



**l'Ameublement
français**



Dossier de presse Filière Meuble

3 mars 2020

Contact presse : Image Sept
Anatole FLAHAULT – 01 53 70 74 26
aflahault@image7.fr

SOMMAIRE

I – Un engagement environnemental concret et croissant de toute la filière meuble	3
1. Gestion de la fin de vie du mobilier : la filière meuble affiche un bilan positif.	4
2. Une filière aux nombreux atouts environnementaux	5
3. Des initiatives collectives pour un engagement environnemental concret... ..	6
4. Une démarche environnementale au cœur de la transformation des entreprises.....	8
II – Résultats 2019	11
1. 2019 : Une année positive pour le marché du mobilier domestique français.....	11
2. Sans surprise, la cuisine affiche la croissance la plus dynamique	12
3. 2019, l’année des spécialistes	14
4. Soutenue par les transactions dans l’ancien, le marché du meuble résiste au recul des mises en chantier de logements neufs	17
III - Les acteurs de la Filière Meuble	18

I – Un engagement environnemental concret et croissant de toute la filière meuble

Le monde connaît une crise écologique sans précédent. Les scientifiques et spécialistes alarment jour après jour les français sur la gravité de cette crise environnementale dont les effets, commencent à imprégner leurs comportements d'achats et leurs modes de vie.

. Cette intention de consommation durable se manifeste dans tous les secteurs, y compris celui de l'ameublement. Au-delà du design, des services associés ou encore des possibilités de personnalisation du mobilier, la mesure environnementale prend aujourd'hui une place croissante dans le choix d'achat du consommateur : 88%¹ des français sont attentifs à la durée de vie d'un meuble, 84%³ aux matériaux utilisés, et 82% veulent des informations sur la fabrication de leurs meubles et leur recyclabilité². Les comportements des Français quant aux circuits économiques se modifient au profit de l'économie circulaire.

La filière meuble a très tôt pris la pleine mesure de ces enjeux et se mobilise en faveur de l'environnement depuis maintenant dix ans. Anticipant à la fois les contraintes financières et normatives décidées par les pouvoirs publics, mais surtout les attentes grandissantes des consommateurs en matière environnementale et de développement durable, fabricants et distributeurs d'ameublement se sont activement impliqués au travers de multiples initiatives, tant à l'échelle collective qu'individuelle.

¹ Etude OpinionWay pour FCBA : « Les Français et l'aménagement des espaces intérieurs », 2017

² Etude Harris Interactive pour ecomobilier, 2019

1. Gestion de la fin de vie du mobilier : la filière meuble affiche un bilan positif.

93% de valorisation des tonnes collectées par les éco-organismes mis en place par les professionnels de l'ameublement

La question de la fin de vie du meuble devient progressivement un enjeu environnemental de premier plan. Pour y répondre, une filière à Responsabilité Élargie des Producteurs (REP) a été mise en place 2013 par les fabricants et distributeurs de meubles. Les bénéfices environnementaux et sociaux de l'action confiée par les professionnels à deux éco-organismes (Ecomobilier et Valdelia) sont nombreux, concrets et significatifs. Signe d'un réel progrès, le taux d'enfouissement des déchets d'ameublement a chuté de 50% en 2011 à 7% en 2018, avec un objectif « zéro déchet » en 2023³. De plus, la valorisation des déchets de l'ameublement s'impose progressivement selon une hiérarchie d'utilisation en adéquation avec les tendances liées à l'économie circulaire : les 93% de valorisation des tonnes collectées se répartissent en 58% de recyclage, 34% en valorisation énergétique et 1% en réemploi.

Des investissements croissants de 191M€ par an et choix inédit d'une filière opérationnelle

Dès la mise en place de la filière de gestion de la fin de vie des meubles, fabricants et distributeurs ont fait le choix de mettre en place une filière opérationnelle, par opposition à une filière financière. Cette décision a permis, 7 ans après sa mise en place, une réelle efficacité de la filière qui devance aujourd'hui les objectifs fixés par la loi Grenelle II. Ce sont ainsi 966K tonnes de meubles en fin de vie (875K tonnes pour Ecomobilier et 91K tonnes pour Valdelia) qui ont été collectées par les éco-organismes directement. Ce choix d'une filière opérationnelle permet d'imaginer, de concevoir et de piloter des actions concrètes en faveur de l'environnement. Ce choix permet surtout de faire progresser l'ensemble des acteurs du secteur sur les sujets de l'éco-conception et sur les partenariats avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) notamment sur les actions de réemploi. L'engagement financier des professionnels de l'ameublement est de 191M€⁴ en 2019 (175M€ pour Ecomobilier et 16M€ pour Valdelia en 2019) soit presque 1,5% des 13,38 milliards d'euros TTC du seul marché de l'ameublement ménager ; celui-ci est amené à croître dans les prochaines années du fait de l'objectif zéro déchet et des nouvelles obligations issues de la loi Economie Circulaire adoptée en début d'année.

