

# **Indicateur de Conjoncture**

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

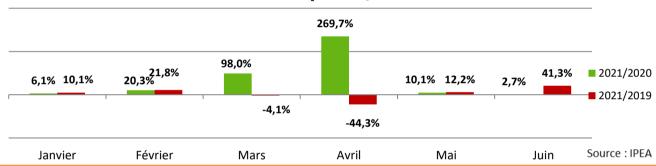
# Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2021/ juin 2020	+2,7 %
juin 2021/ juin 2019	+ <b>41,3</b> %

Evolution du cumul à fin juin 2021/2020 +26,3 % juin 2021/2019 +5,1%

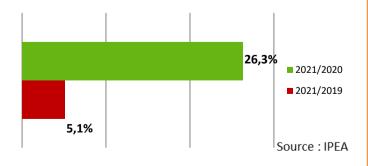
# Le premier semestre 2021 meilleur que 2019

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



L'année dernière, le mois de juin arrivait après deux mois de confinement où l'activité dans les magasins était quasiment au point mort, ce qui avait fait bondir ses résultats de 35%. Si l'on pouvait légitiment s'attendre à un recul du marché sur ce mois en 2021, il n'en est rien et ce dernier progresse encore faiblement par rapport à 2020 avec un +2,7% enregistré mais surtout affiche un résultat supérieur de 41,3% à celui de 2019. L'engouement pour la maison et le meuble se prolonge malgré la reprise progressive de nombreuses activités extérieures (loisirs, culture, restauration etc...) et les arbitrages des dépenses des Français ne se sont pas encore faits en faveur de ces dernières. La situation sur le marché demeure très hétérogène en juin. Si les spécialistes parviennent pour la plupart d'entre eux à prolonger la croissance enregistrée ces dernièrs mois, certaines enseignes qui avaient connu une forte reprise de leur activité dès la fin du premier confinement marquent le pas et voient leurs ventes reculer, parfois fortement pour certaines.

#### **Evolution valeur en cumul 6 mois**



Sur le cumul du premier semestre, la croissance se réduit progressivement par rapport à 2020 mais le marché enregistre toujours une progression de ses ventes de **26,3%** sur la période. En ce qui concerne 2019, le marché parvient à effacer le retard pris durant les mois de fermeture en avril et mai et la forte croissance du mois de juin lui permet d'enregistrer une croissance de **5,1%** sur six mois, ce qui constitue un résultat assez spectaculaire alors que tous les magasins de meubles auront été fermés pendant au moins six semaines, voire plus de trois mois pour les plus grandes surfaces.



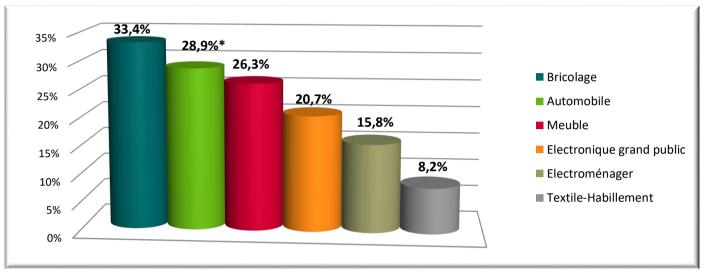
### **Indicateur de Conjoncture**

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

# Un début d'année sous le signe de la maison

### Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1<sup>er</sup> semestre 2021/1<sup>er</sup> semestre 2020)



Sources: IPEA, Banque de France, CCFA, IFM

Les chiffres sont sans appel, le premier semestre 2021 aura profité à l'équipement de la maison avec de fortes croissances par rapport à 2020, mais surtout avec des performances qui permettent à de nombreux secteurs de l'habitat de repasser au-dessus de leur niveau de 2019 sur les six premiers mois de l'année.

Les envies de travaux des ménages couplées à une forte baisse des activités de loisirs pour le premier semestre permettent au segment du bricolage de voir son activité augmenter d'un tiers par rapport au premier semestre de l'année 2020 selon les données de la Banque de France. Le déficit d'activité pour le premier semestre 2020 par rapport à 2019 était seulement de 8,5%, ce marché prend donc une confortable avance sur ses résultats de 2019 avec une croissance d'activité de 22% par rapport à cette dernière marque référence.

Situation identique en ce qui concerne l'électronique grand public, la fermeture des cinémas et le championnat d'Europe de football auront amené des ménages à se rééquiper en matériel audio et vidéo, ce qui se traduit par une croissance de près de 21% au premier semestre par rapport à 2020 mais aussi par une avance sur ses temps de passage de 2019 (+4%).

