

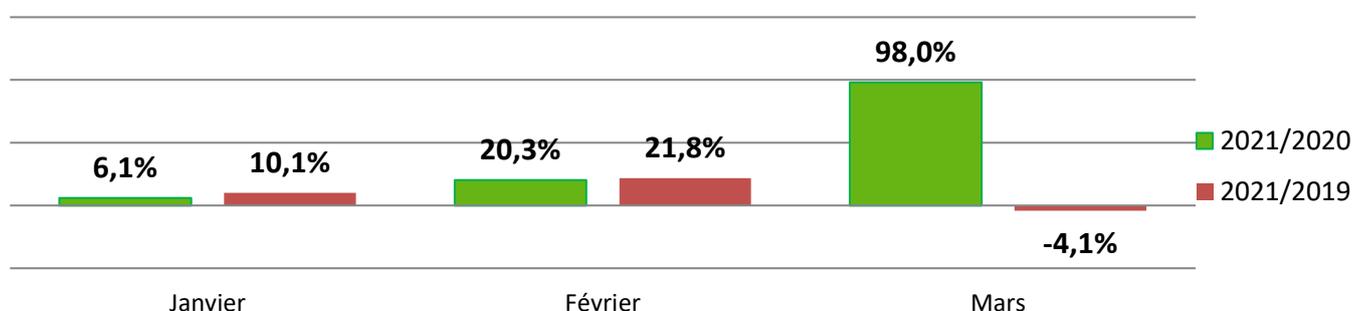
Le mois de mars en bref...

Evolution du marché mars 2021/ mars 2020 **+98,0 %**
mars 2021/ mars 2019 **-4,1%**

Evolution du cumul à fin mars 2021/2020 **+28,9 %**
mars 2021/2019 **+8,8%**

Croissance en trompe l'œil en mars

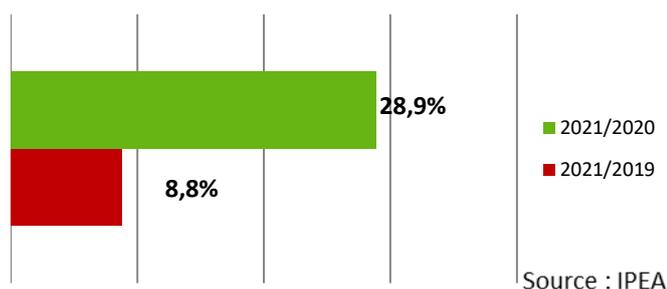
Evolution valeur du marché domestique m / m - 12



Source: IPEA

Forte croissance des ventes de meubles au cours du mois de mars 2021 avec une progression de l'activité de **98%**. Cette performance reste toutefois à relativiser car elle s'appuie sur un référentiel de mars 2020 très faible suite aux fermetures des magasins durant la seconde quinzaine du mois. Si l'on compare par rapport à l'année 2019, on constate que le marché est en léger recul à -4,1% par rapport à la dernière marque « normale » sur ce mois. Peu de changements par rapport aux deux premiers mois en ce qui concerne les acteurs du marché : les spécialistes, l'ameublement milieu haut de gamme et les grandes surfaces de bricolage enregistrent toujours les meilleures performances alors que la grande distribution ameublement, handicapée par des surfaces de vente fermées au-dessus des 10 000 m², s'affiche plus en retrait. Les ventes de cuisine et de rembourré sont toujours au plus haut alors que celles de meubles de jardin s'envolent à l'arrivée du printemps et des premières mesures de confinement régionales en mars.

Evolution valeur en cumul 3 mois



Source : IPEA

Les ventes de meubles progressent fortement en mars, le cumul marché continue donc sa croissance et s'affiche à **+28,9%** sur le premier trimestre. Par rapport à 2019, le cumul marché sur trois mois s'affiche également en croissance. La fermeture de tous les points de vente de meubles en avril après celle des surfaces de plus de 20 000 m² puis de plus de 10 000 m² devrait toutefois rebattre les cartes sur les quatre premiers mois. Si le cumul devrait toujours être supérieur à celui de 2020, il devrait repasser en dessous de celui de 2019.

La crise sanitaire qui secoue le pays et les confinements successifs auront amené les ménages à réfléchir sérieusement à l'aménagement de leur intérieur et à lancer pour certains d'entre eux de nombreux travaux de réaménagement de leur logement. Ces projets sont toujours d'actualité en ce qui concerne l'exercice 2021 comme le montrent les résultats des acteurs du marché du meuble sur les premières semaines de l'année mais aussi les résultats d'une enquête réalisée par l'IPEA pour le compte de Sofinco* dans le cadre de la nouvelle édition de son étude Profil.

