

– LE BAROMÈTRE DE L'INDUSTRIE DE LA DÉCORATION, DU DESIGN ET DE L'ART DE VIVRE –

À l'occasion de son baromètre, Maison&Objet interroge trois fois par an, la communauté des acteurs du secteur sur les grands indicateurs du marché ou des points d'actualité. Données basées sur les résultats d'un questionnaire en ligne administré du 24 mai au 4 juin 2021 auprès de 1 152 marques, Retailers ou prescripteurs.

**Retailers**

Boutiques indépendantes, grands magasins, chaînes de magasins, e-commerce...

**Prescripteurs**

Architectes d'intérieur, architectes, promoteurs immobiliers, paysagistes...

**Marques**

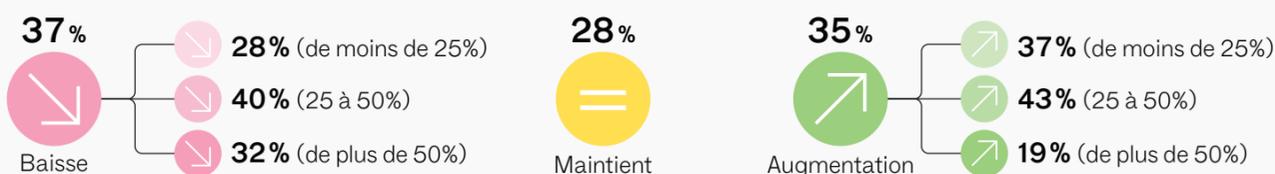
Fabricants, designers, éditeurs de produits de décoration, design ou d'art de vivre

## LES GRANDS INDICATEURS DU MARCHÉ

### Évolution du chiffre d'affaires sur les 4 derniers mois

par rapport à la même période l'an passé

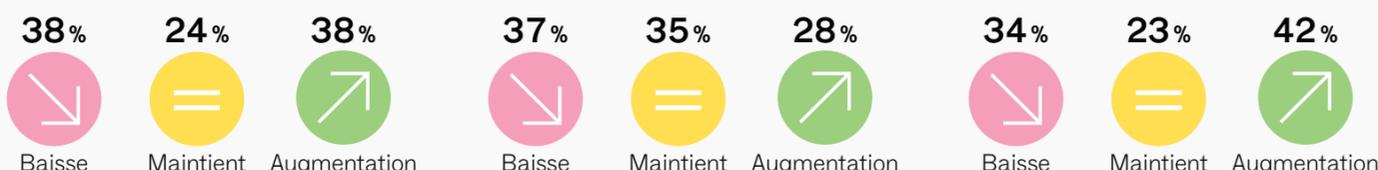
**Ensemble des répondants**



**Retailers**

**Prescripteurs**

**Marques**

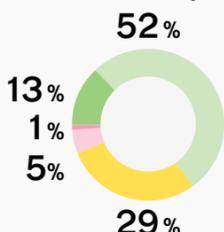


### Perspectives de chiffre d'affaires sur les 4 prochains mois

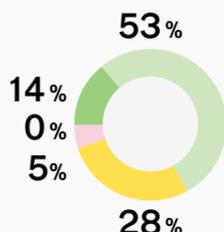
par rapport à la même période l'an passé

Très positives Positives Neutres Négatives Très négatives

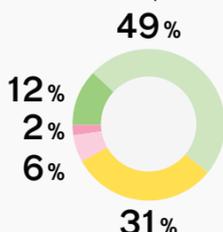
**Ensemble des répondants**



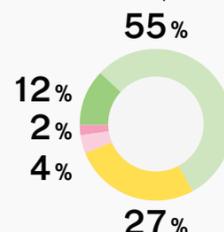
**Retailers**



**Prescripteurs**



**Marques**

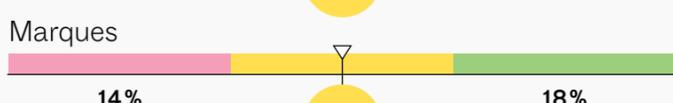
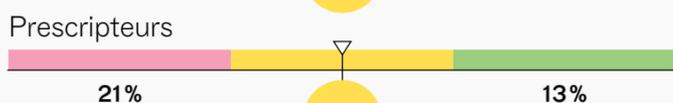
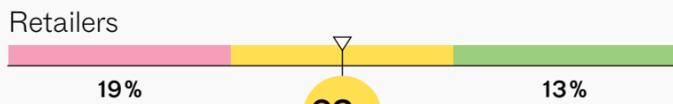