L'électroménager se situe un peu en retrait mais continue de profiter des bonnes performances du petit électroménager culinaire et de l'encastrable suite aux ventes massives de cuisines intégrées au cours des derniers mois. Avec une croissance de plus de 15% au premier semestre, le marché parvient presque à revenir à son niveau des six premiers mois 2019 sur lesquels il n'accuse maintenant plus un retard que de 1,3%.

La situation est différente en ce qui concerne les immatriculations d'automobiles neuves. Si la croissance est bien au rendez-vous au premier semestre avec plus d'un quart d'immatriculations en plus par rapport à 2020, le secteur reste encore loin de ses performances de l'année 2019 sur lesquelles il conserve un retard de plus de 20%. Enfin, situation similaire en ce qui concerne le textile habillement, si les ventes sont en progression de 8,2% sur le premier semestre par rapport à 2020, le secteur reste largement en retard sur ses performances de 2019 (-21% à fin mai).

<sup>\*</sup>Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers, source CCFA



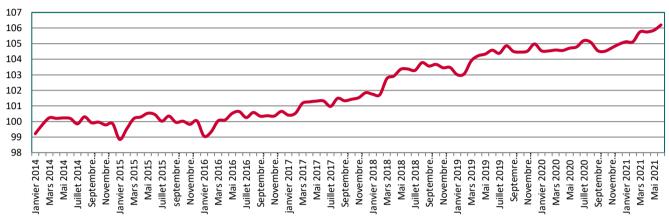
### **Indicateur de Conjoncture**

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

# Quels arbitrages dans les dépenses des Français?

Depuis la réouverture des brasseries-restaurants et la reprise de l'activité dans le domaine culturelloisirs, la question se pose de savoir comment le retour de ces postes de dépenses sera intégré dans le budget des Français. Le contexte économique les poussera-t-il à mener toutes ses dépenses de front ou les arbitrages vont-ils se multiplier ? C'est l'objet du Baromètre mensuel sur les arbitrages des ménages réalisé par l'IPEA pour ses membres et diffusé en complément de cette note de conjoncture.

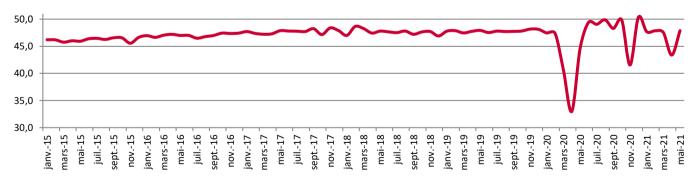
### Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source: Insee

Selon l'Insee, les prix à la consommation progressent assez fortement sur un an avec une croissance de 1,5% par rapport à juin 2020. La hausse des prix de certaines matières premières commencent à se faire sentir en ce qui concerne les produits manufacturés qui voient leurs prix progresser de 0,7% sur un an. Cependant, c'est surtout du côté du tabac (+5,3%) et de l'énergie (+10,9%) que se niche l'explication de cette hausse des prix. Une inflation en hausse associée à une multiplication des dépenses suite à la reprise des activités de loisirs pourraient pousser les ménages à arbitrer dans leurs achats des prochains mois, à moins qu'ils n'utilisent les fortes sommes épargnées depuis un an.

# Consommation des ménages en biens\*



Source: Insee

Sur un an, la consommation des ménages se montre extrêmement fluctuante en fonction des différentes périodes de fermeture des points de vente. Sur les cinq premiers mois de l'année, elle progresse de 10% et de 4,5% sur douze glissants à fin mai 2021. Les dépenses en équipement du logement se distinguent incontestablement au sein des dépenses des Français sur la dernière année avec une croissance de 22% sur douze mois glissants à fin mai, soit la plus forte croissance de consommation en biens. Pour les cinq premiers mois de l'année, le segment n'est pas en reste non plus avec une croissance de 32% mais inférieure aux autres biens durables.

