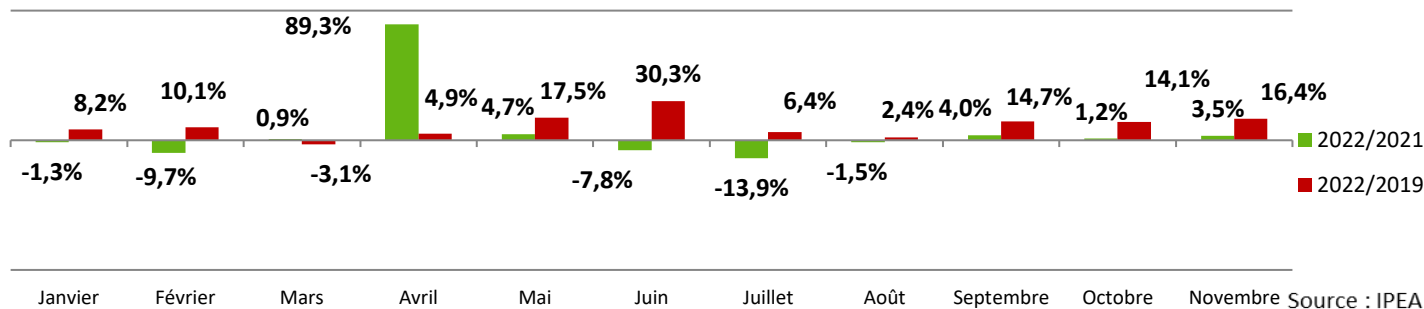


Le mois de novembre en bref...

Evolution du marché nov. 2022/nov. 2021	+3,5%
nov. 2022/nov. 2019	+16,4%
Evolution du cumul à fin nov 2022/2021	+1,9%
nov 2022/2019	+10,7%

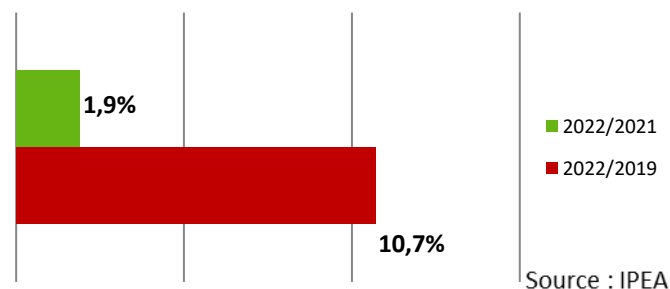
La croissance se poursuit en novembre

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Depuis la rentrée de septembre, les mois se suivent et se ressemblent sur le marché du meuble. Ainsi, après septembre et octobre, le marché progresse encore faiblement sur le mois de novembre. Il enregistre une croissance de son chiffre d'affaires de **3,5%** par rapport à 2021 et de **16,4%** par rapport à 2019, encore une fois sous l'impulsion de prix en hausse. Comme au cours du mois précédent également, les performances des enseignes se montrent assez hétérogènes au sein d'un même circuit et il est parfois difficile de déterminer une tendance dans laquelle tout le monde se retrouve. Si le meublant accentue encore sa croissance, la literie et le rembourré reprennent des couleurs sur cet avant dernier mois de l'année alors que la cuisine est plus à la peine. La grande distribution ameublement continue pour sa part de faire la course en tête alors que certaines enseignes de l'ameublement milieu et haut de gamme enregistrent de belles croissances sur cette fin d'année, tout comme certains spécialistes, alors que les ménages poursuivent encore leurs arbitrages suite à de nouvelles hausses de prix en novembre.

Evolution valeur en cumul 11 mois



Sur onze mois, le cumul d'activité en valeur se stabilise et varie peu par rapport à octobre. Le marché progresse ainsi de **1,9%** par rapport à 2021 et de **10,7%** par rapport à 2019. Le faible poids du mois de décembre (6,9% en 2021, soit le mois le plus faible en termes de chiffre d'affaires après avril où les magasins étaient fermés) ne devrait que peu influencer sur le bilan de l'année qui vient de s'écouler. Le marché devrait donc terminer l'exercice sur une croissance de ses ventes en valeur autour de 2% par rapport à 2021 et de 11% par rapport à 2019 avec une grande distribution ameublement qui regagne des parts de marché.

