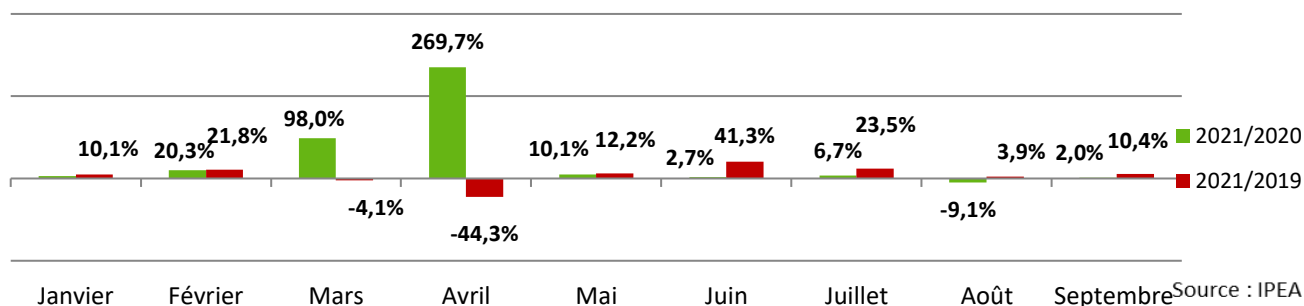


## Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché sept. 2021/ sept. 2020	<b>+2,0%</b>
sept. 2021/ sept. 2019	<b>+10,4%</b>
Evolution du cumul à fin sept. 2021/2020	<b>+15,6%</b>
sept. 2021/2019	<b>+7,8%</b>

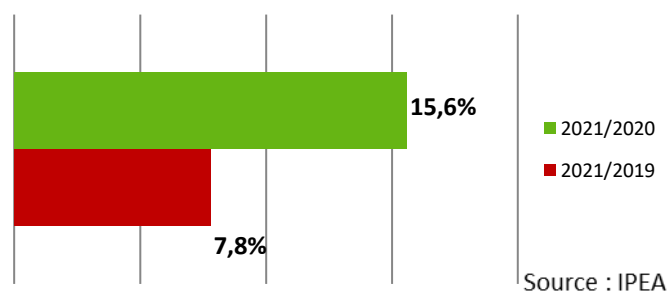
## Retour de la croissance en septembre

## Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Après sa première contre-performance de l'année 2021 en août, le marché reprend quelques couleurs en septembre et voit son activité progresser de **2,0%**, soit un assez bon résultat si l'on considère que le référentiel de septembre 2020 affichait déjà une croissance de 8%. Par rapport à 2019, le mois de septembre enregistre une croissance de **10,4%**. Cette note positive de septembre ne représente toutefois pas la réalité de tous les acteurs du marché mais est plutôt le fait des spécialistes cuisine qui après deux mois plus difficiles en juillet et en août profitent pleinement de la rentrée avec pour bon nombre d'entre eux des croissances de leur activité à deux chiffres par rapport à l'exercice précédent. Certains spécialistes literie parviennent également à tirer leur épingle du jeu alors que les principaux acteurs de la grande distribution ameublement s'affichent plus en retrait tout comme certains acteurs du milieu haut de gamme.

## Evolution valeur en cumul 9 mois



En termes de performances cumulées, les résultats demeurent bien orientés avec une croissance de **15,6%** sur neuf mois par rapport à 2020 alors que l'avance sur l'année 2019 continue de s'accroître avec une progression de **7,8%** à fin septembre. A trois mois de la fin de l'exercice, sauf hypothétique catastrophe, il ne fait plus de doute que le déficit de l'année 2020 aura été résorbé en 2021, d'autant plus que la croissance devrait être encore importante en novembre par rapport à 2020 où les magasins étaient fermés. Le marché devrait également afficher une belle avance sur 2019, dernière année de référence hors Covid.

## Les tendances produits sur neuf mois

### La cuisine

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 20%

La cuisine continue sa course en tête sur les neufs premiers mois de l'année 2021 par rapport à la même période en 2020. Si les mois de juillet et août ont été plus calmes avec un premier mois atone par rapport à 2020 et un second enregistrant un recul assez marqué, les performances du mois de septembre laissent à penser que ce passage à vide n'était que conjoncturel et lié à la présence des vacances, la période étant peu propice à se lancer dans un achat contraignant. Les croissances à deux chiffres du mois de septembre montrent que pour le moment la réouverture des brasseries et restaurants n'a pas encore poussé les ménages à désertier leur cuisine et que les bonnes habitudes prises pendant le confinement se poursuivent, au moins dans un premier temps. Il est fort probable que la cuisine intégrée enregistrera encore les meilleures progressions sur l'exercice 2021.