35%, c'est la part des Français qui ont eu envie de réaménager leur logement à la suite du premier confinement entre les mois de mars et mai de l'année 2020. Les raisons pour vouloir effectuer ces changements sont multiples mais on peut citer principalement : un manque de confort, des besoins en équipement pour le télétravail, la multiplication des activités dans la maison dont certaines qui étaient effectuées à l'extérieur auparavant, la fermeture sur le long terme des brasseries et restaurants qui amène à réinvestir sa cuisine etc... On notera également que si de nombreux Français ont déjà entamé leur réaménagement en 2020, un quart d'entre eux avaient encore des projets de réaménagement et d'achats de produits pour la maison pour l'année 2021.

57%, soit la part des Français ayant des projets d'aménagement qui déclaraient vouloir acheter de la décoration pour réaménager leur logement pour 2021. Les produits de décoration sont les plus cités devant la peinture pour également la moitié d'entre eux. Vient ensuite le meuble cité par plus de 40% des ménages qui ont des projets d'aménagement. Le mobilier devance le luminaire, cité par 28% des ménages, et les produits pour l'aménagement de la terrasse et du jardin (23%). L'extérieur du logement garde une place importante aux yeux des Français qui veulent pouvoir en profiter en cas de nouveaux confinements au printemps ou en été.

75%, c'est la part des consommateurs qui souhaitent acheter du meuble qui le feront en magasin. Le point de vente physique garde l'ascendant sur la vente en ligne même si de nombreux consommateurs ont dû utiliser ce canal, de manière forcée pour certains, ces derniers mois. Le fait de pouvoir voir le produit « en vrai » demeure important. Ce sont pour les revêtements de mur et de sol que le pourcentage de ménages qui souhaitent acheter en magasin est le plus important. Ainsi ce sont près de 95% des futurs acheteurs de peinture qui projettent d'effectuer leurs achats en magasin. Ils sont plus de 92% pour les revêtements de sol et 88% pour le papier peint. A contrario, les ménages qui souhaitent acheter des produits plus techniques pour réaménager leur logement sont moins nombreux à déclarer souhaiter effectuer leurs achats en magasin. Ils ne sont ainsi que 62% pour de l'électroménager à déclarer vouloir se déplacer en point de vente et ce pourcentage tombe à 61% pour une alarme et à moins de 50% pour un achat en domotique.

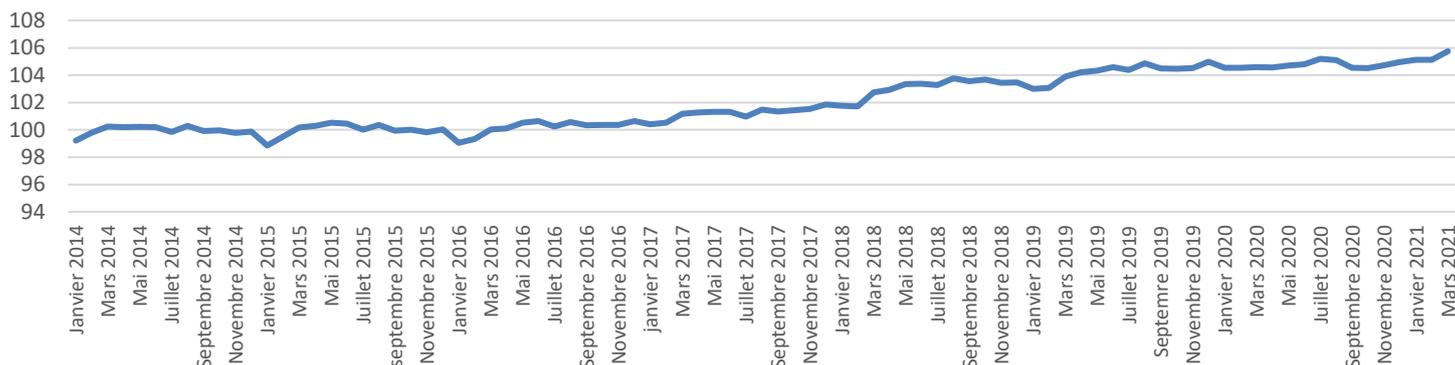
*Echantillon représentatif de 6000 ménages français sur des critères, d'âge, de profession, de région d'habitation, de type de logement et de statut d'occupation de ce logement selon la méthode des quotas, interrogé en ligne du 25 octobre au 4 novembre 2020

Etude complète disponible à l'adresse suivante https://www.sofinco-espacepro.com/upload/pages_fichiers/21/profil2021-by-sofincopartner.pdf

Des éléments encourageants...