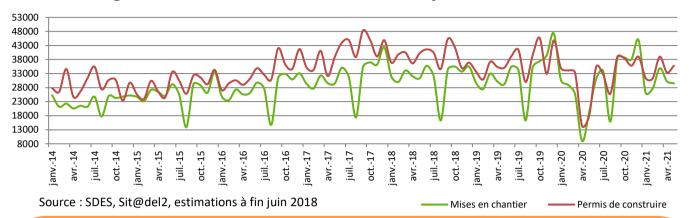
<sup>\*</sup> Milliards d'euros aux prix de l'année précédente chaînés, corrigés des variations saisonnières et des effets des jours ouvrables



# **Indicateur de Conjoncture**

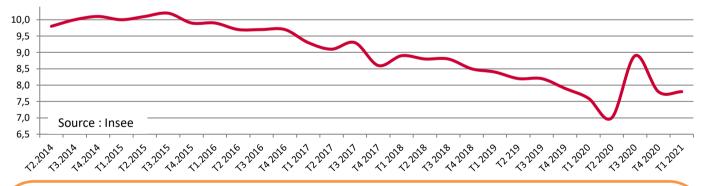
#### **Note Semestrielle Juin 2021**

#### Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire



Après presque un an de recul quasi constant, le marché de l'immobilier reprend des couleurs sur la fin du premier semestre. A la faveur de trois mois de forte hausse suite à la « pause » de l'activité entre la mi-mars et la mi-mai 2020, mises en chantier et permis de construire s'affichent en progression sur le trimestre de mars à mai 2021 avec des progressions respectives de 63,6% et de 58,5%. Le cumul sur douze mois glissants se redresse et redevient positif pour les permis de construire en mai avec une croissance de 1,3% mais on note toutefois un peu de retard sur les mises en chantier qui sont redevenues bénéficiaires sur douze mois glissants dès le mois d'avril et enregistrent une croissance de 9,6%. Cependant, une fois l'effet de rattrapage passé, les performances des permis de construire depuis le début de l'année ne plaident pas forcément pour une poursuite de la croissance des mises en chantier dans les mois qui viennent. En ce qui concerne les transactions dans l'immobilier ancien, la dernière note des notaires de France publiée en juillet montre une bonne tenue du marché de l'immobilier ancien sur la période de juin 2020 à mai 2021. Sur douze mois, ce sont 1,130 million de transactions qui ont été enregistrées soit un niveau record depuis 2000 avec surtout de bonnes performances dans des zones qui s'éloignent des grandes villes.

### Taux de chômage en France métropolitaine



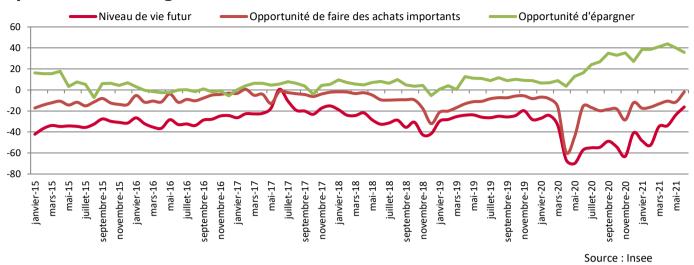
Bonne nouvelle également du côté du taux de chômage qui reste à un niveau bas avec 7,8% affichés pour le premier trimestre 2021, soit le même taux que celui du dernier trimestre 2020 et des niveaux proches de ceux enregistrés fin 2019 avant la crise sanitaire. Comme pour les mois précédents, ces chiffres sont à manier avec précaution. Pour rappel, pour être considéré comme chômeur au sens du BIT, il faut avoir effectué une démarche de recherche d'emploi durant les quatre dernières semaines et également être disponible dans les deux semaines suivantes pour occuper un emploi. La situation actuelle pousse en effet certaines personnes sans emploi à jouer la carte de l'inactivité en attendant une amélioration de la situation et un contexte plus propice à la recherche d'emploi. L'Insee note toutefois une stabilité du taux d'emploi sur les derniers mois.



