

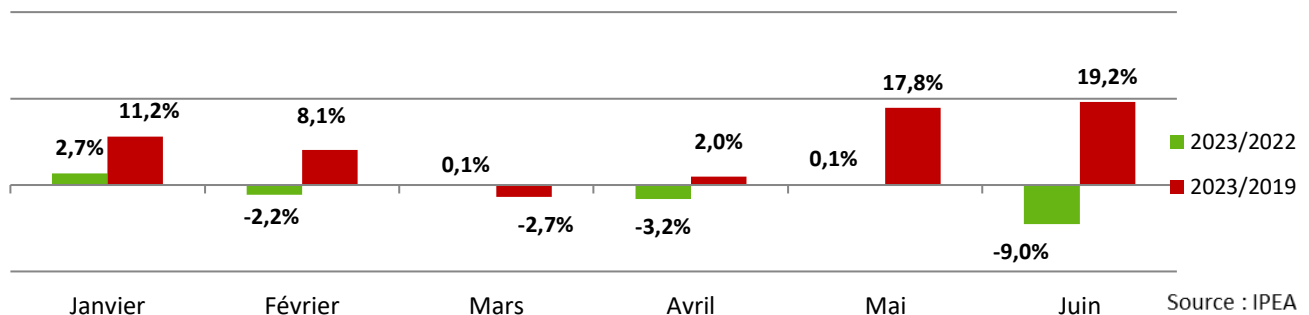
Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2023/ juin 2022 **-9,0 %**
 juin 2023/ juin 2019 **+19,2%**

Evolution du cumul à fin juin 2023/2022 **-1,9 %**
 juin 2023/2019 **+8,9%**

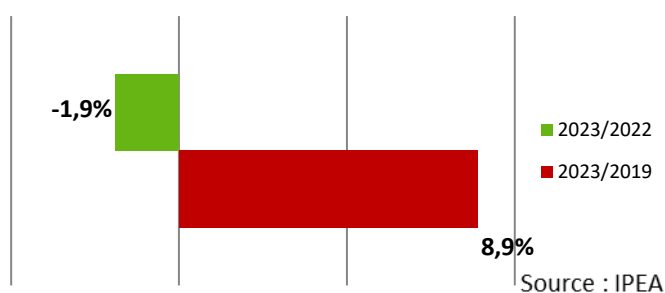
Fort recul d'activité en juin

Evolution marché du meuble domestique m / m – 12



Chute d'activité plus marquée en ce qui concerne le mois de juin sur le marché du meuble qui voit son chiffre d'affaire reculer de **9,0%**. En plus d'un marché en berne en volume ces derniers mois et de ménages qui ne sont pas forcément enclins à dépenser pour leur logement, le décalage des soldes d'été d'une semaine en 2023 permet d'expliquer ce résultat. Ainsi, en 2022, les soldes avaient démarré le mercredi 22 juin alors qu'ils n'auront démarré que le mercredi 28 en 2023. De plus, lors de l'exercice précédent, le premier samedi des soldes était en juin alors que pour l'exercice en cours, il était en juillet. Aucun segment ou circuit ne parvient véritablement à tirer son épingle du jeu sur le mois même si quelques acteurs parviennent néanmoins à faire progresser leur chiffre d'affaires sur la période. Par rapport à 2019, le marché parvient à conserver une confortable avance sur ce dernier exercice pré-covid (**+19,2%**), notamment sous l'impact du décalage de saisonnalité lié aux confinements des printemps 2020 et 2021.

