

La distribution d'ameublement-décoration à l'horizon 2020

Reconfiguration du jeu concurrentiel : quels sont les véritables leviers de croissance ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude sur la distribution d'ameublement-décoration. Elle vous propose une analyse détaillée des nouvelles forces en présence au sein du paysage concurrentiel. L'étude présente également des classements exclusifs de l'ensemble des enseignes ainsi que des prévisions d'activité à l'horizon 2020 . Une attention particulière a été portée à l'analyse des leviers de croissance digitaux à mobiliser alors que le web transforme en profondeur les parcours d'achat et favorise l'apparition de la consommation collaborative et de nouvelles formes d'intermédiation, à commencer par les réseaux sociaux.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour, stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6DIS93

Delphine David
Directrice d'études
Precepta

La distribution d'ameublement-décoration à l'horizon 2020

Reconfiguration du jeu concurrentiel : quels sont les véritables leviers de croissance ?

Edition Août 2016
250 pages

Nouveaux *business models* et nouvelles zones de création de valeur

Le marché de l'ameublement-décoration se porte mieux et les nouvelles offres foisonnent. Certaines d'entre elles émergent des stratégies de diversification de distributeurs en quête de croissance, d'autres sont portées par des *start-up* innovantes du web qui imaginent de nouveaux parcours d'achat ou de nouvelles façons de consommer. Toutes visent à capter, *via* internet, une partie de la valeur créée par un marché encore très atomisé. Cette véritable intensification de la concurrence soulève plusieurs enjeux pour les acteurs en place. D'abord, accélérer la stratégie digitale tout en amplifiant les synergies entre le web et les magasins. Ensuite, intégrer la consommation collaborative au modèle d'affaires alors qu'une partie de la demande se déplace vers le marché de l'occasion et du *vintage* avec l'essor des *marketplaces* spécialisées...

Qui sont ces nouveaux acteurs du marché de l'ameublement-décoration et quels sont leurs *business models* ? Quels défis implique l'évolution du jeu concurrentiel pour les enseignes traditionnelles ? Quelles sont les réelles perspectives pour ce marché d'ici 2020 ?

Les points clés de l'étude

- Le scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2020 et les chiffres clés du marché**
 Les dépenses des ménages en meubles et articles de décoration (arts de la table et de la cuisine, linge de maison et textile d'ameublement, luminaires, objets de décoration et encadrement), les ventes en ligne, la dynamique des circuits de distribution...
- Le décryptage du jeu concurrentiel et de ses mutations**
 La cartographie détaillée des forces en présence (circuits spécialisés dans l'habitat vs circuits généralistes), les classements exclusifs Xerfi-Precepta, les parts de marché 2015 des 40 principales enseignes (tous circuits confondus), les e-commerçants leaders, les mouvements d'entreprises (restructurations, rapprochements...), le développement des réseaux, les nouveaux acteurs du web et de la consommation collaborative...
- Les enjeux et orientations stratégiques en matière de digitalisation**
 Analyse du parcours d'achat du consommateur, intégration du e-commerce, déploiement de dispositif *web-to-store*, digitalisation des points de vente, investissement dans une place de marché, prise en compte des nouvelles intermédiations (*meta marketplaces*, médias sociaux)...

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective de la distribution d'ameublement-décoration à l'horizon 2020. Le marché entre dans une période d'embellie. Si le parcours d'achat idéal reste centré sur le magasin, le e-commerce poursuivra sa progression à deux chiffres, franchissant allègrement la barre des 20% des ventes totales. Autre foyer de croissance : la consommation collaborative ouvre de nouvelles perspectives alors qu'une partie de la demande se déplace vers le marché de l'occasion et du *vintage*.

Table des matières et contenu de l'étude

SYNTHÈSE & CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse dresse les perspectives du marché de l'ameublement-décoration en se basant sur les évolutions du contexte économique, des arbitrages et comportements d'achat des ménages. Elle aborde les mutations en cours du paysage concurrentiel et les défis stratégiques auxquels doivent faire face l'ensemble des acteurs présents sur le marché, enseignes traditionnelles comme nouveaux acteurs du web.

