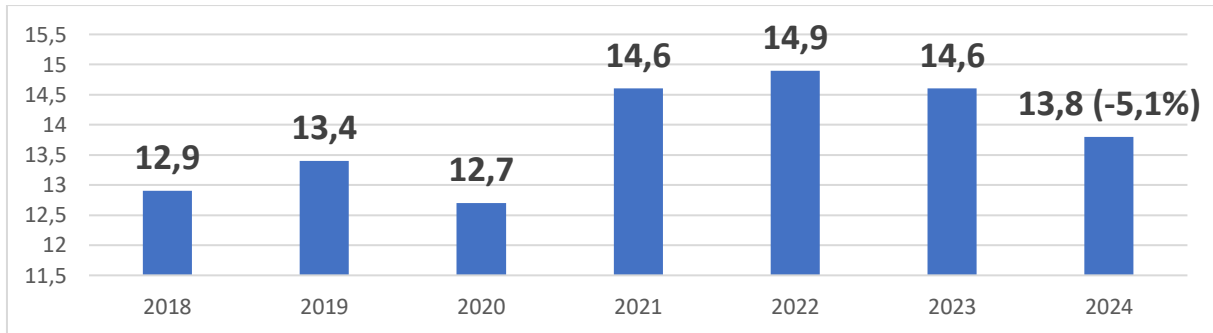


# Résultats 2024

## 1. 2024 : un marché sous tension mais qui résiste

Valeur TTC du marché du meuble 2018-2024 (Mds euros)



Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Insee

Après une année 2023 en légère baisse, le marché du meuble accuse un retrait de 5,1% (en valeur) sur l'exercice 2024. Pouvoir d'achat, arbitrages des ménages, attentisme... Les Français reportent leurs achats de mobilier en attendant des temps meilleurs. Bien que l'inflation soit revenue à des niveaux plus en phase avec sa moyenne de longue période, les hausses de prix des années précédentes ne sont toutefois pas effacées et pèsent toujours sur le budget des ménages. Les ménages ont toujours l'impression que leur pouvoir d'achat est en baisse, bien que les données de l'Insee montrent le contraire. Dans ce contexte, le recul des ventes de mobilier d'un peu plus de 700 millions d'euros fait repasser le marché en dessous des 14 milliards. Les fortes chutes d'activité dans l'immobilier neuf et ancien auraient dû impacter encore plus le marché car 1/3 des achats de meubles est lié aux déménagements. Dans ce contexte, la baisse d'activité du meuble reste limitée, même si :

- Toutes les catégories de produits ne sont pas logées à la même enseigne, entre les produits de confort (literie, rembourré) et les produits de rangement (séjour, chambre, cuisine, salle de bains),
- Un écart se creuse entre le marché d'équipement et celui de renouvellement,
- Les Français des zones rurales poursuivent leur investissement dans la maison.

## 2. La literie sort du lot

### Evolution en valeur par familles de produits – milliards d’euros courants TTC

	2024	Evolution 2024/2023	Structure du marché 2024
Meuble meublant	4,5	-5,3 %	32,8 %
Cuisine intégrée	3,7	-6,2 %	26,7 %
Canapés, fauteuils et banquettes	2,5	-4,0 %	17,9 %
Literie	2,0	-2,1 %	14,8 %
Meuble de jardin	0,6	-8,4 %	4,3%
Meuble de salle de bains	0,5	-7,2 %	3,5 %
<b>Total</b>	<b>13,8</b>	<b>-5,1 %</b>	<b>100,0 %</b>

Source : IPEA

Malgré des résultats en recul sur l'exercice 2024, **la literie (-2,1%)** sort du lot avec une chute d'activité plus de deux fois inférieure à celle du marché. Le marché de la literie a été animé à l'extrême cette année, peut-être encore plus que les précédentes, à grands coups de promotions et d'offres de reprises, à la fois en ce qui concerne les acteurs de la grande distribution mais aussi les spécialistes. Pour ces derniers, le renforcement du maillage du territoire par certaines enseignes a permis également de soutenir le rythme du marché.