Plus de 5000 points de collecte à travers le territoire

La collecte séparée est un enjeu primordial pour faire progresser le taux de valorisation des déchets d'ameublement. Les tonnes de déchets collectées directement peuvent ainsi être davantage valorisées. L'ensemble de la filière a consenti de nombreux efforts dans le

³ Eco-mobilier, Rapport d'activité 2018

⁴ Chiffres provisoires 2019 d'Eco-mobilier et Valdelia

déploiement de points de collecte depuis plus de 7 ans permettant ainsi de collecter directement en 2018 près de 77% des déchets (vs 54% en 2017). Aujourd'hui, la filière meuble peut se prévaloir d'un maillage territorial très large, composé de 5000 points de collecte à destination des particuliers et permettant de couvrir l'ensemble du territoire. Mais les professionnels souhaitant se défaire d'un meuble ne sont pas en reste car plus de 40 000 bennes auront été mises à leur disposition en 2019.

2. Une filière aux nombreux atouts environnementaux

Les meubles français à base de bois, un puits de carbone !

Tout au long de son cycle de vie, un produit d'ameublement composé de bois⁵ permet un stockage temporaire de carbone qui limite l'effet de serre. En effet, lorsque les forêts captent le CO₂ atmosphérique, elles le transforment en carbone et le stockent ensuite à l'intérieur du bois. Le réservoir de carbone que représentent les produits ligneux croît avec l'allongement de leur durée de vie. Ainsi, les experts estiment que les meubles à base de bois en France aujourd'hui stockent plus de 50 Millions de tonnes de CO₂⁶, du fait de la longue durée de vie moyenne des produits (entre 5 et 25 ans).

L'éco-conception : partie intégrante de la fabrication et de la distribution d'ameublement.

Les bonnes pratiques en matière d'éco-conception des meubles sont de plus en plus encouragées, notamment par des barèmes d'éco-participation incitant les fabricants à se tourner encore plus vers l'éco-conception : les produits composés à plus de 75% en masse de panneaux de particules, de bois massif ou encore de métal, sans perturbateur de recyclage (tout matériau inerte minéral associé ou PVC) peuvent bénéficier d'une éco-participation réduite. Par ailleurs, l'approvisionnement en bois français certifié PEFC⁷, par exemple, permet de réduire l'impact carbone d'un meuble en limitant la durée de transport de la matière première à l'usine. Les producteurs de meuble sont aussi de plus en plus nombreux à revaloriser leurs chutes de bois, notamment pour le chauffage de leurs ateliers de production.

⁵ D'après les données d'Eco-mobilier, les meubles ménagers mis sur le marché en 2017 (hors literie et sièges) ont pour matériau majoritaire à 77,7% le bois en moyenne. Pour les éléments d'ameublement professionnels (hors sièges), les données de Valdelia montrent que le bois représente 34,77% de la composition moyenne des produits mis sur le marché en 2017.

⁶ Vademecum Carbone Forêt Bois – FCBA 2012

⁷ Le Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC), ou Programme de reconnaissance des certifications forestières, est une certification privée qui promeut la gestion durable des forêts

Le « Made in France »

La prise en compte du cycle de vie du meuble a motivé la mise en place de bonnes pratiques aujourd'hui solidement établies. Le « Made in France » apparaît comme le modèle à suivre pour les fabricants soucieux des enjeux environnementaux et sociaux, et de la mise en valeur des circuits-courts. En s'approvisionnant dans les forêts françaises gérées de manière durable et responsable, en limitant la distance de transport des marchandises sur le territoire national et en valorisant leurs déchets, les acteurs du secteur de l'ameublement garantissent à leurs clients des produits plus respectueux de la planète et de ses habitants.

Le cas Gautier

Le fabricant et distributeur Gautier est l'un des grands promoteurs du Made in France, avec 3 sites de production implantés en Vendée, qui emploient plus de 850 personnes. Gautier privilégie les circuits courts pour préserver les ressources naturelles et produire le plus intelligemment possible. Les panneaux qu'il utilise dans ses meubles sont fabriqués dans un de ses sites de production vendéen et composés de 60 % de bois issus de forêts françaises gérées de façon durable (toutes situées à moins de 300 km de son site de production), et 40 % de bois provenant de filières de recyclage. Et ses chutes de production ? Elles alimentent la chaudière à bois de son usine du Boupère. La boucle est bouclée ! Enfin, les composants qu'il achète afin d'équiper ses meubles proviennent dans 90% des cas, de fournisseurs situés à moins d'une journée de route en camion.

3. Des initiatives collectives pour un engagement environnemental concret...

De nombreuses initiatives ont vu le jour à l'échelle de la filière : ces initiatives, réfléchies et mises en place collectivement, se déclinent sous plusieurs formes :

L'expérimentation de l'affichage environnemental.

Des fabricants et des distributeurs comme Conforama se sont engagés dans une démarche expérimentale d'affichage environnemental avec plusieurs centaines de produits référencés. Celle-ci permet aux clients d'évaluer clairement et simplement l'impact environnemental d'un produit tout au long de son cycle de vie au moyen d'un barème national (une lettre échelonnée de A à E). Cet indice prend en compte la consommation des matières premières lors de la fabrication du produit, les émissions de gaz à effet de serres liées à son transport, l'énergie consommée pendant son utilisation ainsi que la manière dont il peut être recyclé.

