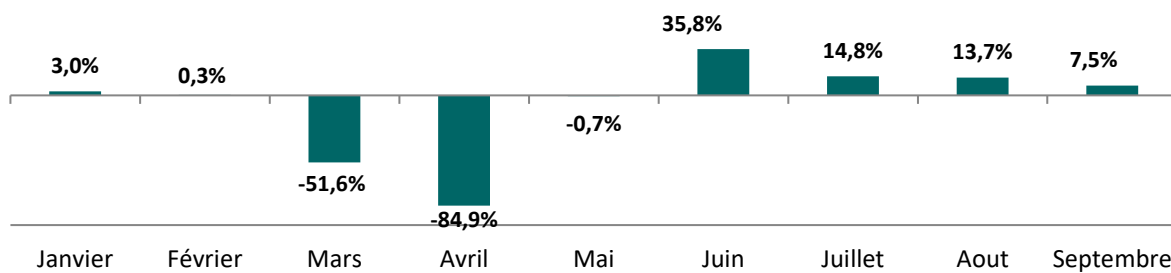


Le mois de septembre en bref...

Evolution du marché sept. 2020/sept. 2019	+7,5 %
Evolution du cumul à fin sept 2020/2019	-7,7 %
Incidence du résultat de septembre sur le cumul	+1,7 pt

La croissance perdue en septembre

Evolution marché du meuble domestique m / m - 12



Source : IPEA

La croissance est toujours au rendez-vous au mois de septembre avec une progression des ventes de meubles en valeur de 7,5%. Un ralentissement se fait toutefois sentir avec cette fois-ci une performance en retrait des progressions des deux derniers mois.

Le phénomène de rattrapage auquel nous assistions depuis la réouverture des points de vente semble arriver doucement à son terme sur un marché qui reprend progressivement un rythme plus en phase avec ses performances habituelles. Quelques exceptions subsistent, de la part par exemple des spécialistes literie qui parviennent à prolonger l'état de grâce avec des croissances dans la lignée de celles des derniers mois. On notera toutefois que ces spécialistes avaient eu un redémarrage un peu plus tardif que d'autres enseignes de la distribution de meuble. On relèvera également les performances encore en très forte progression de certaines enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme qui ont su profiter pleinement de la reprise.

En termes de cumul, le marché se stabilise à -7,7% sur les neuf premiers mois de l'année mais le déficit va bien sûr s'accroître d'ici la fin de l'exercice. Avant de redescendre en novembre, le cumul devrait encore s'améliorer en octobre, en effet, les premières remontées de terrain font état d'une période plus favorable qu'en septembre, notamment en ce qui concerne les spécialistes et les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme. A contrario, la fermeture annoncée des magasins, au moins la première quinzaine de novembre pour le moment, entraînera une forte chute des ventes sur le mois et un recul marqué du résultat cumulé qui pourrait également se poursuivre en décembre si la fermeture devait durer, comme ce fut le cas au mois d'avril.

Le recours à un nouveau confinement est à n'en pas douter une mauvaise nouvelle pour le secteur alors que la très grande majorité des acteurs présentaient encore des résultats en retrait sur le cumul des neufs premiers mois de l'année.

La fermeture des magasins tout au long du mois d'avril s'était soldée par un recul des ventes de meuble de près de 85% en valeur. Faut-il s'attendre à un tel repli pour le mois de novembre si les magasins devaient être fermés tout le mois ? Pas obligatoirement, pourquoi :

- comme ont pu le montrer les dernières enquêtes menées par l'IPEA, le consommateur a développé son réflexe Internet durant le premier confinement en ce qui concerne l'achat de mobilier ;
- de nombreux sites avaient stoppé les livraisons de produits qui n'étaient pas de première nécessité assez rapidement en mars et avril voire stoppé leur activité pour certains, réduisant d'autant la possibilité d'acheter son mobilier ou sa décoration en ligne ;
- le click & collect est maintenant opérationnel chez certains distributeurs ;
- tous les distributeurs ne sont pas fermés : GSB, électrodomestique et jardineries par exemple...

Autre motif d'espoir, pendant et surtout après ce nouveau confinement, l'engouement des Français pour la maison reste toujours vif comme le montrent encore la croissance du meuble en septembre et les chiffres publiés par Procos, qui estimait à 12,6% la croissance d'activité de l'équipement de la maison (bricolage, électroménager, linge de maison, luminaire...) en septembre. La croissance demeurerait à des niveaux élevés après les +14,4% du mois d'août et les +13,9% du mois de juillet. Avec un tel résultat, l'équipement de la maison demeurerait dans le tiercé de tête avec le sport et l'optique selon Procos. La volonté de s'occuper de son logement s'inscrit ainsi dans le temps et n'aura pas été qu'un phénomène de quelques semaines. Ce nouveau confinement pourrait amener un certain nombre de ménages qui n'étaient pas passés à l'acte à la fin du premier confinement à investir dans leur logement.

Dans l'optique de reprise de l'activité sur le marché du meuble à la fin du confinement, on notera également que, cette fois ci, si les points de vente sont fermés, ce n'est pas nécessairement le cas des usines, ce qui pourrait permettre à certaines enseignes de renflouer tout ou partie de leurs stocks et ainsi être pleinement opérationnelles dès la réouverture.

En termes d'impact, le mois de novembre représentait 8,3% des ventes de mobilier en 2018 et 8,9% en 2019 suite à une croissance assez exceptionnelle sur la période. Le mois de décembre pour sa part pèse peu dans les ventes de meubles avec un poids de 7,1% en 2018 et de 6,9% en 2019, soit des poids moindres que les derniers mois concernés par les fermetures, si celles-ci devaient se poursuivre. Si avril avec 8,5% des ventes en valeur en 2019 avait un poids équivalent à celui de novembre, les mois de mars et mai avec respectivement 8,8% et 7,9% des ventes avaient pour leur part un poids bien supérieur à celui de décembre.