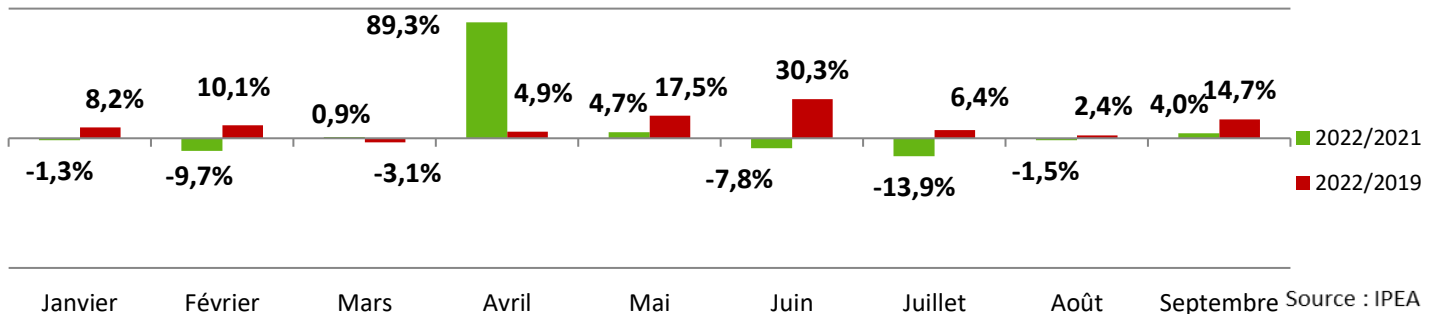


Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché sept. 2022/sept. 2021	+4,0%
sept. 2022/sept. 2019	+14,7%
Evolution du cumul à fin sept 2022/2021	+1,8%
sept 2022/2019	+9,7%

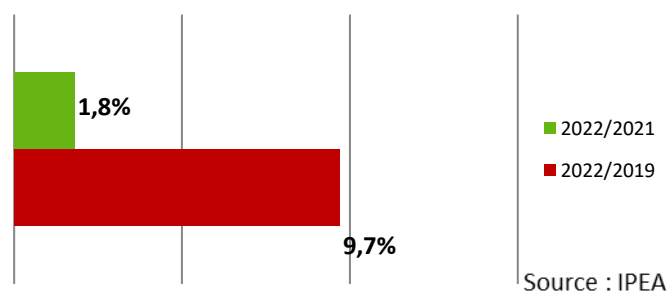
Légère progression du chiffre d'affaires en septembre

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Après trois mois de recul, le chiffre d'affaires du marché du meuble retrouve un peu de couleurs en septembre avec une progression de **4,0%**. Difficile toutefois de se prononcer sur la nature de cette croissance, est-elle liée à un retour du consommateur dans les points de vente pour la rentrée ou la résultante d'une nouvelle hausse des prix ? Comme durant le mois précédent, ce sont les meubles meublants qui enregistrent les meilleurs résultats sur le mois devant le jardin qui résiste bien et prolonge sa saison sous l'effet d'un mois de septembre relativement clément. Côté circuits, pas de changements également avec les meilleures progressions pour la grande distribution ameublement alors que le chiffre d'affaires des spécialistes et du milieu haut de gamme progresse également. Le mois de septembre reste fortement en avance sur ses performances de 2019, au moins en valeur, avec une progression de **14,7%**. A prix constant, les résultats seraient sans doute tout autre, l'inflation étant responsable de la majeure partie de la croissance par rapport à ce dernier exercice référence.

Evolution valeur en cumul 9 mois



Le résultat en cumul 9 mois progresse peu par rapport à fin août, que ce soit par rapport à 2021 avec une croissance de **1,8%** ou à 2019 avec un **+9,7%** sur les neuf premiers mois de l'année. Sur le troisième trimestre 2022, le marché était en moyenne en recul de près de 5% par rapport au troisième trimestre 2021. Si la tendance devait se poursuivre sur les trois derniers mois de l'année, le marché terminerai l'exercice égal en valeur par rapport à 2021 et en croissance de près de 9% par rapport à 2019, soit une progression inférieure à celle estimée par l'Insee en ce qui concerne les prix des meubles et des articles d'ameublement (+12% par rapport aux neuf premiers mois 2019).