Des liens renforcés avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire

L'intégration des enjeux de l'économie circulaire a aussi permis à l'industrie française de renforcer ses liens avec l'économie sociale et solidaire (ESS).

- La branche fabrication de la filière meuble, soucieuse de prévenir le gaspillage des matériaux et s'engageant en faveur d'une réparation de qualité, a développé deux formations certifiantes (CQPA) à destination de l'ESS : « *Intervenant en revalorisation des déchets issus de l'ameublement* » et « *Formateur en revalorisation des déchets issus de l'ameublement* ». Ces parcours ont pour objectif de former une population peu qualifiée en activité dans des ateliers de tri des collectes d'objets de l'ameublement et qui souhaite se reconvertir dans le domaine de la réparation de mobilier. Ils sont alors formés par des artisans de la branche ameublement qui maîtrisent parfaitement les savoir-faire et leur transmettent les fondamentaux pour pouvoir réparer ou modifier professionnellement un meuble. En moins de 2 ans, plus de 85 personnes ont été certifiées.
- Par ailleurs, les éco-organismes ont fait le choix de consacrer plus de 4M€ en 2019 à la collaboration avec des acteurs issus de ESS (collecte, réemploi, etc.).

Emergence de nombreuses start-ups : « upcyleurs » innovant et collaborant avec les industriels

L'appétence des Français pour l'économie circulaire contribue à l'émergence d'un large écosystème comprenant des acteurs aussi divers que variés, comme des start-ups spécialisées dans le design de matériaux recyclés pour mettre au point de nouvelles solutions d'ameublement. L'Ameublement français et son réseau d'expertise (VIA, FCBA...) ont fait le choix de les accompagner dans leur croissance, en favorisant notamment les rencontres avec les industriels.

Le cas DIZY

La jeune entreprise roubaisienne DIZY conçoit un mobilier design et éco responsable. Les meubles sont démontables et transposables : avec un jeu de pièces, le client est invité à composer lui-même son produit en fonction de sa créativité. Passer d'une table basse à une bibliothèque ? Avec les pièces DIZY, le démontage des meubles est très simple, sans outil, chaque pièce peut être réutilisée pour créer un nouveau meuble. Rien ne se perd, tout se transforme. Et à l'occasion de collections capsules, cette start-up se donne le challenge de n'utiliser que des matériaux 100% issus de l'économie circulaire. Comme avec une édition limitée de 78 tables réalisées à partir de parquet récupéré lors de la déconstruction des anciens entrepôts logistiques des 3 Suisses.

Des nouveaux espaces de vie éco-conçus

On assiste également au développement d'offres alternatives pour l'ameublement d'espaces de vie

Le cas GREET

En 2019, le groupe Accor a lancé, en partenariat avec l'Ameublement Français et Valdelia, sa marque éco-solaire GREET pour proposer une expérience hôtelière alliant considérations environnementales et démarche sociétale en équipant ses hôtels de produits dits de « de seconde vie ». Pour l'Ameublement Français et Valdelia, ce concept s'est vite imposé comme une illustration concrète des nombreuses opportunités que présentent le mobilier de seconde vie et de la demande croissante en solutions éco-responsables pour l'aménagement des espaces.

4. Une démarche environnementale au cœur de la transformation des entreprises

L'engagement des acteurs du secteur du meuble se traduit aussi au niveau individuel. Ainsi, de nombreuses initiatives ont éclos dans de nombreuses entreprises de la filière, toutes au service de l'environnement.

La première mesure prise par certaines enseignes au niveau individuel a été de mesurer leur bilan carbone, et de fixer des objectifs ambitieux de réduction d'émissions de CO2.

- **Les initiatives visant à l'amélioration du bilan carbone de la filière**

Une prise en compte croissante du bilan carbone par les distributeurs

Les distributeurs de la filière meuble sont de plus en plus nombreux à prendre en compte l'ampleur de leur bilan carbone et à essayer de le réduire. Ainsi, Conforama fait le choix de calculer son bilan de gaz à effets de serre. En un an, l'enseigne a généré par son activité 222 664 tonnes de CO2. C'est l'équivalent de la consommation énergétique annuel d'une ville de 55 000 habitants comme Niort, Chelles ou Chambéry.

Des plans d'actions magasins mis en place pour réduire leur empreinte environnementale

Ces objectifs se traduisent par des plans d'action mis en place au sein même des enseignes :

- Une consommation énergétique raisonnée

Les enseignes multiplient les initiatives au niveau des magasins pour réduire leur consommation énergétique. Conforama a ainsi mis en place des procédures d'optimisation de la consommation énergétique de ses enseignes lumineuses et de ses murs télévisés en magasin et a fait le choix de n'utiliser désormais que des ampoules basse consommation pour

l'éclairage des rayons. De son côté, Ikea utilise aujourd'hui 64,5% d'énergies renouvelables pour le chauffage et la climatisation dans ses magasins et s'est fixé d'atteindre l'objectif 100% d'ici 2030.

