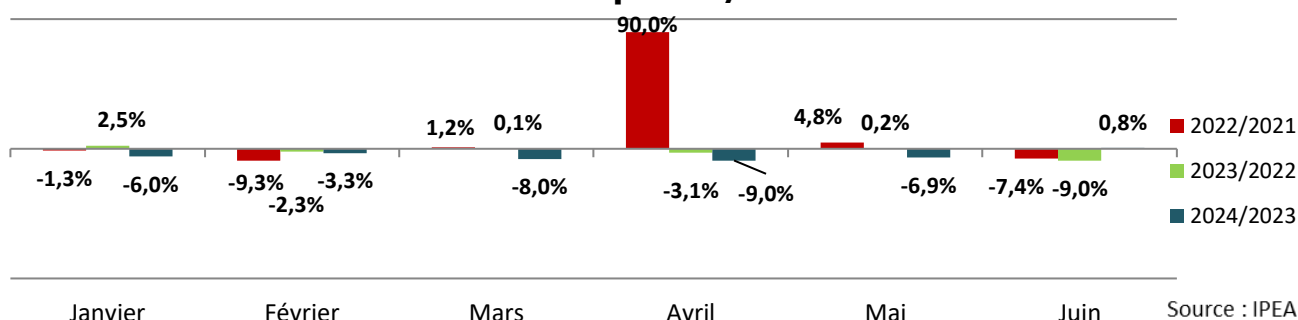


Le mois de juin en bref...

Evolution du marché juin 2024/juin 2023	+0,8 %
Evolution du cumul à fin juin 2024/2023	-5,4%
Incidence du résultat de juin sur le cumul	+1,2 pt
Evolution du cumul marché hors cuisine et literie	-5,4%

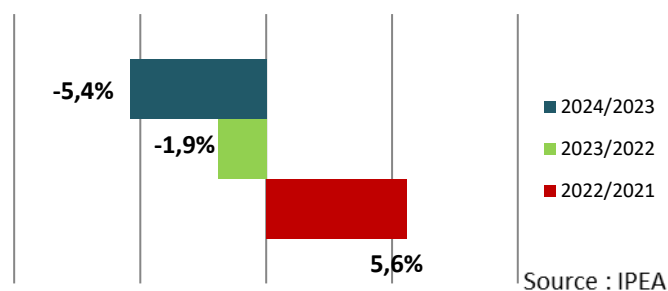
Un peu d'air pour le marché en juin

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



Après dix mois de recul consécutifs de son activité, **le résultat du mois de juin constitue une bouffée d'oxygène (+0,8%)** pour le marché du meuble qui enregistre sa première performance positive depuis juillet 2023. Il est cependant trop tôt pour parler d'un effet soldes et se réjouir. On notera en effet que, à la différence du mois de juin 2023, le premier week-end des soldes était cette année au mois de juin alors que l'année dernière il était en juillet, ce qui peut faire toute la différence dans la performance enregistrée sur ce dernier mois du semestre, d'autant plus que de nombreux acteurs semblent avoir « attaqué » très fort en termes de remise. Pour savoir si les soldes auront été ou non positifs, il faudra attendre les résultats du mois de juillet qui ne bénéficieront donc pas cette année de la locomotive du premier week-end des soldes et pourraient s'afficher en baisse. En juin, la literie domine le marché en enregistrant la meilleure performance et en progression dans la plupart de ses circuits majeurs alors que le jardin ferme la marche. Sur le mois, un circuit se détache, celui des spécialistes literie dans le sillage d'un marché porteur en juin.

