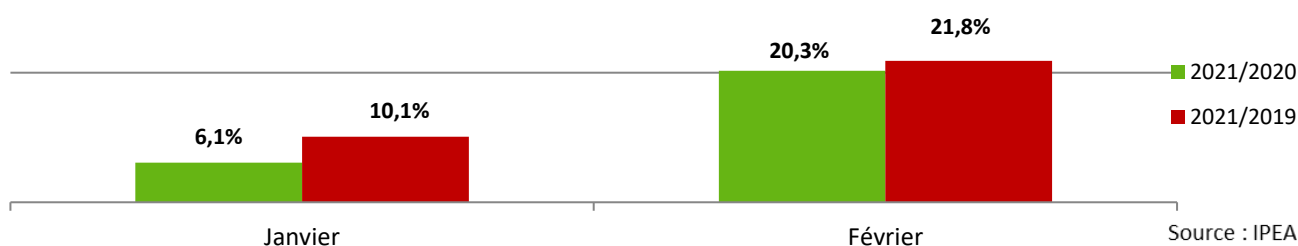


## Le mois de février en bref...

Evolution du marché février 2021/février 2020	<b>+20,3 %</b>
<i>février 2021/février 2019</i>	<b>+21,8%</b>
Evolution du cumul à fin février 2021/2020	<b>+12,5 %</b>
<i>février 2021/2019</i>	<b>+15,4%</b>

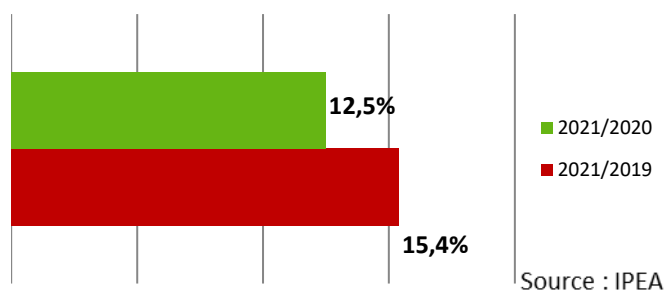
## La croissance se poursuit en février

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



Malgré la fermeture de la quasi-totalité des points de vente du leader du secteur et un samedi en moins, l'activité progresse fortement sur le marché du meuble en février avec une croissance de **20,3%**. Les résultats sont spectaculaires dans bon nombre d'enseignes et de circuits. Le report des soldes en partie sur le mois de février permet d'expliquer partiellement cette performance tout comme les menaces de confinement au niveau départemental ou national qui ont plané tout au long du mois et qui ont décidé certains consommateurs à accélérer leurs achats. Comme pour les mois précédents, les spécialistes et les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sont ceux qui enregistrent encore les meilleures performances avec pour les leaders des croissances parfois supérieures à 50% sur le mois. Le cumul marché continue de progresser et enregistre une croissance de **12,5%** sur les deux premiers mois de l'année par rapport à 2020 et de **15,4%** par rapport à 2019.

## Evolution valeur en cumul 2 mois



Concernant le mois de mars de nouvelles restrictions se sont ajoutées à celles déjà existantes comme la fermeture des centres commerciaux de plus de 10 000 m<sup>2</sup> dans certains départements ainsi que leur confinement dans les derniers jours du mois. La profession se mobilise via la FNAEM avec un communiqué d'une page dans la presse nationale le 29 mars 2021. Le mois de mars affichait un recul de plus de 50% en 2020. Malgré ces nouvelles restrictions, la croissance devrait ainsi toujours être au rendez-vous en mars... au moins par rapport à 2020, avant encore de nouvelles restrictions au national en avril.

Nous en avons déjà parlé lors des notes de conjoncture précédentes, les problèmes d'approvisionnement liés à la crise sanitaire ont remis la production nationale sur le devant de la scène en ce qui concerne les achats d'ameublement. A cette démarche « contrainte » s'ajoute aussi une volonté des ménages de mieux consommer. La crise que nous vivons a modifié les comportements d'achat de certains consommateurs créant ainsi une opportunité à saisir pour la production nationale à condition toutefois de rester compétitif en termes de prix comme le mettent en évidence les résultats publiés dans l'observatoire de la consommation responsable publié par L'Obsoco (Observatoire société et consommation) en janvier 2021.

**35%**, c'est la part des Français qui déclarent avoir réorienté leur consommation vers la production nationale, locale ou des circuits courts afin d'avoir une consommation plus responsable. C'est la principale mesure mise en place par les consommateurs juste derrière une consommation plus optimale (36%) leur permettant d'éviter le gaspillage ou de réduire leurs déchets ou les achats de produits avec emballage.