- Des modes de transports plus respectueux de l'environnement

Les distributeurs de meubles optent de plus en plus pour des modes de transports des marchandises alternatifs aux transports routiers : transport fluvial, ferroviaire ou encore rail-route sont autant de solutions développées dans le but de limiter l'impact environnemental des approvisionnements et des livraisons des magasins et des clients. Ikea s'est par exemple donné comme objectif de réaliser 100% de ses livraisons par véhicules électriques à Paris d'ici 2021, avec l'ambition d'une généralisation de ce mode de livraison dans toute la France d'ici 2025.

- Des investissements dans les énergies renouvelables

Les enseignes investissent aussi dans les énergies renouvelables, dans le cadre d'une stratégie énergétique globale. Ikea a multiplié les investissements dans les énergies renouvelables ces dix dernières années afin d'en encourager la production. Ikea groupe produit ainsi désormais 157 200 MWh d'électricité éolienne en France à partir de champs éoliens détenus par le groupe lui-même.

Des usines de fabrication à la pointe de la performance écologique

Côté fabrication d'ameublement, certains industriels ont une approche très volontariste et placent l'écoresponsabilité au cœur de leur stratégie. Ainsi, sur ses sites de production, la société Alsapan s'était fixé comme objectif de réduire de 20% sa consommation électrique entre 2015 et 2020. Elle dispose de chaudières biomasse et de panneaux photovoltaïques. Elle a obtenu pour l'un de ses sites la certification ISO 50001, qui garantit la qualité du management de l'énergie. L'énergie n'est pas sa seule préoccupation : l'entreprise repense aussi sa consommation de matières premières et le transport des marchandises, en amorçant une transition vers l'utilisation de panneaux alvéolaires. Ces derniers, plus légers que les panneaux de bois classiques, permettent de limiter son besoin en ressource naturelle, de faciliter la manipulation des produits et donc de limiter le taux de casse, et de réaliser des économies de carburant lors du transport. En revanche, la recyclabilité de ces panneaux alvéolaires encore peu présents sur le marché doit être optimisée ; Alsapan travaille dès à présent avec les parties prenantes de la filière à des projets de recherche et développement en la matière.

- **Les initiatives au profit de l'économie circulaire**

Enfin, les enseignes ont mis en place de nombreuses initiatives aussi diverses que variées dans le but de favoriser l'économie circulaire et de réduire drastiquement le gaspillage :

- Partenariats de terrains entre magasins et acteurs locaux de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) pour valoriser la reprise de meubles anciens récupérés chez des clients
- Sensibilisation de la clientèle au travers d'animations en magasins sur l'upcycling, le recyclage et la réparation. C'est notamment le cas d'IKEA qui met en place des ateliers pour apprendre à recycler, imaginer les solutions de réemploi de ses meubles afin d'en allonger la durée de vie. Ces ateliers se font parfois même en partenariat avec des acteurs ESS locaux
- Reprise en magasins d'anciens meubles : les enseignes mettent en place de plus en plus de dispositifs afin de reprendre des anciens meubles et de proposer à leurs clients un nombre plus important de points de collecte.
- Enfin, les enseignes développent de plus en plus de solutions, notamment en ligne, permettant par exemple d'estimer le prix d'un ancien meuble, afin d'en favoriser la revente et le réemploi

II – Résultats 2019

1. 2019 : Une année positive pour le marché du mobilier domestique français

En 2019, les ventes de meubles progressent de 4,1% en valeur et le marché franchit la barre des 13 milliards d'euros de mobilier domestique vendu pour se stabiliser à 13,4 milliards d'euros TTC soit 11,3 milliards d'euros HT.

Toutes les familles de produits et tous les circuits sortent gagnants de l'exercice qui vient de se terminer. La croissance est au rendez-vous dans tous les segments mais ce sont la cuisine et les spécialistes cuisine qui enregistrent les meilleures performances. Les marchés du meuble et de l'équipement de la maison auront bénéficié d'une conjoncture plutôt favorable comme le montrent les bons résultats également enregistrés par les ventes d'électroménager, qui progressent en valeur de 3,7% sur l'année dont 4,7% pour le petit électroménager et 3,1% pour le gros électroménager sous l'impulsion notamment des bonnes performances de l'encastrable selon le Gifam. Les bonnes performances de la cuisine intégrée cette année ne sont sans doute pas étrangères à ce phénomène. On notera que, le secteur du bricolage est lui aussi en progression de 1,8% sur l'exercice selon les données Inoha/Fmb, illustrant ainsi cette année l'intérêt des Français pour leur logement.

