

ÉDITORIAL

Une de plus...

Avec le salon de Nantes, se termine – en ce qui nous concerne ! – le traditionnel « marathon » des manifestations consacrées au meuble réparties sur la fin de l'année et le tout début de la suivante (sachant que Milan arrive ensuite bien plus tard, au printemps). L'abondance

de rendez-vous provinciaux positionnés sur le secteur, qui rythmaient la vie de la profession il y a encore dix ou quinze ans, faisait débiter cette course beaucoup plus tôt dans l'année... mais les derniers temps, comme on le sait, on fait disparaître progressivement ces salons,

puis ont célébré la genèse d'une nouvelle manifestation dans la capitale. Un autre rendez-vous majeur, même si, rendons-nous à l'évidence, a lui aussi subi les impacts d'une conjoncture morose, continue de s'imposer comme un événement majeur pour bon nombre de

fabricants et distributeurs : le salon de Nantes. Alors que l'édition 2015 avait accusé une légère baisse de la fréquentation, les chiffres de 2016 ont été plus rudes, et c'est surtout au niveau de l'offre que la perte a été marquée. Malgré tout, comme en témoigne notre

bilan en pages 4 et 5, il semblerait que cette session ait tout de même su satisfaire beaucoup de ses exposants et visiteurs présents, avec, pour les premiers, de beaux volumes d'affaires réalisés durant les trois jours. Conscients des défis à relever tout de même pour

retrouver au moins le niveau de 2015, les organisateurs fourmillent déjà d'idées pour l'année prochaine. Faisons-leur confiance, comme nous faisons confiance à la profession, car nous savons bien, également, que c'est elle qui fait le succès d'un salon. **[E.B.]**

EN PARTENARIAT
AVEC L' I.P.E.A.

CONSOMMATION

BON DÉBUT D'ANNÉE 2016 POUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS

Hormis le **textile-habillement** qui démarre l'année 2016 en léger recul malgré les soldes (- 0,7 %), les autres marchés observés affichent de bons résultats par rapport au premier mois de l'année 2015. **Le meuble** devrait, lui aussi, être en croissance sur janvier au vu des premiers résultats du marché, ce que nous confirmeront sans doute la semaine prochaine les résultats de l'indicateur IPEA. Grande surprise pour **l'électronique grand public**, qui arbore un + 6,9 % alors qu'elle faisait partie des marchés les

plus en difficulté en 2015. Pour rappel, la valeur de ce marché était en baisse de - 2,3 % sur 2015. Le début des soldes d'hiver s'avère donc bénéfique pour ce secteur et infirme, pour le moment, les prévisions des spécialistes plutôt pessimistes pour 2016 (- 2 %). **L'électroménager** a clôturé l'année 2015 sur de bonnes performances : + 4,6 % selon le GIFAM. Le **PEM** a vu ses ventes croître de + 6,5 % et le **GEM** de + 3,5 %. Clé de leur succès : l'innovation ! Ce travail de longue haleine porte ainsi ses fruits et permet de maintenir

un niveau des ventes plus que convenable et régulier durant toute l'année... même en période de solde (+ 4,4 %), les ménages continuent de renouveler leur appareil électroménager profitant de prix attractifs. Progression des immatriculations de **voitures neuves** de + 3,5 % en janvier 2016... soit le huitième mois de hausse consécutif pour le marché automobile ! La reprise se confirme, et profite ce mois-ci aussi bien aux constructeurs français (+ 2,6 %) qu'à étrangers, même si ces derniers enregistrent de

meilleures progressions en janvier (+ 7,6 %). Enfin, le secteur du **bricolage** progresse doucement mais sûrement (+ 1,1 %) en ce début d'année. Même constat que pour le marché du meuble : les Français reprennent goût à la décoration et à l'aménagement de leur intérieur surtout depuis les événements de novembre. La maison et le cocon qu'elle représente reviennent au centre des attentions : cela se traduit par des résultats en hausse, soutenus également par la reprise du marché immobilier.

Evolution des ventes en valeur en janvier de quelques biens d'équipement de la maison ou de la personne

	JANVIER
TEXTILE-HABILLEMENT	- 0,7 %
ÉLECTROMÉNAGER	+ 4,4 %
ÉLECTRONIQUE GRAND PUBLIC	+ 6,9 %
BRICOLAGE	+ 1,1 %
AUTOMOBILE*	+ 3,5 %

Source : Banque de France (les séries ont été remises à jour) et CCFA.

*Evolution du nombre d'immatriculations de véhicules pour particuliers, en janvier 2016.

DISTRIBUTION

La chambre IDF lance une grande campagne de promotion

Dès ce mercredi 9 mars, et jusqu'au dimanche 3 avril, la Chambre Syndicale Ameublement Paris / Ile-de-France déploie une campagne de promotion autour du meuble. Axée sur « le plaisir et la joie de recevoir un nouveau mobilier », celle-ci investira les grandes chaînes du pays – France

Télévisions et quelques canaux de la TNT dont BFM TV – avec le sponsor d'émissions phare mais, surtout, des diffusions à 20 h 40 sur le service public : « La publicité en prime time n'existe plus sur les chaînes de France Télévision », explique **Philippe Louviot**, président de la CSA Ile-

de-France et initiateur de cette campagne, *sauf pour les organisations politiques et syndicales... dont nous faisons partie. Il y aura donc un spot unique à 20 h 40 – le nôtre ! – ce qui lui donnera un retentissement optimal*. Deux films de 18 secondes chacun, tournés durant ce mois de janvier, seront

dévoilés : 440 diffusions, au total, seront étalées sur la période. S'y ajoutera la mise en ligne du site web changezdemobilier.fr, qui sera majoritairement aux couleurs bleu / blanc / rouge.

12 PARTENAIRES DU SECTEUR

Financée en majorité par la Chambre d'Ile-de-France, cette campagne est aussi rendue réalisable grâce à la contribution de plusieurs fabricants et distributeurs français (pour 300 000 euros au total) tels que Meubles Célio, L'Ameublier (GRAM), Mobilier de France, Maison de la Literie et Univers du Sommeil, Mobaipa, Perene (groupe Fournier), Himolla, Simmons / Dunlopillo ou encore Story... auxquels



s'ajoutent la Foire de Paris et Sofinco. Les logos de ces douze partenaires figureront à la fin des spots télévisés, ainsi que sur le site de la campagne, où des liens renverront vers leurs sites respectifs, et des bandeaux mettront en avant leurs propres promotions éventuelles. Un site qui permettra également de visualiser rapidement les négociants

adhérant à la CSA Ile-de-France, et d'accéder à une fiche détaillant le savoir-faire de chacun d'entre eux, avec des photos valorisantes. La Chambre syndicale prévoit d'ores-et-déjà une deuxième campagne sur cette année : 200 spots devraient en effet être diffusés sur les mois de septembre et octobre prochains.