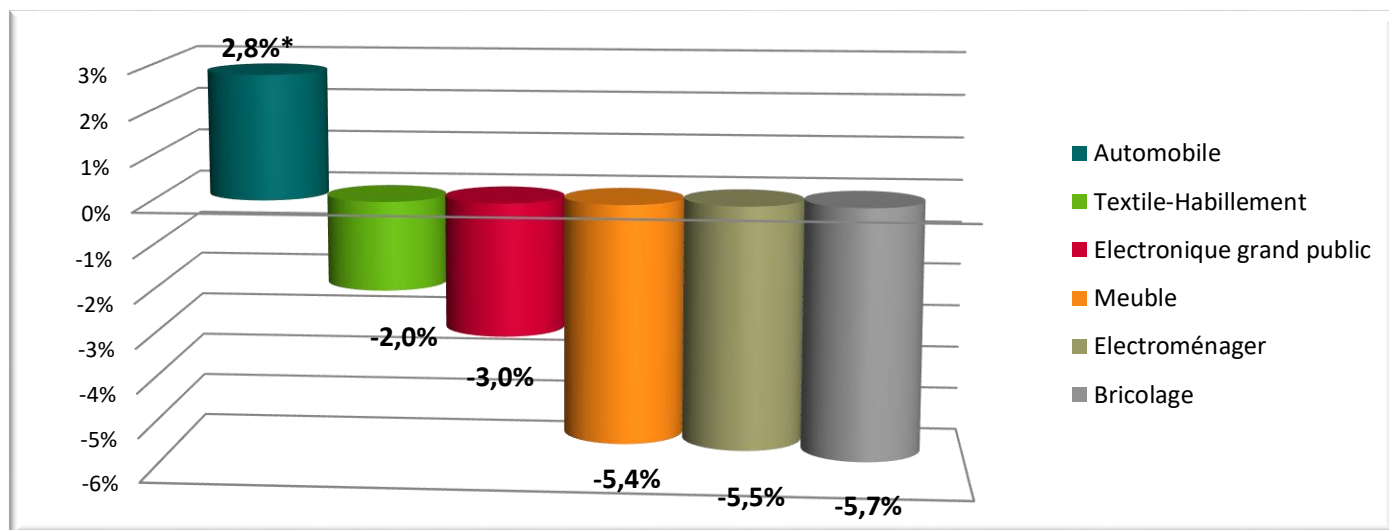
Evolution valeur en cumul 6 mois



La performance du mois de juin permet au cumul de se redresser légèrement et **le semestre se termine sur un recul d'activité de 5,4%**. En ce qui concerne le second semestre difficile d'imaginer une reprise alors que pour le moment la majorité des éléments qui soutiennent le marché restent globalement mal orientés. Sur le cumul des six premiers mois de l'année, c'est le marché de la literie qui parvient le mieux à limiter le recul de son activité alors que le mobilier de salle de bains ferme la marche. Côté circuits, les spécialistes literie sont les seuls à enregistrer un résultat positif sur la période. Les grandes surfaces de bricolage affichent le plus fort recul.

L'équipement de la maison en recul

Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1^{er} semestre 2024/1^{er} semestre 2023)

Sources : IPEA, Banque de France, CCFA, IFM

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

Le marché de l'équipement de la maison s'affiche en fort recul sur les six premiers mois de l'année selon les données de l'IPEA et de la Banque de France.

L'euphorie post confinement qui a touché le marché de l'équipement de la maison est terminée et le marché du bricolage enregistre un recul de son activité en valeur de presque 6% sur les premiers mois de l'année. La chute des transactions dans l'immobilier ancien ne joue pas en faveur du marché, limitant les mouvements et donc les travaux. Les ménages installés limitent également leurs travaux et leurs investissements suite à la forte hausse des prix des matières premières ces deux dernières années.

Recul d'activité proche de celui du marché du meuble également en ce qui concerne l'équipement en électroménager des Français (-5,5%). La chute d'activité sur le marché de la cuisine intégrée pénalise les achats d'électroménager intégré. Comme sur le marché du meuble, les volumes restent en recul sur les premiers mois de l'année.

Le marché de l'électronique grand public s'affiche également en recul sur les six premiers mois de l'année avec une activité en repli de 3%. En cette année de championnat d'Europe de football et de Jeux olympiques à Paris, on aurait pu imaginer des résultats positifs sur ce marché au premier semestre. Ces événements sont souvent générateurs d'activité en ce qui concerne les téléviseurs notamment, d'autant plus que les offres commerciales dans les points de vente sont habituellement soutenues. Toutefois, pas d'effet positif sur l'exercice en cours... à moins que la chute eut été bien plus marquée sans ces événements.

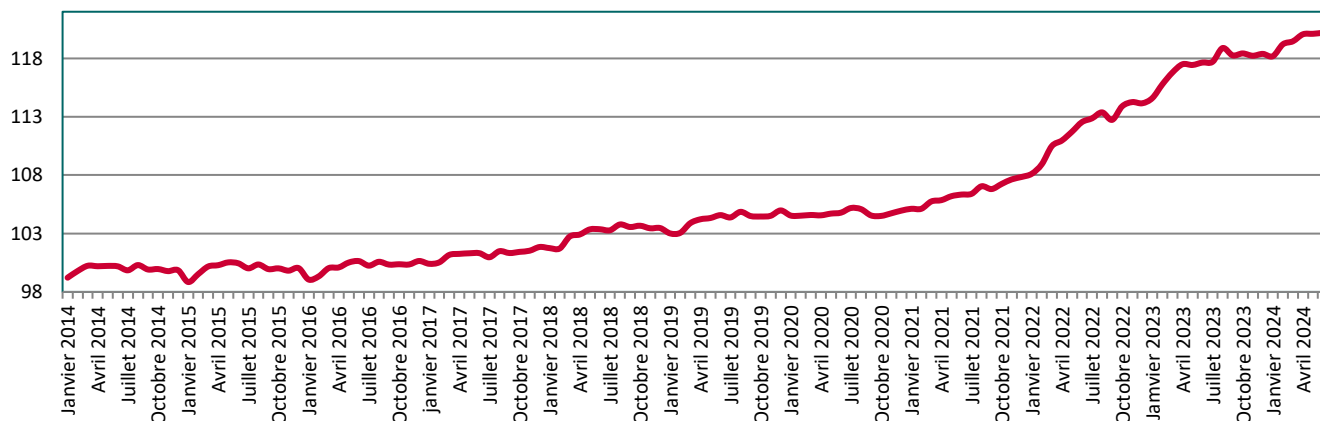
Les immatriculations de véhicules neufs pour particuliers progressent faiblement sur le premier semestre avec un peu moins de 3% d'immatriculations supplémentaires par rapport à l'exercice précédent, après cependant un premier semestre 2023 à plus de 15% de croissance. On notera toutefois que le nombre de véhicules vendus sur le premier semestre (915 000) reste loin de celui des six premiers mois 2019 (1 166 000).

Enfin, l'équipement de la personne via le textile habillement affiche également des résultats en recul sur le premier semestre (-2%). Rien d'étonnant à cela entre le développement toujours plus important des enseignes de discounters et une météo peu propice aux achats.

