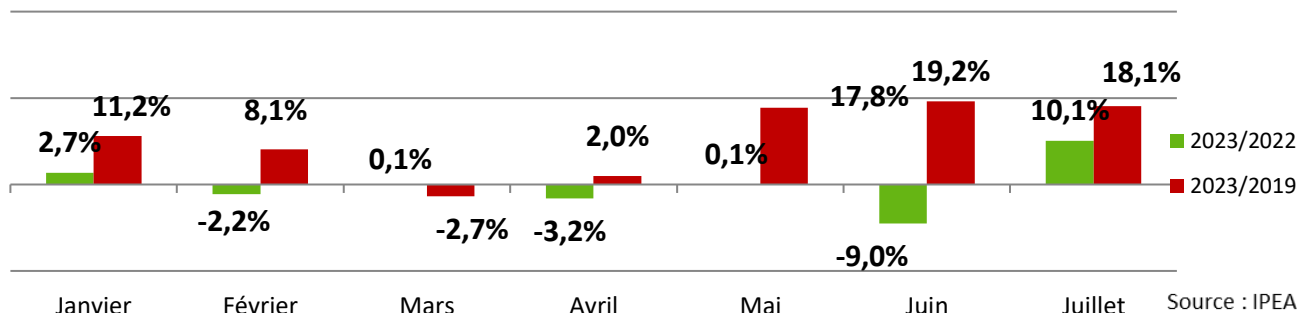


### Le mois de juillet en bref...

Evolution du marché juillet 2023/juillet 2022	<b>+10,1 %</b>
<i>juillet 2023/juillet 2019</i>	<b>+18,1 %</b>
Evolution du cumul à fin juillet 2023/2022	<b>-0,1 %</b>
<i>juillet 2023/2019</i>	<b>+10,4 %</b>

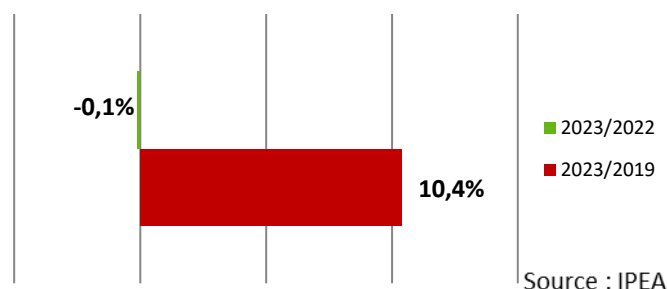
### Le marché reprend des couleurs en juillet

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



Comme attendu, le marché progresse assez fortement en juillet sous l'impact du décalage des soldes. On notera ainsi une croissance inédite pour l'exercice 2023 de **10,1%**. Comme nous l'expliquions dans notre note précédente, le premier week-end de soldes aura eu lieu cette année en juillet alors qu'il était au mois de juin en 2022, ce dernier avait pu bénéficier de neuf jours de soldes lors de l'exercice précédent contre seulement trois en 2023. Le marché en juillet reste aussi largement en avance sur son résultat de 2019 avec une progression de **18,1%**. On notera toutefois deux bémols en ce qui concerne ce résultat de juillet 2023. Le premier concerne le résultat de juillet 2022 en recul de plus de 11% et qui n'est pas compensé par la croissance de cette année. Le second est lié au fait que cette croissance est loin de profiter à tous les acteurs du marché, certains spécialistes peinent ainsi à redresser la barre au cours du mois de juillet malgré un contexte plus favorable. Les écarts de performances sont ainsi importants entre les acteurs du secteur qui ont bénéficié d'un effet soldes et qui enregistrent une croissance à deux chiffres et ceux qui restent encore en retrait.

#### Evolution valeur en cumul 7 mois



La bonne performance du mois de juillet permet au marché de se rapprocher de l'équilibre même s'il demeure toujours légèrement en retrait sur les sept premiers mois de l'année (**-0,1%**). Le cumul progresse également par rapport à 2019 avec une croissance cumulée depuis le début de l'année de **10,4%**. Cette reprise pourrait toutefois n'être que de courte durée car les résultats du mois d'août sont sur la pente descendante depuis deux ans et les résultats du premier semestre ne plaident pas pour une reprise sur ce mois surtout après un mois de juillet en forte croissance.

Malgré un contexte économique qui demeure compliqué et des ménages qui continuent à multiplier les arbitrages dans leurs dépenses, de nombreux distributeurs continuent de rester optimistes et d'investir dans le digital en ce qui concerne leur commerce, c'est ce qui ressort d'une étude menée par Ipsos dans le cadre de la 7<sup>ème</sup> édition de son baromètre « croissance et digital » (700 commerces français de 1 à 4 999 salariés ont été interrogés par téléphone du 17 avril au 21 mai 2023).

**41%**, c'est la part des commerçants qui estimaient au moment de l'enquête que leur chiffre d'affaires serait en croissance en 2023, 25% estimant même que cette croissance serait supérieure à 5%. On notera que seulement 16% des commerces interrogés tablaient pour leur part sur un recul de leur chiffre d'affaires en 2023. Ces derniers s'attendaient en moyenne à un recul d'activité de l'ordre de 13%.

**50%** des commerçants qui ont répondu à l'enquête estiment que la transformation digitale des points de vente constitue une opportunité. C'est douze points de plus par rapport à 2021, la crise de la covid est passée par là avec son lot de confinements et de fermetures de points de vente et a su convaincre de nombreux commerçants du bénéfice de faire évoluer leur point de vente. 41% d'entre eux considèrent encore ça comme un passage obligé alors que seulement 9% d'entre eux n'effectuent aucune action en ce sens, contre 17% en 2021.

**69%** des commerces interrogés estiment que la crise financière ne constitue pas un frein en ce qui concerne leurs investissements dans le digital, 45% répondant même que cette dernière ne constitue pas du tout un frein, ce qui illustre l'importance de la démarche pour de nombreux distributeurs. Seulement 11% d'entre eux estiment que la crise constitue « tout à fait » un frein aux investissements.

**64%** des commerces interrogés utilisent un ou plusieurs canaux digitaux pour commercialiser leurs produits ou services, c'est quatre points de plus par rapport à l'enquête précédente. Cette part monte à 76% en ce qui concerne les commerces de plus de vingt salariés. Ainsi, 42% des commerçants interrogés déclarent qu'ils ont leur propre site marchand, en progression de cinq points par rapport à l'enquête précédente. 42% utilisent également les réseaux sociaux, c'est par contre là trois points de moins par rapport à l'année précédente.

**51%** des personnes interrogées estiment que dans leur commerce le digital aura permis une amélioration de leur chiffre d'affaires, dont 18% qui répondent « oui, tout à fait ». C'est quatre points de plus que lors de l'enquête précédente. Cette part monte à 73% dans les commerces de plus de 20 salariés. Parmi les commerces qui reconnaissent un effet du digital sur leur chiffre d'affaires, 24% d'entre eux estiment que le digital concourt à hauteur de plus de 15% de leur chiffre d'affaires.



## 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>