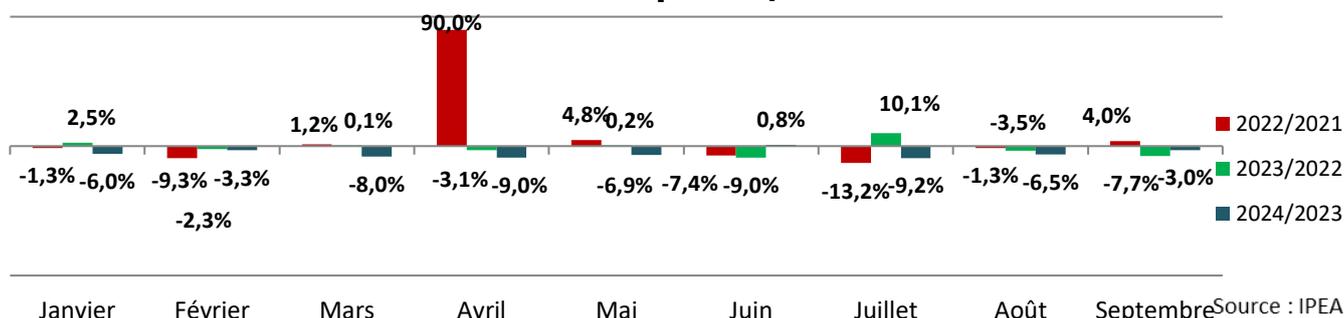


Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché sept. 2024/sept. 2023	-3,0%
Evolution du cumul à fin sept. 2024/2023	-5,8%
Incidence du résultat de septembre sur le cumul	+0,3 pt
Evolution du cumul marché hors cuisine et literie	-5,9%

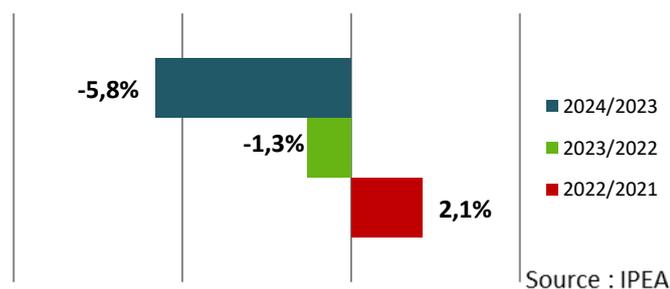
La chute se ralentit en septembre

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Nouveau repli d'activité en septembre même si celui-ci est toutefois moins marqué que lors des mois précédents avec un **-3,0%** affiché, mais sur un référentiel de septembre 2023 déjà en fort recul. On notera également que le mois de septembre 2024 affiche un samedi en moins par rapport à l'exercice précédent. Le mois de septembre 2023 aura marqué le coup d'envoi d'une année de fort recul sur le marché du meuble après déjà plusieurs mois de résultats mitigés. Ainsi, sur l'année glissante de septembre 2023 à août 2024, le marché aura reculé de 6,3% en valeur, soit une perte de revenus de près de 1 milliard d'euros. On notera sur le mois de septembre la bonne rentrée des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme alors que les enseignes du e-commerce reprennent un peu de couleurs sur le mois. On notera également de bons résultats de certains spécialistes literie et cuisine qui n'ont pas hésité à jouer la carte de la promotion. La grande distribution apparaît plus à la peine sur le mois. Côté produits, la literie se distingue encore une fois avec des résultats légèrement positifs en septembre alors que la cuisine ferme la marche.

Evolution valeur en cumul 9 mois



On notera un impact encore limité des french days sur la performance de septembre même si certaines market-places affichent des croissances importantes sans doute liées à l'événement. Le mois de septembre n'a que peu d'impact sur le cumul marché qui se maintient autour des -6% avec un résultat affiché à **-5,8%**. Sur le troisième trimestre, l'activité aura chuté de -6,5% contre -5,8% au premier trimestre et -5,1% au deuxième. La saison estivale et le décalage du premier week-end de soldes auront été défavorables au trimestre juillet-septembre.