La tendance reste à l'épargne

Le moral des ménages reste en retrait et largement en dessous de sa moyenne de longue période sur les premiers mois de l'année. Même si le rythme de l'inflation a fortement ralenti, la tendance n'est toujours pas à la consommation du côté des Français qui continuent de privilégier l'épargne dans un contexte économique et social qui reste encore incertain.

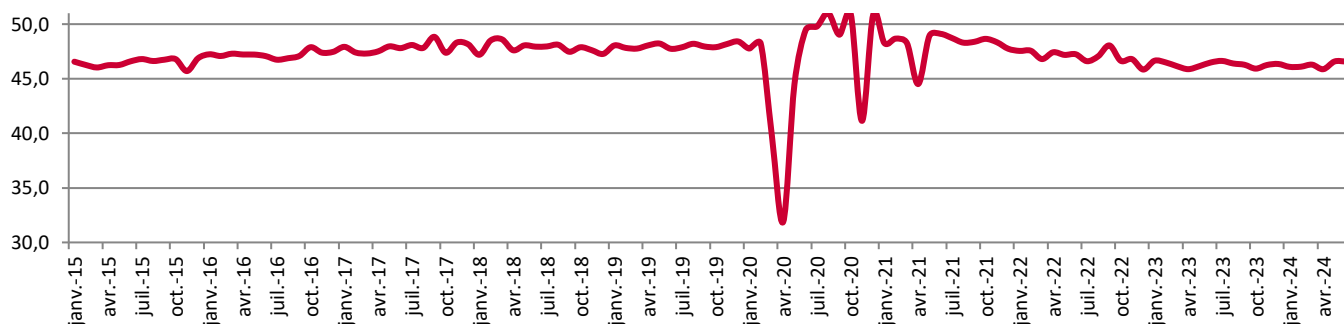
Indice des prix à la consommation (base 100 en 2015)



Source : Insee

La hausse des prix ralentit depuis le milieu de l'année 2023 et l'inflation renoue avec les niveaux de sa moyenne de longue période. Bonne nouvelle également pour le portefeuille des ménages français, la hausse de l'électricité prévue au 1^{er} août est reportée à plus tard. En juin 2024, les prix progressent de 0,1% par rapport au mois de mai 2024 et de 2,2% par rapport au même mois de l'exercice précédent. Sur un an, les plus fortes hausses concernent les prix du tabac (+8,7%) et bien sur l'énergie (+4,8%). Les prix des produits manufacturés sont pour leur part étals sur l'année. C'est également le cas en ce qui concerne l'ameublement intérieur alors que ceux des meubles de jardin reculeraient de 3,7% sur un an.

Consommation des ménages en biens*

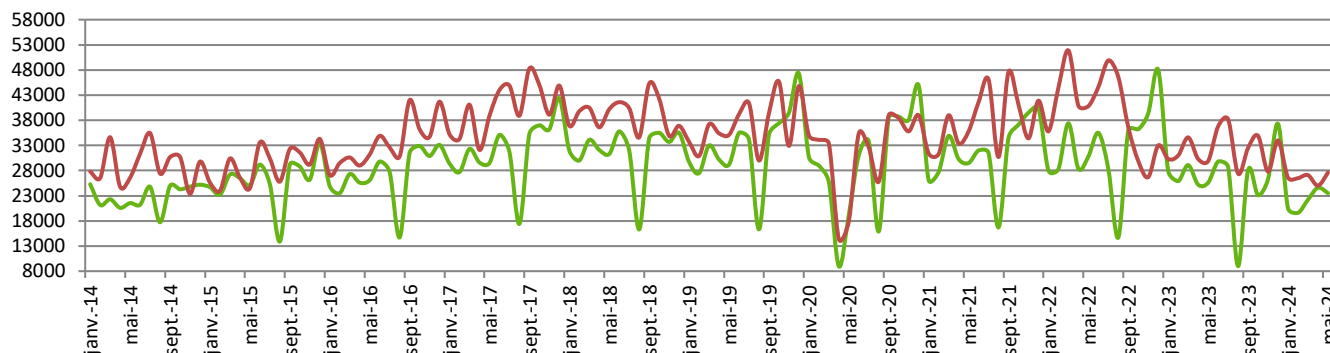


Source : Insee

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

La consommation des ménages se maintient sur le premier semestre (-0,4% à fin juin) après les baisses liées à l'inflation. Selon les indicateurs diffusés par l'Insee, les volumes vendus des biens durables en équipement du logement seraient en hausse sur le premier semestre (+3,7%) ce qui ne se retrouve pourtant pas dans les chiffres de l'IPEA ou de la Banque de France qui affichent des résultats en valeur en forte baisse. On notera également une baisse de la consommation des ménages en ce qui concerne l'alimentaire sur le semestre (-2,3%) alors que celle qui concerne les biens fabriqués serait en progression de 1,4%.