### Évolution des effectifs sur les 4 derniers mois

**Ensemble des répondants**

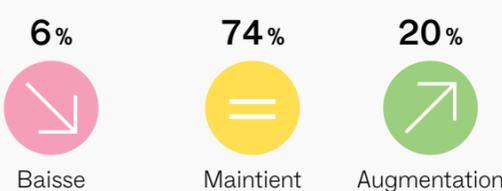


Baisse Maintient Augmentation

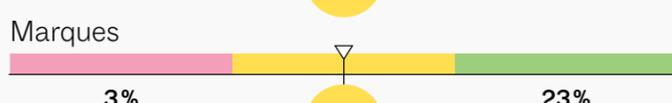
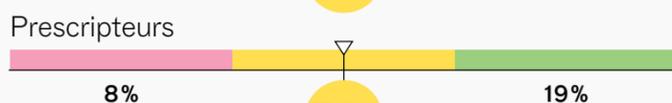


### Perspectives d'évolution des effectifs sur les 4 prochains mois

**Ensemble des répondants**

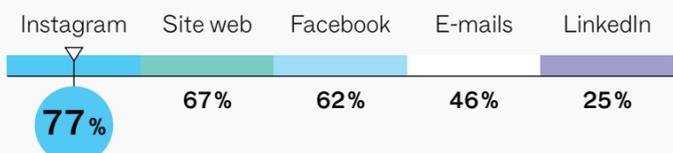


Baisse Maintient Augmentation

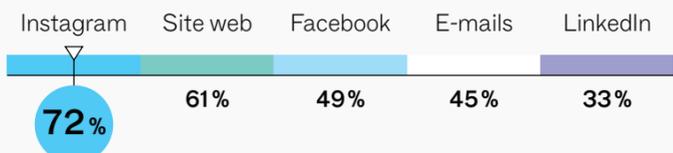


### Canaux de communication digitaux

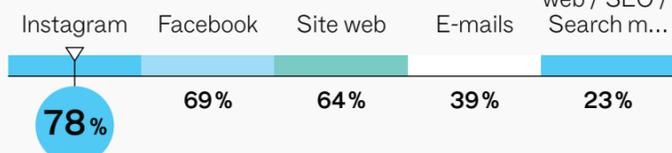
**Ensemble des répondants**



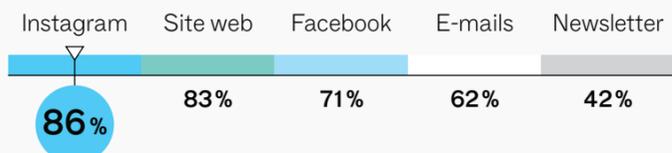
**Prescripteurs**



**Retailers**



**Marques**

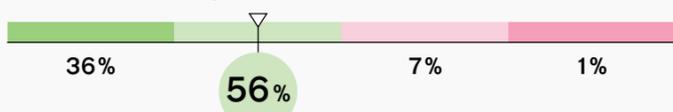


## DANS L'ACTUALITÉ

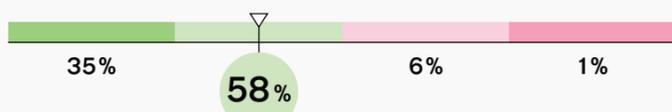
### Conséquences de la crise de la Covid-19 sur l'entreprise

Cette crise a permis à ma société de se développer / Cette crise a affaibli ma société, mais nous allons pouvoir y faire face / Cette crise a affaibli ma société et je ne suis pas sûr(e) que ma société puisse y faire face / Je pense mettre un terme à mon activité