Les paniers moyens se maintiennent avec un attrait toujours plus fort pour les literies de 160 cm ou plus. Dans une logique d'appartement cocon et d'une génération Z souhaitant de grandes largeurs, la literie et plus globalement la chambre à coucher parviennent à se démarquer sur l'exercice 2024.

Le second segment à enregistrer des résultats supérieurs à ceux du marché est celui **des sièges rembourrés (-4,0%)**. Les canapés et fauteuils résistent encore une fois mieux que la banquette dont les ventes reculent plus rapidement. Le produit qui réalise une forte part de ses ventes en ligne pâtit des difficultés rencontrées par de nombreux *pure-players* historiques cette année. Le canapé convertible continue de séduire le consommateur. La frontière entre canapé convertible et banquette devient également de plus en plus mince, tant dans l'esprit du consommateur que dans les produits vendus et la manière de les nommer ou de les présenter. De plus en plus, le canapé propose une fonction de rangement (coffre).

**Le meublant (-5,3%)** réalise pour sa part, des résultats proches de ceux du marché. Un segment se détache au sein du meuble meublant, celui du mobilier de chambre à coucher, dont les résultats reculent deux fois moins rapidement que les autres produits meublants. L'implantation type de la chambre parentale avec dressing et salle de bains attenants continue de séduire les ménages qui sont également à la recherche de rangements pratiques, fonctionnels et peu gourmands en place. Dans ce contexte d'optimisation de la place, on notera les bonnes performances des lits coffre ces dernières années, produit en vogue auprès du consommateur mais qui vient cannibaliser une partie des solutions historiques de rangement dans la chambre, dont les lits avec tiroirs. Le bureau, porté ces dernières années par le développement du télétravail, connaît un ralentissement, tandis que les ventes de mobilier pour chambre bébé souffrent d'un taux de natalité en recul. En ce qui concerne le salon/séjour, les dépenses des ménages subissent de plein fouet la baisse des transactions immobilières et les arbitrages en faveur du rembourré. Phénomène marquant, l'écart se creuse quant

aux performances du meublant entre les différents types de distribution avec des acteurs du haut-milieu de gamme qui tirent mieux leur épingle du jeu.

**La cuisine (-6,2%)** enregistre cette année encore un recul marqué de ses ventes. Entre des ménages « frileux » côté investissement dans un nouveau logement, un marché de l'immobilier neuf au plus bas et l'immobilier ancien « en panne », les obstacles étaient trop nombreux pour que le segment de la cuisine intégrée puisse espérer faire mieux.

Même schéma en ce qui concerne **le mobilier de salle de bains (-7,2%)** qui demeure avec la cuisine le segment le plus dépendant de l'activité de l'immobilier neuf comme ancien.

En 2024, c'est **le mobilier de jardin (-8,4%)** qui ferme la marche avec une météo totalement défavorable ! Reste que ce segment de produit garde une orientation favorable dans les arbitrages de Français qui souhaitent « aménager » leur balcon ou leur jardin.

### 3. Une distribution à la recherche de fréquentation

#### Structure de la distribution en 2024

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2024/2023
Grande distribution ameublement	38,7 %	5,4	-4,4 %
Spécialistes	24,8 %	3,4	-4,2 %
Grandes surfaces de bricolage	12,4 %	1,7	-8,7%
Ameublement milieu/haut de gamme	11,0%	1,5	-4,2%
E-commerce (pure players)	8,9%	1,2	-6,9%
Autres circuits	4,2 %	0,6	-3,2 %
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>13,8</b>	<b>-5,1 %</b>

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Insee

Grande distribution ameublement : magasins du type Alinéa, But, Conforama, Ikea, Maisons du monde etc. Spécialistes : tous types de magasins spécialisés tels les spécialistes, cuisine, literie, salon, bains, etc. Ameublement milieu et haut de gamme : magasins du type Mobilier de France, Monsieur meuble, petits magasins de meubles généralistes, Ligne Roset, Roche-Bobois, etc. E-commerce : toutes les enseignes pure-players, et **pure-players uniquement**, vendant des meubles en ligne. Autres circuits : magasins non spécialisés meubles dont grandes surfaces alimentaire, discounters de type Gifi, Centrakor, etc.