Logements ordinaires mis en chantier et permis de construire

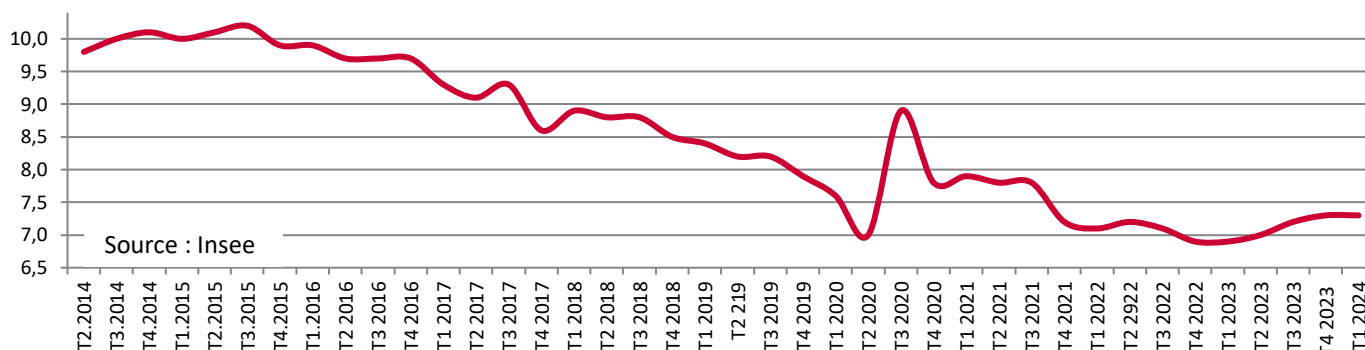


Source : SDES, Sit@del2

— Mises en chantier — Permis de construire

Les chutes de mises en chantier de logements neufs et de permis de construire demeurent élevées, même si elles ont tendance à ralentir ces derniers mois. On notera ainsi que sur le trimestre d'avril à juin, les mises en chantier reculent encore de 8,4%. Sur douze mois glissants de juillet 2023 à juin 2024, la chute est drastique avec un repli de 21,8%. Les mises en chantier sur un an sont pour le moment largement en dessous des 300 000 unités avec 272 800 unités à fin juin. La situation n'est pas plus encourageante en ce qui concerne les permis de construire délivrés qui reculent sur le deuxième trimestre de 12,2% et sur douze mois à fin juin de 15,3%. Avec de tels chiffres à mi-chemin de l'année 2024, il est difficile maintenant d'imaginer les mises en chantier de logements neufs redémarrer avant le second semestre 2025, voire même avant 2026. Pas de nouveaux chiffres en ce qui concerne l'immobilier ancien que ceux publiés dans la dernière note de conjoncture des notaires de France à la mi-mai. Cette dernière faisait état de 835 000 transactions à fin février, en recul de 23% et au même niveau qu'en novembre 2016. On notera que selon une enquête menée par Immoroot auprès des notaires, les deux tiers des professionnels sondés estiment que les prix de l'immobilier vont baisser dans les mois qui viennent. La baisse des taux d'intérêt qui avait commencé à s'amorcer et à ramener de nouveaux clients sur le marché pourrait s'inverser si le déficit public venait à s'aggraver.

Taux de chômage en France métropolitaine

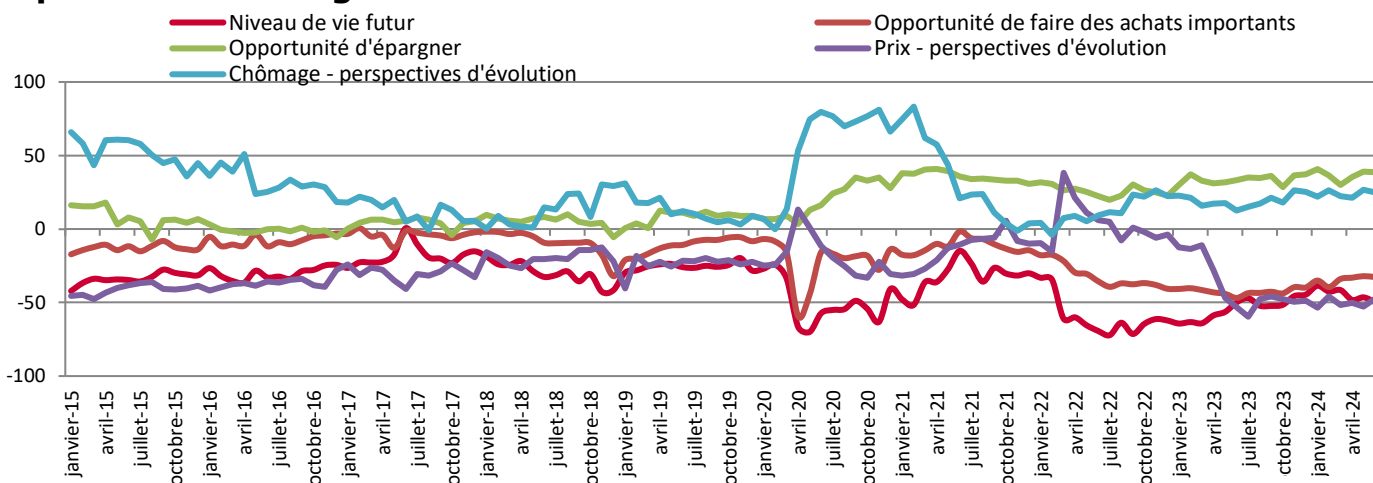


Source : Insee

Le taux de chômage au sens du BIT* reste stable au premier trimestre 2024 à 7,3% de la population active en France métropolitaine. Le taux se situe 0,4 point au-dessus de son niveau du 1^{er} trimestre 2023 mais reste encore trois points en-dessous de son pic du troisième trimestre 2015. Sur les trois premiers mois de l'année en cours, ce sont les actifs les plus jeunes qui sont le plus en difficulté avec une croissance de 0,6 point du taux de chômage chez les 15-24 ans par rapport au trimestre précédent et de 1,5 point sur un an pour atteindre 18,1%. Il est par contre en repli de 0,2 point pour les 25-49 ans à 6,8% et en hausse de 0,1% pour les 50 ans et plus à 5,1%. Le taux de chômage de longue durée est pour sa part également stable à 1,8% Le halo autour du chômage, constitué d'inactifs non comptabilisés par le BIT parce qu'ils ne cherchent pas d'emploi ou ne sont pas disponibles représente 1,9 million de personnes.