MARCHÉ ET STRATÉGIES CONCURRENTIELLES

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. LES DÉPENSES DE LOGEMENT

- Les dépenses de logement dans la consommation totale des ménages (2015)
- La consommation d'équipement du logement (valeur, volume, prix / 2000-2015)
- La structure de la consommation d'équipement du logement par poste (2005-2015)

2. LE MARCHÉ DE L'AMEUBLEMENT-DÉCORATION

- L'analyse globale du marché : dynamique de la consommation (2005-2015), répartition des ventes par circuit de distribution (2012-2015), évolution du e-commerce (2012-2015)
- L'analyse détaillée par segment (meuble vs décoration) : dynamique de la consommation, répartition des dépenses par poste, structure par circuit de distribution, activité et performances financières des distributeurs spécialisés

3. LES PRÉVISIONS 2020 : LE MARCHÉ, LES VENTES EN LIGNE

2. L'ÉVOLUTION DU JEU CONCURRENTIEL

1. LE TOP 40

- La classification des opérateurs (spécialistes du meuble, spécialistes de la décoration, GSA, GSB, discounters, etc.)
- Les parts de marché des enseignes en valeur (2015)

2. LA DYNAMIQUE DES RÉSEAUX

- La croissance des parcs de magasins des enseignes leaders (2005-2015)
- Les restructurations (2010-2015)

3. LES STRATÉGIES DIGITALES SUR LE MARCHÉ DE L'AMEUBLEMENT-DECORATION

- Les acteurs du e-commerce : la cartographie des e-commerçants, la typologie des sites et les modèles de revenus
- Les axes de développement des enseignes traditionnelles : du e-commerce à « l'omni-canalité »
- La montée en puissance des *marketplaces* : quels acteurs ? quels enjeux ?
- La concurrence des *pure players* spécialisés : les propositions de valeur des leaders
- Les nouveaux acteurs du e-commerce : les *meta-marketplaces* et les médias sociaux

4. LA CONSOMMATION COLLABORATIVE SUR LE MARCHÉ DE L'AMEUBLEMENT-DECORATION

- La consommation collaborative : définition, pratiques et rayonnement
- Les catégories d'intermédiaires sur le marché collaboratif
- Les modalités d'intégration de la communauté de consommateurs par les distributeurs

ENVIRONNEMENT ET FORCES EN PRÉSENCE

1. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Le pouvoir d'achat, la consommation des ménages (2000-2016), la structure des dépenses de consommation par grand poste (2015)

2. LE COMMERCE DE DÉTAIL

- Le chiffre d'affaires du commerce de détail (2000-2016) et sa structure par canal de vente (2015)

3. LE E-COMMERCE

- La dynamique des ventes en ligne et les composantes de leur croissance (2000-2015), leur répartition par grand marché et le poids du e-commerce sur 20 marchés de biens de consommation (2015)

L'étude propose une analyse détaillée du paysage concurrentiel de la distribution d'ameublement-décoration. L'offre reste fragmentée entre une multitude de circuits et d'enseignes même si le niveau de concentration tend à se renforcer. Le marché continue d'attirer de nouveaux acteurs : enseignes en phase de diversification dans l'équipement de la maison ou *pure players* du web proposant aux consommateurs de nouvelles sources d'inspiration, de nouvelles façons d'acheter le mobilier et la décoration d'intérieur.

Si la croissance du parc de magasins reste la priorité de certains distributeurs, l'accélération des stratégies digitales est nécessaire à court terme. La montée en puissance des *pure players* doit inciter les enseignes traditionnelles à investir dans le e-commerce et à penser « omni-canal ». Les acteurs du web cherchent déjà des points d'ancrage dans la sphère réelle pour faire jouer la complémentarité du web et du physique. L'ouverture d'une *marketplace* est également une option stratégique envisageable.

2. LES CLASSEMENTS DES FORCES EN PRESENCE

1. LE PANORAMA DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

2. LES CLASSEMENTS D'ENSEIGNES

Pour chacune des catégories d'opérateurs listées ci-dessous : un classement des enseignes sous forme de tableau avec leurs données-clés (actionnariat, parc de magasins et chiffre d'affaires réseau selon disponibilité); une éphéméride des faits marquants sur la période 2014-2016

- Les enseignes d'équipement du foyer (Conforama, But)
- Les enseignes d'ameublement-décoration (Ikea, Alinéa...)
- Les enseignes de meuble généralistes (Monsieur Meuble, Roche Bobois...) et spécialisées (Maison de la Literie, Château d'Ax...)
- Les enseignes de décoration généralistes (Casa, Zôdio...) et spécialisées (Carré Blanc, Keria, Ambiance & Styles...)
- Les grandes surfaces de bricolage (Leroy Merlin, Castorama...) et les jardinerie (Gamm Vert, Jardiland...)
- Les enseignes *discount* et de déstockage (GiFi, Centrakor...)
- Les véadistes traditionnels (La Redoute, 3 Suisses...)
- Les *pure players* généralistes (Amazon, Cdiscount...) et spécialisés (Delamaison, Home24, Westwing...)

3. LA PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DES LEADERS

Cette partie rassemble 24 fiches d'identité, chacune présentant une enseigne, ses données financières et les chiffres-clés de son réseau (points de vente, chiffre d'affaires, poids du e-commerce...) selon disponibilité.