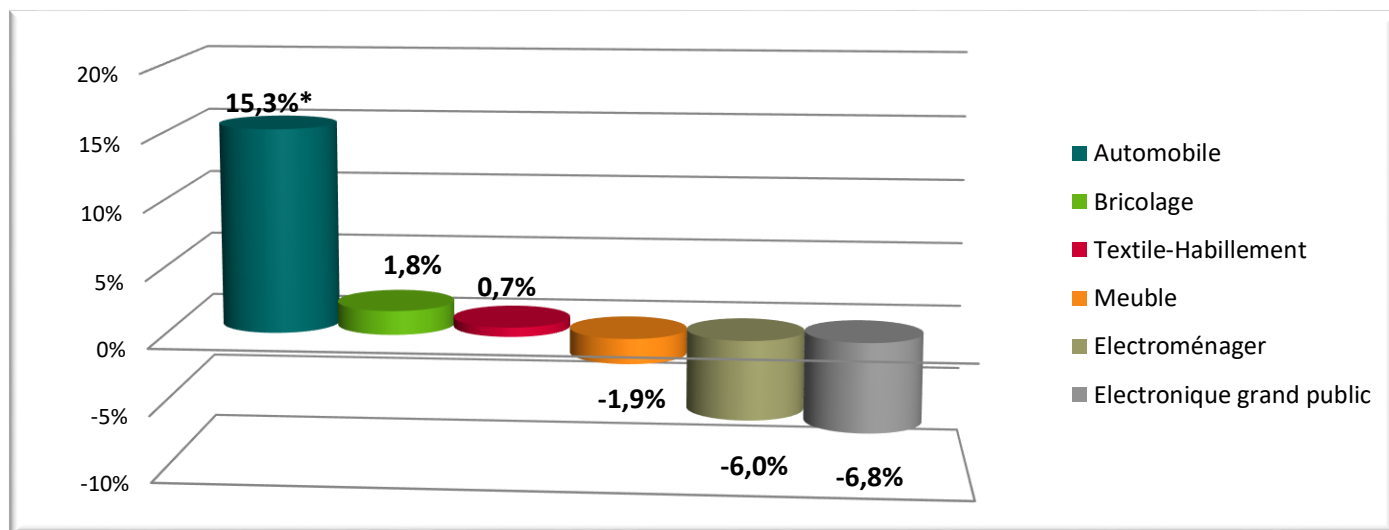
Evolution valeur en cumul 6 mois



En ce qui concerne le cumul des six premiers mois de l'année, le marché s'affiche en repli de **1,9%** par rapport à 2022, le marché reste plus largement en avance par rapport à 2019 (**+8,9%**), même si la progression demeure inférieure à la hausse des prix sur la période. A contrario du mois de juin, le mois de juillet devrait profiter du décalage des soldes et voir son résultat progresser par rapport à l'exercice précédent, ce qui devrait permettre de remonter légèrement le cumul par rapport à 2022, à moins que le ralentissement de la hausse des prix ne pèse fortement sur le marché et ne se traduise par un ralentissement des ventes en valeur en juillet.

Le meuble résiste

Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1^{er} semestre 2023/1^{er} semestre 2022)

Sources : IPEA, Banque de France, CCFA, IFM

*Evolution des immatriculations de véhicules neufs pour particuliers, source CCFA

Si le marché du meuble voit son activité reculer sur le premier semestre, il parvient tout de même à faire mieux que l'électroménager ou l'électronique grand public.

Les immatriculations de véhicules neufs pour particuliers progressent fortement sur le premier semestre et affichent une croissance d'un peu plus de 15%. Ce score est toutefois à relativiser si on le compare au premier semestre 2019 sur lequel le segment accuse un retard de plus de 250 000 unités, soit un recul de près de 25%.

Le marché du bricolage enregistre une faible croissance de son activité en valeur (+1,8% selon la Banque de France) sur les six premiers mois de l'année, comme pour le mobilier, cette croissance est également à remettre en perspective suite à la hausse des prix qu'a connu le secteur. De nombreux ménages ont revu à la baisse leur volonté d'effectuer des travaux suite à la hausse des prix des matériaux. Le marché reste largement en avance sur ses performances de 2019 avec une croissance qui frôle les 20%.

Fort recul des performances en électroménager si l'on en croit les données de la Banque de France qui table sur un recul d'activité aux alentours de 6% au cours du premier semestre. Le recul s'accélère par rapport au premier trimestre mais aussi par rapport à l'exercice précédent. La hausse des prix à venir de l'électricité pourrait toutefois amener certains ménages à remplacer leur matériel obsolète et trop énergivore.

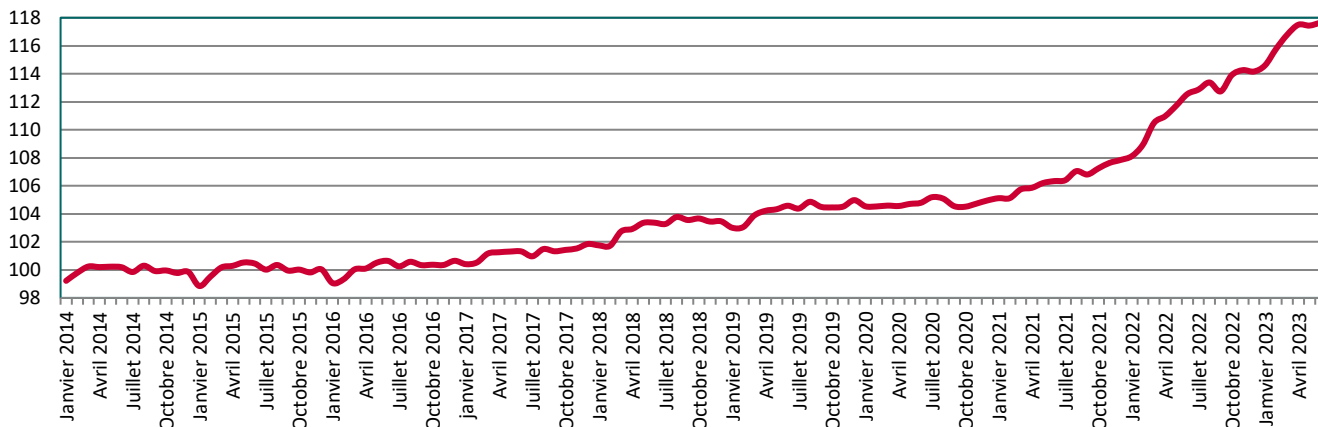
Un recul qui s'accélère également pour l'électronique grand public, à -6,8%. La volonté des ménages de ne pas se lancer dans des achats importants et qui se restreignent sur leurs dépenses de loisirs, associée à une année sans évènement sportif majeur expliquent ce recul sur le premier semestre alors que les ruptures de stocks auront encore impacté l'activité de nombreux produits.

Enfin, en ce qui concerne l'équipement de la personne et le textile-habillement, les ventes se maintiennent sur le premier semestre malgré une saison estivale qui aura tardé à démarrer. Le marché conserve toutefois un retard en valeur de 8% sur le premier semestre 2019.