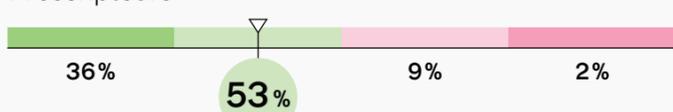
**Ensemble des répondants**



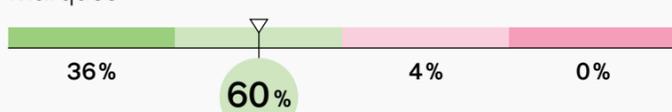
**Retailers**



**Prescripteurs**



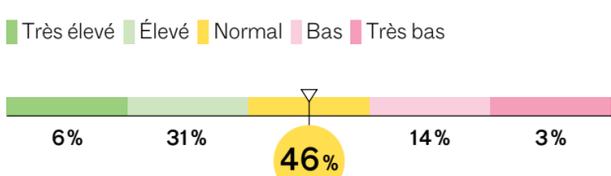
**Marques**



# LES INDICATEURS DES RETAILERS

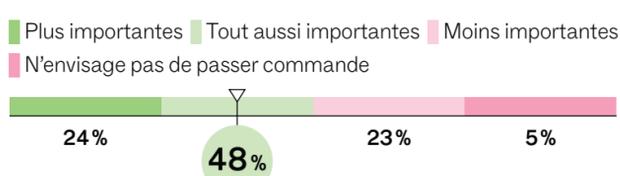


## Niveau de stocks



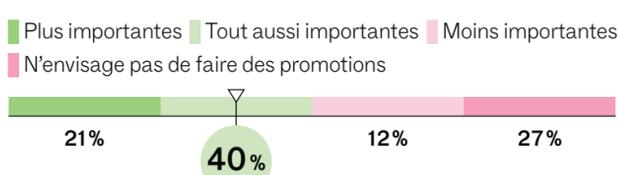
## Perspectives de commandes sur les 4 prochains mois

par rapport à la même période l'an passé



## Prévision d'actions promotionnelles sur les 4 prochains mois

par rapport à la même période l'an passé



## Référencement de nouvelles marques sur les 4 derniers mois



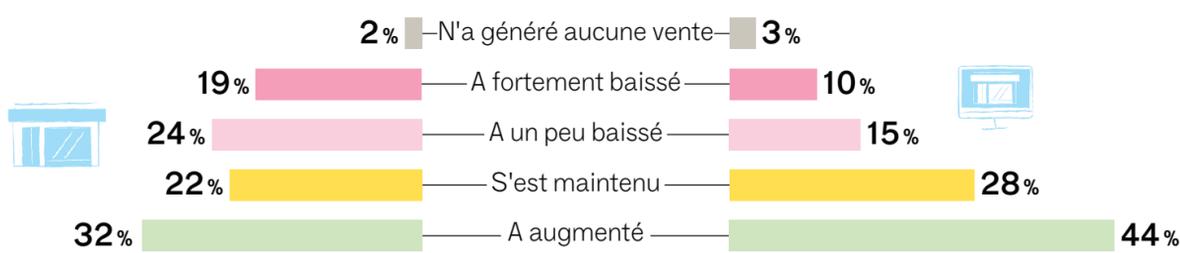
## Canaux de vente



## Les volumes de ventes sur les 4 derniers mois...

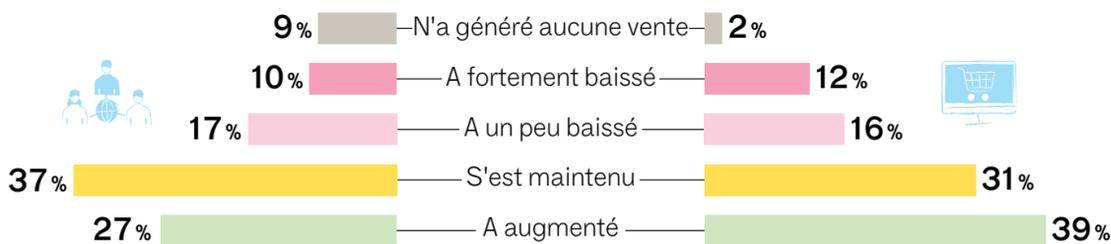
par rapport à la même période l'an passé