### Les canapés, fauteuils et banquettes

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Les canapés fauteuils et banquettes suivent de près la cuisine intégrée en termes de performances. Ainsi, par rapport à 2020, la croissance reste dans le sillage de celle de la cuisine et le canapé devrait être le deuxième grand gagnant de l'année derrière la cuisine intégrée. D'après la cinquième édition du baromètre IPEA des arbitrages, le canapé demeure pour la cinquième fois consécutive le premier achat meuble envisagé par les ménages français pour les trois mois à venir. Les ventes de banquette s'affichent aussi en forte progression sur les neuf premiers mois de l'année par rapport à 2020. En termes d'intention d'achat de meubles, la banquette demeure toutefois en dernière position des envies des ménages français, illustrant ainsi la préférence du canapé convertible par rapport à la banquette de la part du consommateur.

### Le meuble de jardin

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

Malgré des mois de juillet et août peu favorables au segment cette année – les mois estivaux n'ayant pas été sensationnels en termes d'ensoleillement - ce dernier reste toujours fortement en avance sur l'exercice 2020. La saison du jardin étant quasiment terminée à la fin septembre, ces résultats ne devraient que très peu évoluer sur le dernier trimestre. Le marché aura profité au premier semestre des restrictions de déplacement pour doper son activité et ainsi compenser une saison estivale un peu plus morose.

### Le meuble de salle de bains

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

Le meuble de salle de bains maintient un niveau de croissance élevé par rapport à 2020 même s'il demeure plusieurs crans en-dessous de celui de la cuisine et des sièges rembourrés, ce qui n'a toutefois rien d'étonnant si l'on observe la dynamique de ces différents marchés avant la crise sanitaire. Le marché du meuble de salle de bains aura vu ses ventes globalement stagner en juillet avant d'enregistrer un recul en août et septembre, mettant ce troisième trimestre en retrait par rapport à l'exercice précédent. Si d'autres segments produits peuvent s'appuyer sur plusieurs canaux pour développer leurs ventes, le marché de la salle de bains reste très fortement dépendant des grandes surfaces de bricolage pour développer son activité. On notera aussi que

## Indicateur de Conjoncture

Note septembre 2021

l'engouement du consommateur quant à sa salle de bains est loin de celui qu'il peut porter à sa cuisine ou son salon.

### La literie

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

Si les ventes de literie progressent en 2021, elles le font à un rythme moins rapide que les quatre segments précédents. Sur le troisième trimestre toutefois, c'est le segment produit qui enregistre la plus forte croissance par rapport à 2020 avec de meilleures performances que la moyenne en juillet et août. La situation ne se sera toutefois avérée que transitoire avec à nouveau des résultats plus en retrait pour le mois de septembre, à l'exception des spécialistes qui enregistrent pour certains de belles performances. Le marché peine à redémarrer de manière franche alors que pourtant les éléments favorables à la reprise sont là (développement toujours important des ventes de literie de grande taille, hausse des prix de vente moyen, volonté du consommateur de monter en gamme etc...)

### Le meuble meublant

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

En termes de progression, c'est le meuble meublant qui ferme la marche sur ces neuf premiers mois 2021 par rapport à 2020. La situation est identique à celle vécue avant la Covid où le segment ne donne pas la tendance sur le marché mais voit les ménages arbitrer pour d'autres produits d'aménagement de la maison au détriment des meubles meublants.

Côté produits, les meubles de salon séjour et de chambre à coucher font jeu égal en termes de croissance par rapport à 2020. Marqué par une baisse de la natalité assez soutenue ces derniers mois, le mobilier de chambre bébé parvient tout juste à égaler ses scores de 2020 sur neuf mois. Le bureau parvient à tirer son épingle du jeu, le recours obligatoire au télétravail ayant été la norme en vigueur pendant de nombreux mois. Le mobilier de bureau progresse ainsi sur neuf mois par rapport à 2020.

Enfin, même s'il permet de réaménager son logement à moindre coût, le mobilier d'appoint n'enregistre pas de meilleures performances que celui de chambre ou de salon par rapport à 2020.

## Les tendances circuits sur neuf mois

### Les spécialistes salon

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

L'exercice 2021 sera celui des enseignes spécialisées salon et cuisine même si les spécialistes salon, malgré de belles performances en juillet par rapport à 2020 réalisent un troisième trimestre assez mitigé.