Des ménages prudents quant à leurs dépenses

Sur les six premiers mois de l'année, le moral des ménages reste en berne même s'il remonte légèrement sur les dernières semaines. L'inflation ralentit mais les prix continuent à progresser fortement et les ménages ne sont pas prêts à se lancer dans des dépenses onéreuses, ce qui pèse sur l'activité de l'équipement du logement.

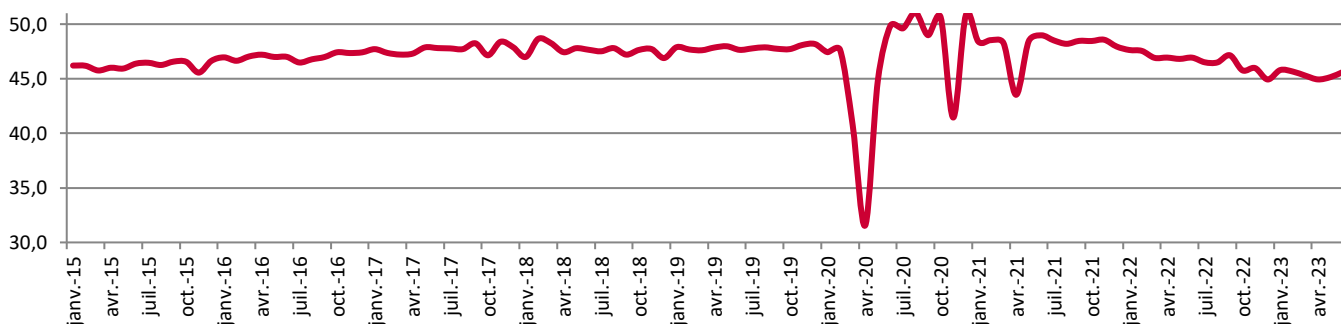
Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : Insee

Si la hausse des prix ralentit - ainsi la hausse sur un an était de 5,7% en mars 2023 et n'est plus que de 4,5% en juin 2023 - ces derniers n'en continuent pas moins d'augmenter fortement. C'est sur l'alimentation que les hausses restent les plus élevées avec une croissance des prix de presque 14% sur un an en juin 2023 suivi du tabac avec un +9,8% sur la période. Après de fortes hausses pendant plusieurs mois, les prix de l'énergie sur un an sont en recul en juin (-3,0%) avant la nouvelle hausse des tarifs réglementés de l'électricité au 1^{er} août 2023. Ces derniers devraient progresser de 10% mettant ainsi fin progressivement au bouclier tarifaire mis en place par le gouvernement.

Consommation des ménages en biens*

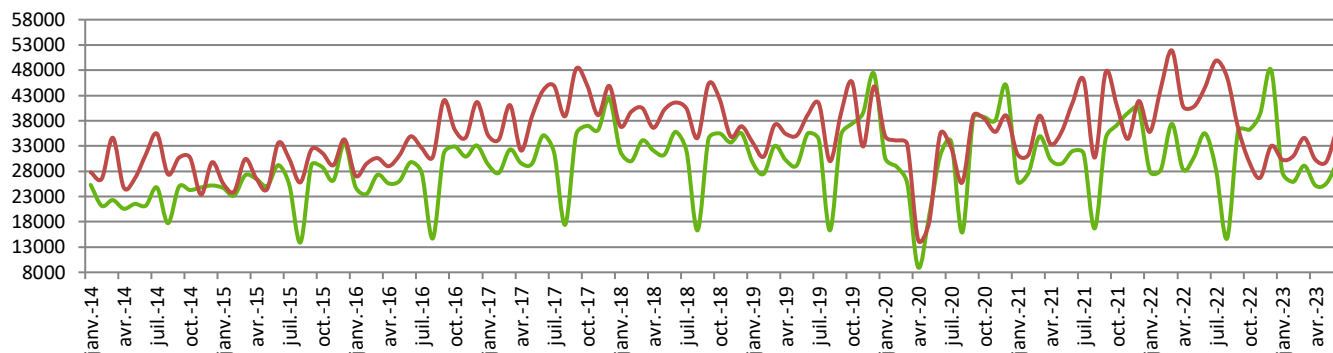


Source : Insee

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

Les chiffres de la consommation des ménages en biens reflètent l'incertitude économique dans laquelle ils se trouvent. Leur consommation est ainsi en berne et sur les six premiers mois de l'année elle recule de 3,6% avec des replis compris entre 2% et 4,5% selon les mois. La tendance n'est pas à la consommation et ce recul s'explique par le fait que de nombreux ménages comme souvent lorsque le contexte est difficile jouent la carte de l'épargne. On notera également que les hausses massives de prix de ces derniers mois ne permettent plus à de nombreux ménages de diversifier leur consommation et les obligent à se recentrer sur les dépenses essentielles.

Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire

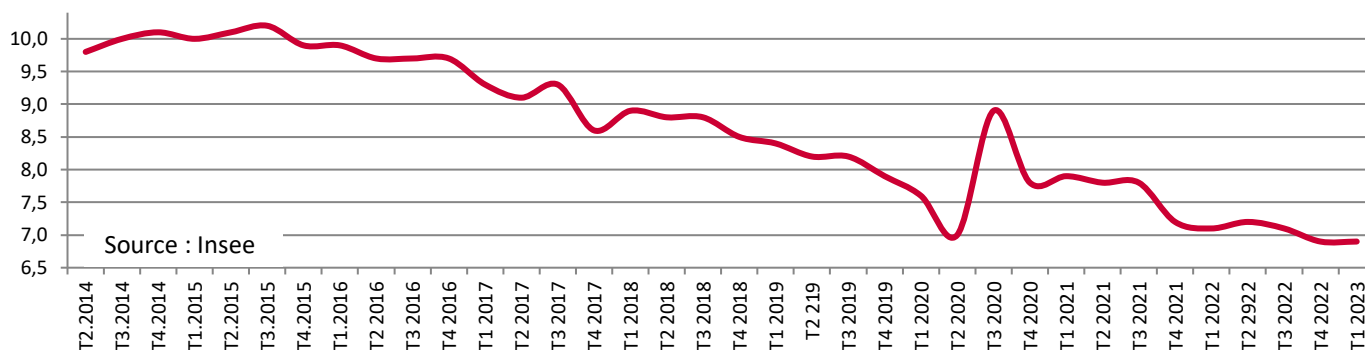


Source : SDES, Sit@del2

— Mises en chantier — Permis de construire

L'immobilier neuf est en crise sur les derniers mois avec des reculs de mises en chantier et de permis de construire délivrés records. On notera ainsi que sur le trimestre d'avril à juin 2023 les mises en chantier de logements neufs plongent de plus de 14% alors que sur un an le recul est supérieur à 12%. En rythme annuel à fin juin, les mises en chantier passent sous les 340 000 unités, soit un niveau inférieur à celui de l'année 2020 pendant laquelle l'activité avait été pourtant à l'arrêt pendant de nombreuses semaines. La situation est encore plus catastrophique en ce qui concerne les permis de construire délivrés qui reculent pour leur part de près de 26% sur le deuxième trimestre et de près de 20% sur un an à fin juin 2023. L'immobilier neuf ne pourra donc pas être un relais de croissance pour le marché du meuble sur le second semestre 2023 ni sur l'exercice 2024 au vu des forts reculs des permis de construire délivrés. Les explications à ces fortes baisses, sont nombreuses : chute des ventes de logements neufs (-41% au premier trimestre 2023), hausse du coût des matériaux et de la main d'œuvre, difficultés d'accès au crédit pour les ménages les moins aisés etc... En ce qui concerne les logements anciens, la chute s'accélère selon la dernière note des Notaires de France pour atterrir à fin mai à 1 029 000 transactions, soit un recul de 12,6% en rythme annuel contre 5% sur les derniers mois de l'année 2022.

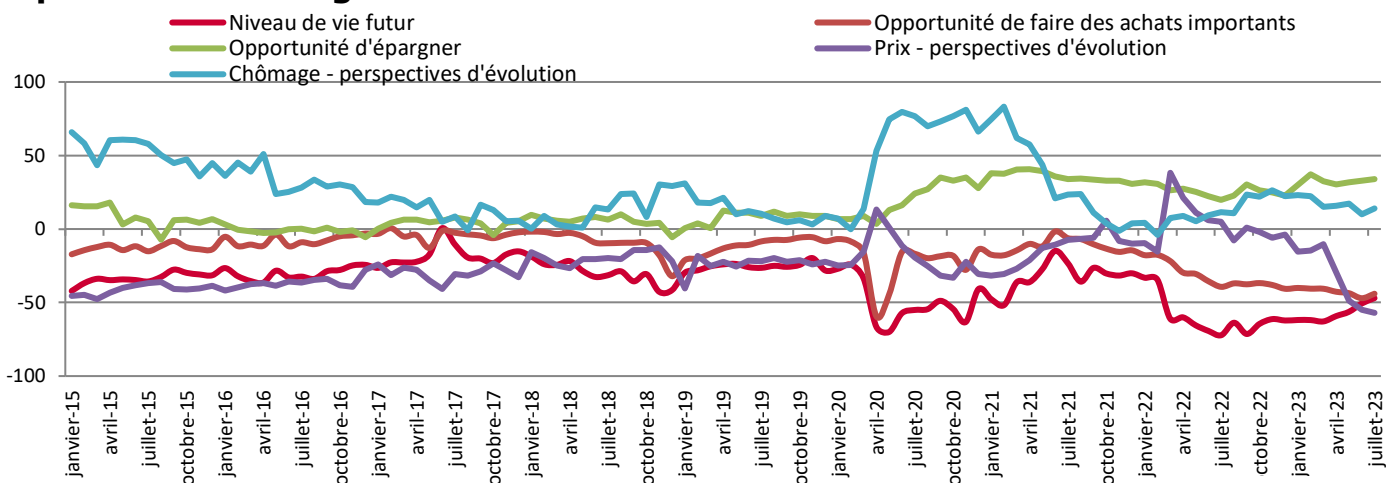
Taux de chômage en France métropolitaine



Source : Insee

Comme lors des mois précédents, si de nombreux indicateurs sont sur la pente descendante, le chômage pour sa part résiste bien et reste à son niveau le plus bas au premier trimestre 2023. Ainsi, sur les trois premiers mois de l'année, le taux de chômage au sens du BIT (Bureau international du travail) reste bien orienté avec un indicateur qui se stabilise à 6,9% pour la France métropolitaine. Pour rappel, un chômeur au sens du BIT est une personne « âgée de 15 ans ou plus qui est sans emploi au cours de la semaine de référence, est disponible pour travailler dans les deux semaines à venir et a effectué, au cours des quatre dernières semaines, une démarche active de recherche d'emploi ou a trouvé un emploi qui commence dans les trois mois ». Toutefois, ce que le BIT appelle le « halo autour du chômage » et qui se compose de près de 2 millions de Français souhaitant un emploi mais non considérés comme chômeurs car ne répondant aux critères de définition progresse pour sa part de 0,1 point au dernier trimestre 2022 et au premier trimestre 2023.

