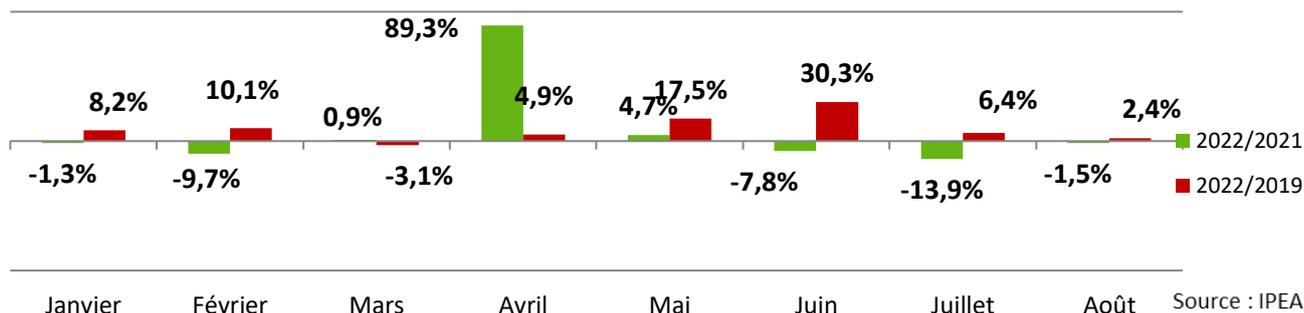


Le mois d'août en bref...

Evolution du marché août. 2022/août. 2021	-1,5%
août. 2022/août. 2019	+2,4%
Evolution du cumul à fin août 2022/2021	+1,5%
août 2022/2019	+9,1%

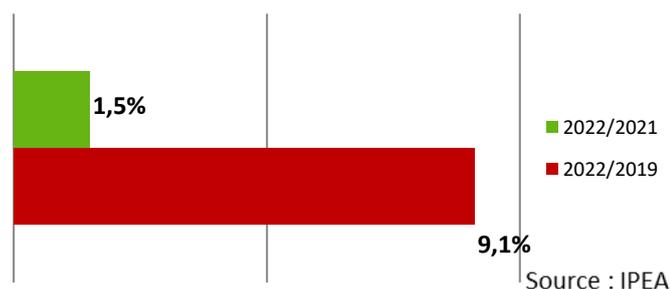
Léger recul du marché en août

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Sur la base d'un référentiel 2021 en fort recul (-9,1%), le marché ne parvient pas à maintenir ses ventes sur l'ensemble du mois d'août avec un nouveau recul toutefois plus faible de **1,5%**. Malgré cette contre-performance, le marché demeure en avance sur le mois d'août 2019 avec une croissance des ventes de **2,4%** sur ce dernier mois référence. Toutefois, sans la hausse constante des prix depuis plusieurs mois, le marché serait en recul par rapport à cette marque référence. On notera des performances assez hétérogènes entre les distributeurs où de nombreux acteurs affichent un recul plus ou moins marqué tout en côtoyant quelques enseignes qui arrivent pour leur part à enregistrer des croissances à deux chiffres sur le mois. Un seul produit parvient véritablement à tirer son épingle du jeu et à faire progresser ses ventes sur ce mois, c'est le meuble meublant alors que les autres familles du secteur reculent légèrement voire un peu plus fortement en ce qui concerne la literie. Côté circuits, ce sont encore une fois les spécialistes cuisine et la grande distribution ameublement qui se démarquent avec les meilleures performances sur le mois.

Evolution valeur en cumul 8 mois



Suite à la performance du mois d'août, le cumul des ventes sur huit mois s'érode encore un peu pour s'établir à **+1,5%**. Le marché conserve également une avance conséquente sur l'exercice 2019, au moins en valeur, avec une croissance de **9,1%** sur huit mois. Après deux années de croissance consécutives avec respectivement +8% en 2020 et +2% en 2021, il y a peu de chances que le mois de septembre parvienne à maintenir ce rythme sur l'année 2022 au vu de la conjoncture actuelle. Un nouveau recul d'activité est donc à craindre pour le mois de septembre, à moins que la rentrée ne vienne booster les ventes et relancer les projets d'aménagement des ménages.

Depuis le début de l'exercice 2022, les acteurs du e-commerce se montrent plus en difficulté sur le marché du meuble. Après avoir profité de la fermeture des points de vente durant les confinements successifs et des restrictions de circulation dans les magasins, ils doivent maintenant composer avec le retour des consommateurs vers le point de vente physique. Toutefois, une catégorie d'acteurs en ligne semble tirer son épingle du jeu et séduire de plus en plus de consommateurs si l'on en croit une étude Ipsos pour Octopia (Etude menée en ligne auprès de trois échantillons de 1 000 personnes représentatifs de la population du pays selon la méthode des quotas en France, Espagne et Allemagne), ce sont les market places.

55%, c'est la part des consommateurs en ligne, tous produits confondus, qui ont démarré leur recherche pour leur dernier achat Internet sur un site multi marques. 41% ont même commencé directement sur un site généraliste du type Cdiscount ou Amazon. Seulement 15% des acheteurs se sont rendus directement sur un site spécialisé dans le type de produits recherchés. 15% ont utilisé leur moteur de recherche et 14% se sont rendus de leur côté directement sur le site d'une marque. Sur la base de ces proportions, la market place constitue un premier point de recherche de choix pour des acheteurs qui commencent avant tout par des sites généralistes ou multi marques.

76% des acheteurs en ligne déclarent avoir connaissance de l'existence des market places, ce pourcentage monte même à 82% en France selon l'étude. Fin 2019, lorsque l'IPEA avait posé la question à des consommateurs de définir ce qu'était une market place, seul un tiers d'entre eux avaient la bonne définition, ces nouveaux résultats illustrent le développement rapide des market places, qui se sont multipliées sur le Web ces dernières années et ont su séduire le consommateur. Selon cette étude, 53% des acheteurs en ligne ont réalisé leur dernier achat sur une market place, cette proportion montant même à 58% en Espagne. Seulement 16% des acheteurs déclarent avoir réalisé leur dernier achat sur un site ne vendant que des produits en propre.

55% des acheteurs en ligne classent le fait d'avoir accès à une grande variété de produits et de marques comme le premier avantage des market places. Avec 51% c'est ensuite le fait de pouvoir accéder aux évaluations et notations des produits et des vendeurs qui séduit le plus le consommateur. Vient ensuite le fait de pouvoir comparer les prix entre les vendeurs et les marques qui charme 50% des consommateurs en ligne.

85% des consommateurs en ligne attendent avant tout dans leurs achats d'être accompagnés et aidés dans leur choix. Dans cette optique, 39% des acheteurs souhaitent pouvoir comparer les aspects techniques des différentes marques et produits lorsqu'ils achètent sur leur ordinateur. 34% veulent avoir accès aux avis en ce qui concerne les produits et les vendeurs et 27% souhaitent savoir s'ils peuvent renvoyer les produits achetés. **61%** des acheteurs estiment que l'achat en ligne est un gain de temps important (ce pourcentage monte à 67% chez les acheteurs français) car il permet d'effectuer ses achats le soir ou le midi durant la pause déjeuner, de se faire livrer, de sauvegarder ses produits ou ses envies si le temps manque pour terminer ses achats etc... **47%** attendent de l'achat en ligne de pouvoir maîtriser leur budget. En France, où le pouvoir d'achat est au centre des préoccupations des consommateurs, suite notamment aux deux campagnes électorales du premier semestre, cette part monte à 66%.

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>