



Dossier de presse Filière Meuble

7 février 2019

Contact presse : Image Sept
Sylvie Delassus – 06 26 54 33 18
conferenceameublement@image7.fr

SOMMAIRE

I – Résultats 2018	p. 3
1. 2018 : décrochage du marché	
2. La cuisine, seul segment en croissance en 2018	
3. La grande distribution en baisse	
4. Des mises en chantier en retrait en 2018	
5. International : un marché fort dans l’Hexagone est nécessaire pour soutenir les exportations	
II – Déblocage du PEL : une mesure simple et efficace pour favoriser le pouvoir d’achat et relancer le marché de l’ameublement	p. 9
III – Les acteurs de la Filière Meuble	p. 10
IV – Annexes	p. 12
Enseignes adhérentes de la FNAEM	
Quelques marques adhérentes de l’Ameublement français	

I – Résultats 2018

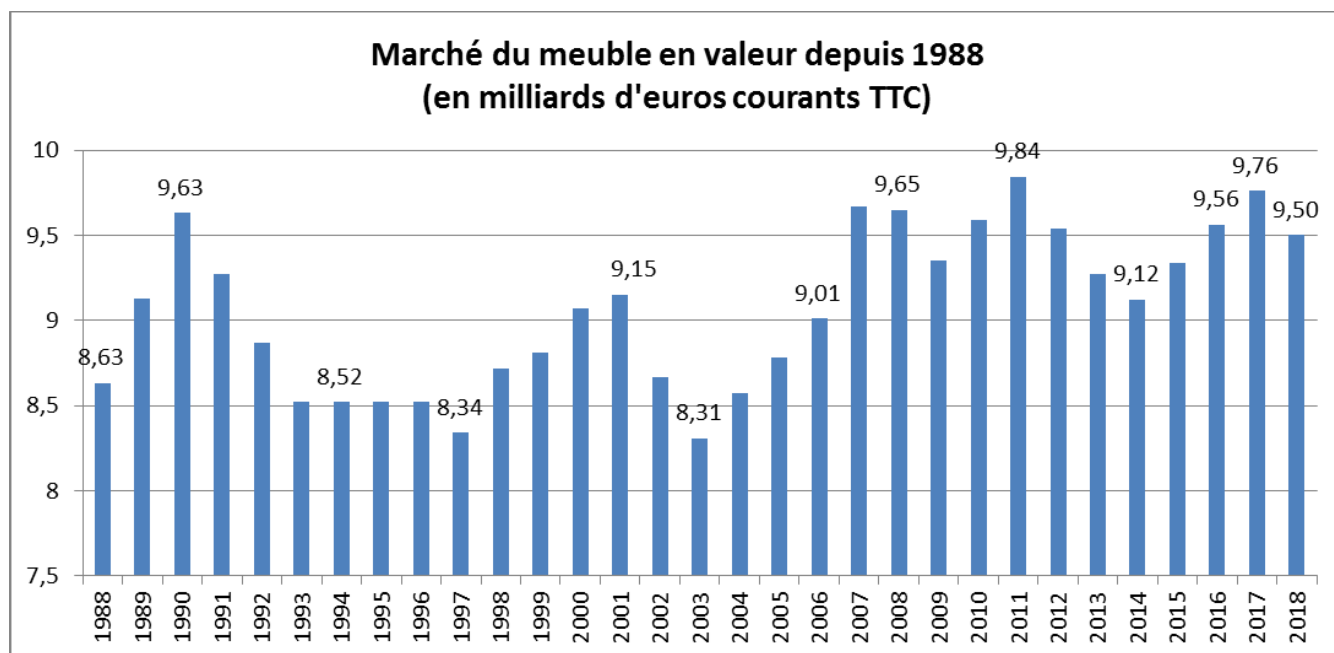
1. 2018 : décrochage du marché

Le marché du meuble a toujours fonctionné sur un rythme de cycles de croissance courts et l'année 2018 marque ainsi la fin de celui entamé en 2015. Après trois années consécutives en progression, le marché voit son activité reculer de 2,7% en valeur en 2018 pour se stabiliser à 9,50 milliards d'euros TTC. Le marché perd ainsi plus de 250 millions d'euros, effaçant du même coup le bon exercice 2017, ce qui le ramène à une valeur inférieure à celle enregistrée en 2016.