On pourrait ainsi citer les éléments suivants pour expliquer ces belles performances :

- une confiance des ménages au-dessus de la moyenne tout au long de l'exercice selon l'indicateur synthétique de confiance des ménages de l'Insee.
- des ménages plutôt dans une logique de consommation alors que leurs principaux placements ont affiché des taux toujours aussi bas (avant une nouvelle baisse du livret A le 1^{er} février 2020 pour arriver à 0,5%)
- un pouvoir d'achat en hausse (+2,1% attendus, du jamais vu depuis plus de dix ans)
- un taux d'inflation plutôt mesuré
- un nombre très élevé de transactions dans l'immobilier ancien, plus d'un million en rythme annuel, qui ont soutenu les différents marchés de l'équipement de la maison

En ce qui concerne les premières semaines de 2020, ces éléments restent plutôt bien orientés avec une nouvelle hausse du pouvoir d'achat attendue, suite notamment à la baisse de l'impôt sur le revenu et à la poursuite de la suppression de la taxe d'habitation. Le chômage devrait également continuer à baisser selon les analystes alors que le moral des ménages n'aura été que peu entamé par le projet de réforme des retraites et les mouvements sociaux qui ont suivi. Les indicateurs sont donc encore au vert afin de poursuivre sur la lancée de l'année 2019.

2. Sans surprise, la cuisine affiche la croissance la plus dynamique

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

	2019	Evolution 2019/2018	Structure du marché 2019
Meuble meublant	4,59	+3,4 %	34,2 %
Meuble de cuisine	3,61	+6,2 %	27,0 %
Canapés, fauteuils et banquettes	2,34	+2,9 %	17,5 %
Literie	1,78	+4,0 %	13,3 %
Meuble de jardin	0,54	+3,1 %	4,1 %
Meuble de salle de bains	0,52	+2,8 %	3,9 %
Total	13,38	+4,1 %	100,0 %

Traitements et estimations IPEA, marché 2019 - Sources : IPEA*, Eco-mobilier, Insee

*En 2019, l'IPEA a mené un travail de recadrage du marché du meuble à partir de différentes sources dont les déclaratifs de mises en marché d'Eco-mobilier par types de produits et types de distributeurs. Ce travail a permis de redéfinir de manière plus précise le périmètre « meuble », surtout pour les grandes surfaces de bricolage et les pure-players. Le changement de périmètre appliqué sur les valeurs de marché en 2018 et 2019 entraîne une rupture des séries statistiques. En conséquence, toute comparaison avec les périodes antérieures à 2018 est impossible.

Le constat est plus que positif concernant la consommation de meubles en 2019. Tous les segments de produits enregistrent de belles progressions, les deux segments les moins performants approchant tout de même les 3% de croissance. La cuisine domine les débats, et de loin ! Suivie par la literie qui reprend des couleurs alors que les canapés, fauteuils, banquettes et le meuble de salle de bains ferment la marche.

:: Le segment du meuble de **cuisine** enregistre la meilleure performance du marché. L'engouement des Français pour la cuisine intégrée ne retombe pas et le segment progresse de plus de 6% au cours de l'exercice qui vient de s'écouler. Si la croissance est au rendez-vous dans tous les circuits, le segment capitalise fortement sur les bonnes performances des spécialistes cuisine dont certains ont aligné régulièrement des croissances à deux chiffres tout au long de l'année. La croissance est également au rendez-vous dans la grande distribution ameublement, le circuit pouvant s'appuyer sur le nombre important de déménagements enregistrés ces derniers mois qui favorisent les besoins en équipement. Les grandes surfaces de bricolage se portent bien également par le biais de propositions d'aménagement de cuisine simples, d'entrée de gamme pour lesquelles elles vendent de forts volumes.

:: La **literie** emboîte le pas de la cuisine et réalise la deuxième meilleure croissance du secteur après une année 2018 morose. Les ouvertures des spécialistes ont repris à un rythme plus soutenu assurant une bonne croissance des réseaux nationaux qui entraînent avec eux le

marché vers le haut. Ces derniers peuvent également compter sur une hausse du panier moyen par le biais du leasing pour ceux qui se sont mis à cette pratique et par le développement toujours d'actualité des literies de plus grande taille. Stratégie différente du côté de la grande distribution ameublement qui comme à son habitude aura joué en 2019 le jeu de la promotion quasi permanente. Cela lui permet toutefois de faire jeu égal avec les spécialistes en termes de croissance. Du côté de la vente en ligne, les croissances enregistrées les dernières années ne sont plus d'actualité, des prix de plus en plus bas ayant eu pour le moment raison de l'effet volume.

:: Avec une croissance de 3,4%, le **meuble meublant** enregistre également une belle performance alors que les surfaces de vente qui lui sont allouées continuent de se réduire dans bon nombre de magasins de la vente physique. Une fois n'est pas coutume, on note de belles progressions des enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme sur ce segment qui enregistrent des croissances qui rivalisent avec celles de la grande distribution. Les grandes surfaces de bricolage continuent également de se positionner sur ce produit via notamment les meubles de chambre, et plus particulièrement le dressing pour lequel elles écoulent quantité de solutions premiers prix. Comme pour la literie, le e-commerce peine à développer ses ventes en valeur même si les volumes sont toujours là. Concernant les produits, les meubles de salon/séjour et de chambre font quasiment jeu égal en termes de croissance devant le bureau et les meubles d'appoint qui progressent également sur l'exercice. Concernant ces derniers, la croissance est fortement liée aux performances des grandes surfaces de bricolage qui réalisent de bons scores. Les déménagements dans l'immobilier ancien étant générateurs de trafic dans ces magasins et ces rayons.