Les tendances produits sur neuf mois

A l'exception de la literie, tous les segments du marché du meuble sont en faible croissance ou enregistrent au moins des résultats stables en valeur sur les neuf premiers mois de l'année par rapport à 2021. Sur cette période, ce sont les meubles de jardin qui enregistrent les meilleures performances, devant le meublant. La literie ferme pour sa part la marche. Difficile toutefois de tirer des conclusions de ces observations, intérêt moindre du consommateur pour la literie au détriment du jardin et du meublant sur les neuf premiers mois de l'année ou hausse des prix moindre en ce qui concerne les matelas et sommiers par rapport aux autres segments du meuble ? Les hausses successives de tarif ces derniers mois sur toutes les familles de produits rendent le suivi du marché délicat notamment au niveau des performances en valeur par rapport aux volumes vendus. Toutefois, la majorité des acteurs du secteur font état depuis le début de l'année d'une chute des ventes et de la fréquentation, conséquence des arbitrages des ménages suite à des prix qui n'en finissent plus d'augmenter dans tous les secteurs de consommation.

Les meubles de jardin

Performance 9 mois 2022/2021 : entre +5% et +10%

Comme à la fin du premier semestre, sur les neuf premiers mois de l'année, ce sont les meubles de jardin qui enregistrent la meilleure performance en valeur par rapport à 2021. Les températures caniculaires de l'été pendant de nombreuses semaines ainsi qu'un mois de septembre globalement ensoleillé ont joué en faveur de ce segment du meuble et ont incité les ménages à investir dans leur jardin au cours des derniers mois. Si les grandes surfaces de bricolage maintiennent leur activité sur la période, ce sont les spécialistes qui enregistrent les meilleurs résultats sur le cumul des neuf premiers mois notamment sous l'impact d'un important effet rattrapage au début du printemps suite à la fermeture des points de vente l'année précédente. De belles performances aussi en ce qui concerne les discounters pour lesquels l'offre jardin est devenue stratégique depuis quelques années avec des surfaces de vente de plus en plus importantes dédiées au produit et une offre qui tend à monter en gamme chez certains. De bons résultats aussi du côté des grandes surfaces alimentaires qui ont réintroduit pour certaines le produit de manière plus franche dans les rayons suite aux belles performances des marchés de l'équipement de la maison depuis la fin du premier confinement.

Le meuble meublant

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

La rentrée aura été bien orientée pour le segment des meubles meublants avec de belles performances en valeur sur le mois de septembre, supérieures à celles des autres familles du meuble. Le segment profite des bons résultats des enseignes de la grande distribution ameublement en 2022 suite à un effet rattrapage plus fort sur ce circuit, conséquence de fermetures administratives plus longues en 2021 liées à la surface de ces points de vente. Les tendances qui se dessinaient à la fin du premier semestre se confirment à fin septembre. Ainsi sur les neuf mois 2022 se sont les meubles de bureau qui enregistrent les meilleures progressions au sein du meuble meublant avec notamment de belles performances en août et en septembre pour préparer la rentrée, à la fois celle des enfants mais aussi celle de certains parents qui poursuivent leur activité en télétravail et investissent dans un espace bureau. On notera également de bons résultats en ce qui concerne le meuble de chambre avec une croissance supérieure à celle du mobilier pour le salon séjour. De belles performances aussi en ce qui concerne le meuble pour chambre bébé sur le cumul des neuf premiers soutenues par un taux de natalité plus élevé, malgré cependant un troisième trimestre plus délicat.

Le meuble de salle de bains

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

Le meuble de salle de bains parvient à faire progresser son chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois de l'année. Comme pour les spécialistes jardin, suite à un fort effet rattrapage au printemps, ce sont les bainistes qui enregistrent les meilleurs résultats sur neuf mois, malgré un troisième trimestre la aussi plus difficile, devant les grandes surfaces de bricolage. Ces dernières voient leur trafic diminuer depuis quelques mois sous les impulsions conjuguées de la baisse d'activité du marché du meuble, des arbitrages des ménages, qui ont beaucoup investi dans leur maison et préfèrent privilégier d'autres postes, et d'un accès plus difficile au crédit qui risque de freiner les déménagements dans l'immobilier ancien et donc les vellétés de bricolage des ménages. Le circuit reste quand même de loin le leader en valeur sur le marché de la salle de bains sur les neuf premiers mois de l'année.

