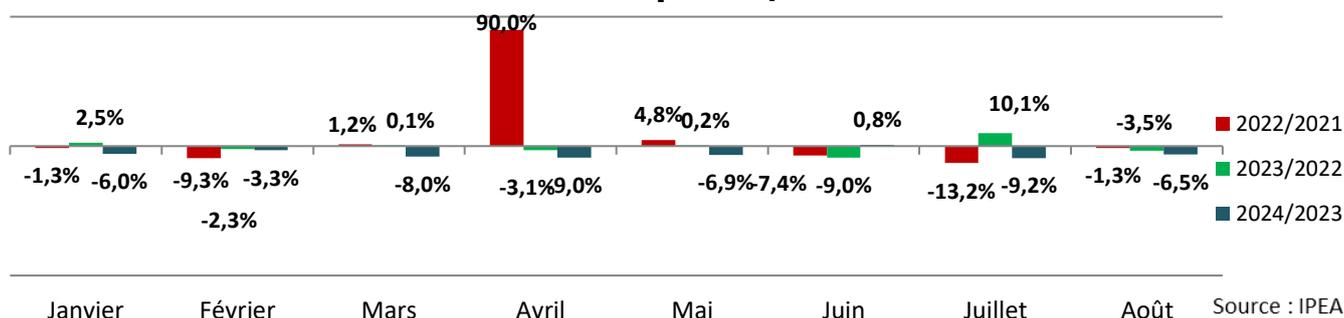


### Le mois d'août en bref...

Evolution du marché août 2024/août 2023	<b>-6,5%</b>
Evolution du cumul à fin août 2024/2023	<b>-6,1%</b>
Incidence du résultat d'août sur le cumul	<b>0,0 pt</b>
Evolution du cumul marché hors cuisine et literie	<b>-6,3%</b>

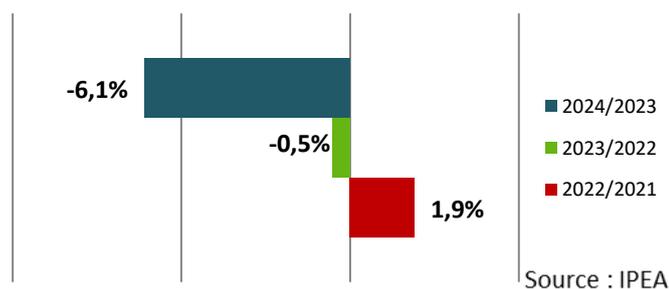
### La chute se poursuit au mois d'août

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



La chute d'activité se poursuit au mois d'août sur le marché du meuble avec **un recul de performances encore important (-6,5%)**, malgré pourtant la présence d'un samedi en plus par rapport à l'exercice précédent. C'est le quatrième exercice consécutif où le mois d'août enregistre un repli de son chiffre d'affaires. Même si ce dernier avait bien progressé en 2020 à la suite des confinements du printemps, les ventes en valeur réalisées sur le mois sont repassées depuis 2023 sous leur niveau pré-covid de 2019. Il semble que la priorité a été donnée aux vacances et aux loisirs durant ce second mois de la saison estivale et que le mois d'août soit de moins en moins propice à équiper son logement, au moins en ce qui concerne le mobilier. Encore une fois, comme ces derniers mois, à l'exception de certaines market-places et de certains spécialistes literie et discounters, les résultats de la majorité des acteurs du marché sont orientés à la baisse. En termes de produits, comme depuis le début de l'année et malgré des résultats négatifs, la literie continue de surnager au cours du mois avec un recul presque deux fois moindre que celui du marché.

#### Evolution valeur en cumul 8 mois



La performance du mois d'août, proche du cumul des sept premiers mois, a peu d'influence sur ce dernier qui se maintient à **-6,1%**. En 2023, les quatre derniers mois de l'année avaient enregistré des résultats en fort recul, à -6,6% en moyenne, ce qui laisse à penser que la chute d'activité pourrait se ralentir sur les derniers mois de l'année. A titre informatif, un marché étal sur les quatre derniers mois amènerait à un recul d'activité annuel de 4,2%, un recul de 2% en moyenne clôturerait l'année à -4,8% et un recul de 5% en moyenne amènerait à un recul annuel de 5,8%

A la sortie d'une période de forte croissance des prix et de forte pression sur les portefeuilles des ménages, ce sont les discounters, les plateformes low-cost chinoises et la seconde main qui sont parvenus à tirer leur épingle du jeu. Elles ont trouvé grâce aux yeux des consommateurs, notamment via des prix très bas, si l'on en croit les résultats d'une étude menée par la société Joko sur la base des données bancaires de 700 000 individus âgés de 18 à 65 ans. Un classement des premières enseignes de la vente en ligne mené par LSA va également dans ce sens.

**+57%**, c'est selon l'étude menée par Joko la croissance du chiffre d'affaires des plateformes Low-cost chinoises en France en 2023 (Shein, Aliexpress, Temu, DHgate). Arrivent ensuite les plateformes de seconde main comme Vinted, Le bon coin ou Ebay avec une croissance de leurs ventes de 29% sur l'année. Les discounters complètent enfin le podium avec une croissance de leurs ventes de 19%.

**+33%**, soit, toujours selon l'étude Joko, la croissance de la base clients des plateformes chinoises low cost en 2023, soit bien plus que la seconde main (+22%), et les discounters (+6%). On notera ainsi l'appétence croissante des consommateurs pour des prix bas. Le choix paraît se faire le plus souvent en fonction du prix au détriment de la qualité des produits achetés ou de leur empreinte écologique. Si les budgets moyens restent globalement identiques, on notera néanmoins une croissance de la fréquence d'achat chez ces distributeurs, ainsi si les consommateurs des plateformes chinoises réalisaient 6,6 achats en moyenne annuelle en 2022, cette dernière passe à 7,7 en 2023. En ce qui concerne les enseignes de seconde main, on passe de 10,6 achats annuels en 2022 à 11,1 en 2023 et de 14,3 à 16,3 en ce qui concerne les discounters. C'est chez Action que les consommateurs dépenseraient le plus devant Vinted puis Shein.

**4**, c'est le classement de Vinted parmi les premiers pure-players français selon le classement LSA des 14 premiers pure-players de 2023. Si ce dernier avec un volume d'affaires TTC\* de 2,8 milliards d'euros reste loin du leader incontesté Amazon et ses 18 milliards, il est à portée de tir du troisième, Cdiscount, qui ne le devance que de 4 millions d'euros en 2023, voire même du deuxième Veepee avec ses 3,2 milliards d'euros de volume d'affaires sur l'année. On remarquera également la présence dans le classement d'Ebay en sixième position, de Backmarket et du Bon coin respectivement en treizième et quatorzième positions, illustrant ainsi la bonne santé de la seconde main en ce qui concerne la vente en ligne.

On notera également les bons classements des plateformes low-cost chinoises avec Shein en cinquième position avec un volume d'affaires de 1,9 milliard d'euros, d'Aliexpress en septième position à 1,6 milliard et de Temu en onzième position à 700 millions d'euros sur 9 mois seulement car la plateforme française n'aura débuté son activité qu'en avril 2023. Si pour le moment l'offre meuble sur ces plateformes reste assez sommaire, ce sont des acteurs qui seront à surveiller dans les mois et années qui viennent via des prix qui séduisent fortement le consommateur ces derniers mois.

\*Le classement a été réalisé sur la base du volume d'affaires, c'est-à-dire le chiffre d'affaires de l'enseigne plus celui de sa market place.