:: Belle année pour le **meuble de jardin** qui voit ses ventes progresser de 3,1%. Un mois de mars particulièrement ensoleillé cette année aura permis au segment de bien démarrer son année mais aussi de la démarrer plus tôt que d'habitude. Un trimestre d'été ensoleillé en juin, juillet et août qui s'est prolongé avec un beau mois de septembre aura également permis de prolonger les ventes. Si l'un des deux leaders du marché, les grandes surfaces de bricolage, s'en sort bien et voit ses ventes progresser, le second, les grandes surfaces alimentaires, voit pour sa part ses ventes reculer. On notera donc cette année les bonnes performances des outsiders sur ce circuit avec de belles progressions de la part de la grande distribution ameublement, malgré les offres très réduites proposées par certains. Mais dans ces conditions une bonne opération commerciale peut vite être synonyme de forte croissance. Bonne performance également du e-commerce, là aussi, si certains leaders ont pu marquer le pas sur l'exercice, les outsiders ont été nombreux à prendre le relais et assurer la relève, ce qui se traduit par une belle croissance du circuit. On relèvera enfin également les belles performances des discounters généralistes qui cette année encore n'ont pas lésiné sur les offres jardin.

:: Si les ventes de **sièges rembourrés** sont en croissance, celles-ci n'excèdent pas les 3% contrairement aux autres segments majeurs du meuble. Comme depuis de nombreuses années maintenant, la dynamique du marché se scinde en deux tendances distinctes. Les ventes de banquettes ont continué à chuter lourdement alors que le canapé convertible premier prix se vend très bien. Comme dans les autres segments du meuble, les spécialistes

réalisent une bonne année, même s'ils sont de plus en plus nombreux à adopter la méthode des promotions agressives pour attirer le consommateur en magasin. Belles performances aussi de la grande distribution ameublement sur le segment après une année 2018 en demi-teinte. Les enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme parviennent également cette année à suivre le rythme de la concurrence. Les résultats du e-commerce s'avèrent pour leur part plus décevants, la montée en gamme sur ces produits reste difficile et le consommateur ne va pas forcément plus loin que le produit d'appel qui l'aura amené sur le site.

:: Les ventes de **meubles de salle de bains** progressent également sur l'année, soutenues notamment par les bonnes performances dans l'immobilier ancien. Le meuble de salle de bains se change la plupart du temps lorsque l'on effectue les travaux suite au déménagement. Pour la salle de bains, le meuble demeure très marqué par la concurrence des sanitaires et de la faïence, les ménages préférant parfois investir dans ces produits plutôt que dans du mobilier pour cette pièce. En effet, exception faite des grandes surfaces de bricolage et des spécialistes bains, l'offre apparaît extrêmement réduite sur ce segment. Le processus de désengagement des spécialistes cuisine qui s'est amorcé il y a plusieurs années maintenant se poursuit, il en est de même au sein de la grande distribution ameublement où les acteurs qui proposent une offre digne de ce nom se font de plus en plus rares. Même si certains sites marchands mettent en avant du mobilier de salle de bains, ce sont les spécialistes et les grandes surfaces de bricolage qui restent les principaux artisans de la croissance de 2019, au coude à coude avec le négoce, alors que les autres circuits n'auront au mieux que réussi à maintenir leurs ventes.

3. 2019, l'année des spécialistes

Structure de la distribution en 2019

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2019/2018
Grande distribution ameublement	40,6 %	5,44	+4,3 %
Spécialistes	23,7 %	3,18	+6,8 %
Grandes surfaces de bricolage	12,9 %	1,73	+2,8%
Ameublement milieu/haut de gamme	10,9%	1,45	+3,1 %
E-commerce-(pure-players)	7,3 %	0,97	+0,7 %
Autres circuits	4,6 %	0,61	+1,1 %
TOTAL	100,0%	13,38	+4,1 %

Traitements et estimations IPEA - Sources : Ipea, Eco-mobilier, Insee

Grande distribution ameublement : magasins du type Alinéa, But, Conforama, Fly, Ikea, Maisons du monde etc.
 Spécialistes : tous type de magasins spécialisés tels les spécialistes, cuisine, literie, salon, bains, etc.
 Ameublement milieu et haut de gamme : magasins du type Mobilier de France, Monsieur meuble, petits

magasins de meubles généralistes, Ligne Roset, Roche-Bobois, etc. E-commerce : toutes les enseignes pure-players, et pure-players uniquement, vendant des meubles en ligne. Autres circuits : artisans, magasins non spécialisés meubles dont grandes surfaces alimentaire, discounters de type Gifi, Centrakor, etc.-