Chez de nombreux acteurs du marché, la fréquentation aura été en berne tout au long de l'année. Le premier semestre 2018 aura toutefois commencé sur le même rythme que la majeure partie de l'année 2017, c'est-à-dire de manière très erratique avec une alternance de bonnes performances et de reculs d'activité d'un mois à l'autre permettant au marché de limiter les pertes sur les six premiers mois de 2018 avec un bilan chiffré à la fin de cette période à -0,6%.

Le second semestre aura pour sa part été beaucoup plus difficile pour les acteurs du secteur, notamment sous l'influence d'un troisième trimestre 2017 hors norme. Pour mémoire, entre juillet et septembre 2017, le marché avait vu son activité progresser de 8,5%, il était donc attendu que le troisième trimestre de l'exercice 2018 soit en retrait. La période juillet-septembre aura donc fait glisser durablement le marché vers la récession avec un recul d'activité sur trois mois de 6,0%. Le dernier trimestre pour sa part n'aura fait que confirmer la tendance des neuf premiers mois. Le marché reste ainsi à fin décembre sur six mois de recul consécutifs de son activité et une performance de -4,6% en valeur pour le second semestre.

La consommation de meubles depuis 1988 (milliards d'euros courants TTC)



Source : Ipea

2. La cuisine, seul segment en croissance en 2018

Evolution en valeur par familles de produits – milliards d’euros courants TTC

	2018	Evolution 2018/2017	Structure du marché 2018
Meuble meublant	2,90	-5,2 %	30,5 %
Meuble de cuisine	2,60	+1,1 %	27,4 %
Rembourrés (canapés, fauteuils et banquettes)	2,30	-4,7 %	24,2 %
Literie	1,34	+0,0 %	14,1 %
Meuble de salle de bains	0,23	-3,9 %	2,4 %
Meuble de jardin	0,13	-4,1 %	1,4 %
Total	9,50	-2,7 %	100,0 %

Source : IPEA

Le constat est simple pour l’année 2018 en ce qui concerne les performances des segments de produits sur le marché. Seule la cuisine enregistre une progression de ses ventes. Si la literie parvient de son côté à maintenir son activité, les autres segments affichent pour leur part des reculs de performances assez marqués, notamment en ce qui concerne le meuble meublant et le rembourré.

:: **La cuisine** enregistre, comme en 2017, la meilleure performance du marché (+1,1%). On notera toutefois que la croissance se ralentit sur le segment comparé aux deux derniers exercices (+3,7% en 2016 et +4,0% en 2017). Le marché parvient néanmoins progressivement à se soustraire de sa dépendance des mises en chantier de logements neufs. En effet, la chute de ces dernières en 2018 n’aura pas empêché le segment de progresser même si la croissance est à mettre principalement au crédit des spécialistes cuisine, la grande distribution se montrant plus en retrait sur le segment sur l’ensemble de l’exercice malgré de belles performances de certaines enseignes.

:: Comme en 2017 également, on retrouve la **literie** derrière la cuisine. Le segment parvient tout juste à maintenir ses ventes et affiche aussi un ralentissement de sa croissance sur les derniers exercices. Ainsi, après avoir progressé de 5,5% en 2016 puis de 3,0% en 2017, il demeure étalé en 2018. Rien de surprenant toutefois à ce que ce marché se tende lorsque la conjoncture est un peu moins favorable après avoir affiché une croissance quasiment ininterrompue pendant plus de 15 ans. Si au cours de l’exercice 2017 les enseignes de la grande distribution ameublement avaient repris la main sur les spécialistes en termes de croissance, en 2018, le rapport de force s’est à nouveau inversé et les spécialistes literie enregistrent les meilleures performances malgré un ralentissement du nombre de leurs ouvertures de magasins. Les opérations promotionnelles se seront encore multipliées chez les acteurs de la grande distribution ameublement, ce qui peut expliquer ce déficit de résultat en valeur. Le circuit reste toutefois largement leader sur ce marché en termes de chiffre d’affaires réalisé.