*Un chômeur au sens du BIT est une personne de 15 ans ou plus qui répond à 3 conditions : être sans emploi durant une semaine donnée, être disponible dans les deux semaines, avoir cherché un emploi durant les quatre dernières semaines ou en avoir trouvé un qui commence dans moins de trois mois.

Opinion des ménages



Le moral des ménages se maintient au cours des derniers mois mais reste à des niveaux bas. Il sera resté dix points en dessous de sa moyenne de longue période au deuxième trimestre et remonte légèrement en juillet, l'écart à la moyenne n'étant plus que de neuf points. L'instabilité amenée par de nouvelles élections législatives et un résultat qui pourrait s'avérer bloquant pour les prochaines actions menées par le gouvernement pourraient toutefois rajouter à l'incertitude des ménages et peser sur leur moral pour les mois à venir. L'opinion quant à l'opportunité d'épargner après avoir progressé en mai diminue en juin et juillet mais demeure encore dix-sept points au-dessus de sa moyenne de longue période. Les ménages demeurent peu confiants quant à leur niveau de vie futur, l'indicateur d'opinion sur ce point demeure vingt-deux points en dessous de sa moyenne de longue période. Les ménages ne sont pas encore prêts à se lancer dans des achats importants avec un indicateur d'opinion qui reste stable sur les derniers mois mais dix-sept points en-dessous de sa moyenne de longue période en juillet. Point positif toutefois, les ménages ne redoutent pas de hausse des prix, l'indicateur d'opinion sur ce point se situant quatorze points en dessous de sa moyenne de longue période mais en progression de huit points entre mai et juillet. Même schéma en ce qui concerne l'indicateur d'opinion quant à une évolution future du chômage, cinq points en dessous de sa moyenne de longue période en juillet mais en hausse. On notera que sur les derniers mois le moral des ménages reste en berne et en dessous de la moyenne depuis novembre 2021.

Quelles perspectives pour la fin 2024 ?

Tout comme le premier semestre, le second devrait être délicat en ce qui concerne le marché du meuble. L'embellie du mois de juin sera à remettre en perspective au mois de juillet une fois le bilan des soldes établi. L'incertitude d'un gouvernement qui tarde à se mettre en place et qui pourrait amener de nombreuses situations de blocage dans les mois à venir pourrait peser de manière négative sur le moral des consommateurs. L'épargne semble avoir les faveurs des ménages plus que le fait de se lancer dans des dépenses importantes, ce qui ne sera pas favorable aux marchés de la maison. L'immobilier neuf comme ancien ne pourra pas jouer son rôle de moteur du marché du meuble sur les derniers mois de l'année et sans doute pendant une grande partie de l'exercice 2025, voire sur son ensemble. Peu d'éléments apparaissent pour imaginer un redressement de l'activité du marché du meuble et les performances devraient encore s'afficher à la baisse sur les mois restants de l'année 2024. Lors de son colloque de la fin de l'année 2023, l'IPEA tablait sur un recul d'activité global de 6% en valeur pour le marché du meuble sur l'ensemble de l'exercice 2024. Cette prévision semble plus que jamais d'actualité au vu des résultats des derniers mois.

Des intentions d'achats encourageantes

Comme l'année dernière, profitons de cette note semestrielle pour mettre en avant quelques chiffres issus du baromètre réalisé par l'Obsoco pour le compte de l'IPEA afin de tracer les lignes de ce que pourrait être le marché du meuble dans les prochains mois. Selon cette nouvelle version du baromètre, les intentions d'achats et les budgets moyens seraient plutôt en hausse par rapport à l'exercice précédent même si les ménages continuent de contrôler fortement leurs dépenses. Si tous les projets des ménages ne se concrétiseront pas, l'appétence des Français pour leur logement est toujours là, ce qui constitue une bonne nouvelle dans une période du marché bien morose.

11% des personnes interrogées déclarent qu'elles achèteront du mobilier dans les trois mois à venir, c'est mieux que l'année dernière à la même période où elles n'étaient que 9%. C'est aussi la même part que pour le second trimestre 2024, la hausse des intentions d'achat se maintient. Il existe toutefois des écarts entre les intentions d'achat et la réalité des points de vente et toutes ne passeront certainement pas à l'acte dans les mois qui viennent même si près des deux tiers d'entre elles déclarent qu'elles sont sûres de réaliser leur achat. Les matériels et équipements pour le jardin tel le mobilier d'extérieur sont à égalité avec le mobilier avec 11% d'intentions d'achat également. En tête des intentions, on retrouve les vêtements et chaussures avec 42%, puis les voyages vacances, séjours avec 33%. En troisième position mais loin derrière arrivent les parfums et cosmétiques avec 18% des intentions d'achat. Point positif également, les intentions d'achat pour la plus grande partie des secteurs de consommation suivis dans l'enquête sont étales ou en hausse, ce qui souligne une reprise de la diversification de leur consommation de la part des Français.

