

COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?



SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES.....	5
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES.....	7
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES	10
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	12

LE MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES

Après avoir progressé durant trois années consécutives, le marché du meuble est confronté à un recul de son activité en valeur. L'atonie du pouvoir d'achat, conjugué à la conjoncture immobilière, pèse sur le marché. En effet, malgré la bonne tenue des transactions dans l'ancien, les mises en chantier de logements neufs reculent.

Tous les segments de marché sont impactés (meuble meublant, salons, literie, meubles de salle de bains, meubles de jardin) à l'exception des meubles de cuisine dont les ventes en valeur continuent de progresser et qui représentent aujourd'hui le deuxième marché du secteur en valeur (derrière le meuble meublant et devant les salons).

Face à ces difficultés, les enseignes de la grande distribution d'ameublement (But, Conforama, Ikéa) mènent plusieurs stratégies pour conserver leur leadership : renforcement de leur maillage territorial en déclinant leur concept dans des formats de proximité plus petits avec une valorisation de l'offre déco, accélération des cycles de renouvellement de l'offre et multiplication des opérations promotionnelles.

Toutefois, bien qu'elles dominent largement le secteur avec près de la moitié des parts de marché du meuble, ces enseignes sont confrontées aux pressions concurrentielles des spécialistes sur le segment très porteur du meuble de cuisine, mais aussi à celles des pure players sur les mono-produits (literie, meubles de cuisine) et le mobilier design (Made, Miliboo, Made In Design, etc.).

Dans ce contexte, les enseignes traditionnelles sont contraintes d'accélérer la digitalisation de leurs concepts. Les spécialistes du marché estiment que les ventes de meubles sur Internet devraient représenter 15% du marché de l'ameublement d'ici 2020.

Tendances

Très lié au marché de l'immobilier, le marché sera confronté au ralentissement des mises en chantier.

L'organisation du marché

Le secteur du commerce de détail de meubles peut être segmenté en fonction des circuits de distribution :

- **Les grandes enseignes de la distribution d'ameublement** : elles proposent une gamme très large de produits à prix moyens. Souffrant d'un déficit d'attractivité, l'offre des enseignes historiques de ce segment (But, Conforama) s'est fortement rapprochée de celle des enseignes du jeune habitat (Ikea) ces dernières années. Les trois leaders du marché, Ika, But et Conforama, captent aujourd'hui près de la moitié des parts du marché de la distribution de meuble.

- **Les spécialistes mono-produit** : ils offrent un assortiment très large sur un seul produit : meubles de cuisine, meubles de salons, literie, etc.

De nombreux réseaux sous enseigne se sont développés sur ce segment (L'Univers du Sommeil, La Compagnie du lit, Tout Salon etc).

- **Les spécialistes de l'ameublement-décoration** (Ligne Roset, Roche Bobois, Cinna...) positionnent leur offre sur le mobilier haut de gamme.

- **le e-commerce** : ce circuit de distribution est en plein essor avec notamment des concepts proposant des meubles design sur-mesure fabriqués "à la commande", ce qui permet de limiter le poids de stocks qui pèse lourdement sur les acteurs traditionnels du meuble.

- **les grandes surfaces de bricolage** : ces dernières années, elles ont mené des stratégies de diversification et les grandes enseignes du secteur proposent aujourd'hui une gamme structurée de meubles de salle de bains, de cuisine et de meubles de rangement (dressing notamment).

- **les artisans** : ils commercialisent les meubles qu'ils fabriquent. Leurs parts de marché sont marginales dans le secteur.

		COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	10 565 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2016	14,220 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2015)	2018	104,1 ⁽³⁾
	2017	104,8
	2016	104,3
	2015	100,0
	2014	98,2
	2013	98,1
	2012	99,7
	2011	101,1
	2010	100,7

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre 2016.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES

Les aptitudes professionnelles

Le professionnel est souvent issu des métiers de la vente, sauf en ce qui concerne les artisans qui commercialisent leurs productions.

Le professionnel, qui doit impérativement connaître les tendances de son marché, doit être un excellent gestionnaire et savoir mettre en valeur ses produits dans son point de vente. Il doit parfaitement maîtriser les relations avec ses fournisseurs, être un habile négociateur tant en amont (fournisseurs) qu'en aval (clientèle) de son activité.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Aucun diplôme n'est exigé pour exercer la profession. Le professionnel doit être inscrit au registre du commerce et des sociétés ainsi qu'au répertoire des métiers s'il a une activité de fabricant.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur l'urbanisme commercial : le seuil d'autorisation d'implantation et d'extension des surfaces commerciales est relevé de 300 à 1 000 m². Les critères de densité commerciale par zone (ratio de surfaces commerciales au m² / 1 000 habitants) sont supprimés.

La réglementation

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public.

Les prix sont librement déterminés, mais leur affichage est strictement réglementé. (Arrêté du 3 décembre 1987).

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur :

- Les délais de paiement aux fournisseurs : la LME plafonne les délais de paiement à 60 jours à compter de la date d'émission de la facture (ou 45 jours fin de mois). Les sanctions en cas de dépassement de ces délais sont renforcées.

- Les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'installation

Du fait de la forte densité commerciale sur le marché du meuble, la création est très aléatoire. Elle doit être précédée d'une étude de marché complète et nécessite d'importants capitaux propres du fait d'un délai très long de retour sur investissement.

