

III – Résultats 2021

1. Les ventes de mobilier progressent fortement en 2021

Valeur TTC du marché du meuble 2018-2021



Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Eco-mobilier, Insee

En 2021, les ventes de meuble repartent fortement à la hausse avec une progression de plus de 14 % par rapport à l'exercice 2020, pour se stabiliser à 14,5 milliards d'euros. C'est la première fois que le marché franchit la barre des quatorze milliards d'euros.

On a pu observer en 2021 un phénomène de rattrapage après une année 2020 en retrait suite à la crise sanitaire et à la fermeture des points de vente de produits non essentiels. Mais le rattrapage d'une année difficile ne suffit pas à expliquer cette bonne performance. Les deux confinements de l'année 2020 ont remis le logement au centre de l'attention des ménages Français, qui affichent de nombreux projets de travaux et de réaménagement pour leur intérieur. Les ventes de mobilier profitent pleinement en 2021 de cette volonté de remise à neuf. Si l'on compare les résultats de l'exercice 2021 à ceux de 2019, le marché a progressé de 8,8 % par rapport à cette dernière année de référence, soit un gain en valeur de plus d'un milliard d'euros.

L'année 2021, comme la précédente, aura également été marquée par la fermeture des surfaces de vente de biens non essentiels de plus de 20 000 m² dans un premier temps, puis de plus de 10 000 m² dans un second temps, avant la fermeture de tous les points de vente de ce type. Toutefois, les solutions de remplacement mises en place par les enseignes (click-and-collect, retrait en points relais, livraisons, etc...) ont rempli leur rôle et ont permis de limiter la chute des ventes sur le marché durant ces périodes de fermeture.

On notera également une poursuite de la volonté de monter en gamme des ménages, avec d'excellents résultats chez les spécialistes salon, cuisine, salle de bains ou literie tout au long de l'année, comme dans les enseignes des magasins de l'ameublement milieu – haut de gamme. Les consommateurs sont prêts à investir davantage dans leur mobilier, d'autant plus que les sommes épargnées depuis le début du premier confinement sont colossales, avec plus de 100 milliards d'euros supplémentaires mis en banque par les ménages.

Si l'engouement des Français pour leur logement est de bon augure pour l'exercice 2022, certains freins menacent toutefois l'activité sur le marché. Au premier rang de ces menaces potentielles, on trouve bien sûr la hausse des prix de vente, sous la pression à la fois des

augmentations des prix du fret et des matières premières. Ces augmentations de tarif pourraient en effet amener les ménages à repousser voire annuler certains de leurs achats de mobilier, d'autant plus que les difficultés d'approvisionnement poussent certaines enseignes à allonger les délais de livraison, ce qui peut également avoir un effet dissuasif auprès du consommateur. La baisse du pouvoir d'achat consécutive à ces hausses de prix, ainsi qu'à celles de l'énergie et du carburant, pourrait également inciter les ménages à arbitrer dans leurs dépenses, arbitrages qui pourraient se faire au détriment du meuble, pour lequel ils ont beaucoup dépensé ces derniers mois. La crise qui secoue également l'Ukraine ne sera pas non plus sans conséquence sur l'économie française et pourrait amener les ménages à revoir leurs priorités dans leurs dépenses.

2. Tous les segments sont en croissance en 2021

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

	2021	Evolution 2021/2020	Structure du marché 2021	Evolution 2021/2019
Meuble meublant	4,70	+9,3 %	32,3 %	+2,4%
Cuisine intégrée	4,18	+19,5 %	28,8 %	+16,0%
Canapés, fauteuils et banquettes	2,61	+17,5 %	17,9 %	+11,4%
Literie	1,86	+12,8 %	12,8 %	+4,5%
Meuble de jardin	0,65	+14,5 %	4,4%	+19,3%
Meuble de salle de bains	0,55	+10,5 %	3,8 %	+5,6%
Total	14,55	+14,3 %	100,0 %	+8,8%

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Eco-mobilier, Insee

Tous les segments du marché du meuble, à l'exception du mobilier de jardin qui avait pu profiter de l'engouement des ménages pour leur jardin durant le confinement, affichaient une activité en recul en 2020. La situation est inverse en 2021, où tous les segments parviennent à tirer profit de la bonne santé du marché du meuble pour afficher des résultats en croissance sur l'exercice, même si tous n'affichent pas toutefois la même réussite.

