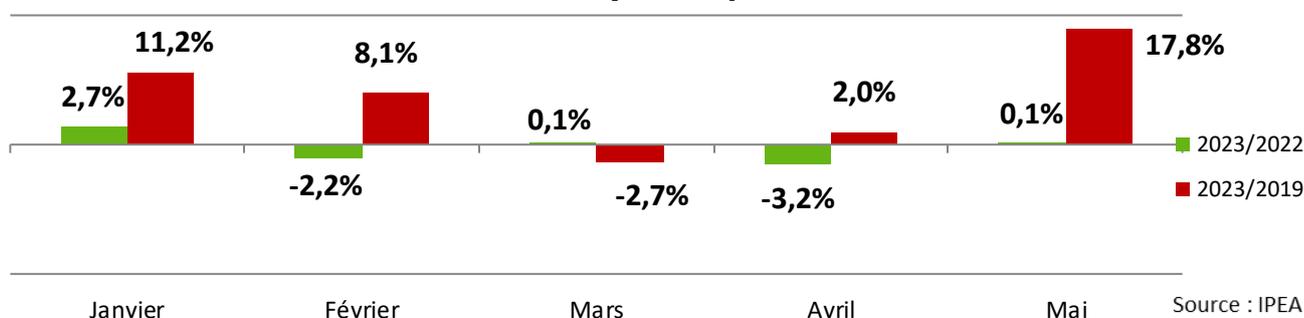


Le mois de mai en bref...

Evolution du marché mai 2023/mai 2022	+0,1 %
mai 2023/mai 2019	+17,8 %
Evolution du cumul à fin mai 2023/2022	-0,4 %
mai 2023/2019	+7,1 %

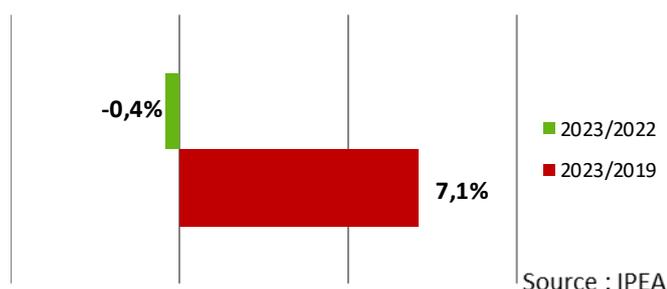
Marché étale en valeur en mai

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



La tendance des derniers mois se poursuit en mai sur le marché du meuble qui voit ses ventes en valeur tout juste se maintenir (+0,1%). Suite au glissement de saisonnalité lié aux fermetures consécutives de points de vente des débuts de printemps 2020 et 2021, une part non négligeable de la valeur des premiers mois de l'année s'est reportée sur la fin du premier semestre, ce qui se traduit par une forte progression du mois de mai par rapport à notre dernière année référence de 2019 (+17,8%). En termes de produits et de circuits, la tendance des derniers mois se poursuit avec de belles progressions en valeur de la literie qui domine les ventes en mai alors que la cuisine s'affiche plus en retrait et ferme la marche. Le meublant continue également de briller sur le mois notamment grâce aux bonnes performances de certaines enseignes de la grande distribution ameublement ou de l'ameublement milieu haut de gamme qui continue de résister. Les spécialistes cuisine affichent le plus fort recul en valeur sur le mois. Les meilleures performances sont pour la grande distribution ameublement et le milieu haut de gamme.

Evolution valeur en cumul 5 mois



Sur le cumul des cinq premiers mois de l'année, le marché demeure encore une fois juste en dessous de la ligne de flottaison avec un recul qui se contracte légèrement (-0,4%). Le cumul reprend toutefois des couleurs par rapport à 2019 avec une croissance de 7,1%, inférieure néanmoins à la hausse des prix estimée par l'Insee en ce qui concerne le meuble sur la période. Les résultats négatifs des derniers mois sont-ils le signe que les ménages se sont réservés pour les soldes? Ces derniers vont-ils permettre de redynamiser les ventes du marché dès la fin du mois de juin et pour le mois de juillet? Rien n'est moins sûr.

Pendant longtemps, les soldes ont été un évènement attendu par les ménages pour faire de bonnes affaires et ce quel que soit le secteur de consommation. Toutefois, depuis quelques années maintenant, la multiplication des promotions ainsi que des ventes privées dans les enseignes tout au long de l'année, ajoutée à de nouvelles opérations nationales comme le Black Friday ou les French Days, ont atténué l'impact de ces périodes sur le marché. Petit tour d'horizon de prévisions mitigées en ce qui concerne les soldes via des résultats d'enquêtes menées par Ifop et Opinion way pour respectivement Spartoo et Marques avenues.

27%, c'est la part des Français qui déclarent renoncer aux soldes d'été selon l'étude menée par l'Ifop pour le compte de Spartoo, soit une progression de dix points par rapport à 2021, reflet des difficultés financières rencontrées par les ménages ces derniers mois. On notera également qu'un tiers des Français ont prévu de consacrer un budget moins élevé à leurs achats selon cette même enquête. Toutefois, ce n'est pas pour autant que les soldes ne sont pas attendus par les ménages qui y participeront. Ainsi selon l'étude opinion Way menée pour Marques avenue, ce sont cette année 65% des Français qui déclarent qu'ils seront attentifs aux soldes et 41% qui les attendent avec impatience, en progression de 4% par rapport à 2020. Ces proportions sont plus élevées chez les ménages les plus jeunes, plus touchés par les pressions sur leur pouvoir d'achat.

54%, soit la part des Français qui déclarent avoir reporté leurs achats dans l'attente des soldes d'été d'après Opinion way, cette part atteint même les deux tiers chez les ménages entre 25 et 34 ans. La hausse des prix constante ces derniers mois aura joué le rôle d'accélérateur du report d'achat. Ce résultat permet d'espérer un regain de fréquentation dans les points de vente à la fin du mois de juin et au début du mois de juillet. Un tiers des personnes interrogées ont pour leur part déjà repéré les articles qu'elles souhaitent acheter durant les soldes, elles sont près de la moitié chez les 25-34 ans. On notera toutefois que ces achats ne seront pas des achats plaisirs mais plutôt des "achats utiles" comme le déclarent à l'enquête Ifop les deux tiers des répondants.

53%, c'est la part des Français qui souhaiteraient que les soldes soient rallongés selon Opinion way alors que ces derniers ont été ramenés de six à quatre semaines au début de l'année 2020. On notera également selon cette même étude que huit Français sur dix aimeraient que les remises proposées durant les soldes soient plus importantes.

44% des Français estiment que les meilleures affaires et que les rabais les plus importants se trouvent sur internet, en progression de trois points par rapport à 2021. De nombreux ménages devraient donc jouer la carte de l'achat en ligne pour les soldes d'été 2023.

124€ - 182€, c'est le budget estimé par chacune des deux études concernant les dépenses des Français pour les soldes d'été. L'écart entre les deux enquêtes reflète bien l'incertitude dans laquelle sont les ménages et les difficultés à anticiper leurs réactions et leurs dépenses. Les deux études se rejoignent néanmoins sur le fait que les montants dépensés seront en recul cette année.