La mise en action de la seconde phase du dispositif « Oui Pub » a eu lieu le 1^{er} septembre 2022 dans onze communes de France dont Bordeaux, Grenoble métropole et Nancy. Au 1^{er} février 2023, quatorze nouvelles communes devraient rejoindre le test dont Troyes Champagne Métropole et la communauté urbaine de Dunkerque Grand Littoral, touchant ainsi 2,6 millions d'habitants. Ce test se poursuivra jusqu'en 2025. La mise en place de l'autocollant « Oui Pub » sur les boîtes aux lettres des Français devrait modifier profondément la façon de communiquer des enseignes avec le consommateur. Une étude réalisée en ligne par Digital Études pour LSA et Bonial entre le 19 septembre et le 14 octobre 2022 auprès de 218 décideurs du retail fait le point sur leur ressenti et leurs actions sur le sujet.

86% des professionnels interrogés estiment que la généralisation du dispositif « Oui Pub » à l'ensemble de la France dans les trois ans est probable, c'est 16 points de plus que lors de la même étude menée l'année précédente. C'est donc naturellement que 82% d'entre eux estiment que la digitalisation des prospectus et catalogues est un enjeu prioritaire (+7 points vs 2021). Ils sont également 66% à déclarer que leur enseigne serait prête si le dispositif était généralisé au niveau national dès demain, soit neuf points de plus qu'en 2021.

72% des décideurs interrogés déclarent basculer progressivement leur budget média vers le digital tout en lançant des tests qui doivent leur permettre d'identifier le meilleur mix média possible pour les années à venir, c'est 16 points de plus que l'année précédente. 16% des décideurs déclarent pour leur part avoir déjà arrêté la distribution des prospectus ou catalogues en boîte aux lettres et avoir tout transféré vers le digital. C'est toutefois quatre points de moins que lors de l'enquête précédente. Si quelques irréductibles continuent de maintenir les prospectus papier sans prévoir pour le moment aucun changement, ils ne sont plus que 4%, en recul de 15 points par rapport à la vague d'enquête réalisée en 2021.

10%, soit la part des décideurs qui estiment que la digitalisation des prospectus et catalogues compensera entièrement la perte de vitesse du prospectus boîte aux lettres à la suite des nouvelles mesures mises en place. 40% estiment que la digitalisation la compensera en grande partie et un tiers seulement pour une petite partie. Malgré cela, le budget lié à la digitalisation reste minoritaire dans le budget communication des enseignes. Ainsi, les deux tiers des décideurs interrogés déclarent qu'il représente moins de 30% de leur budget média.

56% des décideurs déclarent avoir augmenté la communication de leur catalogue de manière digitale afin de compenser la baisse de la distribution des prospectus via courrier dans les zones « Oui Pub ». 10% déclarent pour leur part mettre à disposition des autocollants « Oui Pub » dans les magasins et 7% ont entrepris des campagnes de sensibilisation auprès de leur client pour les convaincre de les apposer sur leur boîte aux lettres. 6% ont décidé de les distribuer dans les boîtes aux lettres des zones concernées. Ces faibles proportions pour mettre en avant le dispositif s'expliquent par le fait que de nombreux distributeurs interrogés estiment que le nombre de Français prêts à s'équiper de l'autocollant est relativement faible et que l'accélération de la communication des catalogues via le digital demeure donc la meilleure solution. On notera néanmoins que 36% des décideurs interrogés n'ont pour leur part entrepris aucune action pour le moment.



Le marché français du meuble d'occasion

© Institut de la Maison octobre 2022

BON DE
COMMANDE

Imprimez ce bulletin,
cochez la case correspondant
à votre choix et retournez-le
accompagné de votre règlement

 Tarif normal **950 € HT • 1 140 € TTC**
 Tarif spécial membre
de l'association IPEA (-20%) **760 € HT • 912 € TTC**

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 :

IPEA
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 FR68 317 354 272
IBAN FR76 3005 6002 6902 6900 0096 608
BIC CCFRFRPP

DATE / CACHET / SIGNATURE

<https://www.ipea.fr/fr/actualités/etude-occasion-ipea-2022>

Et n'oubliez pas de précommander votre Meubloscope 2023

BON DE
COMMANDE

(parution mars 2023)

Avec le soutien de
CODIFAB
 Développement des Industries Françaises
 de l'Assemblage 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. _____

E-mail _____

DATE / CACHET / SIGNATURE

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

<https://www.ipea.fr/fr/actualités/meubloscope-2023>