:: Si en 2020 ce sont les meubles de jardin qui affichaient les meilleurs résultats, **la cuisine** reprend en 2021 sa place de leader, au moins en termes de niveau de croissance dans un premier temps (+19,5 % par rapport à 2020), avant peut-être de la prendre en valeur dans les mois qui viennent, l'écart avec le meublant n'ayant jamais été aussi bas et sur des niveaux de croissance qui ne sont clairement pas en faveur de ce dernier. Les ménages ont réinvesti leur cuisine en 2021, sous l'influence de la fermeture des brasseries et restaurants, et n'ont pas hésité à investir dans une cuisine équipée pour bon nombre d'entre eux, faisant progresser le taux d'équipement et le panier moyen. Le segment progresse de 16% par rapport à la dernière année référence pré-covid de 2019.

:: **Les canapés, fauteuils, banquettes** enregistrent la deuxième croissance du marché en valeur, avec une progression de plus de 17 % de leurs vente par rapport à l'exercice précédent. Les ménages français sont à la recherche de confort pour leur logement et n'hésitent pas à investir et à monter en gamme, ce qui profite pleinement aux canapés et fauteuils. Ainsi, lors

des enquêtes d'intentions d'achat menées mensuellement par l'IPEA tout au long du second semestre, c'est le canapé qui est systématiquement arrivé en tête des intentions d'achat de mobilier. A contrario, la banquette a invariablement fermé la marche en étant à chaque fois le meuble cité en dernière position. Si les ventes de banquette ont progressé sensiblement en 2021, elles ne parviennent pas à revenir à leur niveau de 2019 alors que les fauteuils et canapés enregistrent pour leur part une croissance de plus de 10% par rapport à cette dernière année référence.

:: **Le mobilier de jardin** arrive ensuite avec une croissance qui frôle les 15 % en valeur comparé à 2020. Si la saison estivale n'a pas été exceptionnelle en termes d'ensoleillement ou de température, le marché a néanmoins pu profiter, comme en 2020, de l'attrait des ménages pour leurs espaces extérieurs (jardin, balcon, terrasse...) alors que les restrictions de déplacement se multipliaient au premier semestre. Par rapport à 2019, c'est le segment qui enregistre la meilleure performance devant la cuisine et les sièges rembourrés avec une progression de près de 20%. Les ménages n'hésitent pas pour certains d'entre eux à investir de manière plus marquée dans leur jardin via l'achat d'aménagements plus complets type salon et cuisine d'extérieur afin de faire du jardin une véritable extension de la maison.

:: **La literie** enregistre une hausse de ses ventes par rapport à 2020 de presque 13 %. Si la croissance est au rendez-vous, la literie marque néanmoins le pas et ne se présente plus comme un des moteurs du marché comme ce fut le cas tout au long des années 2010. On notera que par rapport à 2019, si l'on exclut le meublant, c'est le segment qui enregistre la plus faible croissance, avec une progression qui n'atteint pas les 5% par rapport à cette dernière année référence, alors que pourtant de nombreux indicateurs vont dans le sens d'une augmentation du panier moyen (hausse des prix, développement des ventes de literie de grande taille, etc.).

:: Les ventes de meubles de **salle de bains** progressent d'un peu plus de 10 % sur l'ensemble de l'exercice par rapport à l'année précédente. Ces derniers profitent du réaménagement global de la maison souhaité par les ménages. Ce n'est toutefois pas la pièce pour laquelle les investissements sont les plus importants, en tout cas en ce qui concerne le mobilier. L'achat de meubles est souvent accompagné de travaux et les postes de dépenses sont nombreux : mobilier, sanitaires, revêtement de mur et de sol etc..., ce qui dilue le budget meuble. On notera également que la salle de bains est le marché du meuble le plus corrélé aux mises en chantier de logements neufs, la reprise timide de l'immobilier qui ne parvient pas à repasser au-dessus des 400 000 unités annuelles mises en chantier n'aura pas non plus favorisé les bonnes performances du segment.