:: Sans surprise, **les meubles de salle de bains** affichent un recul de leurs ventes assez marqué sur l’exercice qui vient de s’écouler (-3,9%). Le segment a toujours été le plus dépendant du rythme des mises en chantier de logements neufs. Le ralentissement observé dans l’immobilier se répercute donc sur les ventes de mobilier pour cette pièce de la maison. On notera également que le recul d’activité des grandes surfaces de bricolage ces derniers mois n’est pas sans conséquence pour ce segment du meuble. Le succès des rayons bricolage constituait, ces dernières années, une forte source de trafic pour les rayons mobilier, faisant des magasins de bricolage un des acteurs majeurs du marché de la salle de bains.

:: **Le meuble de jardin** voit ses ventes reculer de plus de 4% en 2018. Le segment demeure extrêmement dépendant de la météo et cette année des températures encore fraîches et un temps peu clément en mars, ainsi qu'un déficit d'ensoleillement dans le sud durant tout le printemps, auront retardé le lancement de la saison. Malgré un été qui aura joué les prolongations en septembre, le segment n'aura pas réussi à se remettre d'un début de saison difficile.

:: Après trois années de progression de son activité, le retour à la réalité est difficile pour le segment du **meuble rembourré** (canapés, fauteuils, banquettes) qui voit ses ventes chuter lourdement sur l'ensemble de l'année 2018 (-4,7% contre +1,5% en 2016 et +2,3% en 2017). Comme tous les ans maintenant, les performances de la banquette sont encore plus en retrait que celles du canapé et du fauteuil. Le canapé convertible premier prix continue d'attaquer fortement le marché de la banquette qui lui cède encore des parts de marché. Le segment du meuble rembourré aura également été victime en 2018 des fortes chutes de fréquentation des enseignes de l'ameublement milieu, haut de gamme et spécialistes salon qui restent des acteurs importants de ce marché.

:: C'est le **meuble meublant** qui enregistre la plus forte chute de son activité au cours de l'année 2018. Le segment demeure le premier marché du secteur en valeur... mais pour combien de temps encore ? En 2018, il passe pour la première fois sous la barre des trois milliards d'euros et l'écart entre le marché du meuble meublant et celui du meuble de cuisine se resserre. Le meuble meublant constitue, avec le rembourré, le marché principal des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme et leurs difficultés de l'année se répercutent fortement sur les résultats du segment. Les résultats sont également contrastés en ce qui concerne la grande distribution, si certaines enseignes parviennent à faire progresser leurs ventes, d'autres rencontrent beaucoup de difficultés sur ce rayon.

3. La grande distribution en baisse

Structure de la distribution en 2018

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2018/2017
Grande distribution ameublement	49,7 %	4,72	-3,9 %
Spécialistes cuisine	14,1 %	1,34	+3,2 %
Ameublement milieu de gamme	10,2 %	0,97	-5,1%
Ameublement haut de gamme	3,7%	0,35	-5,5 %
Artisans	3,3 %	0,32	-3,4 %
Autres circuits	19,0 %	1,80	-1,4 %
TOTAL	100,0%	9,50	-2,7 %

Source : Ipea

Grande distribution ameublement : magasins du type Alinéa, But, Conforama, Fly, Ikea etc. Spécialistes cuisine : magasins du type Ixina, Mobalpa, Schmidt, etc. Ameublement milieu de gamme : magasins du type Mobilier de France, Monsieur meuble, petits magasins de meubles généralistes, etc. Ameublement haut de gamme : magasins du type Ligne Roset, Roche-Bobois, etc. Autres circuits : magasins spécialisés et non spécialisés meubles dont spécialistes literie, spécialistes salon, e-commerce, etc.