### ...dans votre/vos point(s) de vente



### ...sur votre/vos boutique(s) en ligne

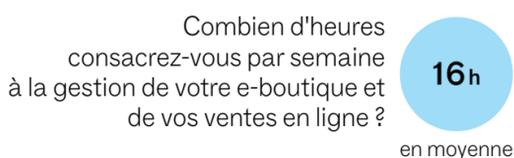
### ...sur les réseaux Sociaux



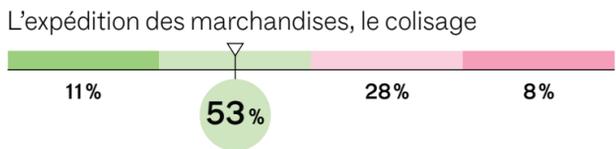
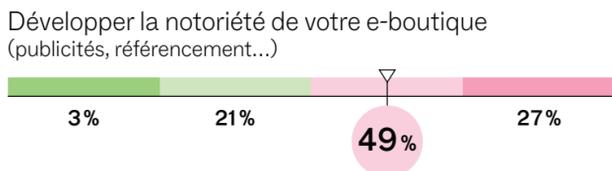
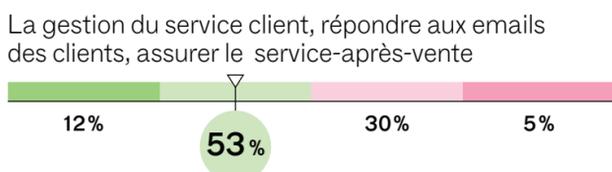
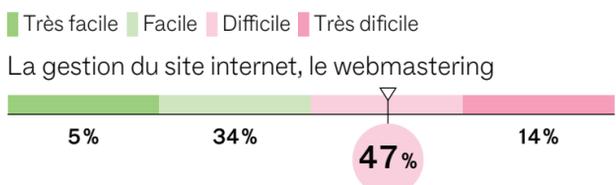
### ...sur les plateformes de marché

## DANS L'ACTUALITÉ

### Gestionnaires de e-boutique : nouveau métier, nouveaux défis



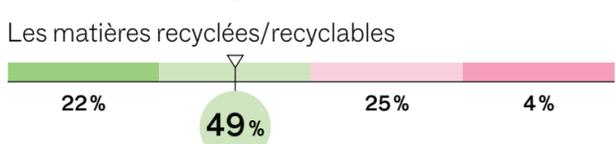
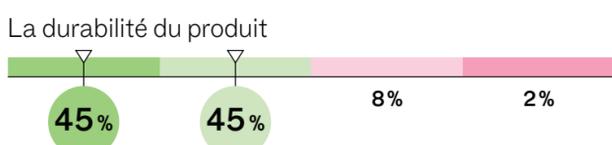
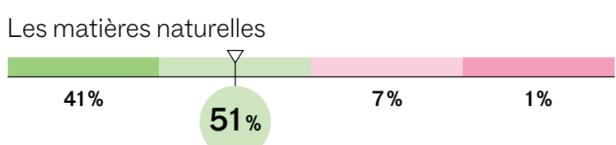
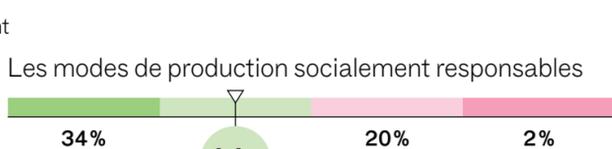
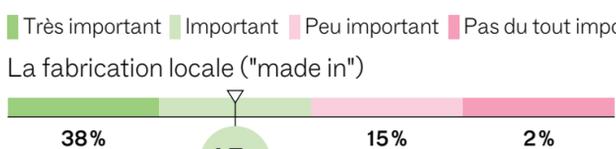
### Niveau de difficulté de chacune des tâches suivantes