### **Indicateur de Conjoncture**

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

#### Opinion des ménages



La réouverture des magasins, des brasseries-restaurants ainsi que des lieux de loisirs-culture associée à l'arrivée de l'été pèsent de manière positive sur le moral des Français. La confiance des ménages augmente au cours du premier semestre et est repassée en juin pour la première fois depuis le début de la crise sanitaire au-dessus de sa moyenne de longue période. Malgré un léger recul en juillet, elle reste au-dessus de la moyenne. La menace de nouvelles restrictions liées à l'apparition de nouveaux variants ainsi que la mise en place du pass sanitaire dans de nombreux lieux pèsent sur le moral des Français en juillet. Avec les levées progressives des restrictions, les ménages étaient plus optimistes quant à l'avenir et l'indicateur qui mesure leur opinion quant à leur niveau de vie futur avaient progressé de près de vingt points entre avril et juin avant d'en perdre à nouveau huit en juillet. Il reste toutefois lui aussi au-dessus de sa moyenne de longue période. Comme lors des mois précédents, les ménages ne font toujours pas de choix entre consommation et épargne. Si leur opinion quant à l'opportunité d'épargner est en légère baisse ces derniers mois, elle reste au-dessus de sa moyenne de longue période. Toutefois l'indicateur mesurant l'opinion des Français en ce qui concerne l'opportunité de faire des achats importants reste lui aussi en progression et au-dessus de sa moyenne de longue période en juillet. Enfin, les ménages français n'ont plus peur d'une hausse du chômage. L'indicateur qui mesure leur opinion quant à une hausse du chômage recule de près de quarante points entre mars et juillet pour repasser pour sa part largement en dessous de sa moyenne de longue période.

#### Quelles perspectives pour la fin 2021?

Sur la fin du premier semestre, les arbitrages des ménages restent toujours favorables au mobilier et à l'équipement de la maison en général. Si le moral des ménages demeure très changeant en fonction des nouvelles annonces sanitaires, il reste globalement en hausse sur les six premiers mois de l'année et ces derniers demeurent prêts à investir. Le principal risque qui pèse sur le marché pendant les prochains mois est lié aux arbitrages que pourront faire les ménages maintenant que les restrictions de sorties sont progressivement levées et que de nombreuses activités jusque-là inaccessibles reviennent à l'ordre du jour. Ces arbitrages pourraient toutefois rester favorables au meuble et au logement alors que de nombreux projets de rénovation ou de réorganisation de leur intérieur ont été entamés par les ménages mais pas encore forcément achevés. Enfin, si le risque de voir la consommation chuter dans les prochaines semaines existe suite à la sur consommation des derniers mois, les professionnels du secteur s'attendent néanmoins à ce que la demande demeure soutenue, même si inférieure à son rythme du premier semestre.

Le Baromètre mensuel sur les arbitrages des ménages fournit aux membres de l'IPEA des informations qui confirment cet arbitrage favorable à la maison.



### Indicateur de Conjoncture

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

### Les Français ont envie de retourner en magasin

Si la fermeture des points de vente de biens non essentiels aura fait le jeu du e-commerce depuis le début de l'année 2020, le magasin reste prépondérant dans les achats des Français comme l'ont montré les fortes fréquentations consécutives à chacune de ces périodes de fermeture. Une étude Mood media réalisée entre le 28 mai et le 1<sup>er</sup> juin auprès de 8 012 personnes au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, en Chine et en France montre ainsi que le fait de ne pas pouvoir aller en magasin aura constitué un vrai manque pour le consommateur tant en termes d'achats que de bien être ou de lien social.

Ainsi, ce sont **54%** des personnes interrogées au cours de cette enquête qui déclarent que le fait d'acheter en magasin leur fait du bien, l'achet en ligne ne remplace pas encore le magasin et le consommateur ressent ce besoin de se déplacer en point de vente pour choisir son produit, le voir en situation. Le contexte demeure important dans le processus d'achat. L'expérience d'achat demeure ainsi bien différente pour le consommateur entre aller en magasin, sortir, pouvoir discuter avec le vendeur si besoin et acheter de chez soi seul derrière son écran. On notera d'ailleurs que pour un tiers des personnes interrogées aller effectuer des achats avec ses amis ou des proches est la deuxième expérience qui leur a le plus manqué après le fait de ne pas pouvoir aller acheter les produits qu'ils souhaitaient en magasin.

Bonne nouvelle pour les acteurs de la distribution, les réticences quant à se rendre en magasin s'amenuisent avec le temps. **80%** des personnes interrogées déclarent ainsi se sentir à l'aise avec le fait de retourner en magasin, alors qu'elles n'étaient que 71% en 2020. Les consommateurs se montrent plutôt optimistes puisque **60%** d'entre eux pensent que leurs habitudes d'achat seront revenues à la normale d'ici la fin de l'année. Les consommateurs français se montrent pour leur part peu inquiets à l'idée d'attraper le virus en magasin puisqu'ils ne sont que 30% à envisager cette possibilité contre 50% pour les consommateurs chinois par exemple. La fréquentation des points de vente devrait donc être au beau fixe dans les semaines qui viennent sous l'impulsion de consommateurs confiants et qui souhaitent un retour rapide à la normale.