Si la situation sanitaire et économique demeure très incertaine, de nombreux motifs d'espoir subsistent. Les prix augmentent peu alors que le pouvoir d'achat des ménages progresse et que leur moral remonte doucement.

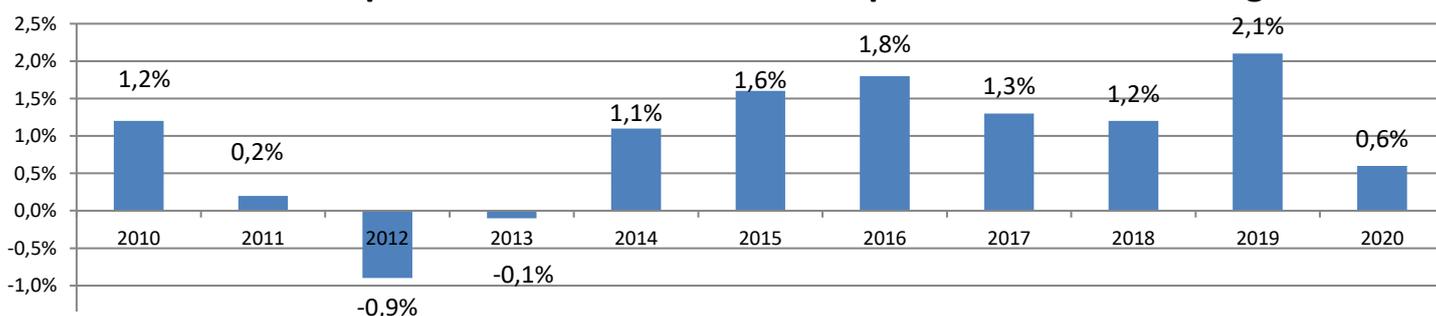
Indice des prix à la consommation



Source : INSEE

Les prix à la consommation augmentent de 0,6% en mars suite à la fin des soldes et de 1,1% sur un an. Cette augmentation des prix d'un peu plus de 1% en rythme annuel est à mettre principalement au crédit de l'énergie qui voit ses prix progresser de presque 5% sur un an et des prix du tabac en hausse de presque 6%. Les prix des services augmentent pour leur part plus rapidement que ceux des produits manufacturés qui s'affichent en léger recul sur les douze mois précédents, respectivement +1,1% et -0,2%. Les prix de l'alimentaire progressent également à un rythme proche de celui de l'inflation globale (+0,9% sur 12 mois).

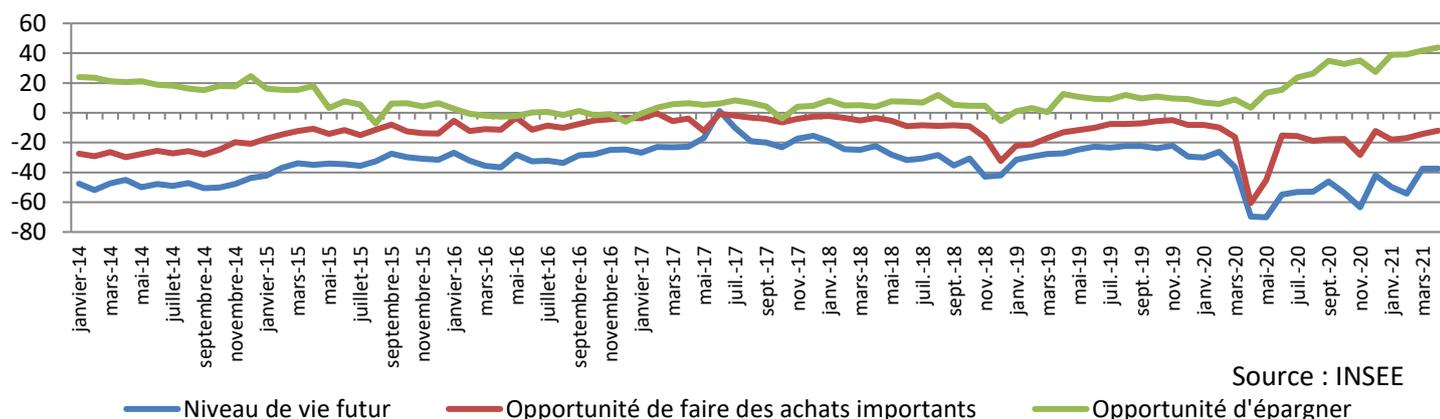
Evolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages



Source : INSEE

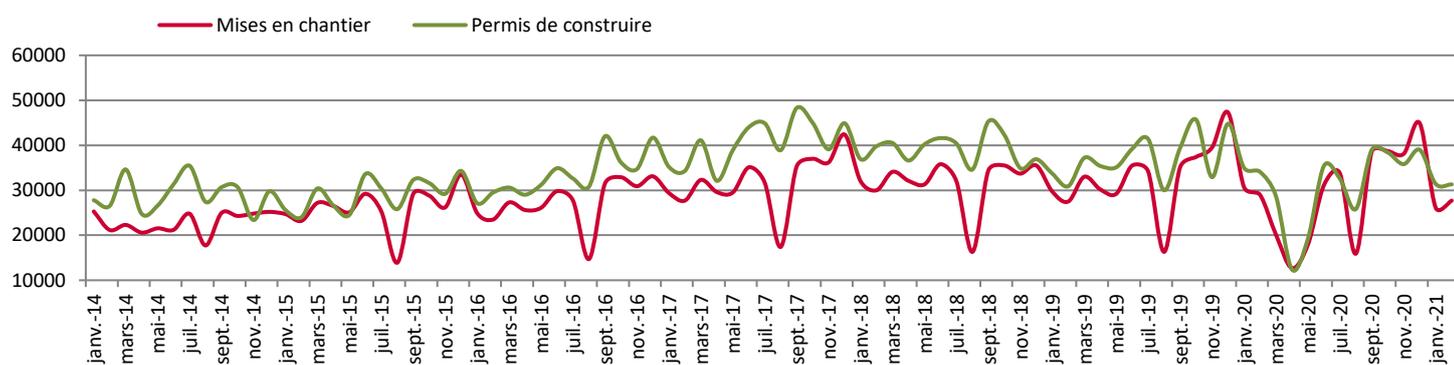
Malgré la crise sanitaire et contrairement aux premières prévisions, le pouvoir d'achat des ménages aura progressé en 2020 même si ce n'est que faiblement. Avec une croissance affichée à +0,6%, ce résultat masque toutefois des disparités importantes. Si le salaire des professions qui ont pu télétravailler ou des retraités a pu être maintenu, les revenus des salariés des classes moyennes inférieures ont pour leur part été bien plus impactés suite à la mise en chômage partiel pour certains et l'impossibilité de faire des heures supplémentaires. Le pouvoir d'achat s'est maintenu en 2020 mais les possibilités de consommer ont été restreintes par les fermetures des magasins ou de certaines activités de service. Les ménages ont donc épargné et le taux d'épargne financière est passé de 4,6% du revenu disponible brut à 12,1%. Ce sont ainsi 111 milliards d'euros supplémentaires qui ont été placés en 2020 par rapport à 2019.

Opinion des ménages



Le moral des ménages reste à un niveau faible en avril, en hausse mais encore six points en dessous de sa moyenne de longue période. Si le second confinement lui avait fait atteindre un point bas, le troisième confinement pèse moins sur le moral des Français. Les ménages se montrent plus optimistes quant à l'avenir qu'il y a un an même si l'indicateur mesurant leur opinion quant à leur niveau de vie futur reste douze points en dessous de sa moyenne de longue période. La situation économique et sanitaire incertaine pousse les ménages à vouloir épargner, l'indicateur mesurant l'opportunité d'épargner est ainsi en hausse constante sur les derniers mois et se situe vingt-sept points au-dessus de sa moyenne de longue période. Cette volonté d'épargner ne se fait cependant pas au détriment de l'envie de réaliser des achats importants. La baisse contrainte des loisirs liée aux fermetures des brasseries, cinémas, musées etc... permet aux ménages français de réattribuer une partie de leur budget à d'autres postes de dépenses ainsi qu'à l'épargne. L'indicateur mesurant leur opinion quant à l'achat de biens importants reste donc deux points au-dessus de sa moyenne de longue période.

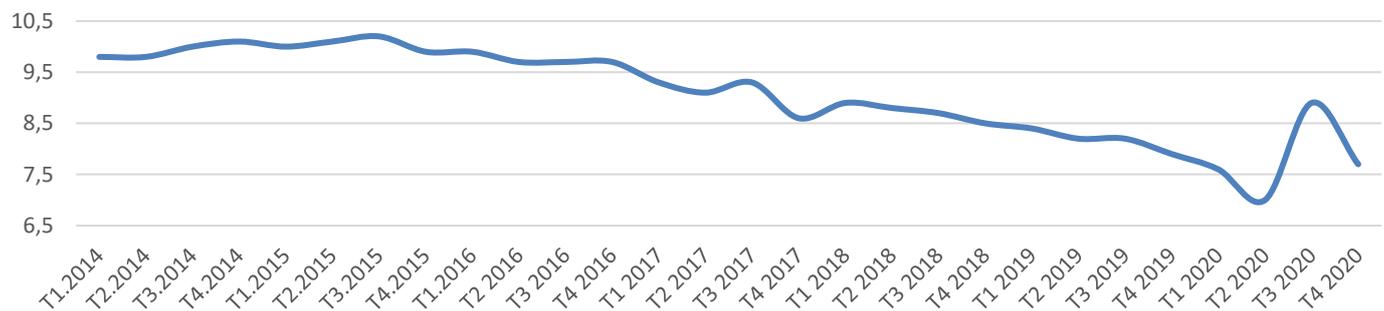
Logements mis en chantier et permis de construire



