

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, les acteurs du secteur sur des indicateurs du marché ou des points d'actualité. Les données suivantes sont basées sur les résultats d'un questionnaire en ligne administré du 3 au 12 Octobre 2022 auprès de 810 Marques, Distributeurs ou Prescripteurs.

DISTRIBUTEURS

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

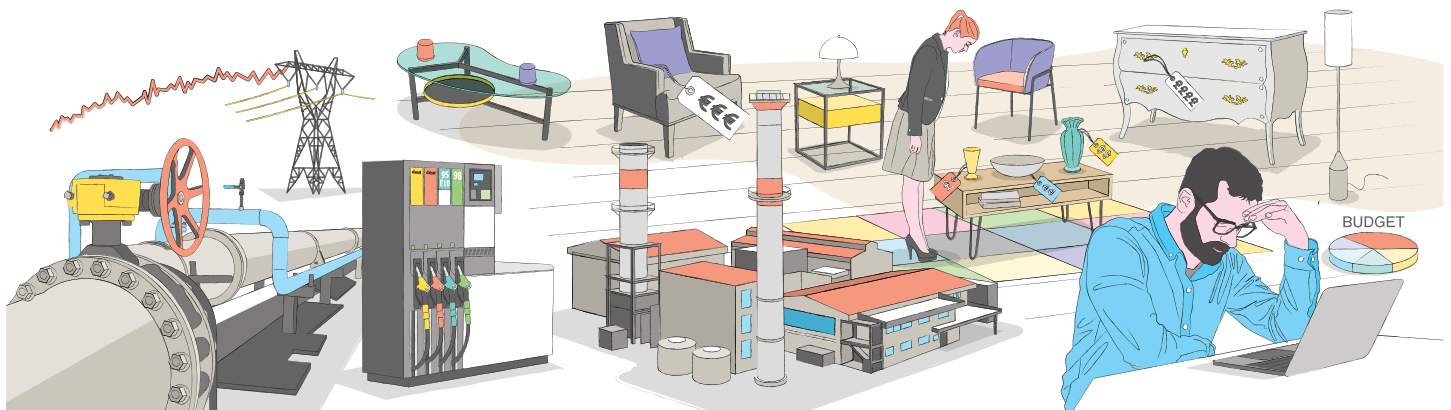
PRESCRIPTEURS

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

MARQUES

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

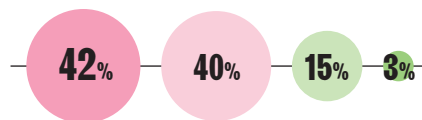
EN OCTOBRE, ZOOM SUR LA CRISE ÉNERGÉTIQUE MONDIALE



8
sur
10

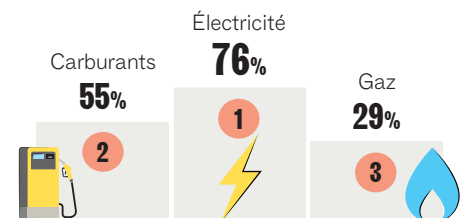
C'est la part de répondants
fortement ou modérément
affectés par la crise de l'énergie
dans leur activité