Autre bonne nouvelle en ce qui concerne les achats en magasins, les consommateurs se dissent prêts à dépenser plus. Si en septembre 2020 23% des consommateurs déclaraient avoir augmenté leurs achats par rapport à leurs habitudes avant la pandémie, ils sont maintenant 29% en 2021. Dans un mouvement inverse, les consommateurs qui déclaraient dépenser moins étaient 38% en 2020 et ne sont plus que 25% en 2021.



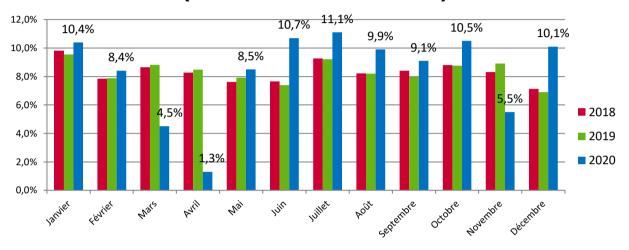
### **Indicateur de Conjoncture**

#### **Note Semestrielle Juin 2021**

#### Une saisonnalité du marché considérablement transformée

Comme tous les ans, cette note semestrielle est l'occasion de refaire le point sur la saisonnalité du marché du meuble. Sans surprise la crise sanitaire et les fermetures successives de magasins auront impacté de manière considérable la saisonnalité pour 2020 et un retour à la normale pour l'exercice 2021 n'est pas à l'ordre du jour.

# Saisonnalité du marché du meuble 2018, 2019 et 2020 (Poids des mois en % valeur)



Source: IPEA, \* Pour des raisons de lisibilité, seuls les poids des mois pour l'année 2020 sont affichés

En 2020, la saisonnalité du marché n'aura pas été dictée par les stratégies des différents acteurs ni par la demande du consommateur mais bien pas les différentes mesures mises en place pour contenir la situation sanitaire.

Si en 2018 et en 2019, premier et second semestre faisaient jeu égal dans la répartition du chiffre d'affaires annuel du marché s'octroyant chacun la moitié des ventes en valeur, la situation change considérablement en 2020. Ainsi, malgré la reprise d'activité et une forte croissance des ventes en juin, les fermetures de magasins liées au premier confinement pèsent de tout leur poids sur le premier semestre qui ne représente plus que 44% des ventes en valeur. Durant ce premier semestre, le mois de juin aura pesé d'un poids considérable sur le résultat final du marché en devenant le deuxième mois en valeur derrière juillet alors que d'ordinaire ce mois se situe plutôt en queue de classement et est celui qui génère le mois de chiffre d'affaires juste derrière le mois de décembre. Au vu des résultats de juin en 2021, +42% par rapport à 2019 son poids devrait encore être conséquent en fin d'exercice.

Pour 2021, la saisonnalité du marché devrait également être atypique, handicapée encore une fois par les nouvelles fermetures de points de vente décrétées sur les premiers mois de l'année. La forte reprise observée toutefois sur le premier semestre devrait redonner du poids à ces six premiers mois sur l'ensemble de l'année. A condition toutefois que la demande soit un peu moins forte sur le second semestre. On notera qu'en 2020, le second semestre avait enregistré une croissance en valeur de 7% par rapport à 2019, l'effet de rattrapage observé au premier semestre ne devrait donc pas se poursuivre outre mesure, ce qui devrait pouvoir égaliser les performances entre premier et second semestre. Mais même dans ce cas, la répartition des ventes demeurerait biaisée avec un mois de juin qui pèserait en valeur autant que le mois de janvier et un mois d'avril encore au plus bas.



### **Indicateur de Conjoncture**

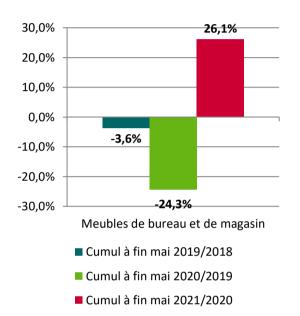
#### **Note Semestrielle Juin 2021**

# La production française de meubles retrouve son niveau pré-crise

Comme pour la consommation, la production française de meubles rattrape sur ce début d'année un exercice 2020 en fort recul pour revenir à son niveau de 2019.