73% des futurs consommateurs effectueront des achats neufs en ce qui concerne leur mobilier. 12% effectueront des achats d'occasion alors que 15% se déclarent indécis, ce qui peut amener potentiellement à un taux d'achats d'occasion de l'ordre de 27%. 73%, c'est plus que la décoration ou le jardin (72% d'achats neufs) ou encore le bricolage (69%) mais c'est moins que bon nombre d'autres secteurs de consommation des ménages : smartphones, téléviseurs et matériels de loisirs (76%), l'informatique, le matériel audio ou l'électroménager (77%). En tête des achats neufs, on trouve les bijoux et les montres (88%) et l'équipement pour la cuisine (85%). Attention donc à la concurrence de l'occasion, plus attractive financièrement pour des ménages qui contrôlent leurs dépenses.

48%, soit la part des ménages qui achèteront du mobilier dans les trois prochains mois qui achèteront des meubles de rangement ou un lit. La literie arrive en deuxième position des intentions d'achat avec 31% des futurs ménages acheteurs devant le siège rembourré avec 30%. La literie devrait donc avoir les faveurs du consommateur au cours des mois à venir et pourrait comme en 2023 terminer avec la meilleure performance du marché au vu de son premier semestre déjà au-dessus de la moyenne, même si en recul comme le reste du marché. Autre bonne nouvelle, le baromètre de l'Obsoco montre des budgets moyens investis déclarés par les ménages qui pourraient être globalement en hausse dans les prochains mois.

55%, c'est la part des ménages qui déclarent privilégier le prix en ce qui concerne leurs achats, tous types de produits confondus, quitte à rogner sur la qualité. Sur les mois restants de l'exercice, les choix des consommateurs devraient donc se faire encore principalement en fonction du prix, sachant que celui-ci est déjà historiquement cité comme le premier critère d'achat de mobilier par les ménages. Les derniers mois de l'année pourraient donc profiter aux enseignes de la grande distribution ameublement ou aux discounters sur des offres à petits prix.

76%, soit la part des Français interrogés qui déclarent s'être restreints sur les dépenses essentielles au cours des douze mois écoulés, soit une proportion équivalente à celle enregistrée par le baromètre à la même époque en 2023. Si la croissance de l'inflation se ralentit sur les derniers mois, les prix continuent toutefois à augmenter, même s'ils le font plus lentement, alors que visiblement les ménages ne sont pas encore parvenus à « absorber » les hausses des mois précédents. Si les intentions d'achats demeurent plutôt mieux orientées, le passage à l'acte ne se fera pas à n'importe quel prix et les ménages restent plus que jamais attentifs à leur budget et à leurs dépenses.

34%, soit la part des répondants qui déclarent qu'ils se sont restreints fortement ou très fortement sur leurs dépenses concernant l'aménagement de leur logement ces derniers mois, point positif toutefois la part des ménages qui déclarent se restreindre est en recul de cinq points par rapport à la vague précédente du baromètre. C'est néanmoins toujours l'un des secteurs pour lequel les consommateurs déclarent se restreindre le plus derrière les voyages et les vacances (39%), ce qui ne veut toutefois pas dire que les Français ne partiront pas en vacances mais peut-être moins longtemps ou moins loin pour certains d'entre eux. On trouve encore devant les sorties avec 40% de restrictions et puis les bijoux et montres avec 42%. Parmi les postes pour lesquels les répondants se restreignent le moins, on trouve les services de télécommunication et la santé (24%), puis les cadeaux pour les proches (27%).

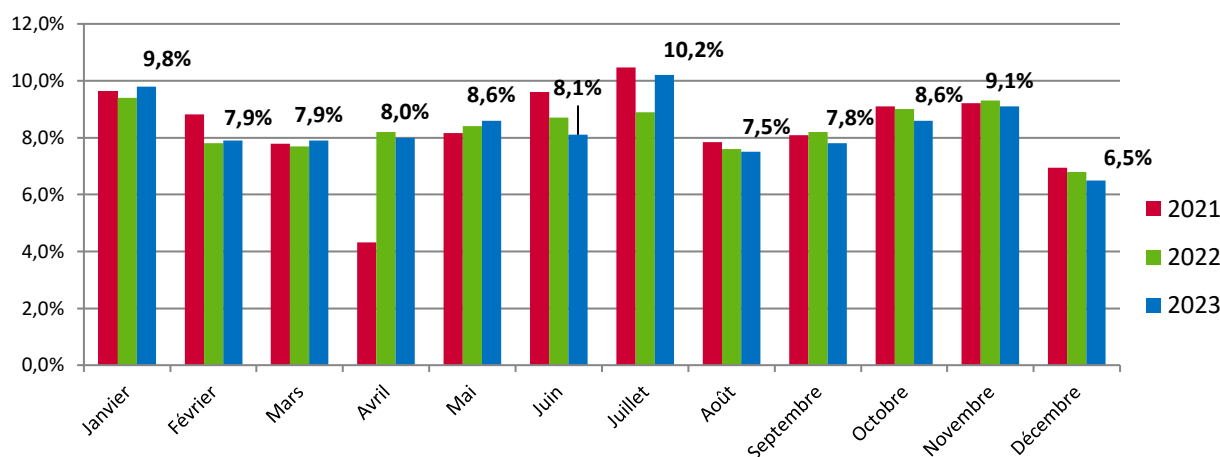
63%, c'est la part des Français qui ont arrêté d'acheter des objets de décoration qui n'ont pas une utilité pratique directe. C'est le premier poste d'économie sur les dépenses d'équipement du logement, mais en retrait de 5 points par rapport à l'enquête précédente. Vient ensuite le fait de rogner sur la qualité pour 42% d'entre eux, en recul de quatre points. Pour compléter le podium, on trouve le fait de reporter ou d'annuler des travaux de rénovation de son logement, cité par également 42% des répondants mais là aussi en recul de quatre points par rapport à l'édition précédente du baromètre. Toutes les restrictions évoquées par les ménages sont en recul ce qui constitue là aussi une bonne nouvelle pour le secteur de la maison. On remarquera que 38% des répondants ont cité comme restriction le fait d'éviter d'acheter des produits neufs et de privilégier des achats d'occasion (brocante, vide-grenier etc...) en recul de sept points par rapport au trimestre précédent, ce qui traduit un regain d'intérêt des ménages pour le mobilier neuf même si l'occasion reste fortement présente.