Opinion des ménages



Même s'il se redresse légèrement sur les derniers mois, l'indicateur synthétique de confiance des ménages reste quinze points en-dessous de sa moyenne de longue période en juillet, preuve que le moral des ménages reste à des niveaux extrêmement bas. La tendance n'est plus à la consommation et à l'investissement comme le montre l'indicateur mesurant l'opinion des ménages quant à l'opportunité d'effectuer des achats importants qui reste en juillet 30 points en dessous de sa moyenne de longue période. L'air du temps est plutôt à l'épargne. Ainsi l'indicateur mesurant l'opinion des ménages quant à l'opportunité d'épargner est en hausse constante ces derniers mois et se stabilise seize points au-dessus de sa moyenne au mois de juillet, ce qui s'explique notamment par la hausse des taux du livret A au 1^{er} février 2023. En ce qui concerne la hausse des prix au cours des douze mois à venir, les ménages se montrent plus confiants. L'indicateur d'opinion est en baisse constante au cours des derniers mois et il se situe en juillet vingt-six points en dessous de sa moyenne de longue période. Les ménages espèrent une baisse de l'inflation dans les mois à venir et pensent que les prix n'augmenteront plus au même rythme que les mois précédents. Autre point positif, si ces derniers mois les ménages étaient plus nombreux à craindre une hausse du chômage, l'indicateur d'opinion sur ce point redescend pour se stabiliser en juillet dix-neuf points en dessous de sa moyenne de longue période. Enfin, l'indicateur concernant leur opinion quant à leur niveau de vie futur remonte sur les derniers mois mais reste encore vingt points sous sa moyenne de longue période.

Quelles perspectives pour la fin 2023 ?

De nombreux indicateurs sont « dans le rouge » en ce qui concerne la fin de l'année. Si l'inflation commence doucement à ralentir, les prix n'en continuent pas moins d'augmenter et se maintiennent à des niveaux élevés. Le pouvoir d'achat des ménages reste sous pression et les arbitrages sont nombreux au sein des foyers français. Le mobilier et l'aménagement de la maison font partie des premiers postes d'arbitrage des ménages après deux ans d'implication dans leur logement. Les Français préfèrent conserver leur budget pour épargner pour ceux qui le peuvent ou tout simplement pour pouvoir répondre aux dépenses essentielles comme l'alimentaire ou la santé. L'immobilier ne sera pas un soutien pour le marché du meuble pour les mois qui viennent et le chiffre d'affaires du second semestre dépendra encore une fois fortement des hausses de prix mises en place par les enseignes. L'inflation a permis au chiffre d'affaires du marché de se maintenir sur le premier semestre. Sur le second semestre, si l'inflation ralentit en ce qui concerne le mobilier, plutôt qu'un retour des ménages à la consommation, elle devrait plutôt se traduire par un fort recul de chiffre d'affaires sur le marché. Les six derniers mois de l'année, à l'exception de juillet suite au décalage des soldes, pourraient donc enregistrer des scores inférieurs à ceux du premier semestre.

Les ménages se restreignent

Comme le montrent les chiffres de l'Insee, le moral des ménages reste à des niveaux extrêmement bas et la tendance n'est pas à la consommation mais plutôt à l'épargne pour les ménages qui le peuvent. Même si les Français estiment que la hausse des prix devrait ralentir dans les prochains mois, ils n'estiment pas pour autant que leur situation va s'améliorer à l'avenir. Pour illustrer cette tendance, quelques résultats issus du baromètre des intentions d'achats de l'Obsoco* réalisé pour l'Institut de la Maison – IPEA :

62%, soit la part des Français interrogés qui déclarent avoir un désir assez faible ou très faible de consommer, c'est le point le plus bas après septembre 2022. On notera que 29% des ménages déclarent un désir très faible de consommer, soit six points de plus qu'en mars 2023, alors qu'ils ne sont que 9% à exprimer un désir très fort de consommer. On notera que si 56% des personnes interrogées déclarent continuer à dépenser raisonnablement tout en continuant à se faire plaisir et à réaliser les achats dont ils ont besoin, ils sont aussi 39% à essayer de limiter leurs dépenses au maximum afin d'économiser et de mettre de l'argent de côté ou de ne pas puiser dans leur épargne.

59% des Français sont prêts à faire des sacrifices sur la qualité afin de minimiser leurs dépenses alors que les 41% restants continuent à jouer la carte de la qualité, quitte à payer plus cher. On notera qu'en 2016, ces proportions étaient inversées et que la majorité des ménages était alors prête à faire passer la qualité avant le prix.