Les investissements

Les principaux investissements portent sur l'agencement du point de vente qui doit être modifié régulièrement (tous les 3 à 5 ans). Les changements d'enseigne, assez fréquents, nécessitent des frais de réagencement élevés. Les véhicules de livraison ont une durée de vie relativement longue (5 à 7 ans).

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel suit son chiffre d'affaires par personne occupée ainsi que la répartition de ses ventes dans les magasins multi - produits. Les taux de marge sont plus élevés sur le petit mobilier (tables basses, lampes...) et sur le mobilier traditionnel déjà monté. Il suit également l'importance et la diversité de ses stocks, en cherchant à limiter les produits à rotation lente (salles à manger complètes, salles de bains...). Le commerçant travaille en flux tendu.

Les recettes de l'activité

La saisonnalité des recettes dépend du type de produits vendus. Ainsi, les ventes de salons sont plus importantes en automne-hiver, alors que celles des meubles

de jardin sont concentrées au printemps et en été. A noter que 60% des ventes de meubles sont assorties d'un crédit à la consommation.

Les charges à surveiller

Les achats représentent un peu moins de 50 à 60% du chiffre d'affaires. La valeur ajoutée est affectée en priorité aux charges de personnel (10% du chiffre d'affaires) et aux loyers. Les autres charges spécifiques à l'activité concernent le stockage et la livraison, les frais de publicité, les dépenses d'aménagement du magasin et les redevances éventuelles à l'enseigne commerciale.

La maîtrise du résultat

Le résultat est tributaire de la maîtrise des achats, du délai de rotation des stocks et des charges de personnel. L'adhésion à un réseau permet d'obtenir de meilleures conditions d'approvisionnement en termes de coût des marchandises et de délai de livraison. Les niveaux de marges sont en général plus élevés dans les petites structures généralistes. Les grands magasins spécialisés dans la vente de meubles en kit dégagent les marges les plus faibles mais compensent par le volume des ventes.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Du fait de la concurrence des succursalistes, les niveaux de rentabilité du secteur sont relativement faibles. Les fonds propres doivent représenter au minimum 50% des capitaux permanents pour préserver une rentabilité correcte. Les besoins de trésorerie sont fréquents du fait du poids des stocks et ce malgré les conditions de paiement accordées par les fournisseurs.

		COMMERCE DE DÉTAIL DE MEUBLES
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2017	758 ⁽¹⁾
	2016	774
	2015	659
	2014	1 048
	2013	804
	2012	854
	2011	871
	2010	893
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	322 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	47,19 %
	Excédent brut d'exploitation	16,64 %
	Rotation des stocks	175 jours
	Crédit clients	17 jours
	Crédits fournisseurs	51 jours
	Besoin en fonds de roulement	46 jours

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

Les principales difficultés du métier

Très lié à la conjoncture économique, le secteur du commerce de détail de meubles est risqué. Les indépendants résistent très difficilement à la baisse du volume d'activité lors des fluctuations économiques et éprouvent des difficultés à adapter leur offre aux attentes des consommateurs. Le risque sectoriel est particulièrement fort pour les réseaux mono-spécialisés (literie, salons) et les réseaux haut de gamme.

• L'intensité de la concurrence

Une concurrence très vive existe entre les différents acteurs du secteur, très nombreux à se partager les parts de marché. Cette concurrence freine la croissance des prix et oblige les enseignes à augmenter le volume de leurs ventes pour maintenir leur niveau de chiffre d'affaires.

• Le risque d'approvisionnement

Les conditions négociées avec les fournisseurs sont essentielles pour assurer la rentabilité de l'activité. Elles portent sur les prix des produits, leurs dates de règlement et les conditions de livraison. Seuls les grands réseaux sont à même d'obtenir les meilleures conditions tout en diversifiant leurs fournisseurs (importation notamment).

• Le risque lié aux stocks

Les stocks trop importants ou démodés constituent un handicap insurmontable pour les commerces. Les meubles lourds (salles à manger, salons...) ont un délai de rotation beaucoup plus élevé que les meubles en kit et le petit mobilier.

Dans ce contexte, l'affiliation à un réseau est essentielle pour disposer des mêmes atouts que la concurrence. Les indépendants isolés ne peuvent subsister que s'ils sont eux-mêmes fabricants de produits très originaux et de grande qualité.

		COMMERCE DE DETAIL DE MEUBLES
EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE DES ACTIVITES DE COMMERCE ET DE RÉPARATION AUTOMOBILE	2017	11 837 (1)
	2016	12 516
	2015	13 608
	2014	13 783
	2013	14 102
	2012	13 647
	2011	13 424
	2010	13 265
	TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce
Moyenne tous secteurs		60,4 %

(1) Source : Banque de France.

(2) Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

Les principales organisations professionnelles

FNAEM

Fédération Nationale du Négoce de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison
59 rue St Lazare - 75009 Paris
Tel : 01 42 85 87 55
<http://www.fnaem.fr>

IPEA

Institut de Promotion de l'Étude de l'Ameublement
15 rue de la Cerisaiel - 75004 Paris
Tel : 01 82 28 35 70
<http://www.ipea.fr>

La presse spécialisée

Mobilium

<http://www.mobilium-media.com>

LSA

<http://www.lsa.fr>

Linéaires

<http://www.lineaires.com>

Points de Vente

<http://www.pointsdevente.fr>

Faire Savoir Faire

<http://www.fairesavoirfaire.com>