*Enquête réalisée en ligne du 15 au 26 juin 2024 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 : Peu de changements en 2023

Si la crise de la Covid avait conduit à une recomposition de la saisonnalité du marché, l'année 2022 a pour sa part acté le début d'un retour à la normale qui se confirme en 2023. Les confinements et fermetures de points de vente avaient également reporté une part de la valeur du marché du premier au second semestre donnant plus de poids à ce dernier. Les deux font maintenant à nouveau jeu égal.

Saisonnalité du marché du meuble 2021, 2022 et 2023 (Poids des mois en % valeur)



Source : IPEA , * Pour des raisons de lisibilité, seuls les poids des mois pour l'année 2023 sont affichés

Pas de changements majeurs en ce qui concerne la saisonnalité des ventes de mobilier sur l'exercice 2023 qui reprend progressivement sa configuration pré-covid. On notera ainsi en 2023 :

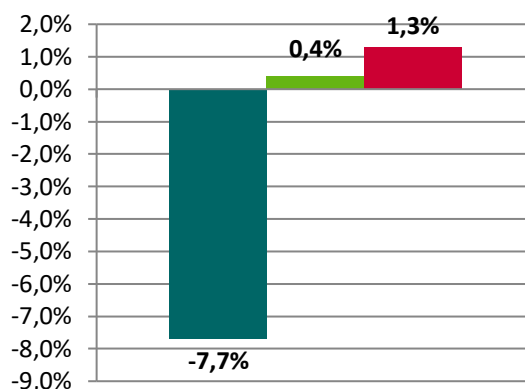
- ✓ Un mois de janvier positif par rapport à une année globalement négative, ce qui aura renforcé le poids du premier mois de l'année sur l'exercice pour approcher à nouveau les 10%. On notera que malgré la perte de vitesse des soldes ces dernières années, ce sont encore en 2023 les mois des soldes, janvier et juillet, qui ont généré le plus de valeur sur l'année.
- ✓ En 2023, le mois de juillet regagne en valeur suite au décalage des soldes d'une semaine de juin à juillet. C'est en 2023 le mois qui aura généré le plus de chiffre d'affaires. Pour 2024, le premier week-end des soldes ayant été en juin et non en juillet, le poids de ce mois devrait redescendre à nouveau. Le mois de juin renoue pour sa part avec une part de marché plus proche de ce qu'elle était avant la covid même si celle-ci devrait repartir à la hausse en 2024, ce mois étant pour le moment le seul à être en croissance sur une année en fort recul.
- ✓ En 2019, le premier semestre de l'année avait engendré 50% des ventes en valeur du marché tout comme le second semestre. Après les décalages de 2020 (respectivement 44% et 56% au premier et second semestre) et 2021 (48% et 52%) dus aux confinements, le premier et le second semestre font à nouveau jeu égal depuis 2022. On notera toutefois un glissement de la valeur sur le trimestre de mai à juillet qui représente 26,9% de la valeur du marché en 2023 contre 24,5% en 2019, conséquence des confinements des mois d'avril 2020 et 2021 qui ont reporté de la valeur sur les mois suivants.

Fort recul de la production sur 5 mois

Dans le sillage d'une consommation de mobilier en fort recul sur le premier semestre, la production française de meubles voit son déficit encore s'accroître sur les cinq premiers mois de l'année.

Les meubles de bureau et de magasin

Le recul de la production de meubles de bureau et de magasin s'accélère sur les premiers mois de l'année 2024. Alors que l'exercice 2023 avait fini sur un recul d'activité en valeur de l'ordre de 5%, le recul est de 7,7% sur les cinq premiers mois de l'année. La consommation de mobilier professionnel, comme celle de mobilier domestique, se situe sur la pente descendante sur ce début d'année alors que la situation dans certains secteurs de consommation reste préoccupante et ne joue pas en faveur de l'investissement dans les points de vente. Les industriels cherchent des débouchés hors de l'Hexagone avec des exportations en hausse de 5% sur les quatre premiers mois de l'année.