Source : SDES, Sit@del 2

De nombreux ménages sont dans une phase de réaménagement de leur logement ces derniers mois, ce qui permet de soutenir l'activité sur le marché du meuble et sur celui de l'équipement de la maison de manière plus générale, rôle que ne peut pour le moment toujours pas tenir le marché de l'immobilier neuf. Ainsi, si l'on en croit les derniers chiffres officiels, les mises en chantier de logements neufs étaient en recul de 6,5% sur le trimestre de décembre 2020 à février 2021 et de 9,5% sur le cumul des douze derniers mois. Le constat est encore moins encourageant en ce qui concerne les permis de construire qui affichent un recul de presque 12% sur le trimestre de décembre 2020 à février 2021 et de plus de 17% sur le cumul des douze derniers mois. La reprise des mises en chantier n'est donc pas d'actualité pour l'exercice 2021 ni sans doute pour les premiers mois de l'exercice suivant. Le marché du meuble pour les mois à venir devra donc continuer à jouer la carte du renouvellement et de la montée en gamme auprès de ménages déjà équipés mais en quête d'améliorations pour leur logement.

Taux de chômage en France métropolitaine



Source : INSEE

A la fin de l'année 2020, le taux de chômage au sens du BIT (Bureau international du travail) était de 7,7% au quatrième trimestre contre 8,9% au trimestre précédent. Cette baisse est toutefois à analyser avec précaution. En effet, 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. Les comportements de recherche et de disponibilité pour un emploi ont été fortement mis à mal par les restrictions de déplacement mises en place au cours du dernier trimestre 2020. De plus, en termes de perception, le marché du travail ne paraissait pas à même de pouvoir répondre aux demandes des futurs chercheurs d'emploi qui se sont donc tenus sur la réserve durant la fin de l'année prenant la décision de laisser passer cette période difficile avant de se lancer dans une recherche plus active. On notera toutefois que sur le dernier trimestre de l'année, le taux d'emploi (nombre de personnes en emploi/nombre de personnes) s'est redressé de 0,6%, avec néanmoins une baisse du nombre d'heures travaillées. Le taux d'activité (nombre de personnes en emploi et chômeurs/ensemble de la population correspondante) pour sa part aura reculé de 0,2 point sur le dernier trimestre et de 0,4 point sur un an, un certain nombre d'étudiants ayant pris la décision de poursuivre leurs études ou de renoncer à chercher un travail. La baisse du taux de chômage sur le dernier trimestre aura concerné toutes les catégories d'âge même si elle s'est avérée plus prononcée chez les jeunes.

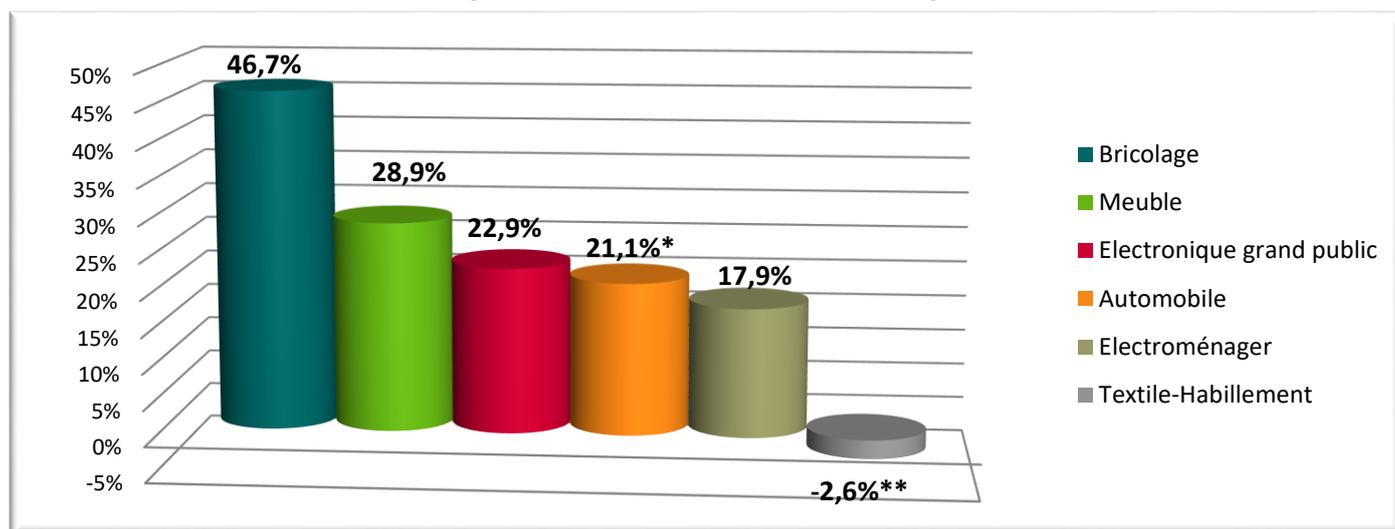
Quelles perspectives pour les mois à venir ?

