

Edition 2021



E-COMMERCE DE L'ÉQUIPEMENT DE LA MAISON : OPPORTUNITÉS ET ENJEUX LOGISTIQUES

Boom des ventes en ligne, essor du C2C,
nouveaux services de livraisons...

LesEchos

ÉTUDES



Plan de l'étude

Remerciements	<u>4</u>	3. L'enjeu économique des retours	<u>54</u>
Synthèse : 15 pages pour aller à l'essentiel	<u>5</u>	4. Livraisons de volumineux et pondéreux : aujourd'hui, un marché de plus de 1,4 milliard €	<u>56</u>
Périmètre de l'étude	<u>20</u>	03. Cartographie des prestataires	<u>58</u>
01. En amont, des filières en ébullition	<u>26</u>	1. Méthodologie	<u>59</u>
1. Des filières en croissance	<u>27</u>	2. Segmentation des prestataires et parts de marché	<u>60</u>
2. ... portée par le boom du e-commerce	<u>33</u>	3. Focus sur quelques acteurs emblématiques	<u>65</u>
3. Dans le commerce traditionnel, des performances contrastées selon les enseignes	<u>36</u>	04. Et demain ?	<u>71</u>
4. Le point de vente urbain devient centre logistique de proximité	<u>38</u>	1. Dynamique et tailles des marchés à horizon 2025	<u>72</u>
5. La demande pour le produit d'occasion ou reconditionné : une tendance structurelle	<u>41</u>	2. Cinq mouvements majeurs	<u>75</u>
02. En aval, des enjeux de services logistiques	<u>45</u>	Annexes	<u>76</u>
1. Se faire livrer : un réflexe en forte croissance mais il reste des freins	<u>46</u>	1. Qui sommes-nous	<u>77</u>
2. La livraison de volumineux ou pondéreux : un modèle protéiforme	<u>49</u>	2. Nous contacter	<u>78</u>
		3. Nous suivre	<u>79</u>



01. En amont, des filières en ébullition

1. Des filières en croissance

Electroménager : Flex office et tendances sociétales favoriseront la demande

La filière a été impactée en 2020 par la fermeture des commerces « non essentiels » pendant le premier confinement. La baisse temporaire d'activité n'a été que partiellement compensée par le e-commerce.

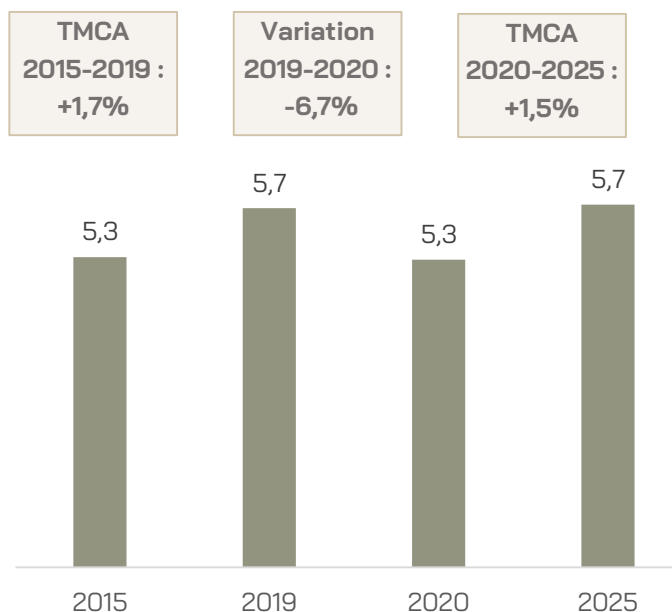
Structurellement, si la tendance au Flex office et l'engouement pour les émissions gastronomiques se confirment, le marché devrait bénéficier d'une demande croissante d'achat d'équipements électroménagers, coïncidant avec une attention plus importante allouée au « do it yourself » alimentaire.

Toutefois, le marché va probablement connaître à court terme une demande croissante pour l'entrée de gamme (contexte économique incertain pour de nombreux ménages) : la pression sur les prix compensera partiellement, en valeur, la croissance des volumes.

Au global, la demande va rester soutenue au cours des prochaines années. Toutefois la croissance sera « cannibalisée » par le dynamisme du marché de l'occasion (voir plus loin).

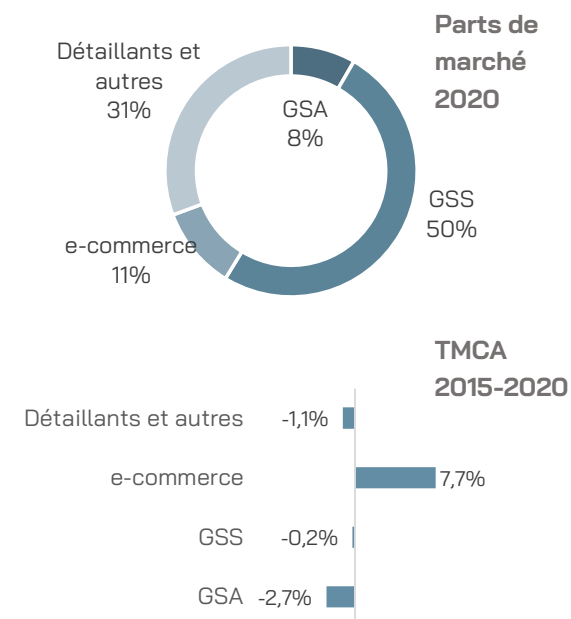
Marché de l'électroménager volumineux – Chiffre d'affaires de la Distribution, en mds €

Source : Euromonitor jusqu'en 2020 – Les Echos Etudes pour 2025
Périmètre : uniquement l'électroménager volumineux ou pondéreux : lave-linge, lave-vaisselle, fours, réfrigérateurs ...