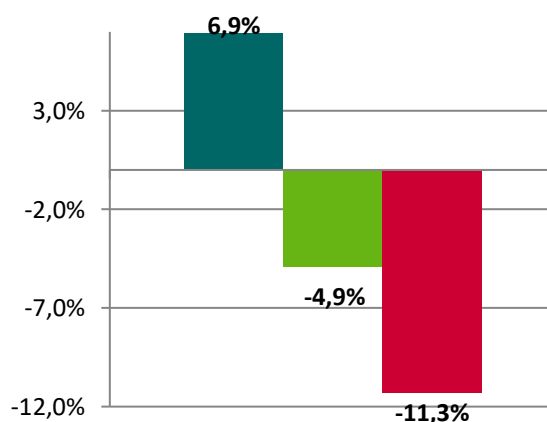
Meubles de bureau et de magasin

- Cumul à fin mai 2024/2023
- Cumul à fin mai 2023/2022
- Cumul à fin mai 2022/2021

Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La literie

Sur les cinq premiers mois de l'année, les industriels de la literie font figure de bons élèves au sein de la production française de mobilier avec une croissance de la production en valeur de 7% selon l'Insee. Cette performance redonne un peu de couleur à ce segment de la production qui avait tout juste réussi à maintenir son niveau d'activité l'année précédente après un recul de 10% en 2022. On notera que côté consommation, le segment de la literie est également celui qui s'en sort le mieux sur les premiers mois de l'année. Enfin, la production nationale semble également profiter du recul des importations, estimé à plus de 15% sur les quatre premiers mois de l'année si l'on en croit les données des douanes.



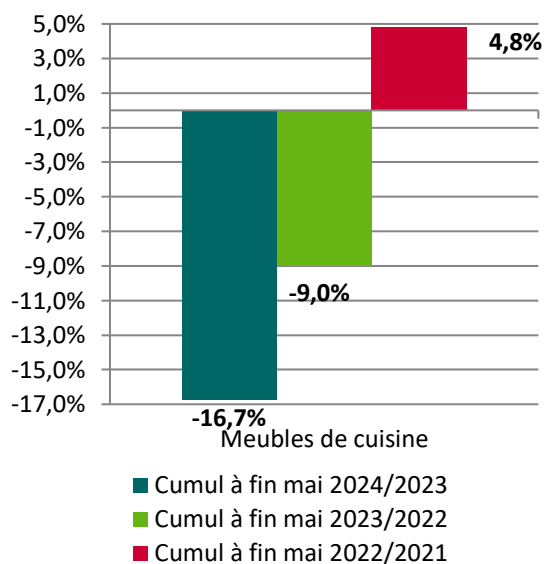
Matelas et sommiers

- Cumul à fin mai 2024/2023
- Cumul à fin mai 2023/2022
- Cumul à fin mai 2022/2021

Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

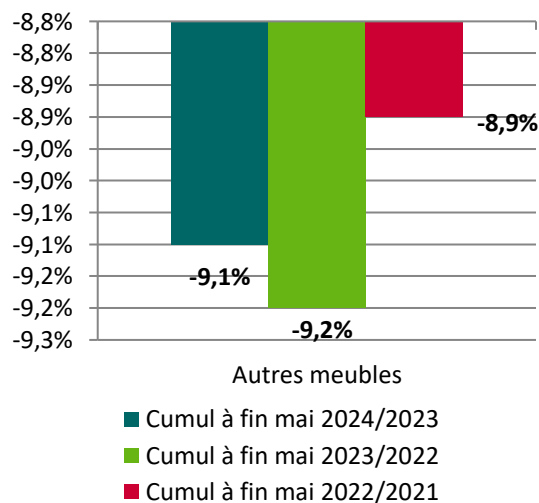
Au vu de la consommation fortement en baisse de cuisine intégrée depuis plusieurs mois maintenant, c'est sans surprise que la production industrielle enregistre un fort recul de son activité en valeur alors que celui-ci s'accompagne également d'un recul assez marqué des importations qui approche les 10% selon les douanes françaises. On notera toutefois que par rapport à 2019, qui reste encore la dernière année référence pour de nombreux industriels, la cuisine est le seul segment à présenter une évolution positive en ce qui concerne la production de mobilier par rapport à cette dernière marque repère.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

Il est toujours délicat de faire des commentaires sur cette dernière famille de la production qui au final regroupe la majorité des produits meuble dont notamment le meuble meublant, les canapés, fauteuils, banquettes et les meubles de salle de bains. Le recul d'activité reste extrêmement marqué sur ce segment et dans la tendance des deux exercices précédents qui s'étaient traduits en fin d'année par des reculs de 7,4% en 2022 et de 12,3% en 2023, ce qui n'augure rien de bon pour la fin de l'exercice en cours. Si l'on en croit les données diffusées par l'Insee, ce segment des autres meubles aurait vu son activité diminuer de presque un quart par rapport à la dernière année pré-covid de 2019.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Avec seulement la literie qui parvient à tirer son épingle du jeu, la production française de meubles affiche des résultats en recul sur les cinq premiers mois de l'année avec un déficit de performances de 8,3%, dans la lignée de l'exercice précédent qui s'était clôturé sur un recul d'activité de 7,4%. La France n'est toutefois pas la seule à accuser des résultats en baisse sur les cinq premiers mois de l'année même si elle apparaît plutôt en queue de peloton par rapport à ses voisins. Selon les données compilées par Eurostat, seule l'Espagne peut se targuer d'afficher des résultats positifs sur la période de janvier à mai avec une croissance de son activité de 2,0%. Parmi les proches voisins de la France, on notera des reculs d'activité de 1,6% en Belgique, de 3,6% en Italie, de 4,2% au Portugal et de 9,5% en Allemagne. Pour assister à des reculs plus marqués, il faut se rendre en Autriche (-10,8%), en Suède (-11,0%) ou en Lettonie (-16,4%). Parmi les industriels européens importants, la Roumanie voit son activité décroître de 2,4%, la Tchéquie de 3,8% alors que la Pologne parvient difficilement à maintenir la sienne (-0,4%).