### Produits éthiques : l'engouement des clients



### Importance accordée par leurs clients dans le choix d'un produit éthique



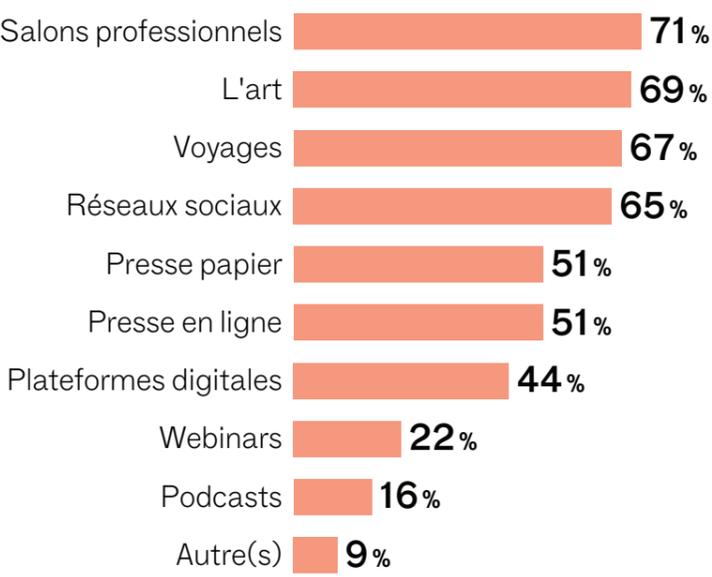
# LES INDICATEURS DES PRESCRIPTEURS



## Nombre de nouveaux projets sur les 4 derniers mois

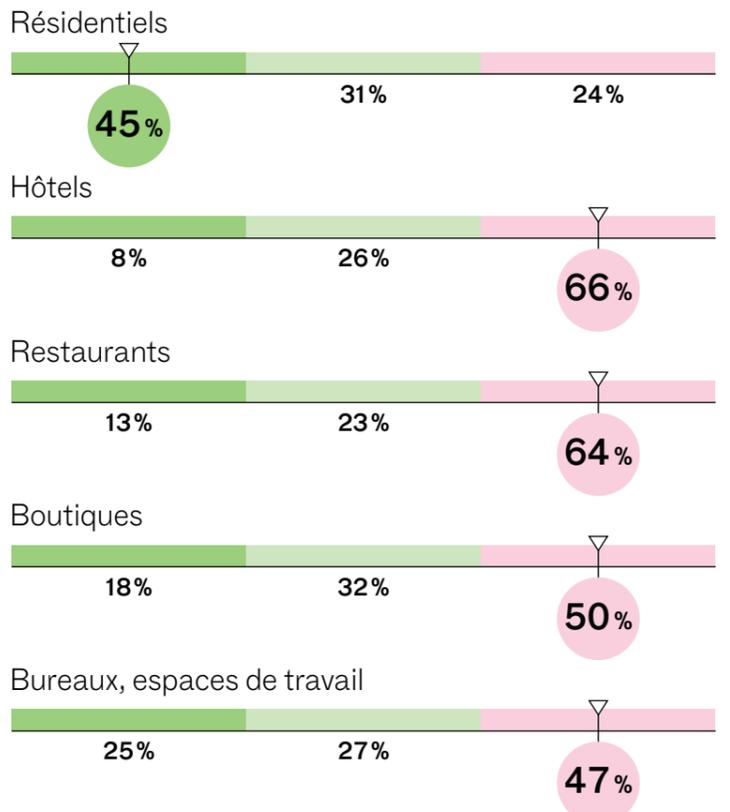


## Sources d'inspiration régulières



## Évolution du nombre de projets sur les 4 derniers mois par rapport à la même période l'an passé

Plus de projets/chantiers | Autant de projets/chantiers | Moins de projets/chantiers

