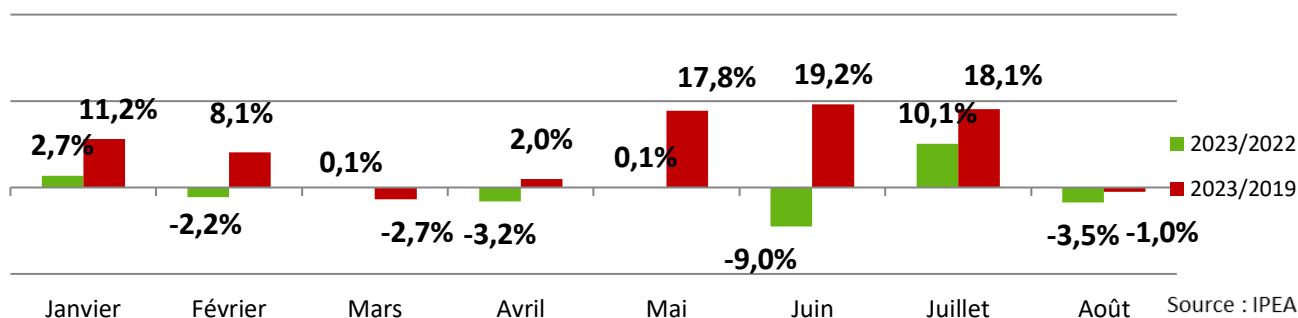


Le mois d'août en bref...

Evolution du marché août 2023/août 2022	-3,5 %
août 2023/août 2019	-1,0 %
Evolution du cumul à fin août 2023/2022	-0,5 %
août 2023/2019	+9,0 %

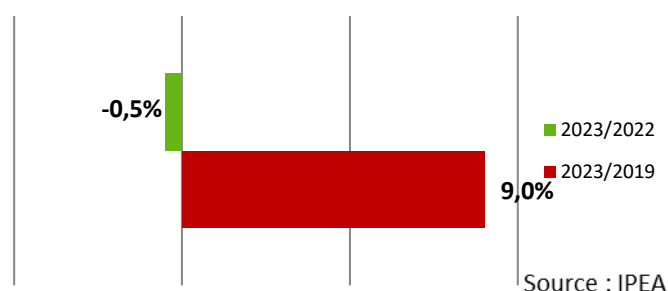
Le marché recule en août

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



Après la belle performance du mois de juillet, le marché renoue avec sa tendance du premier semestre en enregistrant un nouveau repli de ses ventes en valeur en août (-3,5%). Le mois reste sur la pente descendante après les reculs d'activité de 8,9% de 2021 et de 1,3% de 2022. Le marché enregistre également un recul de ses ventes de -1,0% sur sa dernière marque référence de août 2019. La suppression des catalogues papier de rentrée dans de nombreuses enseignes ainsi que des collections remises à jour régulièrement tout au long de l'année modifient le comportement du consommateur et limitent le poids des mois d'août et septembre sur l'activité annuelle du marché. Au cours de ce mois d'août, on notera que seule la literie parvient à surnager et à faire progresser son chiffre d'affaires alors que tous les autres segments présentent pour leur part des résultats en recul. Le jardin et la cuisine enregistrent encore une fois les reculs les plus marqués. Du côté des circuits, seules les enseignes de la grande distribution ameublement et celles spécialisées en literie parviennent à se démarquer et à faire progresser faiblement leur chiffre d'affaires sur le mois.

Evolution valeur en cumul 8 mois



L'impact du mois d'août sur le cumul des huit premiers mois reste limité et le marché se stabilise à -0,5% par rapport à 2022. L'avance reste confortable par rapport à 2019, avec une croissance de 9,0%, même si cette progression n'empêche pas une chute des volumes par rapport à cette dernière année référence. Le déficit devrait continuer à se creuser dans les mois qui viennent, le marché était en effet en croissance l'année dernière sur les quatre derniers mois de l'exercice et il est peu probable que 2023 puisse suivre le rythme sur la période.

Selon l'Insee, la hausse des prix à la consommation rebondit au mois d'août suite à la hausse des prix de l'énergie avec une croissance sur douze mois de 4,9%, contre 4,3% à fin juillet. On notera toutefois que la hausse des prix ralentit par rapport à l'année précédente où la croissance à fin août était de 5,9%. Elle reste toutefois élevée sur un an et s'ajoute aux hausses des années précédentes. Le pouvoir d'achat des ménages reste toujours sous tension durant cette rentrée et demeure leur principale préoccupation. Les arbitrages devraient être encore conséquents sur cette fin d'année. La dernière édition de l'étude LSA/Appinio réalisée du 20 au 23 août auprès de 1 000 personnes représentatives de la population française montre que les prochains mois devraient encore être difficiles pour le consommateur.

49,9% c'est la part des personnes interrogées qui déclarent qu'elles comptent diminuer leurs dépenses en mobilier et décoration. C'est le cinquième poste sur lequel les Français envisagent de restreindre leurs dépenses après les sorties dans les bars et restaurants (55,8%), les loisirs et divertissements (51,2%), les voyages et vacances (50,8%) et les produits électroniques (50%). Le meuble et la décoration arrivent toutefois devant les soins et bien-être (46,8%), les activités sportives (41,3%) et l'habillement et chaussures (40,6%).

58,3%, c'est la part des répondants qui attendent plus de promotions de la part des distributeurs, c'est presque cinq points de plus par rapport à janvier 2022. Les consommateurs ont beaucoup d'attentes de la part des distributeurs et 56,3% d'entre eux aimeraient que les enseignes baissent leurs marges pour limiter la hausse des prix, c'est six points de plus par rapport à 2022. On notera également que près de la moitié des consommateurs (47,8%) attendent plus d'avantages fidélité (+1,4 point). Un peu plus d'un quart d'entre eux aimeraient également des négociations plus « serrées » avec les fournisseurs (+6 points par rapport à 2022).

57,6%, c'est la part des Français qui se montrent pessimistes par rapport à cette rentrée 2023, dont 14% qui ne se déclarent pas du tout optimistes. Si les 42% restants se montrent optimistes, c'est toutefois de manière mesurée. Ainsi ce sont un quart des français qui se montrent plutôt optimistes et seulement 5% qui déclarent l'être tout à fait.

84,5% et 67%, ce sont respectivement les parts des Français qui s'estiment inquiets pour leur pouvoir d'achat et qui le jugent mauvais, à titre de comparaison en janvier 2022, ces parts étaient de 67% pour la première et 38% pour la deuxième. Les trois quarts des ménages déclarent également que leurs fins de mois sont compliquées alors qu'ils n'étaient que les deux tiers en janvier de l'année précédente. Il est difficile d'épargner pour 87,5% des Français contre 74% pour la marque précédente.

85,1%, soit la part des répondants qui se déclarent prêts à réparer plus régulièrement leurs équipements pour la maison cassés ou abîmés dans les six prochains mois. 75,3% des ménages sont également prêts à recourir plus à des produits d'occasion. Et presque la moitié d'entre eux à avoir plus régulièrement recours au prêt ou à la location.



Le marché français de la décoration

© Institut de la Maison août 2023

L'étude IPEA sur le marché de la décoration est disponible !

Bon de commande et sommaire téléchargeables à cette adresse :

<https://ipea.fr/fr/actualités/etude-decoration-2023>