Depuis le second semestre de l'exercice 2022, année qui était encore en croissance sur le secteur du meuble (+2,0%), les marchés de l'équipement de la maison sont en difficulté et ont enregistré des résultats en recul lors de l'exercice 2023 : -2,5% pour le meuble ; -1,4% pour le bricolage ; -2,2% pour l'électroménager etc... Le secteur du bricolage qui avait profité pleinement des envies de travaux des ménages français après le Covid s'affiche lui aussi sur la pente descendante après plusieurs années fastes. Quelques chiffres qui illustrent cette tendance :

28%, c'est la part des Français qui avaient des projets de réaménagement de leur salle de bains ou de leur cuisine et qui les ont reportés ou annulés en 2023 selon une étude GFK. Les résultats de cette enquête expliquent les performances en recul des marchés de la cuisine et de la salle de bains en 2023 mais également sur les premiers trimestres 2024. Ce n'est pas le seul segment sur lequel les ménages ont décidé de décaler leurs achats. Selon la même enquête, on notera également que 27% des ménages qui envisageaient des travaux d'isolation les ont reportés ou annulés. Ils sont 29% en ce qui concerne des travaux de gros œuvres ou de chauffage, malgré la hausse des prix de l'énergie et la volonté des ménages de s'équiper. La hausse des prix des matières premières et de la main d'œuvre aura eu raison de leurs envies de changement.

23,85 Mds €, c'est le chiffre d'affaires des grandes surfaces de bricolage en 2023 selon la FMB et Inoha. Si ce chiffre était en recul de 1,4% en 2023, il devrait l'être encore à nouveau en 2024. Alors qu'au début de l'exercice Xerfi prévoyait un recul d'activité sur l'ensemble de l'année à -1,5%, il semble que celui-ci sera au final plus élevé. La Banque de France fait pour sa part déjà état d'un recul d'activité en valeur supérieur à 5% sur les neuf premiers mois de l'année alors que les trois derniers mois ne sont pas forcément les plus propices au bricolage. On notera toutefois que le marché du bricolage reste fortement en avance sur ses performances de 2019 après des croissances de 6,8% en 2020 et de 11,1% en 2021. En 2023, le chiffre d'affaires des grandes surfaces de bricolage demeurait en progrès de près de 17% par rapport à 2019.

-6,2%, soit l'évolution estimée du chiffre d'affaires du rayon jardinerie en 2024. Ce n'est pas seulement le segment du mobilier de jardin qui s'affiche en recul en 2024 – ce dernier pourrait approcher les 10% sur l'exercice - mais bien tout l'univers du jardin qui enregistre des résultats en baisse après des résultats hors normes en ce qui concerne le mobilier après la crise du Covid.

40%, selon l'étude GFK cela représente la part des Français pratiquant le bricolage ou le jardinage qui ont déjà acheté au moins un produit reconditionné sur ces marchés au cours de l'année 2023. Les produits de seconde main séduisent de plus en plus de consommateurs et ce quels que soient les marchés. Le secteur du bricolage semble d'autant plus propice à ce type d'achat que les ménages, surtout en temps de crise, pourraient rechigner à payer au prix fort un produit qu'ils n'utiliseront que rarement et qui au final est acheté la plus grande partie du temps dans une logique utilitaire. On notera également que les deux tiers des consommateurs se montrent satisfaits de leurs achats reconditionnés, ce qui légitime pleinement cette démarche.



L'édition 2024 de l'étude sur le marché français de la cuisine dresse un état des lieux complet du parc des cuisines intégrées installées chez les Français à partir d'une enquête menée auprès de plus de 4 500 ménages équipés d'une cuisine intégrée en juillet 2024.

Cet état des lieux aborde le profil des consommateurs, les meubles, les plans de travail, et l'électroménager.

D'autre part, cette étude analyse les achats récents (sur les trois dernières années) de cuisines intégrées avec des informations sur :

- :: les meubles, les plans de travail, l'électroménager ;
- :: les prix moyens ;
- :: les types de distribution ;
- :: les profils de consommateurs ;
- :: les parcours et critères d'achats ;
- :: les usages et attitudes dans la cuisine.

<https://ipea.fr/fr/actualités/le-marché-français-de-la-cuisine-intégrée-2024>