:: Les années se suivent et se ressemblent pour **les spécialistes cuisine** qui enregistrent encore la meilleure performance du marché en 2018. Ces derniers continuent d’animer fortement et régulièrement le marché et parviennent à développer un marché de renouvellement sur le segment de la cuisine intégrée, ce qui leur permet de résister aux aléas de l’immobilier. La croissance est toutefois deux fois moindre que celle des deux derniers exercices soit +5,8% en 2016 et +6,0% en 2017.

:: **La grande distribution ameublement** aura connu une forte chute de son activité sur l’exercice 2018. Les difficultés et la cessation d’activité d’un des acteurs historiques du circuit constituent bien sûr une part de l’explication à cette contre-performance. Le circuit apparaît en pleine restructuration. La bataille fait rage pour continuer à conquérir des parts de marché et dans cette optique chacun adapte sa stratégie via par exemple le redéploiement de magasins discounts ou l’adjonction d’une offre décoration à l’offre déjà existante. La recomposition des formats semble aussi être une des clefs du succès pour les mois à venir. En plus de vouloir investir les centres-villes, ce qui demande le développement de formats nouveaux, les très grandes surfaces de certains magasins semblent pour certains acteurs difficiles à rentabiliser mais surtout ne plus répondre aux attentes et aux problématiques du consommateur. Les mouvements sur ce circuit devraient donc encore être nombreux pour les mois à venir.

:: Comme durant les derniers exercices où la conjoncture avait été moins favorable sur le marché du meuble, ce sont les enseignes de **l’ameublement milieu et haut de gamme** qui auront été les plus touchées. Si les premières victimes ont encore une fois été les magasins indépendants, les grandes enseignes nationales ont également eu de grandes difficultés à maintenir la fréquentation sur l’ensemble de l’exercice. La baisse de trafic aura néanmoins été compensée en partie, dans certains magasins, par une hausse du panier moyen grâce à une meilleure formation des vendeurs et à l’utilisation de configurateurs. On notera toutefois que la rénovation des points de vente ne suffit plus pour attirer le consommateur et que les enseignes qui enregistrent les meilleurs résultats sont celles qui ont joué pleinement la carte de la communication grand public.

:: Parmi les autres circuits du marché, on constatera cette année les performances en demi-teinte des enseignes du **e-commerce** qui auront vu également leur croissance nettement ralentir. Si la mauvaise saison du marché du jardin justifie une part des difficultés sur un produit largement vendu online maintenant, on constatera également que le souhait de vouloir monter en gamme de certains acteurs ne se fait pas sans heurts. Difficile en effet de recréer de la valeur alors que le consommateur a été longtemps habitué à des prix cassés. L’année 2018 aura également été compliquée pour les **spécialistes salon** avec de fortes chutes d’activité chez certains des leaders du marché tandis que d’autres jouent la carte d’une communication musclée. Année en demi-teinte sur le mobilier également pour **les grandes surfaces de bricolage** où le retour sur investissement pour les rayons cuisines et meubles n’est pas toujours à la hauteur des espérances.

:: Malgré un ralentissement des ouvertures, **les spécialistes literie** auront vu leur chiffre d’affaires progresser encore faiblement au cours de l’exercice 2018. Le développement des ventes de literie de plus grande taille, avec des matelas de 160 cm et plus qui constituent maintenant un tiers des ventes en valeur de matelas, ou d’offres commerciales alternatives avec par exemple le développement de l’offre de location avec option d’achat entretiennent le potentiel de croissance du circuit.

