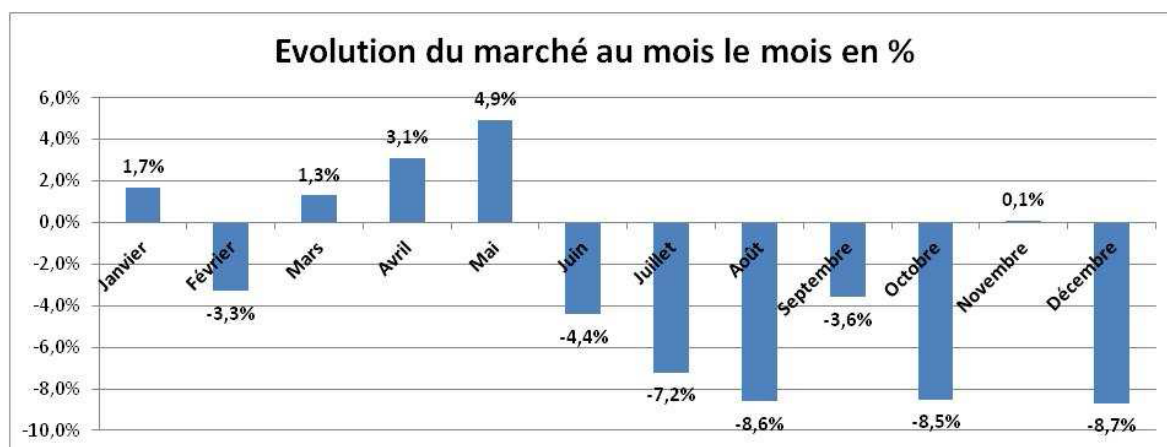


BILAN 2012 DE L'AMEUBLEMENT

COMME CHAQUE ANNÉE, L'IPÉA (INSTITUT DE PROSPECTIVE ET D'ÉTUDES DE L'AMEUBLEMENT) A COMMUNIQUÉ SON BILAN DE CONJONCTURE POUR LES DIVERS CIRCUITS ET FAMILLES DE CE SECTEUR DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON. IL PERMET AINSI DE COMPARER L'ÉVOLUTION DE LA CUISINE ET DE LA SALLE DE BAINS AUX AUTRES PRODUITS, MAIS AUSSI DE CONSTATER QUE LA PREMIÈRE A LIMITÉ LA CASSE DE LA CRISE ET QUE LES MAGASINS SPÉCIALISÉS ONT TIRÉ LEUR ÉPINGLE DU JEU. COMME TOUS CHIFFRES DÉFINIS À PARTIR D'ENQUÊTES, CEUX-CI DONNENT TOUTEFOIS DES TENDANCES GÉNÉRALES QUI MÉRITENT D'ÊTRE AFFINÉES ET NE TRADUISENT PAS LES DISPARITÉS NOMBREUSES ET PARFOIS FORTES ENTRE RÉGIONS, ZONES D'IMPLANTATION ET, BIEN SÛR, MARQUES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ.



Après plusieurs années de croissance consécutives, le marché a **reculé de 3 %** à surface évolutive en 2012. Les difficultés économiques fortement ressenties par les consommateurs français, la chute des transactions immobilières et des mises en chantier, l'augmentation de la fiscalité pèsent sur l'activité des professionnels de l'ameublement. Avec un **chiffre d'affaires de 9,54 milliards d'euros ttc** le marché montre cependant **une bonne résistance**. Les professionnels de la filière Meuble demeurent plus que jamais attentifs et s'engagent à la défense des intérêts des producteurs, distributeurs et bien sûr des consommateurs.

	2012	Evolution 2012/2011	Structure du marché 2012
Meuble meublant	3,28	-3,9 %	34,3 %
Siège rembourré	2,33	-4,7 %	24,4 %
Meuble de cuisine	2,38	-1,6 %	25,0 %
Literie	1,14	+0,5 %	11,9 %
Meuble de salle de bains	0,27	-2,9 %	2,9 %
Meuble de jardin	0,14	-1,8 %	1,5 %
Total	9,54	-3,0 %	100 %

Source : IPEA

Après dix années de croissance ininterrompue, **les ventes de cuisines ont bien du mal à résister aux résultats en retrait de l'immobilier**. Malgré cela, le marché de la cuisine devient, en 2012, le deuxième marché du meuble devant les canapés et fauteuils et derrière les meubles meublants. Pièce à vivre, **la cuisine s'équipe de plus en plus en intégrant les meubles** mais aussi en s'ouvrant aux tables, chaises, bars et buffets. **La baisse des mises en chantier et des transactions immobilières pèse aussi sur les ventes de meubles de salle de bains.**

La literie maintient ses ventes grâce à une animation forte du marché, tant en termes de création/réorganisation de surfaces de vente que d'animations promotionnelles. Les notions de confort et de qualité du sommeil jouent pleinement leurs rôles en renforçant la mission « repos » et refuge de la maison.