:: En 2019, les **spécialistes** auront été présents sur tous les fronts et ce sont eux qui enregistrent la meilleure performance du marché. Les spécialistes cuisine auront porté le marché de la cuisine intégrée, surtout sur les premiers mois de l'année, les enseignes de la grande distribution tardant à retrouver le chemin d'une croissance durable sur le début de l'exercice sur ce segment. Les spécialistes cuisine poursuivent leur stratégie, ils occupent le terrain en multipliant les communications auprès du consommateur sans aborder forcément tout de suite le sujet du prix et les performances sont au rendez-vous puisque ce sont eux qui enregistrent les meilleurs résultats parmi les spécialistes. Les spécialistes literie et salon ne démeritent pas, ils affichent également des résultats en croissance sans parvenir toutefois à approcher les performances des cuisinistes. Leasing, literie de grande taille, ouvertures de points de vente pour les enseignes nationales permettent de développer le chiffre d'affaires des spécialistes literie. Bonnes performances également des spécialistes salon, si certains tentent de concurrencer la grande distribution sur leurs terres de la promotion, d'autres continuent à jouer leur métier de spécialistes et les résultats sont là pour le circuit.

:: **La grande distribution ameublement** aura vu ses ventes progresser de 4,3% sur le dernier exercice. Les clients d'un des acteurs majeurs, disparu à la fin de l'année 2018, se sont répartis sur les enseignes restantes, même si certains ont été tentés de jouer la carte du e-commerce. Toutefois, la majeure partie des acteurs ne se sont pas contentés de ces nouveaux clients pour développer leur chiffre d'affaires mais ont su également reprendre quelques parts de marché à la concurrence comme le prouve la bonne performance du circuit, même si la croissance reste tout juste supérieure à celle du marché. Les bonnes performances ont été à l'ordre du jour sur le rayon majeur que constitue le meublant, qui représente le premier générateur de chiffre d'affaires du circuit, permettant ainsi une bonne tenue de la performance d'ensemble. Les modifications devraient être toutefois nombreuses en 2020 sur ce circuit avec la fermeture annoncée d'un certain nombre de magasins de la part d'un des acteurs, alors qu'un autre se repositionne et qu'un troisième a ouvert sa market-place à l'automne. Les lignes pourraient donc encore bouger pour l'exercice à venir et les cartes être redistribuées.

:: Les **enseignes de l'ameublement milieu haut de gamme** affichent une belle croissance en 2019. Le circuit enregistre de belles performances sur ses deux rayons majeurs, à savoir le meublant, surtout de salon/séjour, et les sièges rembourrés qui représentent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires. Si les fermetures de magasins indépendants ont encore été nombreuses, les enseignes nationales du milieu de gamme parviennent néanmoins à tirer leur épingle du jeu et à afficher de belles croissances. Les stratégies mises en place ces dernières années portent leurs fruits après plusieurs années de vaches maigres pour le circuit montrant ainsi qu'il reste de la place sur le marché pour une offre milieu de gamme. Les enseignes de l'ameublement haut de gamme profitent également de la bonne conjoncture globale du marché et voient leurs ventes progresser sur un rythme similaire à celui du milieu de gamme.

:: Les **grandes surfaces de bricolage** continuent leur percée sur le marché du meuble et voient encore leurs ventes progresser en 2019 sur leurs deux marchés majeurs que sont le meublant

et la cuisine. Sur des aménagements d'entrée de gamme, les volumes sont au rendez-vous et le maillage intensif du territoire de bon nombre d'enseignes rend les magasins particulièrement accessibles. Les performances de croissance de la cuisine demeurent cependant loin de celles des spécialistes cuisine mais les grandes surfaces de bricolage, pour ces produits comme pour le dressing, constituent une solution de repli crédible et abordable pour de nombreux consommateurs. Les nombreuses transactions immobilières dans l'ancien ayant de plus permis de soutenir le trafic dans les magasins et donc de doper les ventes de meubles. Les grandes surfaces de bricolage pour bon nombre d'entre elles se dirigent de plus en plus vers une logique d'aménagement de l'ensemble de la maison ce qui en fait des acteurs sur lesquels il faudra encore compter dans les années à venir.

:: Pour le **e-commerce**, l'année 2019 aura été plus morose. Si les ventes totales du e-commerce seront en forte progression en 2019 comme l'ont montré les premiers indicateurs de la Fevad publiés en cours d'année, le meuble, comme d'autres biens manufacturés, semble pour sa part avoir du mal à suivre le rythme. La croissance peine à être au rendez-vous et si le chiffre d'affaires du circuit ne recule pas, il ne présente plus les progressions à deux chiffres qu'il pouvait afficher ces dernières années. La montée en gamme souhaitée par de nombreuses enseignes de la vente en ligne tarde à se faire, le consommateur vient sur Internet pour du prix bas et est habitué à des prix barrés depuis de nombreuses années maintenant, difficile donc de remettre le produit en avant. Si on peut imaginer que le choix très nombreux de produits proposés en ligne est un avantage certain, cette surabondance peut également avoir l'effet inverse. Difficile en effet de faire son choix parmi des centaines, voire des milliers de références pour un achat que l'on n'effectue que très rarement au regard de la durée de vie des produits. Et ce d'autant plus que parfois les écarts de prix pour un même produit proposé par le site et sa place de marché peuvent aller du simple au double. Le consommateur peut alors facilement se retrouver dépassé et découragé, ce qui l'amènera à se diriger vers les produits les moins chers afin de réduire son investissement en cas d'erreur voire même à tout simplement abandonner son achat.