1. LES ENSEIGNES TRADITIONNELLES

- Alinéa, Ambiance & Styles, But, Carré Blanc, Casa, Centrakor, Comptoir de Famille, Conforama, Darty, Fnac, GiFi, Ikea, Keria, La Foire'Fouille, La Redoute, Maisons du Monde, Monsieur Meuble, Roche Bobois

2. LES PURE PLAYERS DU WEB

- Delamaison.fr, Home24.fr, Made.com, Miliboo.com, Vente-unique.com, Westwing.fr

4. L'OBSERVATOIRE DES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

Cette partie permet de mesurer, situer et comparer les performances de 70 entreprises de la distribution d'ameublement-décoration à travers les fiches synthétiques de chacune des sociétés et les tableaux comparatifs. Les données portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 92% des comptes non consolidés 2014 et 15% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- 3 SUISSES
- ALINÉA
- AMAZON
- AMBIANCE & STYLES
- AUCHAN
- BHV MARAIS
- BRICOMARCHE
- BROCANTELAB
- BUT
- CAMIF
- CARRÉ BLANC
- CARREFOUR
- CASA
- CASINO
- CASTORAMA
- CDISCOUNT
- CENTRAKOR
- CHÂTEAU D'AX
- COMPTOIR DE FAMILLE
- CONFORAMA
- CUIR CENTER
- DARTY
- DELAMAISON
- E.LECLERC
- EBAY
- ETSY
- FLY
- FNAC
- FRANCOISE SAGET
- GALERIES LAFAYETTE
- GENEVIEVE LETHU
- GIFI
- GUY DEGRENNE
- HABITAT
- HEMA
- HOME24
- HOZZ
- IKEA
- INSTAGRAM
- INTERMARCHE
- KERIA
- L'AMEUBLIER
- LA FOIR'FOUILLE
- LA REDOUTE
- LEBONCOIN
- LEROY MERLIN
- LES AUTHENTIQUES
- LIGNE ROSET
- LOGIMOB
- MADE
- MADEINDESIGN
- MAGASINS U
- MAGINEA
- MAISONS DU MONDE
- MATELSOM
- MAXIAM
- MILIBOO
- MISTERGOODDEAL
- MOBILIER DE FRANCE
- MONDIAL TISSUS
- MONOPRIX
- MONSIEUR MEUBLE
- MR BRICOLAGE
- PINTEREST
- POINT CADRES
- PRINTEMPS
- ROCHE BOBOIS
- TATI
- VENTE-PRIVEE
- VENTE-UNIQUE
- WESTWING
- YVES DELORME
- ZÔDIO

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- ALINÉA
- ATMOSPHERES INTERNATIONAL
- BOCONCEPT RETAIL FRANCE
- BUT INTERNATIONAL
- CASA FRANCE
- CENTRAKOR STORES
- CENTRAKOR WEB
- CINNA
- CONFORAMA FRANCE
- CREATIONS JEAN VIER
- CUIR CENTER INTERNATIONAL
- DISTRIBUTION GUY DEGRENNE
- EK FRANCE
- FLY
- FUTURA FINANCES (NOZ ARRIVAGES)
- GIFI
- GRAM
- GW CONCEPT (GIFI)
- HABITAT FRANCE
- JYSK
- LA HALLE AU SOMMEIL DEVELOPPEMENT
- MAISONS DU MONDE FRANCE
- MATHON DEVELOPPEMENT
- MDL INTERNATIONAL (MAISON DE LA LITERIE)
- MEUBLES IKEA FRANCE
- MEURAMA FRANCE (HOME SALONS)
- MILIBOO
- MOBILIER DE FRANCE
- OBJETS ET CIE (ZÔDIO)
- PEM
- PRIM'STYLE (COMPTOIR DE FAMILLE)
- PYLONES
- ROCHE BOBOIS INTERNATIONAL
- ROSET
- RYOHIN KEIKAKU FRANCE SAS (MUJI)
- SAGAM
- SEA
- SOCIETE MAXIAM
- SOCIETE NOUVELLE POINT CADRES
- TEXTILE DE MAISON (OLIVIER DESFORGES)
- TIFFANY DECORATION
- UCEM
- VENTE-UNIQUE COM
- ZARA HOME FRANCE

(*) Listes non exhaustives

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6DIS93** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le e-commerce BtoC en France à l'horizon 2025**
6DIS75 – Juillet 2016
- **Le marché de la maison connectée**
5EEE19 – Mars 2015

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BONDE
COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6DIS93 / PTAX / Cial

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/05/2017 (TVA 5,5%).

La distribution d'ameublement-décoration à l'horizon 2020

Reconfiguration du jeu concurrentiel : quels sont les véritables leviers de croissance ?

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500 € HT	2 400 € HT	2 795 € HT
2 637,5 € TTC	2 532 € TTC	2 948,73€TTC
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris
B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607