#### Les meubles de bureau et de magasin

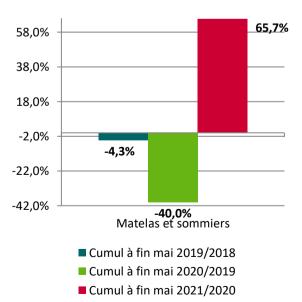
Fort effet de rattrapage pour la fabrication de meubles de bureau et de magasin sur les cinq premiers mois de l'année 2021. Avec un quart d'activité en plus, le manque à gagner des cinq premiers mois 2020 ne peut toutefois être totalement compensé et le segment s'affiche toujours en retrait par rapport à 2019, dernière marque « normale » sur le marché, avec une contraction de son activité de près de 5%. Les nouvelles fermetures de magasin vendant des biens considérés comme non essentiels sur le début d'exercice associées au maintien du télétravail n'auront pas été favorables à une reprise plus nette de l'activité comme cela a pu être le cas pour d'autres segments de l'industrie du meuble.



Source: INSEE Indice de la production industrielle

#### La literie

Avec une croissance de sa production de plus de 65% sur les cinq premiers mois de l'année, le segment de la literie parvient à compenser le recul enregistré lors du début d'exercice 2020. Ainsi si l'on compare la période **de janvier à mai 2021 par rapport à 2019**, l'activité se maintient avec un **recul de la production de seulement 0,7%**. La production de literie redémarre moins fortement que celle de la cuisine ou encore de certains autres meubles, à l'image des performances de la literie en termes de consommation qui elles aussi repartent de manière moins soutenue que pour d'autres familles du meuble.



Source: INSEE Indice de la production industrielle



# **Indicateur de Conjoncture**

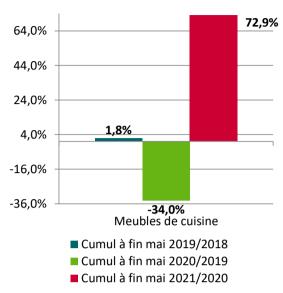
#### La cuisine

Comme pour la consommation, la cuisine domine les performances en matière de production. Ainsi, avec une croissance d'activité de plus de 70% sur les cinq premiers mois de l'année, la cuisine compense plus que largement les 34% de contraction de sa production enregistrés sur la même période en 2020. Le segment se retrouve ainsi largement en avance sur ses performances de 2019 avec une progression de plus de 15% sur la période. Les carnets de commande des spécialistes cuisine n'ont jamais été aussi pleins, ce qui devrait soutenir l'activité de production pour les prochains mois.

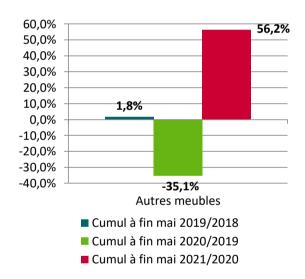
#### Les autres produits meubles

Très forte croissance également sur les cinq premiers mois en ce qui concerne la famille des « autres produits meubles ». Le déficit de 35% enregistré sur les cinq premiers mois de l'année 2020 est entièrement résorbé et la production s'affiche en légère croissance sur la période par rapport à 2019 (+1,3%). En l'absence de détails sur cette catégorie de la part de l'Insee, difficile de dire qui peut tirer son épingle du jeu. Les fortes croissances des ventes de meubles rembourrés, de salle de bains ou de certains meubles meublants profitent en tout cas en partie à la production française de meubles.

#### **Note Semestrielle Juin 2021**



Source: INSEE Indice de la production industrielle



Source: INSEE Indice de la production industrielle

Au global, l'activité de production française de meubles augmente presque de moitié sur les cinq premiers mois de l'année 2021 par rapport à 2020. Si l'on compare les performances sur la période par rapport à 2019, l'activité est là encore en légère progression de 1,3%.

Chez nos voisins européens, selon Eurostat, sur les cinq premiers mois 2021 par rapport à 2019, on notera une croissance de la production belge de meuble de 1,0% alors que les Portugais voient la leur grimper de 4,5%. Les Italiens pour leur part font mieux avec une croissance de 7,6% alors que la Pologne approche pour sa part les 10%. Le redémarrage est plus difficile en ce qui concerne l'Espagne qui voit son activité en retrait de 3,7% par rapport à 2019, c'est également le cas de la République tchèque qui affiche pour sa part un -2,4%. Enfin, quid de l'Allemagne pour laquelle aucune donnée de production de meubles n'avait été transmise à Eurostat pour l'année 2021 au moment de la rédaction de cette note...