55%, c'est la part des ménages qui estiment que la situation financière de leur foyer va continuer à se dégrader dans les mois à venir. 15% estiment même que leur situation sera très dégradée. L'heure n'est pas à l'optimisme au sein des foyers français qui pensent que le plus dur n'est pas forcément passé. Parmi les ménages les plus confiants, on constatera que seuls 17% des personnes interrogées estiment que leur situation s'améliorera franchement dans les 12 prochains mois alors que 28% estiment qu'elle sera peu différente de celle d'aujourd'hui même si un peu mieux orientée.

49%, c'est la part des Français qui déclarent arriver tout juste à s'en sortir. Ils ne sont que 12% à déclarer vivre confortablement, c'est mieux qu'en mars 2023 où ils n'étaient que 10% mais moins bien qu'en septembre 2022 où ils étaient 14%. Ce sont 37% des Français qui déclarent qu'ils peinent à s'en sortir ou qu'ils n'y parviennent pas du tout. C'est toutefois mieux qu'en mars 2023 où ils étaient 41%. De nombreuses personnes interrogées se sentent frustrées en ce qui concerne leur consommation. Ce sont ainsi 77% des répondants qui déclarent qu'ils sont contraints de restreindre leurs dépenses sur des postes nécessaires voire essentiels. 29% estiment qu'ils restreignent même beaucoup leurs dépenses. On notera qu'il y a deux ans en avril 2021, ce sont seulement 56% des Français qui se déclaraient contraints dans leurs dépenses.

47% des personnes interrogées déclarent restreindre leurs dépenses de manière forte en ce qui concerne l'aménagement de leur logement. C'est plus que pour les loisirs (46%), les soins personnels (45%) ou les vêtements et chaussures (43%). C'est par contre moins que l'électroménager et les produits culturels (48% chacun), les services d'aide à domicile (50%) ou encore les sorties ainsi que les voyages et vacances (52% chacun). Les restrictions les plus fortes concernent les montres et bijoux (62%) alors que, à l'opposée, ce sont sur les dépenses de santé que les restrictions fortes sont les moins nombreuses (26%).

81% des Français interrogés qui restreignent peu ou beaucoup leurs dépenses d'aménagement de leur logement déclarent qu'ils évitent d'acheter des articles de décoration qui n'ont pas une utilité directe. L'achat de décoration devient ainsi utilitaire, il répond à un besoin et s'éloigne de l'achat plaisir. 56% déclarent qu'ils ne remplaceront pas du mobilier vétuste ou abîmé. Les reports d'achat sont fréquents en attendant une amélioration de leur situation financière. 54% des ménages déclarent acheter des produits de moindre qualité par rapport aux produits qu'ils souhaiteraient réellement. La même proportion de Français déclare également reporter ou annuler purement et simplement des travaux de rénovation de leur logement afin de restreindre leurs dépenses.

La moitié, c'est la part des ménages restreignant leurs dépenses d'aménagement du logement qui déclarent privilégier les achats d'occasion dans ce domaine. En 2022, l'IPEA a publié une étude sur le marché du meuble d'occasion et estimait alors la valeur de ce marché à 1,3 milliard d'euros, soit un marché de plus de 2,5 milliards d'euros en équivalent neuf. Nul doute que la situation actuelle est un terreau propice au développement de ce marché de la seconde main. Dans ses dernières enquêtes consommateurs menées dans le cadre de la rédaction de ses prochaines études, l'IPEA a également noté que les sites d'achat de produits d'occasion en ligne, comme Ebay mais surtout Le bon coin, apparaissent de manière plus soutenue parmi les enseignes d'achat citées par les ménages. Il en va de même pour la brocante en ce qui concerne les ménages les plus âgés.

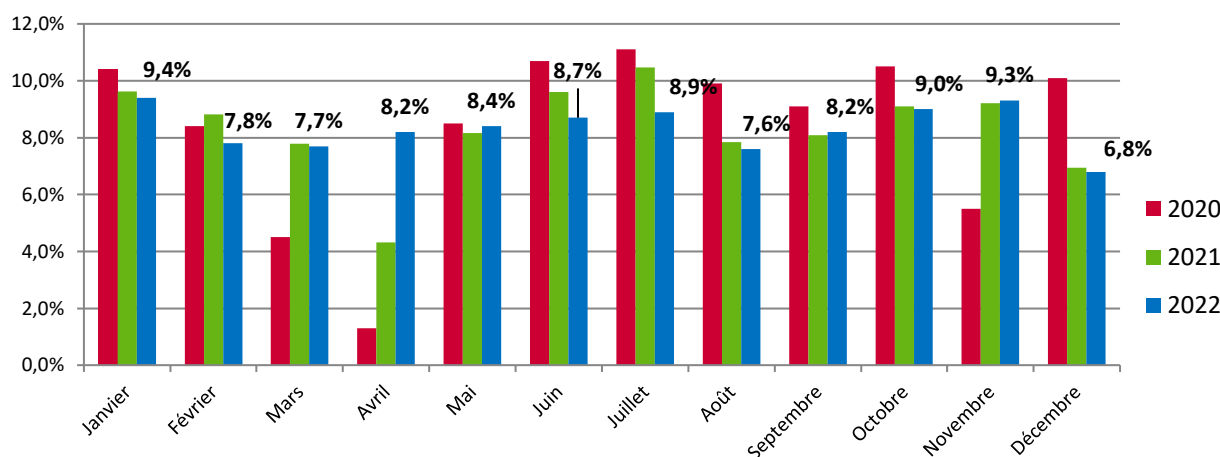
9%, c'est la part des Français qui déclarent qu'ils achèteront un meuble dans les trois prochains mois. On enregistre la même proportion en ce qui concerne les meubles de jardin. 11% des personnes interrogées estiment qu'elles achèteront de la décoration sur la période, c'est trois points de moins que lors de la même enquête à la même époque en 2022. 19% des Français estiment pour leur part qu'ils réaliseront des travaux d'amélioration de leur logement dans les trois prochains mois, c'est le poste qui arrive en troisième position derrière les voyages, séjours, ou week-end à 36%, ce qui est toutefois logique en période de vacances. Les intentions d'achat les plus élevées (42%) concernent les vêtements et les chaussures.