:: Concernant le circuit « autres » qui prend en compte principalement les grandes surfaces alimentaires et les discounters généralistes, la croissance est à mettre principalement au crédit des discounters qui jouent de plus en plus la carte du meuble et de la décoration, notamment sur de petits meubles d'appoint d'entrée de gamme pour lesquels ils réalisent de bons scores (volumes) même si la valeur peine pour le moment à suivre.

4. Soutenue par les transactions dans l'ancien, le marché du meuble résiste au recul des mises en chantier de logements neufs

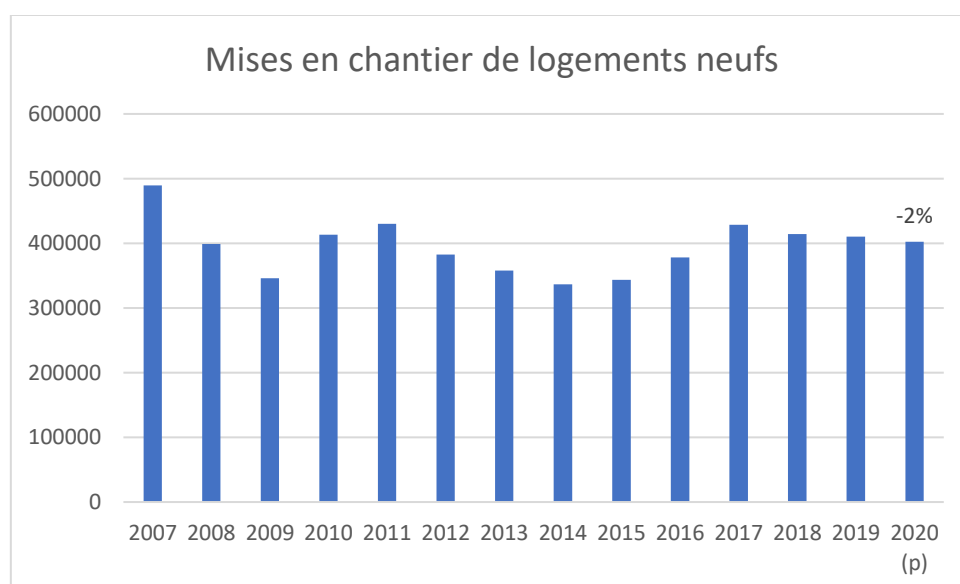
Pour la deuxième année consécutive, les mises en chantier de logements neufs enregistrent un nouveau recul, mais dans des proportions moindres qu'attendues. Ainsi sur l'année 2019, ce sont un peu plus de 410 000 logements neufs qui auront été mis en chantier soit un recul de seulement 1% par rapport à 2018 selon les dernières données disponibles. Les permis de construire affichent un repli un peu plus important avec une baisse des permis délivrés d'un peu plus de 2% sur l'ensemble de l'année 2019 mais avec toutefois une reprise sur le dernier trimestre qui affiche une progression de 8,7%.

Au vu des résultats annuels des permis délivrés, une nouvelle baisse des mises en chantier de logements neufs est annoncée pour l'exercice 2020. Ainsi la Fédération française du bâtiment table pour sa part sur un recul de 2% d'ici la fin de l'année, ce qui devrait amener le nombre de logements mis en chantier autour des 400 000 unités.

On constatera toutefois qu'en 2019, le recul des mises en chantier n'aura pas empêché le marché du meuble de progresser fortement en valeur. Les résultats diffusés par certains acteurs ces dernières années mettaient déjà en évidence que le lien entre mises en chantier et vente de mobilier n'était pas aussi fort qu'il pouvait l'être il y a quelques années. C'est par exemple le cas des spécialistes cuisine qui sont nombreux à réussir à faire progresser leur chiffre d'affaires indépendamment de la situation sur le marché de l'immobilier neuf.

Concernant les transactions dans l'immobilier ancien, les nouvelles étaient au beau fixe en 2019 avec plus d'un million de transactions enregistrées sur l'année. Le déménagement constitue la raison principale évoquée par les consommateurs pour renouveler leur mobilier, ces performances dans l'ancien ne peuvent donc que soutenir le marché du meuble.

Mises en chantier de logements neufs (milliers)*



Source : SDES, Sit@del2

*Attention, les données ont été révisées par l'organisme de diffusion par rapport aux années précédentes

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 plus de 4000 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 et d'une chambre sectorielle dédiée à la cuisine.

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

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 2019, l'IPEA a réalisé une étude analysant l'impact démographique sur le marché du meuble 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