ventes de mobilier en valeur enregistrés sur l'ensemble de l'année 2022. Les performances du circuit sont en partie soutenues par le développement des marketplaces de certaines enseignes de la vente physique ou de la vente en ligne alors que certains pure-players historiques voient leurs résultats reculer parfois fortement. De plus en plus d'enseignes de la vente physique parviennent à développer leurs ventes sur Internet, renforçant d'autant la concurrence pour les pure-players qui voient une part de leur chiffre d'affaires partir vers les marketplaces mais aussi vers les enseignes de la vente physique via une omnicanalité de plus en plus forte, d'autant plus que les confinements des années 2020 et 2021 auront accéléré la manœuvre.

### Les grandes surfaces de bricolage

Performance T1 2023/2022 : entre -5% et 0%

Les grandes surfaces de bricolage voient leurs ventes en valeur de mobilier reculer sur le premier trimestre. Le trafic ralentit encore dans les points de vente depuis le début de l'année sous l'effet conjugué de la hausse des prix des matières premières mais aussi du ralentissement des projets de travaux des ménages. Parmi les trois principaux marchés des grandes enseignes de bricolage en ce qui concerne le mobilier, aucun d'entre eux ne parvient véritablement à se démarquer même si le circuit parvient à limiter ses pertes sur le meublant.

### Les spécialistes cuisine

Performance T1 2023/2022 : entre -10% et -5%

Il est vrai que l'on est peu habitué à retrouver les spécialistes cuisine en queue de classement en termes de progression sur le marché du meuble alors qu'ils font souvent la course en tête depuis le début des années 2000. Les ventes reculent toutefois assez fortement sur les trois premiers mois de l'année. De plus en plus de consommateurs qui auraient pu encore il y a quelques mois régler au comptant leur cuisine chez un spécialiste ne sont plus en mesure de s'équiper et ne sont pas non plus prêts à s'endetter pour le faire, d'autant plus que les conditions d'accès au crédit se sont renforcées leur fermant pour bon nombre d'entre eux la porte au financement d'un nouveau logement.



## Résultats de l'étude Prospective sur la Distribution dans l'univers Maison

VENDREDI 30 JUIN 2023 / 09h30–13h00

Ce colloque est accessible à tous gratuitement grâce au soutien du Codifab. Inscriptions sur [my.weezevent.com/resultats-de-letude-prospective-sur-la-distribution-dans-lunivers-maison](https://my.weezevent.com/resultats-de-letude-prospective-sur-la-distribution-dans-lunivers-maison) ou voir bulletin au verso

**Veillez préciser votre mode de participation :**

- EN PRÉSENTIEL** : Maison de la RATP / Espace du centenaire / 189 rue de Bercy 75012 Paris  
Accueil à partir de 9h. La matinée sera suivie d'un cocktail déjeunatoire.
- EN VISIOCONFÉRENCE** : un lien Zoom vous sera envoyé pour vous connecter

Pour plus d'infos : [gazel@institutdelamaison.fr](mailto:gazel@institutdelamaison.fr)

# Bulletin d'inscription



**Veillez préciser votre mode de participation :**

- EN PRÉSENTIEL** : Maison de la RATP / Espace du centenaire / 189 rue de Bercy 75012 Paris  
Accueil à partir de 9h. La matinée sera suivie d'un cocktail déjeunatoire.
- EN VISIOCONFÉRENCE** : un lien Zoom vous sera envoyé pour vous connecter

### 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 \_\_\_\_\_

Nom / prénom \_\_\_\_\_

Fonction \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Date \_\_\_\_\_



Cachet et signature

Bulletin d'inscription à retourner  
à l'adresse suivante :

**IPEA** / 29 rue Censier 75005 Paris  
ou à [gazel@institutdelamaison.fr](mailto:gazel@institutdelamaison.fr)  
Tél : 33 (0)9 53 45 02 85



## Nouvelle Etude IPEA literie



**L'édition 2023 de l'étude literie de l'IPEA est déjà disponible**

**Pour tout savoir sur le marché de la literie en France, une seule solution, lisez la nouvelle étude IPEA et retrouvez une analyse fine des segmentations :**

- ✓ **Les matelas, les ensembles**
- ✓ **Les sommiers (cadres, à lattes, tapissier, TPR, coffre)**
- ✓ **Les compléments de literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit...)**

**[POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :](http://www.ipea.fr/fr/actualites/le-marche-de-la-literie-en-france-2020-2022)**

**<http://www.ipea.fr/fr/actualites/le-marche-de-la-literie-en-france-2020-2022>**