La cuisine

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

En termes de croissance valeur, la cuisine est plus en retrait ces derniers mois et n'enregistre plus les meilleures progressions du marché. Cette contre-performance reste toutefois à relativiser vu le rythme de croisière tenu par le segment depuis la fin du premier confinement et jusqu'à la fin de l'exercice 2021. Un arbitrage dans le meuble plus favorable aux autres familles du marché n'est donc pas illogique pour un segment sur lequel les ménages ont beaucoup investi ces derniers mois. Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, les ménages ne sont pas forcément autant prêts à s'engager dans l'achat d'une cuisine intégrée vu les montants en jeu, d'autant plus que les prix ont fortement augmenté. La baisse des mises en chantier sur les derniers mois (-5,6% sur le trimestre de juin à août selon les dernières données du Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires) et les faibles performances sur les douze derniers mois à fin août (+0,5%) ne plaident pas pour un fort soutien du marché de la cuisine en provenance de l'immobilier neuf. Si sur les neuf premiers mois de l'année, les spécialistes cuisine parviennent à maintenir leurs ventes, ce sont les enseignes de la grande distribution ameublement qui enregistrent les meilleures performances sur le segment.

Les canapés, fauteuils, banquettes

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

Les meubles rembourrés parviennent tout juste à maintenir leurs ventes sur les neuf premiers mois de l'année malgré la aussi des hausses de prix importantes. Malgré des résultats parfois contrastés d'une enseigne à l'autre, les spécialistes salon s'affichent plutôt en retrait sur le segment sur les premiers mois de l'année au profit de la grande distribution ameublement qui voit pour sa part ses résultats progresser sur la période. Sur neuf mois, on notera des performances un peu mieux orientées pour la banquette par rapport aux canapés et fauteuils via des tarifs qui demeurent encore globalement plus attractifs, surtout dans une période de baisse du pouvoir d'achat. Cet achat ressemble toutefois plus à un achat par défaut qu'à une véritable envie puisque dans les enquêtes menées tous les mois par l'IPEA en ce qui concerne les intentions d'achat de meubles des ménages, la banquette termine toujours systématiquement loin derrière le canapé.

La literie

Performance 9 mois 2022/2021 : entre -5% et 0%

Encore une fois, c'est la literie qui ferme la marche sur les neuf premiers mois de l'année. Une hausse des prix moindre sur le produit pourrait expliquer cet écart de résultats avec les autres segments, mais ce n'est pas la seule explication. Ce déficit de performances était déjà préexistant avant la hausse des prix comme

Indicateur de Conjoncture

Note septembre 2022

l'ont montré les résultats du segment entre la fin du premier confinement et le début de l'inflation sur le secteur. Le segment demeure à la peine alors que les paniers moyens sont pourtant en hausse à la fois sous l'impact de la hausse des prix mais aussi suite à la poursuite du développement des ventes de literies de plus grande taille. Comme pour la plupart des autres segments, si les spécialistes parviennent à maintenir leur activité, c'est la grande distribution ameublement qui reprend la main en enregistrant les meilleures performances sur ce marché alors que la vente en ligne de son côté voit ses ventes chuter assez fortement.

Les tendances circuits sur neuf mois

La grande distribution ameublement

Performance 9 mois 2022/2021 : entre +5% et +10%

C'est la grande distribution ameublement que l'on retrouve en tête des ventes sur les neuf premiers mois de l'année. Le circuit, en difficulté en 2021 car plus impacté par les fermetures administratives comme nous l'avons déjà évoqué plus haut, est ainsi l'un de ceux qui profitent le plus de l'effet rattrapage au premier semestre, ce qui lui permet de maintenir son avance sur la concurrence sur les neufs premiers mois de l'année en enregistrant les meilleures performances sur la période. La grande distribution ameublement profite également de la baisse de pouvoir d'achat des ménages qui les pousse à se tourner vers des enseignes et produits plus accessibles pour leurs achats. Les arbitrages se font donc généralement au profit de la grande distribution ameublement et au détriment des spécialistes ou du milieu haut de gamme. Parmi leurs principaux marchés, c'est sur la cuisine et le meublant que les enseignes du circuit enregistrent les meilleurs résultats.

Les spécialistes cuisine

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

Si les spécialistes cuisine s'affichent en légère croissance sur les premiers mois de l'année 2022, leurs performances demeurent loin de celles qui étaient les leurs sur le deuxième semestre 2020 et tout au long de l'exercice 2021. Le budget nécessaire à l'installation d'une cuisine joue en défaveur du circuit sur l'exercice 2022 alors que les consommateurs doivent composer avec une forte inflation et multiplier les arbitrages dans leurs dépenses et que l'immobilier neuf ne parvient pas à renouer avec ses performances pré-covid.