La reprise des activités de loisirs liées aux sorties dans les semaines à venir ainsi que la possibilité ou non de pouvoir partir en vacances durant les congés estivaux vont jouer un rôle prépondérant dans les dépenses des Français dans les prochains mois. Les arbitrages dans les dépenses vont se renforcer et après avoir massivement investi pour leur intérieur ces derniers mois, il existe un risque pour que cette liberté retrouvée détourne les Français de leur logement, dans lequel ils viennent déjà de passer beaucoup de temps. La hausse attendue du chômage pourrait également pousser les ménages à fortement épargner. On notera ainsi que dans la dernière enquête d'opinion des ménages de l'Insee, l'indicateur mesurant leur perception à venir du chômage se situe trente-trois points au-dessus de sa moyenne de longue période. Les ménages redoutent une forte hausse du chômage dans les semaines à venir, ce qui pourrait les amener à réduire leurs dépenses, surtout si un retour en arrière devait s'effectuer au niveau de la levée des restrictions sanitaires. Une autre des clés de la poursuite des dépenses des Français pour leur logement et pour la relance de la consommation des ménages en général réside également dans la façon dont seront utilisées les fortes sommes épargnées en 2020. Que vont faire les Français des plus de 100 milliards supplémentaires mis de côté qui au final rapportent peu vu les faibles taux de rendement des produits d'épargne les plus populaires. Ces derniers seront-ils réinjectés en partie dans la consommation ? Ce qui pourrait fortement réduire les arbitrages dans les dépenses des Français dans les mois à venir.

L'équipement de la maison en forte croissance et l'automobile neuve retrouve le chemin de la croissance

Le meuble comparé aux autres biens d'équipement

(1^{er} trimestre 2021/1^{er} trimestre 2020)



Sources : IPEA, Banque de France, CCFA, IFM

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

**Données provisoires

Comme pour le mobilier, le mois de mars aura été l'occasion pour les autres secteurs de la maison de rattraper une partie du manque à gagner du début de l'année 2020, au moins pour les magasins qui n'étaient pas concernés par les restrictions liées à leur surface.

On notera ainsi des croissances à deux chiffres pour tous les secteurs de l'équipement de la maison sur le premier trimestre. En plus de l'effet de rattrapage, on notera également que les tendances observées en 2020 se poursuivent également en 2021. Les ménages axent toujours leurs dépenses en priorité sur leur maison car si l'activité progresse dans tous les secteurs par rapport au premier trimestre 2020, elle le fait aussi par rapport à 2019. Ainsi, le bricolage enregistre les meilleures performances avec une croissance de son activité selon la banque de France de presque 50% par rapport au premier trimestre 2020 mais aussi de presque 25% par rapport au premier trimestre 2019. Les ménages continuent les opérations de rénovation de leur logement entamées au cours de l'exercice précédent. Mêmes tendances en ce qui concerne l'électronique grand public même si les progressions sont moindres. Ainsi l'activité du secteur progresse de 22% par rapport à 2020 et de près de 10% par rapport à 2019. Le fait de se retrouver bloqués chez eux a poussé de nombreux ménages à renouveler leur matériel. Même schéma concernant l'électroménager qui progresse de près de 18% sur le premier trimestre par rapport à 2020 et de presque 4% par rapport à 2019. La fermeture des restaurants et des brasseries dope toujours les ventes de petit électroménager culinaire.

