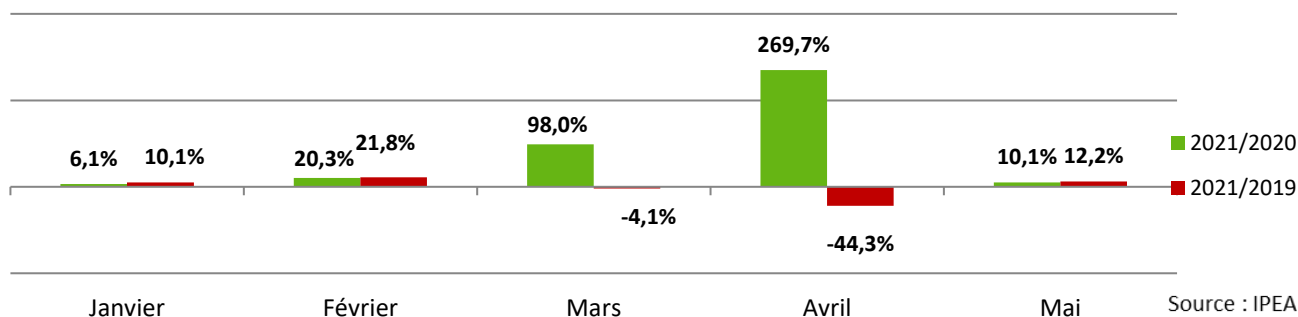


Le mois de mai en bref...

Evolution du marché mai 2021/ mai 2020	+10,1 %
mai 2021/ mai 2019	+12,2%
Evolution du cumul à fin mai 2021/2020	+33,9 %
mai 2021/2019	-1,1%

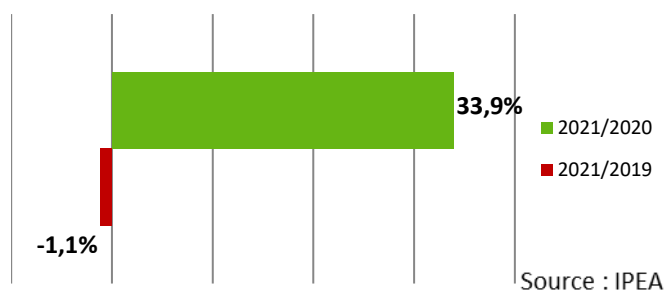
Le rattrapage se poursuit en mai

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Le mois de mai affiche une belle progression de ses ventes de **10,1%**. Comme en 2020, la fin du mois aura été l'occasion de rattraper plusieurs semaines sans achat pour certains consommateurs. Cette croissance constitue toutefois un très bon résultat car le déficit à rattraper était moindre en 2021. En effet, si le mois d'avril 2020 affichait plus de 85% de recul d'activité par rapport à 2019, le mois d'avril 2021 affichait pour sa part un retard de performances de seulement 45% par rapport à cette dernière marque « normale ». Le mois de mai est également en avance par rapport à 2019 avec une progression de **12,2%**. Deux principaux cas de figure pour les enseignes sur ce mois de mai 2021, celles qui avaient pu ouvrir leurs portes dès la fin du confinement en mai 2020 et avaient alors réalisé de bonnes performances sur les deux dernières semaines voient pour bon nombre d'entre elles leur activité reculer sur ce mois. A contrario, celles qui avaient tardé à ouvrir à nouveau, comme c'était le cas notamment pour deux des leaders du marché, voient leurs performances fortement progresser permettant au mois de mai de terminer en croissance.

Evolution valeur en cumul 5 mois



En termes d'évolution cumulée, le marché affiche une croissance de **33,9%** par rapport à 2020. Comparé à 2019, le marché se rapproche de l'équilibre et enregistre un déficit de seulement **1,1%**. Le bilan des cinq premiers mois de l'année demeure donc positif avec de fortes progressions par rapport à 2020 et un marché qui se rapproche du niveau qui était le sien en 2019 alors que la majorité des points de vente auront été fermés durant le mois d'avril et la première quinzaine du mois de mai, voire même beaucoup plus longtemps en ce qui concerne les magasins affichant les plus grandes surfaces.