Comme en 2023, le manque de fréquentation et la difficulté à transformer auront pesé sur les performances des acteurs du marché qui présentent pour la majorité d'entre eux des résultats en baisse à l'exception de quelques spécialistes. A noter que la fréquentation des sites internet et des sites de décoration/relooking reste forte, signe que l'engouement des Français pour l'aménagement de leur logement est bien là mais contrarié par un environnement anxieux.

**La grande distribution ameublement (-4,4%)** voit ses ventes reculer assez lourdement sur l'année. Les difficultés du circuit sur le meublant, qui représente près de la moitié de ses ventes en valeur, handicape les performances globales des acteurs de la grande distribution ameublement. Malgré des prix plus attractifs, surtout depuis cet automne, le circuit ne parvient pas à faire mieux que les spécialistes et les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sur l'ensemble de l'exercice. Le produit, plus que le prix, revêt encore de l'importance pour de nombreux consommateurs.

**Les spécialistes (-4,2%)** voient leurs résultats reculer dans des proportions identiques à celles de la grande distribution ameublement. Différents cas de figures toutefois à distinguer au sein de ce circuit hétérogène. Les spécialistes literie voient leurs ventes progresser en valeur sur l'exercice 2024, quoique faiblement. Ouvertures de points de vente des réseaux nationaux et opérations promotionnelles soutenues auront réussi à maintenir l'activité du circuit. Les spécialistes salon résistent malgré des résultats en légère baisse. Certaines enseignes ont mené des actions de communication et des promotions soutenues tout au long de l'année, avec des prix qui parviennent à rivaliser avec ceux de la grande distribution, tout en maintenant une « image spécialiste ». Celles-ci ont permis à certains acteurs de bien résister sur un marché en repli. Les spécialistes cuisine pour leur part sont plus à la peine avec un recul proche de celui du marché de la cuisine, les consommateurs peinent toujours à se décider et reportent leurs projets. Fortes baisses de performances également chez les spécialistes salle de bains et jardin.

**Les grandes surfaces de bricolage (-8,7%)** sont fortement à la peine sur l'exercice qui vient de s'écouler. Les performances du circuit se replient progressivement à mesure que les ménages annulent ou reportent leurs projets de travaux. Si les nombreux chantiers menés par les Français après les confinements avaient permis au circuit de voir son trafic fortement progresser et ainsi profiter au rayon meuble, c'est maintenant le phénomène inverse qui se produit avec une fréquentation globale en fort recul qui se répercute sur les performances meuble du circuit. De plus, les quatre segments du meuble sur lesquels le circuit opère, à savoir, le meublant, la cuisine, la salle de bains et le jardin, sont également ceux qui sont les moins performants sur l'exercice 2024.

Les enseignes de **l'ameublement milieu-haut de gamme (-4,2%)** enregistrent de meilleurs résultats, grâce surtout à leur ancrage rural. Le circuit est plus performant sur le siège rembourré que sur le meublant où ses ventes reculent plus rapidement mais avec une meilleure tenue que celles de la grande distribution. En ce qui concerne les canapés et fauteuils, ils parviennent toujours à séduire un consommateur plus âgé en recherche de produits relax plus confortables et qualitatifs. Le vieillissement de la population en France sera un atout pour ces enseignes dans les années qui viennent.

**Les pure players (-6,9%)** enregistrent un des reculs les plus importants du marché sur l'année 2024. Ces acteurs sont « pris en étau » entre les ventes online des enseignes physiques et l'explosion des places de marché. Le retour du consommateur vers le magasin amorcé après les confinements des années 2020 et 2021 semble également se poursuivre en 2024, ce qui n'est pas sans impact sur la valeur, d'autant plus que de nombreux acteurs historiques du web auront continué à multiplier les promotions tout au long de l'année. A noter la performance des ventes en ligne sur la fin de l'année, surtout côté places de marché qui ont décidé de poursuivre leurs actions du Black Friday.