Les spécialistes literie

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

Comme pour les spécialistes cuisine, les résultats se maintiennent par rapport à 2021 sur neuf mois. Comme pour la cuisine également, la pression sur le pouvoir d'achat des ménages les amène à se diriger plus facilement vers les enseignes de la grande distribution que vers les spécialistes, à la recherche de tarifs plus abordables pour leurs achats de literie.

Les grandes surfaces de bricolage

Performance 9 mois 2022/2021 : entre 0% et +5%

Les grandes surfaces de bricolage parviennent à maintenir leur chiffre d'affaires sur l'exercice 2022 après plusieurs mois fastes suite au confinement du printemps 2020, qui auront vu de nombreux consommateurs parcourir les rayons des magasins afin de remettre à neuf leur logement. Le ralentissement des projets d'aménagement ces derniers mois pèse sur la fréquentation et sur les ventes de mobilier dans ces enseignes,

Indicateur de Conjoncture

Note septembre 2022

ce qui se ressent sur les performances du circuit, Sur l'année, ce sont les segments du meublant et du jardin qui enregistrent les meilleures performances sur le circuit alors que la cuisine et la salle de bains apparaissent un peu plus en retrait.

L'ameublement milieu haut de gamme

Performance 9 mois 2022/2021 : entre -5% et 0%

Comme les spécialistes cuisine et literie, les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme semblent elles aussi pâtir de la baisse de pouvoir d'achat des ménages. Cet impact de l'inflation sur les dépenses demeure plus prégnant sur les consommateurs des enseignes du milieu de gamme que sur ceux du haut de gamme plus à l'aise financièrement. Le recul d'activité est donc toujours moins marqué chez les acteurs du haut de gamme au cours des neuf premiers mois de l'année. Si l'on regarde les deux principaux marchés du circuit, ce dernier résiste mieux sur le siège rembourré que sur le meuble meublant qui voit ses ventes reculer un peu plus fortement, notamment suite aux belles progressions de la grande distribution ameublement.

Les spécialistes salon

Performance 9 mois 2022/2021 : entre -5% et 0%

Comme pour leurs homologues de la literie ou de la cuisine, les spécialistes salon s'affichent plus à la peine sur les premiers mois de l'exercice 2022. Le chiffre d'affaires recule légèrement sur la période et la hausse des prix ne parvient pas à compenser pleinement les chutes de fréquentation, comme dans de nombreux circuits. Si l'envie des ménages quant à changer de canapé est toujours là, comme le montrent mois après mois les résultats du baromètre IPEA sur les intentions d'achat en le classant systématiquement premier en ce qui concerne le mobilier, le budget ne suit pas pour de nombreux ménages. Le circuit doit donc composer entre report d'achat et concurrence accrue d'enseignes affichant des tarifs plus abordables.

Les Pure-Players

Performance 9 mois 2022/2021 : entre -10% et -5%

En termes de performances, les pure-players ferment toujours la marche sur les neuf mois 2022 en ce qui concerne le mobilier. La chute d'activité enregistrée au cours des six premiers mois de l'année se poursuit tout au long du troisième trimestre, même si elle semble se ralentir sur cette dernière période. De nombreuses enseignes de la vente en ligne affichent des résultats en fort recul malgré la aussi des prix globalement en hausse. Les acteurs de la vente physique du meuble continuent de développer leur activité sur Internet via leur site en propre et parfois pour certains via la mise en place et le développement de leur propre market place, ce qui intensifie encore la concurrence pour les pure-players historiques. Sur l'exercice 2022, c'est sur le jardin que le circuit enregistre ses meilleurs résultats.

Réservez vos places pour le prochain colloque IPEA...



JEUDI 8 DÉCEMBRE 2022 - PARIS

EN PRÉSENTIEL OU EN VISIOCONFÉRENCE, À VOTRE CONVENANCE !

10:00

Le marché du meuble et de la décoration en 2022 / Prévisions 2023

Equipe IPEA

11:00

Seconde main et mobilier : les enjeux de la filière

Equipe IPEA

11:30

Marketplace & e-commerce : chiffres clés

Equipe IPEA

12:30

Cocktail déjeunatoire

PERSPECTIVES MEUBLE & MAISON 2023



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/perspectives-meubles-maison

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

Cliquez ici pour réserver :

<https://my.weezevent.com/perspectives-meubles-maison>