*Enquête réalisée en ligne du 15 au 22 juin 2023 auprès d'un échantillon de 2 000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine selon des quotas d'âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région, taille de l'agglomération de résidence et niveau de diplôme.

Saisonnalité : vers un retour progressif à la normale

La crise de la covid et les confinements successifs des printemps 2020 et 2021 ainsi que celui de l'automne 2020 ont amené une recomposition de la saisonnalité du marché avec notamment un poids beaucoup plus important du trimestre juin-août qui pesait 25% en 2019 contre près de 32% l'année suivante.

Saisonnalité du marché du meuble 2020, 2021 et 2022 (Poids des mois en % valeur)



En termes de saisonnalité on notera plusieurs éléments intéressants en 2022, avec notamment une configuration qui tend progressivement vers un retour à celle qui était la sienne avant la covid :

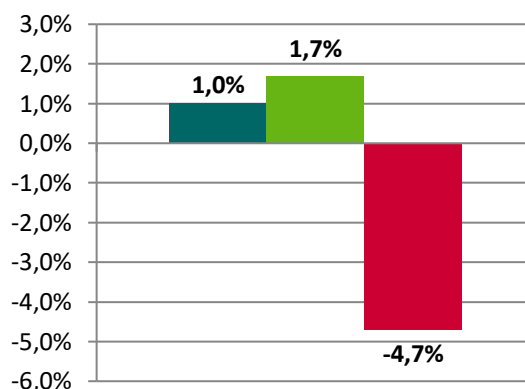
- ✓ Le poids du mois de janvier sur l'ensemble de l'année recule encore en 2022 pour atterrir sous sa dernière référence pré-covid de 2019. Ce mouvement illustre la portée plus limitée des soldes lors des derniers exercices sur un marché où les promotions s'enchaînent tout au long de l'année.
- ✓ En 2022, pour la première fois depuis trois ans, après deux exercices sous confinement, le mois d'avril retrouve donc une part plus conforme à celle qui était la sienne en 2019 avec un poids de 8,2% en 2022 contre 8,5% en 2019.
- ✓ Le trimestre de juin à août qui avait bénéficié des périodes de confinement au cours des deux derniers exercices et sur lequel s'étaient reportées de nombreuses ventes du printemps voit son poids reculer encore et passer de 31,7% en 2020, à 27,9% en 2021 puis 25,2% en 2022. Le trimestre revient ainsi quasiment à son niveau pré-covid où il affichait un poids tout juste inférieur à 25%.
- ✓ On notera toutefois au sein de ce trimestre de juin à août la bonne tenue du mois de juin dont la part reste toujours supérieure à 2019 alors que celles des mois de juillet et août repassent sous leur poids pré-covid. Le décalage des soldes en 2022, qui auront démarré avec une semaine d'avance par rapport à la période habituelle, aura concouru à la bonne tenue de la part de marché du mois de juin.

La production de meuble en difficulté sur les cinq premiers mois

La production française de meuble enregistre un recul assez marqué de son activité par rapport à l'exercice 2022 mais surtout par rapport à 2019 sur ce début d'année 2023.

Les meubles de bureau et de magasin

La production de meubles de bureau et de magasin progresse faiblement par rapport à l'exercice 2022 sur les cinq premiers mois de l'année. Comme pour tous les autres segments du meuble, cette croissance apparaît négligeable par rapport à la forte hausse des prix de ces derniers mois et ne fait que masquer la chute importante des volumes. Par rapport à 2019, sur les premiers mois de l'année la production recule en valeur de près de 5%. Entre la multiplication du télétravail et les difficultés rencontrées par de nombreuses enseignes ces derniers mois le contexte n'est pas très porteur pour le mobilier professionnel, de nombreuses entreprises et magasins n'étant pas en mesure d'investir.



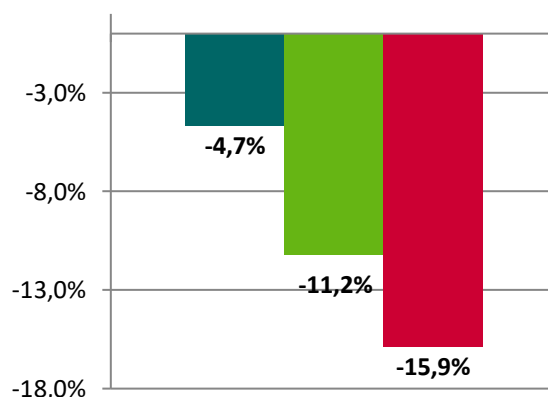
Meubles de bureau et de magasin

- Cumul à fin mai 2023/2022
- Cumul à fin mai 2022/2021
- Cumul à fin mai 2023/2019

Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La literie

La production de literie chute encore fortement sur les cinq premiers mois de l'année alors que le segment enregistre pourtant parmi les meilleures performances sur le marché du meuble. Avec un nouveau recul de près de 5%, qui s'ajoute à celui des cinq premiers mois 2022, le segment voit son activité en valeur reculer de plus de 15% par rapport aux cinq premiers mois de l'année 2019 alors que dans le même temps les prix à la production ont fortement augmenté. Le recul s'accroît alors que l'exercice 2022 était déjà en retrait de 10% par rapport à ce dernier exercice référence. Ce recul de la production n'est cependant pas compensé par une hausse des importations qui se maintiennent sur les premiers mois de l'année.