Fortement Modérément Faiblement
Pas du tout

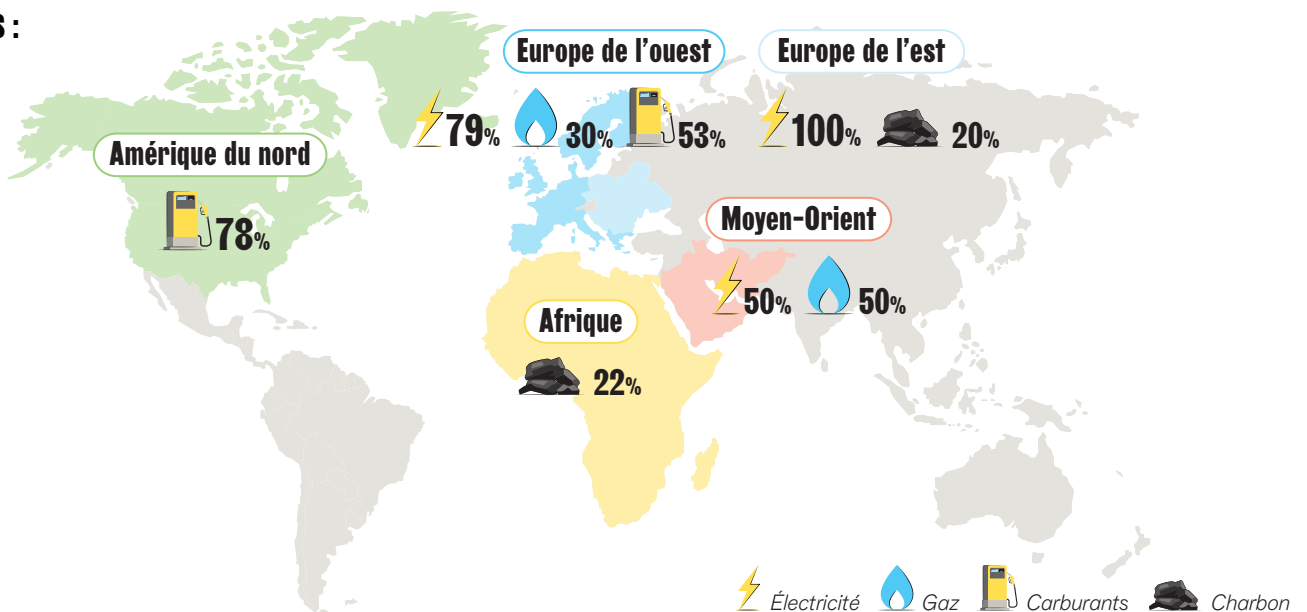


LES ÉNERGIES QUI IMPACTENT LE PLUS...

en % des répondants

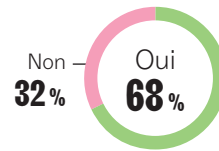


...PAR ZONES :

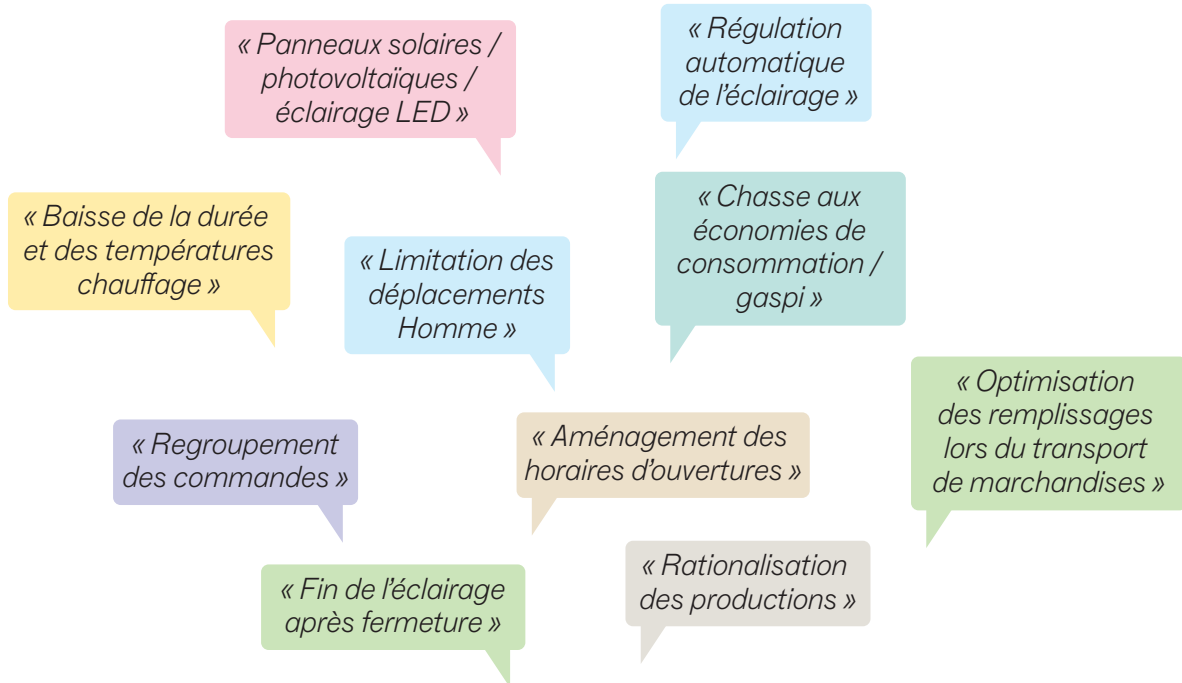


Électricité Gaz Carburants Charbon

7 répondants sur 10 prévoient de mettre en place des mesures pour limiter les dépenses liées à l'énergie dans le cadre de leur activité

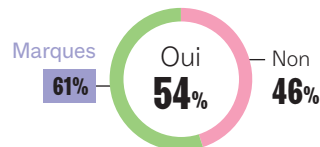


PARMI LES SOLUTIONS ENVISAGÉES :