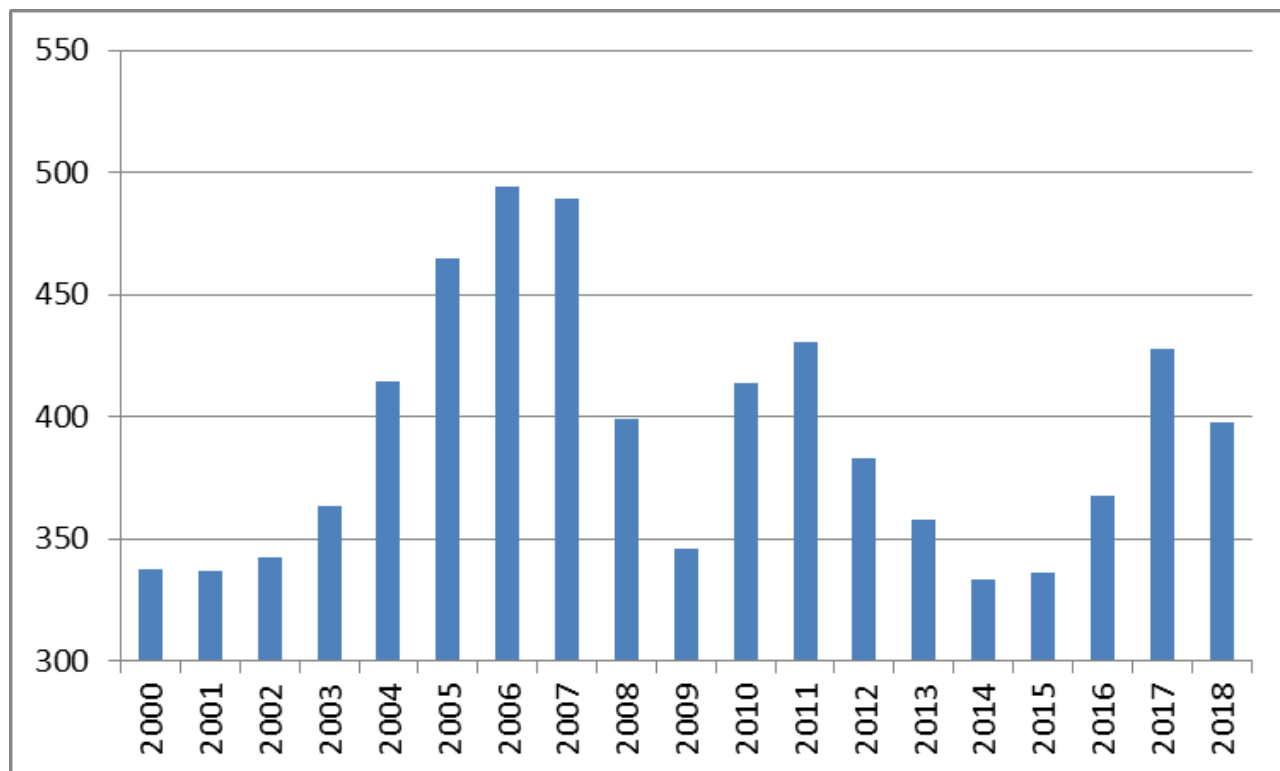
4. Des mises en chantier en retrait en 2018

Le marché du meuble a toujours été très dépendant de l'activité sur les marchés de l'immobilier neuf comme ancien, même si certains segments de produits parviennent doucement à s'en affranchir. Toutefois, en 2018, le déménagement demeure la première raison d'achats de meubles et ce sont toujours un tiers des meubles qui sont achetés par un ménage qui a emménagé depuis moins de deux ans.

En 2018, l'activité en recul sur le marché de l'immobilier neuf aura constitué un obstacle supplémentaire à la bonne tenue du marché du meuble. Les mises en chantier n'ont pas atteint les 400 000 unités, en recul de 7% par rapport à l'exercice 2017. Le nombre de permis de construire délivrés était également en baisse sur l'exercice avec là aussi un recul de l'ordre de 7,1%. Conséquence directe, la fédération française du bâtiment estime que les mises en chantier de logements neufs devraient reculer également dans des proportions proches de 7% en 2019, soit environ 25 000 unités mises en chantier en moins sur l'année.