:: Comme c'est maintenant souvent le cas ces dernières années, **le meublant** ferme la marche en termes de croissance, même si cette dernière frôle les 10 % par rapport à 2020. Les arbitrages des ménages se sont faits au détriment de cette catégorie du meuble, même si certains produits comme le dressing ou le bureau, sous l'influence du développement du télétravail, parviennent toujours à sortir du lot. On notera que le meublant est le segment qui enregistre la progression la plus faible par rapport à 2019 (+2,4%). Les ventes de meubles de salon et de chambre à coucher auront progressé à des vitesses similaires tout au long de l'année, le meuble d'appoint ne fait pas mieux et seul le mobilier de bureau à destination des ménages parvient à tirer son épingle du jeu. Le mobilier bébé pour sa part s'affiche en recul

sous l'impact d'un taux de natalité à la baisse ces derniers mois, mais qui reprend des couleurs depuis quelques semaines.

3. Les spécialistes et l'ameublement milieu haut de gamme continuent leur progression

Structure de la distribution en 2021

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2021/2020	Evolution 2021/2019
Grande distribution ameublement	36,4 %	5,29	+8,6 %	-2,7%
Spécialistes	26,7 %	3,88	+24,6 %	+22,2%
Grandes surfaces de bricolage	13,9 %	2,03	+14,1%	+17,3%
Ameublement milieu/haut de gamme	11,2%	1,63	+18,9%	+12,1%
E-commerce	7,6 %	1,10	+7,1 %	+13,5%
Autres circuits	4,2 %	0,62	+8,8 %	+0,9%
TOTAL	100,0%	14,55	+14,3 %	+8,8%

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Eco-mobilier, 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.

:: Les spécialistes réalisent un exercice 2021 dans la lignée de leur deuxième semestre 2020. Les ménages français ont l'envie d'investir dans leur logement et leur volonté de monter en gamme continue de se manifester avec des progressions importantes des enseignes spécialistes tant par rapport à 2020 (+24,6%) qu'à 2019 (+22,2%), exercice sur lequel ils enregistrent également la progression la plus importante. Tous les spécialistes s'affichent en croissance même si les enseignes spécialisées salon et cuisine se démarquent en enregistrant les performances les plus importantes. Si cette position de leader est habituelle chez les spécialistes cuisine, elle est plus inattendue chez les spécialistes salon. Cette belle performance permet à certains d'entre eux de reprendre un peu d'oxygène après plusieurs exercices délicats.

:: Les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme, comme les spécialistes, peuvent elles aussi capitaliser sur les envies de monter en gamme du consommateur. Leurs ventes progressent de presque 20% par rapport à 2020 et de 12% par rapport à 2019. Cette volonté de mieux s'équiper se traduit d'ailleurs par de plus fortes progressions chez les enseignes de l'ameublement haut de gamme par rapport au milieu de gamme. Le circuit enregistre des croissances similaires de l'ordre de 20% par rapport à 2020 sur ses deux marchés principaux que sont le meuble meublant et le siège rembourré. L'envie des ménages d'investir dans des produits plus qualitatifs perdure dans le temps et n'aura pas juste été un effet transitoire lié à la fin du premier confinement en mai 2020.