Enfin, dans le circuit « **autres** » (-3,2%), on notera de belles performances de certains discounters sur de petits meubles meublants premier prix. Si les volumes sont au rendez-vous, la valeur unitaire des produits limite, pour l'instant, le chiffre d'affaires total.

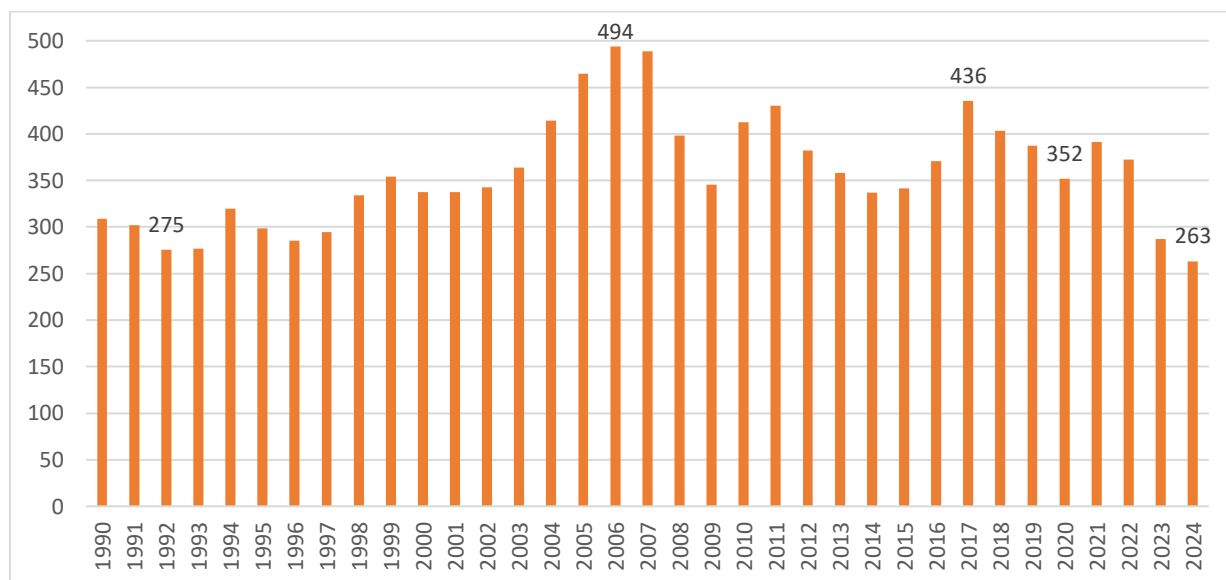
## 4. L'immobilier au plus bas

Selon les dernières données diffusées par le ministère de l'aménagement du territoire, l'année se termine sur une note positive avec une légère progression des mises en chantier de logements neufs de 3,9% sur le trimestre d'octobre à décembre 2024. Les permis de construire affichent pour leur part un recul encore important avec -8,1% sur la période. En rythme annuel, les mises en chantier de logements neufs reculent de 11,1% alors que les permis de construire enregistrent pour leur part un repli de 12,3%. En 2024, 263 100 logements neufs auront été mis en chantier selon le ministère.

Côté fédération française du bâtiment, on estime un retrait plus marqué des mises en chantier de logements à 253 000 unités, ce qui constituerait le plus faible bilan annuel depuis 1954 selon la fédération. En 1953, le ministère du logement et de la reconstruction estimait à 240 000 les besoins annuels en logements neufs de la France, mais avec 25 millions de Français en moins !

L'activité sur les transactions dans l'immobilier ancien revient à un rythme historique après l'envolée des 1,2 million de transactions post-covid. Ces dernières s'élèvent à 780 000 unités en rythme annuel à fin septembre selon les dernières données des notaires de France, soit un recul de 17% par rapport à 2023. Le marché ancien revient donc à son niveau du milieu des années 2010.

### Mises en chantier de logements neufs (milliers)\*



Source : SDES, Sit@del2, ministère de l'aménagement du territoire