Comme en 2020, les mois d'avril et de mai auront pesé fortement sur les ventes des enseignes spécialisées, surtout celles commercialisant des biens considérés comme non essentiels. Selon les dernières données diffusées par Procos, les ventes des commerces spécialisés auraient reculé de 18,5% au mois de mai 2021 par rapport à 2019 après un fort recul de 63% au mois d'avril. Au global, sur cinq mois l'activité aurait reculé de **31,5%** par rapport à 2019. Point positif toutefois, les consommateurs étaient présents en magasin dès la réouverture puisque les enseignes du panel de la fédération affichent une croissance de leurs ventes de 68% à partir du 19 mai par rapport à 2020 mais aussi de 39% par rapport à 2019. Selon le panel, la croissance aura été de **45%** par rapport à 2019 sur la période du 19 au 31 mai en ce qui concerne l'équipement de la maison. Belle performance mais qui reste toutefois loin de celle de l'équipement de la personne (+70%).

Selon la fédération, les enseignes de l'équipement de la maison parviennent à limiter les pertes sur le mois de mai avec un recul d'activité de seulement **11,5%** par rapport à 2019 alors que la chaussure affiche presque 50% de baisse d'activité et le textile près de 17%. Les ventes des enseignes spécialisées alimentaire ne reculent pour leur part que de 6,5%. Bilan encourageant sur cinq mois pour le commerce spécialisé maison qui ne recule que de 1,2% par rapport à 2019 et continue à surfer sur l'intérêt des ménages pour leur intérieur. Ces performances sont ainsi bien supérieures à celles de la chaussure (-51,7%), du textile (-31,6%) ou de la beauté/santé (-38,2%), fortement impactées par la fermeture des centres commerciaux.

Comme pour l'exercice précédent, de nombreux magasins attendent les soldes avec impatience dans l'espoir de se « refaire une santé » après un début d'année difficile. Si en 2020, les soldes d'été avaient été repoussés à la mi-juillet avec un succès mitigé, ils se déroulent en 2021 à partir du 30 juin pour quatre semaines. Si cette période de promotion devrait attirer en magasin de nombreux consommateurs potentiels à la recherche de bonnes affaires après plusieurs semaines d'une consommation ralentie, ces derniers ne passeront cependant pas à l'acte sans que la réduction ait atteint un certain seuil psychologique. Un sondage mené par l'institut Bonial auprès de 1 037 Français représentatifs de la population met ainsi en évidence le seuil à atteindre pour que le consommateur passe à l'acte selon les différents secteurs. **27%**, c'est selon cette enquête la part des consommateurs qui seront prêts à acheter des meubles ou des produits de décoration pour une réduction pendant les soldes en dessous de 50%. 26% des personnes interrogées seront prêtes à craquer pour une réduction entre 50% et 59% alors que 27% se laisseront pour leur part tenter par une remise entre 60% et 79%. On notera que les pourcentages sont relativement similaires en ce qui concerne l'électroménager et l'électronique grand public par exemple avec là aussi seulement 27% des consommateurs qui passeraient à l'acte pour une remise inférieure à 50%. On notera que les consommateurs sont beaucoup plus exigeants en termes de remises en ce qui concerne les soldes, ainsi 47% d'entre eux seraient prêts à passer à l'acte pour un achat de meubles ou de décoration si on leur faisait une remise inférieure à 50% lors d'une période hors soldes. Ces derniers restent dans l'esprit des consommateurs synonymes de fortes promotions et ainsi, quels que soient les marchés observés, entre les deux tiers et les trois quarts des consommateurs ne sont prêts à passer à l'acte qu'à partir d'une remise d'au moins 50% sur les produits.

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 :](#)

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	nous contacter	

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

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