Le secteur de l'automobile pour sa part reprend des couleurs avec une croissance des immatriculations de véhicules neufs de plus de 20% sur la période de janvier à mars. Le secteur reste toutefois loin de ses performances du premier trimestre 2019 avec un recul de 20% des immatriculations par rapport au premier trimestre de cette année, la limitation des déplacements et le télétravail pour ceux qui utilisent leur véhicule ne constitue pas une tendance favorable au secteur. Quant à l'habillement, les premiers résultats de l'institut français de la mode tablent sur un recul proche des 3% sur les trois premiers mois 2021.

Des performances contrastées pour l'industrie

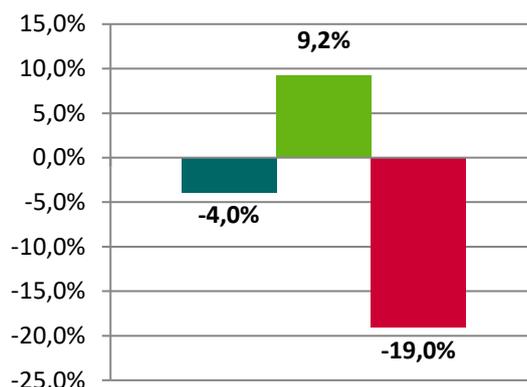
De forts écarts de performances sont à noter en ce qui concerne la production française de meubles. Si les industriels de la cuisine voient leur activité se développer, la production est en berne en ce qui concerne le mobilier professionnel.

Les meubles de bureau et de magasin

Sans surprise la production de meubles de bureau et de magasin recule fortement sur les premiers mois de l'année 2021. Entre les fermetures de nombreux points de ventes pendant plusieurs semaines en 2020, les nouvelles fermetures sur le début de l'exercice 2021 ainsi qu'un recours massif au télétravail, le climat est peu propice aux industriels du mobilier professionnel qui se retrouvent confrontés à des magasins ou des entreprises qui ne souhaitent pas ou ne peuvent pas investir dans leurs locaux. L'activité recule donc de près de 20% sur le premier bimestre, sur la base toutefois d'un très bon référentiel 2020. Par rapport à 2019, le recul demeure toutefois encore supérieur à 10%.

La literie

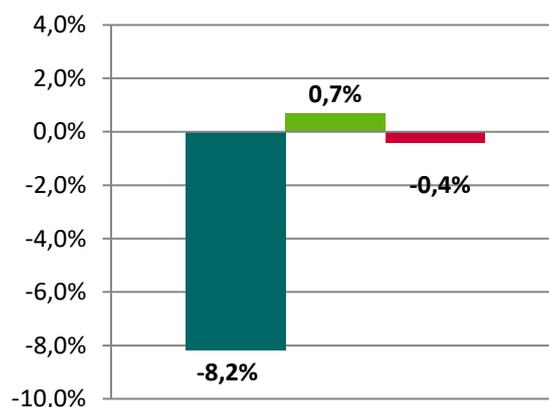
Après plusieurs exercices successifs marqués par d'importants reculs d'activité, la production de matelas et sommiers tend à se stabiliser sur le premier bimestre 2021 avec un recul de l'activité de seulement 0,4% selon l'Insee, après une légère croissance de 0,7% sur le premier bimestre de l'année 2020. Par rapport à 2019, l'activité se maintient également avec une légère croissance de 0,3%. Si ce résultat constitue une performance encourageante par rapport aux précédents exercices, on notera toutefois que la reprise d'activité sur ce segment de la production demeure moins marquée par rapport à d'autres segments du mobilier domestique.



Meubles de bureau et de magasin

- Cumul à fin février 2019/2018
- Cumul à fin février 2020/2019
- Cumul à fin février 2021/2020

Source: INSEE
Indice de la production industrielle



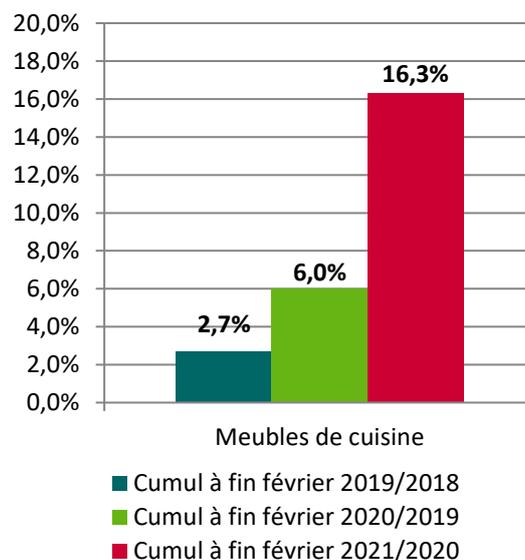
Matelas et sommiers

- Cumul à fin février 2019/2018
- Cumul à fin février 2020/2019
- Cumul à fin février 2021/2020