Il était question ces dernières semaines de savoir si une fois que certaines activités, notamment de loisirs, auraient repris les velléités de monter en gamme des consommateurs seraient toujours d'actualité. Si sur ce troisième trimestre apparaît effectivement un tassement de la croissance par rapport à 2020, il paraît pour le moment plus lié aux bonnes performances du circuit sur le troisième trimestre 2020 via l'effet rattrapage des fermetures des mois précédents plutôt qu'à une fréquentation en retrait.

### Les spécialistes cuisine

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 25%

Comme leurs homologues du salon, les spécialistes cuisine enregistrent des progressions supérieures à 25% par rapport à 2020 sur le cumul des trois premiers trimestres. Si l'activité s'est tassée en juillet et en août, les croissances à deux chiffres sont de retour pour les acteurs du circuit avec la rentrée de septembre. Les

## Indicateur de Conjoncture

Note septembre 2021

ménages se montrent toujours prêts à investir dans leur cuisine et à y mettre le prix. Difficile pour le moment de dire si la réouverture des brasseries et restaurants va avoir un impact significatif sur l'activité des cuisinistes au vu des performances des dernières semaines.

### Les spécialistes literie

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'année, ce sont les spécialistes qui enregistrent les meilleures progressions sur la literie par rapport à 2020. Si ces derniers se sont montrés moins souverains sur le troisième trimestre comme les autres spécialistes du marché, notamment en août, ils enregistrent néanmoins toujours les meilleures performances sur la literie en juillet et en septembre. S'il ne fait plus beaucoup de doutes que les spécialistes literie termineront l'exercice 2021 en croissance, leurs performances pourraient toutefois être presque deux fois moindres que celles de leurs homologues du salon et de la cuisine.

### L'ameublement milieu haut de gamme

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

La situation aura été assez hétérogène au troisième trimestre en ce qui concerne les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme, des croissances à deux chiffres chez certains pouvant côtoyer des reculs d'activité assez marqués chez d'autres. Sur la base des neuf premiers mois de l'année, le circuit conserve une confortable avance sur son exercice 2020. Toutefois comme pour les enseignes spécialisées, on notera un certain tassement de l'activité sur le troisième trimestre, au moins par rapport à 2020. Si les enseignes de l'ameublement milieu de gamme parviennent tout juste à maintenir leur activité sur le troisième trimestre, les enseignes de l'ameublement haut de gamme font pour leur part un peu mieux sur la période.

### Les grandes surfaces de bricolage

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 15%

Comme la majorité des autres circuits, les grandes surfaces de bricolage enregistrent des résultats légèrement en recul sur le troisième trimestre par rapport à 2020 sous l'influence de marchés de la salle de bains et de la cuisine assez atones sur la période. Les mois d'été ont été cette année peu propices à lancer de grands travaux dans le logement alors que de nombreux ménages avaient déjà dû renoncer à partir en vacances l'année précédente. Papier peint, peinture, restent parmi les premiers achats des Français pour réaménager leur logement comme le montrent les résultats de la cinquième édition du baromètre arbitrages de l'IPEA. Entre les envies de travaux et d'achat ou de renouvellement de la cuisine intégrée, la fréquentation devrait encore être soutenue pour les grandes surfaces de bricolage dans les semaines à venir.

### Le e-commerce

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 10%

Le e-commerce voit lui aussi ses ventes de mobilier diminuer faiblement sur le troisième trimestre par rapport à 2020. Sur neuf mois, les ventes progressent toutefois fortement mais moins que celles de nombreux magasins de la vente physique. De nombreux sites sont aussi freinés dans leur progression par des ruptures de stocks régulières qui peuvent amener le consommateur à renoncer à l'intégralité de ses achats sur le site. Le consommateur continue également de privilégier le magasin pour ses achats de meubles et de décoration.



# IPEA News

## Indicateur de Conjoncture

Note septembre 2021

### La grande distribution ameublement

Performance 9 mois 2021/2020 : croissance supérieure à 5%

Troisième trimestre légèrement en retrait pour les enseignes de la grande distribution ameublement par rapport à leurs performances de l'exercice précédent. Rien d'anormal toutefois puisque les magasins étaient encore en pleine phase de rattrapage de deux mois de fermeture de points de vente durant cette période en 2020. Si les résultats sont en progression par rapport à 2020 sur neuf mois, ils restent en retrait des autres circuits. Les conditions ne sont pas réunies pour faire mieux. En effet, les acteurs de la grande distribution ameublement sont ceux qui auront été les plus touchés par les fermetures administratives de début d'année au vu de la surface des points de vente. Le circuit aura également dû composer avec des ruptures de stocks parfois assez importantes dans certaines enseignes, ce qui explique le résultat en demi-teinte par rapport à la concurrence.