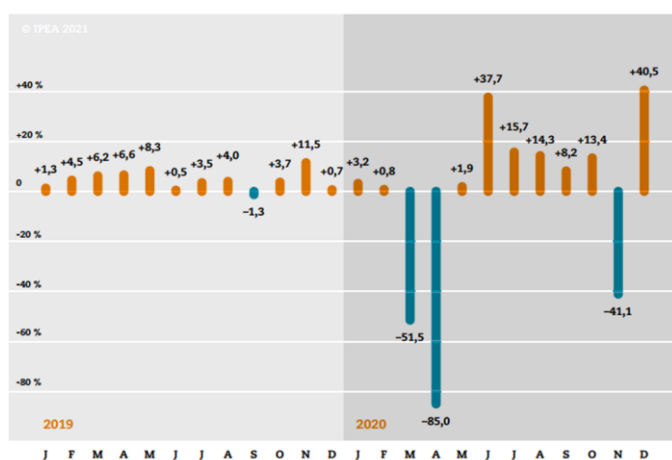


## BAROMETRE IPEA POUR SNEC

Mercredi 24 mars 2021

### 1 - Etat des lieux

#### #002. PERFORMANCES MENSUELLES DU MARCHÉ DU MEUBLE EN 2019 ET 2020



Total meuble : des ventes totalement erratiques en 2020 avec 3 mois de fermeture des magasins. Du jamais vu avec des mois de juin et décembre en progression de 40%.

Tout ceci pour que l'année 2020 se termine par une baisse des ventes de -4,8% sur l'ensemble du mobilier et de -2,9% pour les ventes de cuisines.

#### #012. STRUCTURE DU MARCHÉ DU MEUBLE EN 2020 ÉVOLUTION EN VALEUR – MILLIARDS D'EUROS COURANTS

	2020 MDS €	ÉVOLUTION 2020/2019	STRUCTURE DU MARCHÉ 2020
Meuble meublant	4,30	-6,3%	33,9%
Cuisine intégrée	3,50	-2,9%	27,5%
Canapé, fauteuil, banquette	2,22	-5,3%	17,4%
Literie	1,65	-7,6%	12,9%
Meuble de jardin	0,56	+4,2%	4,4%
Meuble de salle de bains	0,50	-3,7%	3,9%
<b>Total</b>	<b>12,73</b>	<b>-4,8%</b>	<b>100,0%</b>

Traitements et estimations IPEA – Sources : IPEA, Éco-mobilier, Insee.

Encore une fois, les spécialistes cuisines ont mieux tiré leur épingle du jeu avec une baisse de -2,1%.

Le choc le plus important est la baisse des ventes de cuisines de la Grande distribution Ameublement (Ikea, Conforama, But) de -8,7% alors que les ventes des Grandes surfaces de bricolage ont progressé de 1,5%.

**#019. RÉPARTITION DES VENTES DE CUISINE INTÉGRÉE  
PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION**  
EN % VALEUR

	PART 2020	ÉVOLUTION 2020/2019
Spécialistes	52,9%	-2,1%
Grandes surfaces de bricolage	22,1%	+1,5%
Grande distribution ameublement	20,8%	-8,7%
Ameublement milieu-haut de gamme	2,2%	-3,5%
E-commerce	1,0%	+5,4%
Autres	1,0%	-11,5%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,9%</b>

Source : IPEA.

## 2 - Conjoncture

Les deux premiers mois de l'année 2021 montrent toujours de belles progressions avec une fréquentation soutenue.

Mars semble démarrer de manière plus timide mais l'orientation du marché reste favorable.

## 3 - Perspectives

Côté intentions d'achats, le résultat de nos enquêtes consommateurs de décembre montre que 6,5% des foyers français comptent acheter une cuisine intégrée en 2021 soit le double des acheteurs réels en 2020.

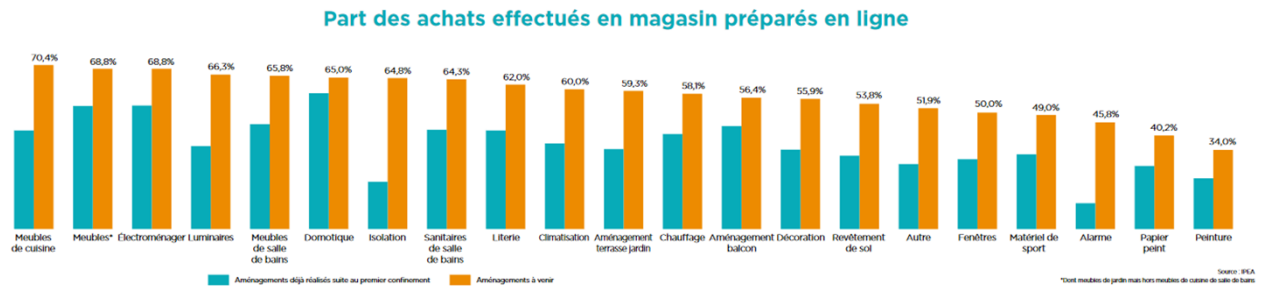
Entre intentions et achats, il y a bien sûr des consommateurs qui ne passeront pas à l'acte mais le taux d'intentions reste élevé.

Au final, l'IPEA table sur une croissance des ventes de cuisines intégrées de 5,5 % pour 2021 (5,2% pour l'ensemble du meuble) avec un second semestre nettement moins favorable.

Ce deuxième semestre prend en compte des arbitrages plus favorables aux loisirs et à la voiture dès cet été pour entamer un début de tensions économiques et sociales à la rentrée auxquelles il faudra ajouter les discours politiques des élections présidentielles qui devraient amener une partie des Français à épargner encore plus.

## 4 – Digitalisation du parcours d’achat : l’avance de la cuisine sur les marchés de la maison

Une récente étude menée par l’Institut de la Maison –IPEA pour Sofinco Partners montre que le secteur de la cuisine est le plus avancé des secteurs de l’habitat sur la digitalisation du parcours d’achat.



74% des ménages ayant l’intention d’acheter une cuisine intégrée en 2021 indiquent qu’ils prépareront en ligne leur futur achat en magasin contre la moitié en 2020.

Grâce aux configurateurs en ligne et à la richesse des sites internet des différentes enseignes, l’idée que le projet débute en ligne est maintenant naturelle dans la tête du consommateur.<sup>i</sup>

<sup>i</sup> Source : Profil 2021 par Sofinco Partners – Etude réalisée par l’Institut de la Maison – IPEA - mars 2021  
<https://www.sofinco-espacepro.com/outils/vos-outils-sofinco/profil-2021-by-sofincopartner/>