Source: INSEE
Indice de la production industrielle

La cuisine

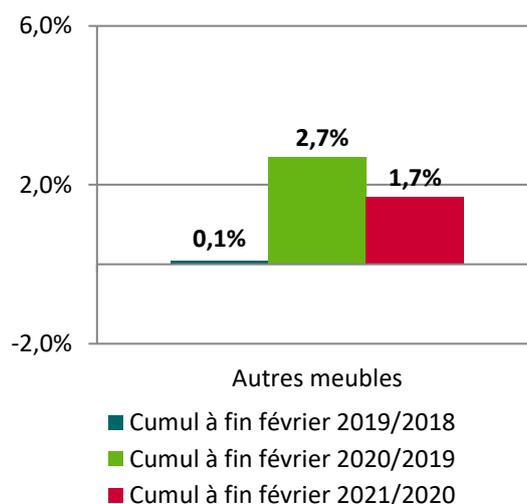
Les industriels français de la cuisine enregistrent de très bons résultats sur le premier bimestre 2021 avec une croissance de leur activité de plus de 16%. Par rapport au dernier exercice « normal » en 2019, la croissance est même supérieure à 23%. Les industriels de la cuisine profitent de l'engouement du consommateur pour la cuisine intégrée depuis la fin du premier confinement. La forte hausse des commandes chez les spécialistes cuisine tirent les performances des industriels vers le haut d'autant plus que les restaurants et brasseries tardent à rouvrir, ce qui pousse de nombreux ménages à investir dans leur cuisine.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Les autres produits meubles

En ce qui concerne la grande famille des « autres meubles », la croissance est là aussi d'actualité selon l'Insee même si les performances sont loin de celles de la cuisine. L'activité progresse ainsi de 1,7% sur le premier bimestre 2021, après une croissance de 2,7% en 2020, ce qui amène l'écart de performance à +4,5% par rapport à 2019. Si la hausse de la consommation en cuisine intégrée profite aux industriels français, cela s'avère beaucoup moins vrai en ce qui concerne les autres familles de produits alors que les performances de la grande distribution, un des acteurs majeurs de l'importation, sont pourtant en retrait par rapport à celles des spécialistes et du milieu haut de gamme.



Source: INSEE
Indice de la production industrielle

Si la production française de meubles semble reprendre des couleurs et multiplie les signaux encourageants : maintien de la production de literie après des années de recul, forte croissance de la production de cuisine, croissance de la production des autres produits meubles... elle reste toutefois handicapée par le fort recul du mobilier professionnel. Sur le premier bimestre, l'activité globale du secteur s'affiche en recul de 3,6% sur la base toutefois d'un très bon début d'exercice 2020. Si l'on compare aux deux premiers mois 2019, l'activité s'affiche cette fois-ci en légère croissance de 1,4%. Sur les deux premiers mois de l'année, la France enregistre de meilleures performances que certains de ses voisins européens, l'Espagne voit ainsi sa production reculer de 8,9%, le Portugal de 11,6%, la Belgique de 4,8% etc... Parmi les leaders européens de la production, l'Italie enregistre pour sa part de meilleurs résultats sur deux mois avec une croissance de sa production de 2,6%, la Pologne voit son activité augmenter de seulement 0,4% alors que l'Allemagne enregistre un recul de 8,8%

Nouvelle Etude IPEA literie



L'édition 2021 de l'étude literie de l'IPEA est déjà disponible

Pour vous offrir un aperçu complet du secteur de la literie en France de 2017 à 2019, l'IPEA vous propose une analyse globale sur :

- ✓ **Les matelas**
- ✓ **Les sommiers**
- ✓ **Les compléments de literie (surmatelas, dossierets et têtes de lit, pieds de lit...)**

POUR TELECHARGER LE SOMMAIRE ET LE BON DE COMMANDE :

<http://www.ipea.fr/fr/actualités/le-marché-de-la-literie-en-france-2018-2020>

Et toujours le Meubloscope 2021!



- Pour faire le point sur une année 2020 atypique et savoir quels produits et quels circuits s'en sont le mieux sortis
 - Quelles intentions d'achat pour l'année 2021 ?
- Toutes les clés pour comprendre le marché sont dans l'édition 2021 du Meubloscope

Complétez votre collection et commandez votre exemplaire...



BON DE COMMANDE



(parution mars 2021)

Avec le soutien du



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.

Fax

E-mail

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

DATE / CACHET / SIGNATURE