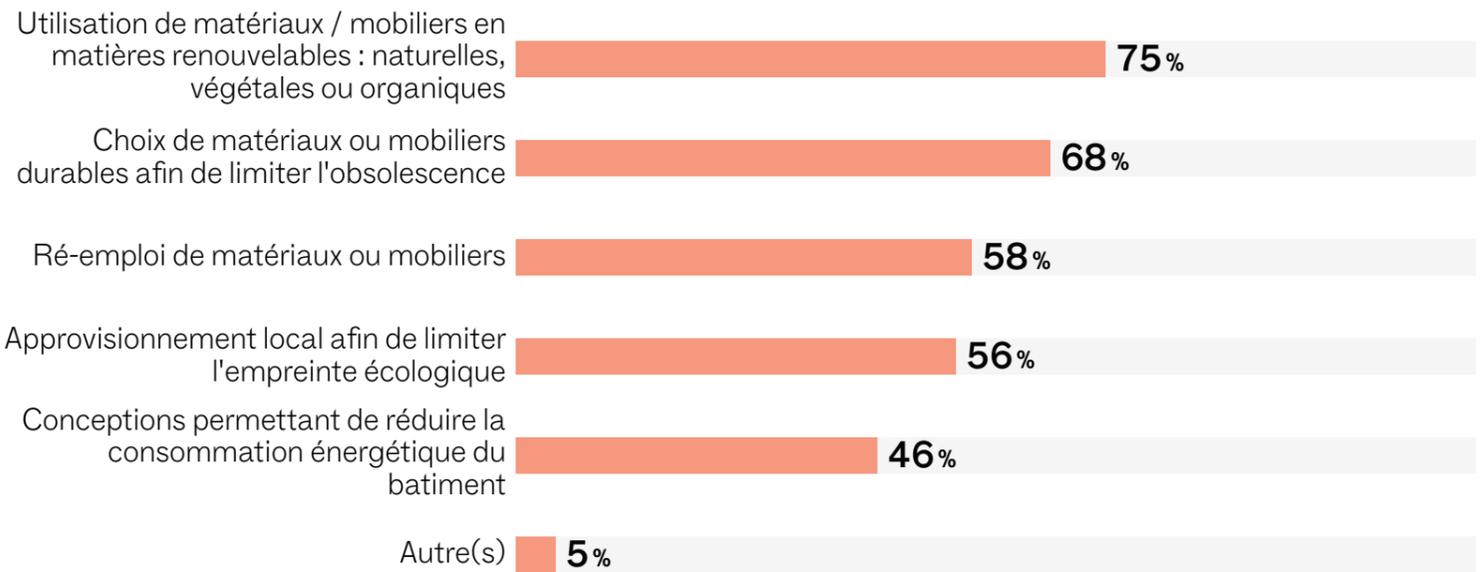


## DANS L'ACTUALITÉ

### Éco-responsabilité : les nouveaux enjeux des chantiers



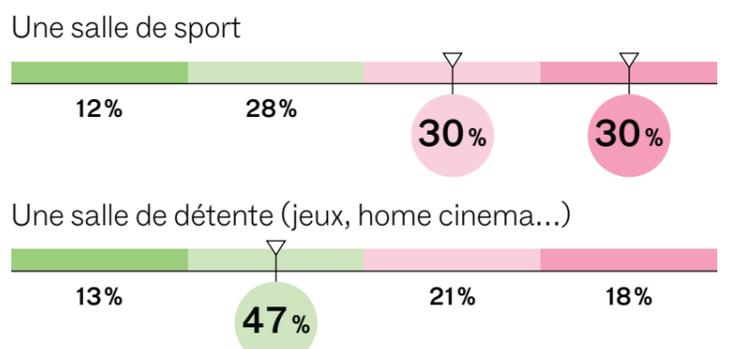
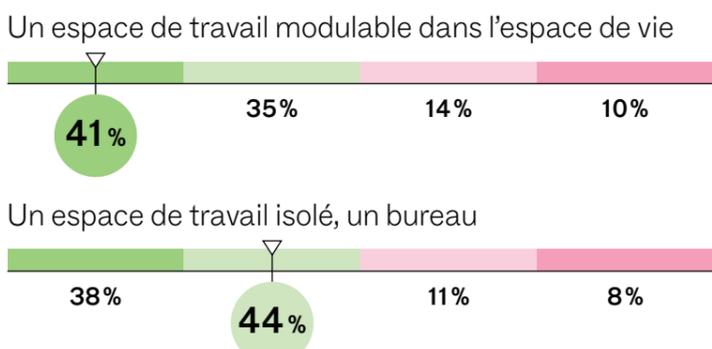
### Action(s) mise(s) en oeuvre régulièrement



### Les tendances actuelles dans le résidentiel

Avez-vous noté un intérêt croissant de vos clients dans le cadre de leurs projets résidentiels pour...

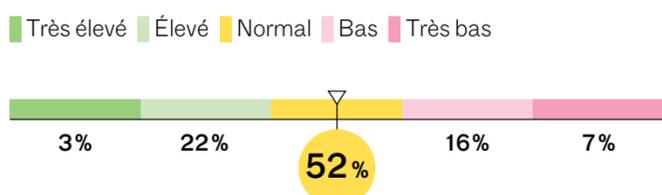
Tout à fait | Plutôt oui | Plutôt non | Pas du tout