Les meubles meublants souffrent de la baisse des mises en chantier de logements et des transactions immobilières dans l'ancien. Première fonction de ces meubles : ranger. Première raison d'achat : l'emménagement récent et l'organisation du nouveau logement. Les ventes de meubles à destination du salon/séjour restent positives avec un besoin clairement exprimé par le consommateur de réaménager cette pièce. Ceux à destination des autres pièces font l'objet d'une concurrence accrue.

Les canapés, fauteuils et banquettes perdent des volumes et sont confrontés à de fortes baisses de prix. Après plusieurs années de renouvellement de leurs salons, les Français restent attentistes face à une offre très concurrentielle. En 2012, pour la première fois dans l'histoire du marché du meuble en France, cette famille de produits perd sa deuxième place dans les achats des Français pour prendre la troisième place derrière les meubles meublants et la cuisine.

La distribution spécialisée conforte ses positions

La distribution spécialisée dans la vente de produits d'ameublement **domine largement le marché** avec 87,5 % de part de marché en valeur. Les circuits qui progressent sont avant tout les **spécialistes dans la literie et la cuisine.**

La création de surfaces de vente et la forte animation du marché caractérisent les hyperspécialistes en ameublement. La literie et les « salonistes » n'en sont qu'à leur renouveau tandis que **la cuisine s'organise et se restructure**.

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros	Evolution 2012/2011
Equiperment du foyer	26,4 %	2,52	+0,3 %
Jeune habitat	23,1 %	2,20	-2,9 %
Ameublement milieu de gamme (1)	11,4 %	1,09	-9,0%
Spécialistes cuisine	11,5 %	1,10	+0,9 %
Ameublement haut de gamme	4,1 %	0,39	-8,1 %
Artisans	4,1 %	0,39	-4,0 %
Spécialistes salon	2,3%	0,22	-4,0 %
Autres magasins spécialisés (2)	4,6 %	0,44	-5,6 %
Total circuits spécialisés	87,5 %	8,35	-2,8 %
Vente à distance	3,9 %	0,38	-6,0 %
Grande surface de bricolage	4,1 %	0,39	-1,1 %
Hypermarchés	1,3 %	0,12	-6,0 %
Grands magasins	0,5 %	0,05	-7,1 %
Autres circuits non spécialisés (3)	2,7 %	0,25	-3,6 %
Total circuits non spécialisés	12,5 %	1,19	-4,0 %
TOTAL	100%	9,54	-3,0 %

Source : IPEA

(1) Spécialistes ameublement et petits généralistes

(2) Spécialistes literie, meubles anglais, placard

(3) Quincailleries, solderies, boutiques de décoration, magasins corporatifs

L'ameublement milieu et haut de gamme sont eux touchés par le report d'achat et une forte baisse de fréquentation des points de vente. Malgré cela, on note une nette amélioration du budget moyen, preuve d'un intérêt croissant pour une offre différenciée de renouvellement. La vente à distance peine à se réorganiser entre les acteurs traditionnels et les pure-players. Au total, ce circuit baisse en valeur pour des volumes toujours plus importants du côté des pure-players.

Le repositionnement des hypermarchés passe en partie par le non-alimentaire. Pour le meuble, leurs performances sont toutefois décevantes. Idem pour les Grands Magasins, dont l'offre de plus en plus réduite présentée au consommateur ne fait qu'entraîner une chute des ventes.

Les perspectives 2013

Malgré la conjoncture, **les intentions d'achats de biens d'aménagement et d'équipement de la maison sont bien orientées pour 2013**. La filière Meuble demeure une source d'emplois qualifiés avec **121 600 salariés**, dont 66 500 salariés côté distribution et 55 100 salariés côté fabrication. Plus de 85 % des salariés sont à temps complet et plus de 93 % sont en CDI. La filière est constituée très majoritairement de **PME familiales** (85 % des entreprises de la filière emploient moins de 10 salariés).

Intentions d'achats en biens d'équipement de la maison

En % des ménages

	2012	2013
Meubles meublants	25,4%	23,2%
Literie	18,6%	14,8%
Siège de salon	14,3%	13,3%
Meubles de salle de bains	11,6%	9,5%
Cuisine intégrée	6,7%	4,3%
Luminaires	18,5%	23,0%
Arts de la table	41,6%	52,6%
Cadres et miroirs	11,6%	13,6%

Source : IPEA, Habitatscope 2013

En périodes d'incertitudes, les Français optent majoritairement pour l'épargne de précaution dont la France détient le record européen avec un taux d'épargne de plus de 17 %. En dehors de l'épargne, la maison reste un lieu de réassurance. Reste aux professionnels du secteur à inciter le consommateur à valoriser sa maison et son confort, car l'année 2013 se jouera sur la capacité à développer des ventes de renouvellement. D'ores et déjà, on estime que les prévisions négatives de l'immobilier pénaliseront l'activité de notre secteur.

De même, fabricants et distributeurs de meubles sont confrontés à plusieurs enjeux stratégiques à l'impact direct sur les prix, les produits et donc les consommateurs:

- Financement de la nouvelle éco-filière meubles aux objectifs environnementaux ambitieux,
- Maintien de leur compétitivité prix au regard des contraintes fiscales et réglementaires (crédits d'impôts, fiscalités locales, réforme du crédit à la consommation, affichage environnemental...).