Données par circuits de distribution

Source : estimation Les Echos Etudes. Périmètre : uniquement l'électroménager volumineux ou pondéreux. Exclut les enseignes d'articles culinaires ne vendant que du petit électroménager



GSA : Grandes Surfaces Alimentaires, périmètre : ventes en boutique
GSS : Grandes Surfaces Spécialisées (exemple : Darty), périmètre : ventes en boutique
E-commerce : inclut également les ventes e-commerce des enseignes traditionnelles
Autres : commerces de proximité et toute enseigne hors GSA et GSS



01. En amont, des filières en ébullition

1. Des filières en croissance

Marché du Meuble (B2C) : des performances contrastées selon les enseignes

Le marché bénéficie entre autres d'une forte demande de mobilier d'extérieur, une tendance amenée à se renforcer sous l'effet de « l'exode urbain » provoqué par les confinements successifs.

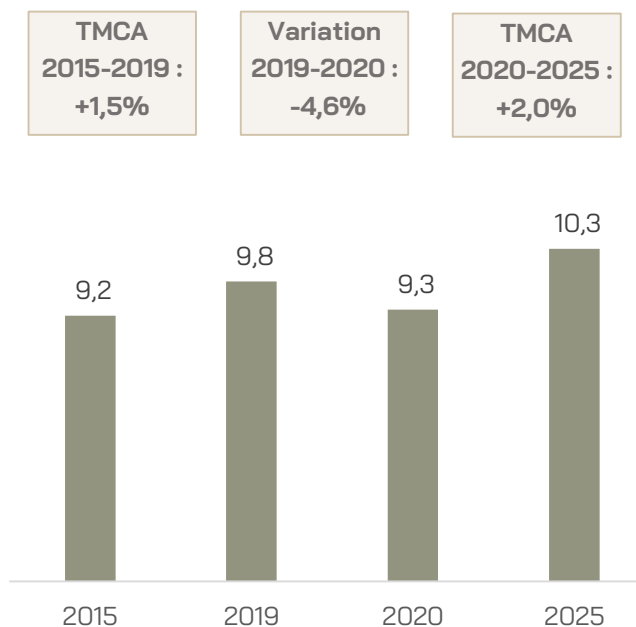
La filière est caractérisée par des performances contrastées selon les acteurs : Ikea et But gagnent 3 points de parts de marché en 5 ans (et un TMCA de 2,5%), tandis que Conforama fait face à des difficultés.

Mêmes contrastes au niveau des autres spécialistes du Meuble : les enseignes positionnées haut de gamme, avec points de vente en centre-ville, se portent globalement mieux que leurs concurrentes moyen-de-gamme. Anticipant une demande accrue pour le mobilier haut-de-gamme, les grands magasins transforment depuis peu leur agencement en allouant davantage d'espace au Meuble (au détriment de l'Habillement).

La demande va rester soutenue au cours des prochaines années, toutefois la croissance sera « cannibalisée » par le dynamisme du marché de l'occasion (voir plus loin).

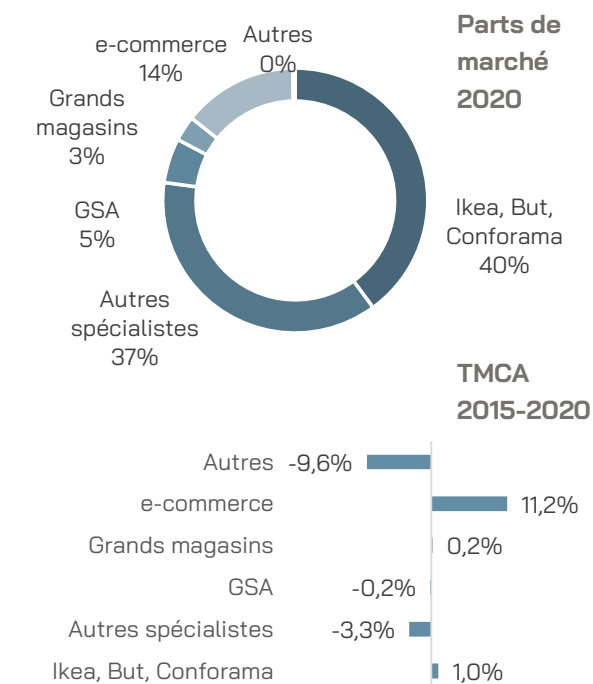
Marché du Meuble (volumineux ou pondéreux) – Chiffre d'affaires de la Distribution, en milliards €

Estimation Les Echos Etudes à partir de diverses sources statistiques
Périmètre : équipement de la maison (intérieur et extérieur) de plus de 30 kg ou volumineux



Données par circuits de distribution

Source estimation Les Echos Etudes



Autres spécialistes, exemples : Maisons du Monde, Alinea, Ligne Roset ...
Grands magasins, exemples : Le Bon Marché, Galeries Lafayette ...
GSA : Grandes Surfaces Alimentaires, périmètre : ventes en boutique
E-commerce : inclut également les ventes e-commerce des enseignes traditionnelles