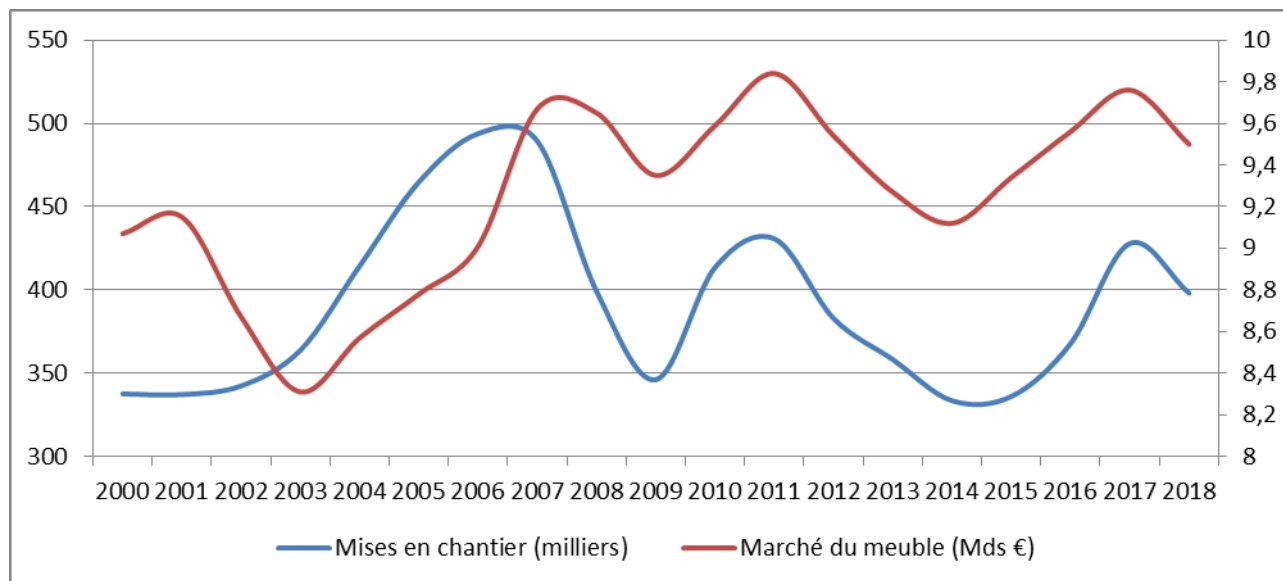
Si les nouvelles venant de l'immobilier neuf sont peu rassurantes, elles sont toutefois meilleures en ce qui concerne l'immobilier ancien. Selon la dernière note de conjoncture immobilière des Notaires de France, ce sont 957 000 transactions qui avaient été réalisées dans l'immobilier ancien sur douze mois glissants à fin octobre 2018. Sur les derniers mois, le volume de transactions sur douze mois glissants se maintient à un niveau très haut entre 950 000 et 960 000 transactions en rythme annuel. Le niveau toujours bas des taux d'intérêt pour les prêts immobiliers devrait permettre à l'activité de se maintenir dans les prochains mois à ces niveaux élevés qui constituent des records pour les années 2000.

Mises en chantier de logements neufs (milliers)



Source : SDES, Sit@del2

Comparaison mises en chantier de logements neufs (milliers) et valeur du marché du meuble (milliards d'euros)



Source : IPEA, SDES, Sit@del2

5. International : un marché fort dans l'Hexagone est nécessaire pour soutenir les exportations

Le marché mondial du meuble représente 400 Mds €¹ et constitue de larges opportunités de conquêtes pour le marché français.

La croissance de la filière meuble est poussée par une hausse des exportations à l'international. On constate en effet une hausse de 1,3 %² des exportations en 2018. Malgré une croissance du PIB de la Chine moins dynamique que les années précédentes, les exportations françaises vers ce pays ont augmenté de 7,8 %² sur la même période. Ces bons chiffres s'expliquent par la capacité de la filière meuble française à innover et répondre aux besoins des ménages à l'international mais aussi par l'attractivité de la marque France au-delà de nos frontières. L'équilibre entre l'art de vivre à la française, le french design et l'excellence industrielle sont autant d'atouts du meuble français pour conquérir d'autres cultures.

Le maintien d'une croissance forte en France est primordial pour favoriser le déploiement de la filière meuble à l'international. Pour dégager des capacités de financement de leurs efforts à l'exportation, les professionnels français ont en effet besoin d'un marché national dynamique.