:: **Les grandes surfaces de bricolage** enregistrent une croissance de leurs ventes de 14% par rapport à 2020 et de 17% par rapport à 2019. Comme en 2020, les magasins de bricolage profitent de pouvoir offrir une offre globale pour le réaménagement de la maison pour développer le rayon mobilier. Tous les produits meubles sont en forte croissance. Les meilleures progressions sont enregistrées sur le meuble de jardin, segment pour lequel les grandes surfaces de bricolage demeurent leaders. Les enseignes profitent également de l'exercice 2021 pour renforcer leurs positions sur le marché des meubles de salle de bains pour lesquels elles demeurent également leader du marché avec presque la moitié de la valeur vendue à leur actif. Le circuit aura également profité de cette année 2021 pour monter en gamme sur son offre cuisine avec succès au vu des belles progressions enregistrées. Enfin, côté meublant le dressing a toujours le vent en poupe.

:: **La grande distribution ameublement** enregistre la progression la plus faible du marché hors pure-players, +8,6% par rapport à 2020. Le circuit aura dû composer cette année avec de trop nombreux obstacles pour pouvoir faire mieux. En effet, ces enseignes auront été les plus impactées par les fermetures administratives pour raisons sanitaires décidées dès le début du mois de février pour les surfaces de vente de plus de 20 000 m², puis ensuite celles de plus de 10 000 m² avant la fermeture de tous les magasins de biens non essentiels. Certains leaders du marché ont dû ainsi composer avec des magasins fermés pendant plus de trois mois. Sur le circuit, les problèmes d'approvisionnement et de stocks ont été importants tout au long de l'année allongeant de manière parfois importante les délais de livraison, poussant ainsi le consommateur à se tourner vers d'autres enseignes. Enfin, des acteurs importants du circuit ont fermé de nombreux points de vente au cours de l'année 2020, dans ces conditions un recul d'activité du circuit de seulement 2,7% par rapport à 2019 ne constitue pas forcément une mauvaise performance.

:: **Le e-commerce (pure-players)** continue de développer son chiffre d'affaires meuble en 2021, même s'il le fait à un rythme inférieur à bon nombre des enseignes de la vente physique. En 2020, suite à la fermeture des magasins de meuble au printemps, le circuit s'était retrouvé sans concurrence, ce qui n'aura pas été le cas lors des fermetures de points de vente en 2021. Les enseignes de meubles ont en effet peaufiné des solutions alternatives pour contrer ces fermetures, ce qui n'avait pu être fait lors du premier confinement. Les pure-players auront dû composer avec une concurrence accrue des sites des enseignes de la vente physique. Ce déficit de performances par rapport aux enseignes de la vente physique illustre également le fait que lorsqu'il a le choix pour ses achats de mobilier ou d'équipement de la maison le consommateur continue à privilégier le magasin, même pour les produits pour lesquels ils dépensent peu, comme le jardin par exemple. Le circuit aura également été régulièrement confronté à des problèmes de stock, ce qui aura ralenti sa croissance.

:: Concernant les **autres circuits**, la croissance est aussi au rendez-vous sur l'exercice 2021. Si les enseignes discount étaient sur une pente ascendante ces dernières années, elles ont, elles aussi, été confrontées à de nombreux problèmes de stocks tout au long de l'année ce qui a ralenti leur bonne dynamique des exercices précédents. A noter de bons résultats également de la part des grandes surfaces alimentaires qui ont renforcé cette année leur offre mobilier notamment en ce qui concerne le jardin ou la literie.