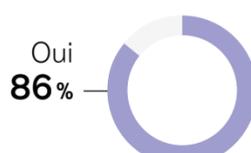
# LES INDICATEURS DES MARQUES



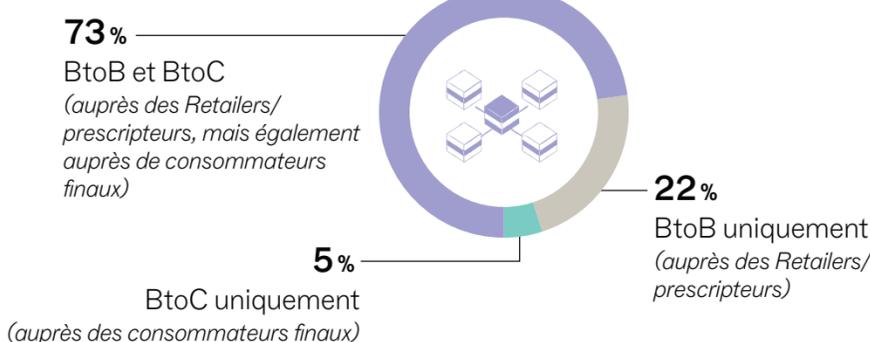
## Niveau de stocks



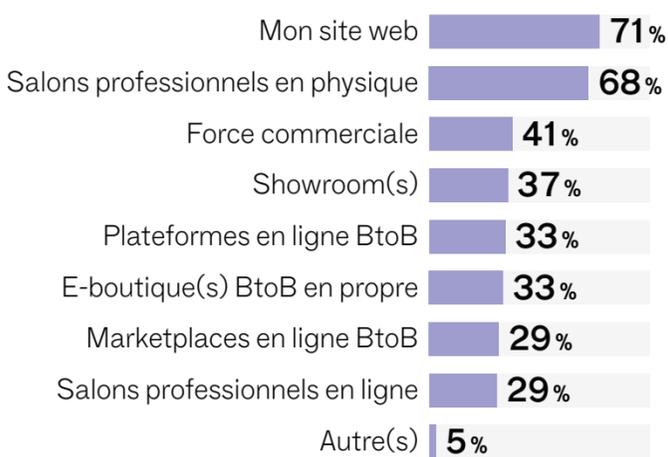
## Prévisions de lancement de nouveautés dans les 4 prochains mois



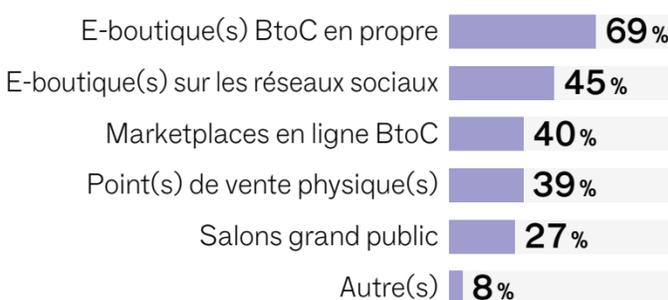
## Modèle de distribution



## Canaux de vente ou de mise en relation BtoB



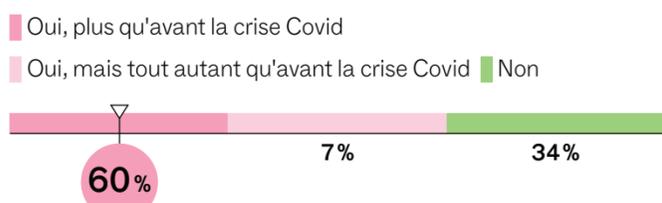
## Canaux de vente BtoC



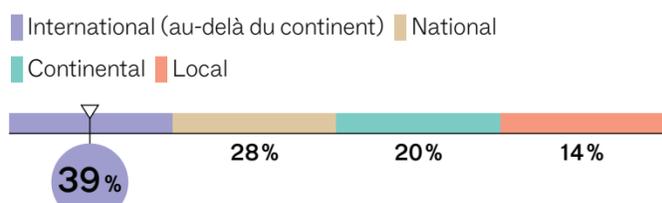
## DANS L'ACTUALITÉ

### Sourcing : les nouveaux enjeux face à la crise des matières premières et du transport

#### Difficultés à recevoir matières premières et marchandises



#### Origine des matières premières et marchandises



47%

envisagent de sourcer leurs matières premières et marchandises plus localement

### Produits éthiques : les nouveaux défis des marques



92% sont engagées dans une démarche éco-responsable



43% envisagent de s'engager dans une démarche éco-responsables

#### Les actions mises en place