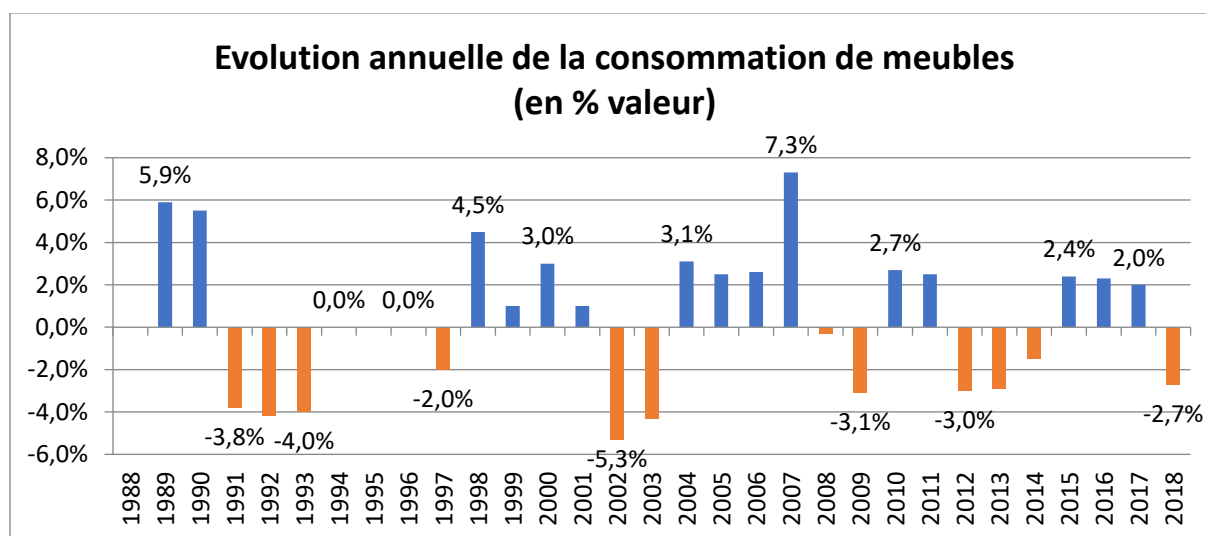
¹ Estimation CSIL 2018

² L'Ameublement français, d'après données Douanes (cumul des 11 premiers mois 2018)

II – Déblocage du PEL : une mesure simple et efficace pour favoriser le pouvoir d’achat et relancer le marché de l’ameublement

La filière ameublement appelle le gouvernement à autoriser un déblocage temporaire et partiel du Plan Épargne Logement pour l’achat de meubles neufs

Cette mesure urgente permettrait de favoriser le pouvoir d’achat des Français et le marché de l’ameublement



On observe un décrochage du marché français de l’ameublement en juillet 2018.

Aménager son intérieur : un désir contrarié par un faible pouvoir d’achat

Cette mesure répond à une demande forte des ménages français en matière de financement de leurs projets d’ameublement. En effet, alors que les envies de rénovation de leur logement et d’achat de meubles font partie de leurs priorités pour l’année 2019, 61% d’entre eux, déclarent se heurter à la question du financement et du pouvoir d’achat³.

Afin de renforcer le pouvoir d’achat et de répondre aux envies des français, les représentants de la filière appellent le gouvernement à autoriser la mise en place d’une mesure simple et efficace qui permettrait de soutenir le marché : **l’autorisation de débloquer le Plan Épargne Logement pour l’achat de meubles neufs, dans la limite de 10 000 euros et pour une durée de 24 mois.**

- **Les 5 raisons qui rendent cette mesure positive pour l’économie française**

- 1) **Elle garantit le maintien des emplois en France** : distributeurs et fabricants français de meubles représentent actuellement plus de 115 000 emplois partiellement

³ Etude CSA pour Cofidis, janvier 2019

menacés par la fragilité du marché. Cette mesure pourrait créer et maintenir près de 5 000 emplois dans la filière meuble française.