4. Reprise des mises en chantier en 2021

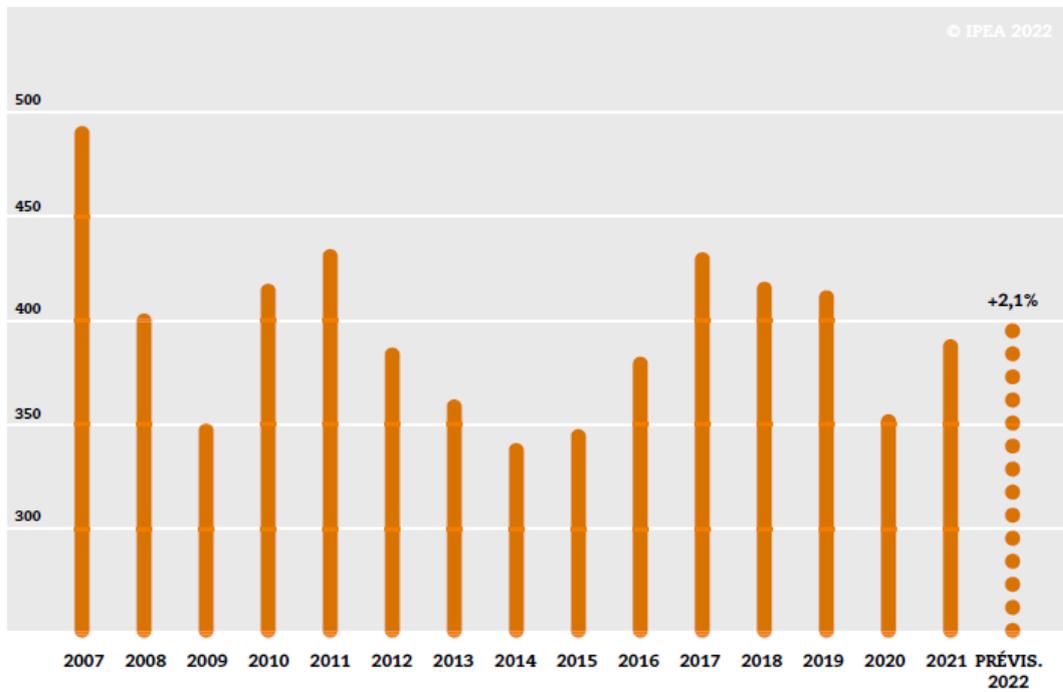
La construction de logements neufs reprend des couleurs en 2021, tout comme la majorité des secteurs liés à la maison et à son équipement. Les mises en chantier progressent ainsi fortement sur l'ensemble de l'exercice avec une croissance de 10,7 %, ce qui ne leur permet pas toutefois de repasser au-dessus des 400 000 unités en rythme annuel. On notera également que l'effet de rattrapage consécutif à un exercice 2020 en fort recul s'estompe déjà en fin d'année, avec une croissance des mises en chantier de seulement 4,2 % sur le dernier trimestre de l'année, selon les dernières données du ministère de la Transition écologique.

Même schéma en ce qui concerne les permis de construire délivrés, qui progressent également très fortement sur l'exercice 2021, avec une croissance de 18,9 % sur l'ensemble de l'exercice. La croissance est toutefois plus limitée en ce qui concerne le dernier trimestre, mettant là aussi en avant l'idée d'un rattrapage qui commence à s'estomper sur la fin de l'année, avec une croissance des permis de seulement 1,9 % d'octobre à décembre. Selon la Fédération française du bâtiment, les mises en chantier devraient progresser de 2,1 % en 2022, soit une croissance relativement faible au vu de l'augmentation des permis de construire en 2021.

Cet écart de croissance entre mises en chantier à venir et permis de construire actuels peut s'expliquer par des délais de livraison de matériaux qui ne cessent de s'allonger. De plus, selon le président de la FFB, « les fournisseurs ont tous annoncé des hausses de prix de leurs matériaux et matériels, entre 5 et 15 % au 1er janvier 2022 ». A cela s'ajoute également le prix de l'énergie en forte progression, et la nouvelle réglementation environnementale RE2020 devrait également engager un surcoût hors matériaux de 3,5 % sur les nouvelles constructions. Ces éléments pourraient ainsi retarder la transformation en mises en chantier de certains permis de construire pour l'exercice à venir.

A contrario, du côté de l'immobilier ancien, la situation est clairement au beau fixe, avec des transactions dont le niveau atteint 1,2 million d'unités sur un an à la fin du mois de novembre 2021, en croissance de 17,5 %. Pour les mois qui viennent, les experts des notaires de France estiment que les ventes devraient ralentir mais continuer à se maintenir à des niveaux élevés, avec des volumes de transactions compris entre 1 et 1,1 million d'unités en rythme annuel.

Mises en chantier de logements neufs (milliers)*



Source : SDES, Sit@del2