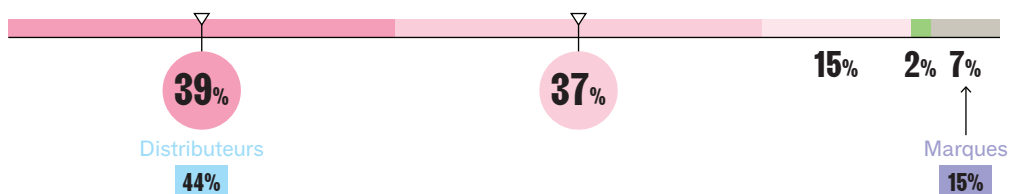
L'INÉVITABLE RÉPERCUSSION SUR LES PRIX DE VENTE ? LES AVIS SONT ENCORE PARTAGÉS...

Allez-vous répercuter les hausses de coûts liés à l'énergie sur le prix de vente/tarifs de vos produits et/ou projets ?



91% des acteurs qui répercuteront les coûts énergétiques sur leurs prix pensent que cela aura un impact sur leurs ventes

■ Oui, un fort impact ■ Oui, un impact modéré ■ Oui, un faible impact ■ Non, pas d'impact ■ Ne sait pas



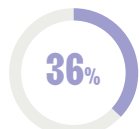
UN CONTEXTE ÉNERGÉTIQUE ET INFLATIONNISTE QUI GÉNÈRE DES CHANGEMENTS D'ORGANISATION....

Les Marques reviennent leur organisation et ont été amenées à

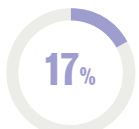


diminuer la température de chauffage dans leurs locaux/unités de production

fabriquer leurs produits à la commande



optimiser le remplissage des transports de marchandises

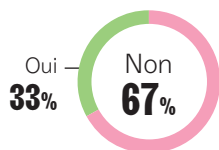


aménager les horaires des équipes dans les unités de production



fermer temporairement leurs locaux/unités de production lorsque l'activité est moins intense

1/3 des Marques envisagent de changer leur offre pour privilégier les produits peu énergivores dans leurs collections en 2023



....ET DES NOUVEAUX COMPORTEMENTS CLIENTS

pour 83% des Distributeurs qui observent



une baisse du montant d'achat (par passage en caisse)



leurs clients prendre le temps de comparer les prix avant d'acheter

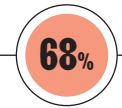


une baisse du nombre de produits achetés (par passage en caisse)

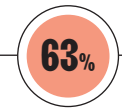


une augmentation des clients qui rentrent en magasin sans faire d'achat

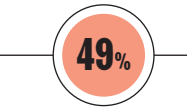
pour 75% des Prescripteurs qui observent au cours des projets



une réduction des budgets des clients



des délais / prises de décisions allongées des clients



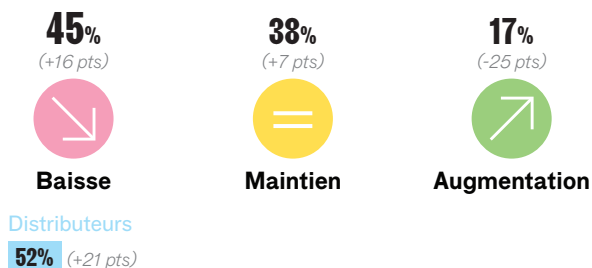
un arbitrage pour des matériaux/produits moins onéreux

LES GRANDS INDICATEURS DU MARCHÉ

Coté performance du chiffre d'affaires, pour la première fois depuis la mise en place du baromètre, les compteurs sont au rouge pour les acteurs :

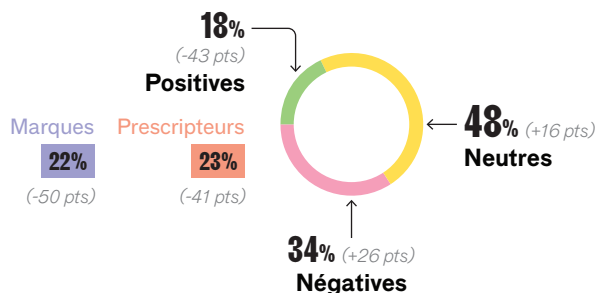
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LES 4 DERNIERS MOIS

par rapport à la même période l'an passé
(comparatif VS octobre 2021)



DES PERSPECTIVES DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN NET RECUL

sur les 4 prochains mois
(comparatif VS octobre 2021)



ÉTATS DES STOCKS, NIVEAUX DE COMMANDES, PERFORMANCES PAR CANAUX DE VENTE OU DE COMMUNICATION...

Découvrez tous les derniers indicateurs économiques du baromètre Maison&Objet