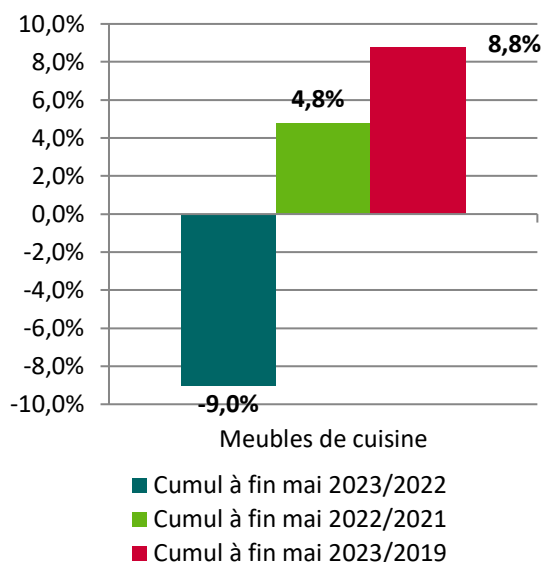
Matelas et sommiers

- Cumul à fin mai 2023/2022
- Cumul à fin mai 2022/2021
- Cumul à fin mai 2023/2019

Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

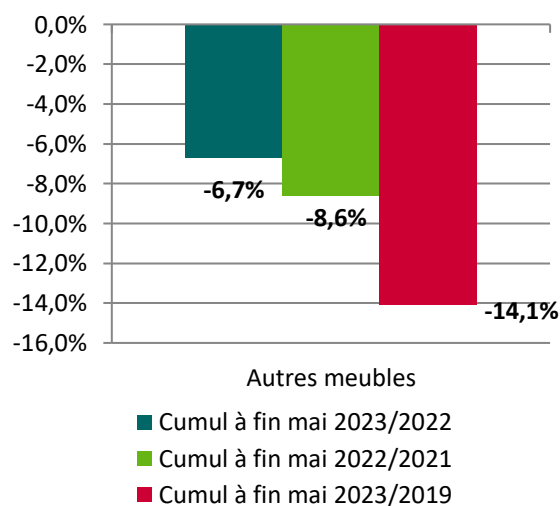
Côté consommation, la cuisine est le segment du meuble qui enregistre le plus fort recul en valeur sur le marché au premier semestre 2023. Cette contre-performance pèse sur la production qui s'affiche en recul de 9% par rapport à 2022 si l'on en croit les chiffres de l'Insee. Une fois n'est pas coutume, sur le début d'année, la cuisine est le segment de la production qui enregistre le plus fort recul. Ce segment est toutefois le seul à conserver une avance substantielle sur ses performances de 2019. Cette dernière est toutefois due à la croissance des prix sur la période et non le reflet d'une hausse des volumes produits.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

Concernant ce que l'Insee appelle les « autres meubles », la chute de performances en valeur est aussi fortement marquée sur les cinq premiers mois de l'année. S'il n'est pas possible d'isoler les différents types de produits au sein de cette catégorie, nul doute que la chute de performance touche tous les segments sans exception, le marché du meuble domestique s'affichant en difficulté sur le premier semestre. Avec la literie, c'est le segment du meuble qui enregistre le plus fort recul de production par rapport à 2019 avec une chute de près de 15%. Le déficit continue de se creuser alors qu'il n'était là aussi que de 10% à la fin de l'année 2022 par rapport à cette dernière marque référence.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Sans surprise au vu des résultats par segments, la production française de meubles enregistre un recul assez important de ses performances sur les cinq premiers mois de l'année avec un -4,3% affiché sur la période. Par rapport à 2019, ce recul dépasse les 7%. Malgré des résultats peu flatteurs, les industriels français font mieux que certains de leurs voisins européens. Ainsi sur les cinq premiers mois de l'année, le recul est de 7,8% par rapport à 2022 et de 15% par rapport à 2019 en ce qui concerne l'Allemagne. La Belgique enregistre pour sa part respectivement des reculs de 15% et 22% par rapport à ces deux exercices alors que la Roumanie enregistre des contre-performances à -12,9% et -21,3%. Par rapport à 2022, la France fait également mieux que l'Italie (-5,4%), le Portugal (-8,5%) ou la Pologne (-10,0%). Par rapport à 2019, ces pays font toutefois mieux que les industriels français avec pour la Pologne une croissance de 10,7% sur les cinq premiers mois par rapport à cette dernière année référence alors que les Italiens affichent pour leur part un +4,9%. Si les industriels portugais sont pour leur part en recul sur 2019 avec un -1,5% affiché, ils font néanmoins mieux que les industriels français.