- 2) **Elle est positive pour les finances publiques** : En effet, l'État n'a pas besoin de verser la prime lors d'un déblocage partiel de PEL. De plus, les ventes de meubles induites par la mesure apportent des recettes fiscales supplémentaires, de TVA notamment.
- 3) **Elle n'a aucune incidence négative sur l'investissement immobilier** : Le PEL est de moins en moins utilisé pour financer un achat immobilier, et est aujourd'hui devenu un pur produit d'épargne. En 2017, 15,1 Millions de PEL représentent un encours de 275 mds €⁴.
- 4) **Elle n'impactera pas le déficit extérieur de la France** : Une majorité des achats de la distribution d'ameublement est réalisée auprès des fabricants français. Soutenir ponctuellement le marché français du meuble ne pourra avoir que des effets positifs sur les exportations françaises de meubles. Les effets positifs de la mesure envisagée pour les fabricants français seront d'autant plus importants que ces derniers sont en position de leaders peu contestés pour des familles complètes et importantes de produits.
- 5) **Enfin, le périmètre de cette mesure est précisément défini et étroitement sécurisé** : le meuble demeure davantage un bien d'équipement durable que de consommation courante. Sa longue durée de vie, supérieure à celle de bien d'autres produits (15 ans en moyenne, 10 ans pour la literie, 23 ans pour la cuisine⁵), sa faible fréquence d'achat et sa valeur nominale élevée le rapprochent d'un investissement immobilier auquel il est souvent lié. Leur financement par recours à une fraction infime de l'épargne longue des PEL se trouve donc pleinement justifié.

III - Les acteurs de la Filière Meuble

La FNAEM

La Fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison est depuis 2002 l'unique organisation professionnelle représentant au niveau national la branche du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la Maison.

Elle rassemble aujourd'hui près de 3700 points de vente, dont les parts du marché national de l'ameublement sont estimées à 80%.

La FNAEM réunit tous les types de distribution : les principales enseignes et groupements de magasins spécialisés dans l'ameublement et l'équipement de la maison, opérant au niveau national ainsi qu'une large majorité de négociants affiliés ou indépendants, regroupés au sein d'une vingtaine de Chambres régionales.

L'ensemble des informations concernant la FNAEM et ses activités est disponible à l'adresse suivante : www.fnaem.fr

⁴ Source banque de France

⁵ Source enquête consommateurs IPEA 2010

L'Ameublement français

A propos de l'Ameublement français

L'Ameublement français est une organisation professionnelle qui rassemble 350 entreprises françaises de la fabrication d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie.

Accélérateur de son industrie, l'Ameublement français facilite la conquête de ses adhérents vers les marchés nationaux et internationaux, encourage l'innovation et les savoir-faire afin de s'adapter aux enjeux de demain.

L'Ameublement français met à leur disposition des ressources et initie des actions collectives favorisant le partage avec tous les acteurs de la chaîne de valeur, de l'objet au projet.

Convaincu de la force du collectif, l'Ameublement français est un acteur engagé sur les scènes politiques, économiques, et sociales pour faire rayonner l'excellence industrielle et l'art de vivre à la française.

Pour en savoir plus : www.ameublement.com

L'IPEA

L'IPEA, Institut de Prospective et d'Etudes de l'Ameublement, est une association 1901.

Sa mission est :

- de réaliser, publier et commercialiser toute statistique, étude quantitative et prospective sur les marchés de l'ameublement et de l'équipement de la maison,
- d'étudier et d'engager toute action concourant à une meilleure connaissance de l'évolution de ces marchés et de leurs perspectives.

En 2018, l'IPEA a réalisé une étude européenne sur la cuisine intégrée, une étude sur le marché français des meubles de rangement et son colloque annuel en décembre. D'autre part, comme chaque année, tous les mois a été diffusé un indicateur mensuel de conjoncture.

Pour en savoir plus : www.ipea.fr

IV - ANNEXES



ENSEIGNES NATIONALES ADHÉRENTES





**l'Ameublement
français**

**QUELQUES MARQUES ADHERENTES
DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS**