**60%** des Français au cours de cette étude ont déclaré avoir changé leurs habitudes suite à la crise du coronavirus et privilégier davantage les produits français pour leurs achats non-alimentaires. 62% ont également déclaré être plus attentifs à l'impact environnemental de ce qu'ils achetaient. Ces considérations passent toutefois après le prix puisque 73% déclarent avoir changé leurs habitudes en étant également plus attentifs aux prix des produits qu'ils achètent.

Le prix devient ainsi le premier critère de choix des produits non alimentaires pour les ménages Français. Ainsi, **73%** d'entre eux le citent parmi leurs trois premiers critères principaux lors de leurs achats (34% le citent en première position). Le prix arrive ainsi devant la qualité/la performance citées parmi les trois principaux critères par 62% des personnes interrogées. L'origine géographique/le lieu de production n'arrive pour sa part qu'en cinquième position avec 28% des sondés qui les citent dans leur trois principaux critères, à égalité avec l'esthétique mais derrière la durée de vie/la durée de garantie.

Dans cette logique de recherche du bon prix, on notera que la crise sanitaire aura également relancé la mode du « fait soi-même », ce sont ainsi 71% des personnes interrogées au cours de cette étude qui déclarent faire leurs travaux de bricolage elles-mêmes. On notera que 10% des sondés ont déclaré bricoler eux même mais uniquement au cours de la crise sanitaire, ce qui explique les afflux de consommateurs dans les magasins de bricolage depuis la fin du premier confinement, le confinement ayant multiplié les adeptes du bricolage. En ce qui concerne le fait de fabriquer ou de restaurer des objets ou des meubles, ce sont **41%** des Français qui se sont déclarés être adeptes de cette pratique. 9% des sondés n'ont toutefois été concernés par cette pratique que depuis le début de la crise sanitaire.

Etude complète disponible à l'adresse suivante : [https://lobsoco.com/wp-content/uploads/2021/01/LObSoCo\\_CITEO\\_Observatoire-de-la-consommation-responsable\\_RAPPORT-COMPLET.pdf](https://lobsoco.com/wp-content/uploads/2021/01/LObSoCo_CITEO_Observatoire-de-la-consommation-responsable_RAPPORT-COMPLET.pdf)

## Nouvelle Etude IPEA literie



**L'édition 2021 de l'étude literie de l'IPEA est déjà disponible**

**Pour vous offrir un aperçu complet du secteur de la literie en France de 2017 à 2019, l'IPEA vous propose une analyse globale sur :**

- ✓ **Les matelas**
- ✓ **Les sommiers**
- ✓ **Les compléments de literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit...)**

**[POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :](http://www.ipea.fr/fr/actualites/le-marche-de-la-literie-en-france-2018-2020)**

**<http://www.ipea.fr/fr/actualites/le-marche-de-la-literie-en-france-2018-2020>**

## Et toujours le Meubloscope 2021!



- Pour faire le point sur une année 2020 atypique et savoir quels produits et quels circuits s'en sont le mieux sortis
  - Quelles intentions d'achat pour l'année 2021 ?
- Toutes les clés pour comprendre le marché sont dans l'édition 2021 du Meubloscope

**Complétez votre collection et  
commandez votre exemplaire...**



BON DE  
COMMANDE

(parution mars 2021)

Avec le soutien de

**CODIFAB**  
comité professionnel de développement  
des industries françaises de l'aménagement et du bois

## TARIFS

<input type="checkbox"/> 1 exemplaire	456,00 € TTC	380,00 € HT
<input type="checkbox"/> 2 exemplaires	866,40 € TTC	722,00 € HT
<input type="checkbox"/> 3 exemplaires	1 272,24 € TTC	1 060,20 € HT
<input type="checkbox"/> 4 exemplaires	1 659,84 € TTC	1 383,20 € HT
<input type="checkbox"/> 5 exemplaires	2 029,20 € TTC	1 691,00 € HT
<input type="checkbox"/> 6 exemplaires	2 380,32 € TTC	1 983,60 € HT
<input type="checkbox"/> Plus de 6 exemplaires	<b>nous contacter</b>	

## VOS COORDONNÉES

 M.  Mme  Mlle

Prénom

Nom

Fonction

Société

Activité de l'entreprise

N° Siret (obligatoire)

Adresse

Code postal

Ville

Tél.

Fax

E-mail

Retournez ce bulletin accompagné  
de votre règlement à :

INSTITUT DE LA MAISON  
29 rue Censier  
F-75005 Paris / France  
T. +33 1/09 53 45 02 85  
info@ipea.fr  
[www.ipea.fr](http://www.ipea.fr)

APE 7320Z

SIRET 317 354 272 000 47

NID CEE FR 683 173 542 72

IBAN FR76 3005 6002 6902 6900 0096 608

BIC CCFRFRPP

DATE / CACHET / SIGNATURE