

# Les Européens et le meuble



avec le soutien du  
**CODIFAB**  
Développement des Industries Françaises  
de l'Ameublement et du Bois



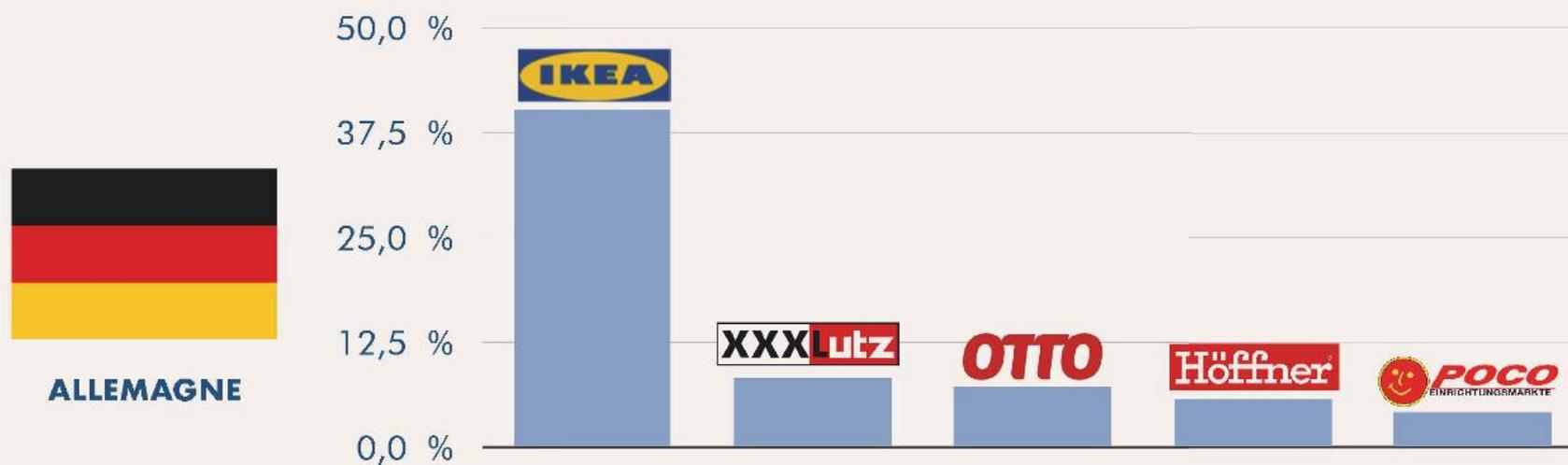
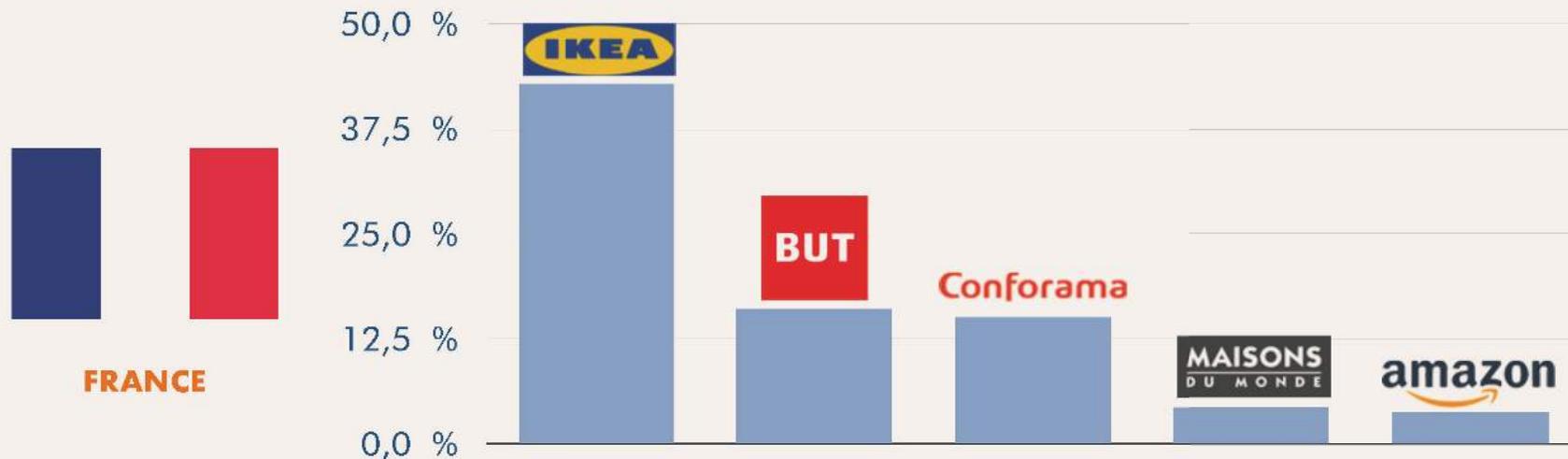
# Décryptage des critères d'achat de meubles en France à la lumière d'une étude européenne



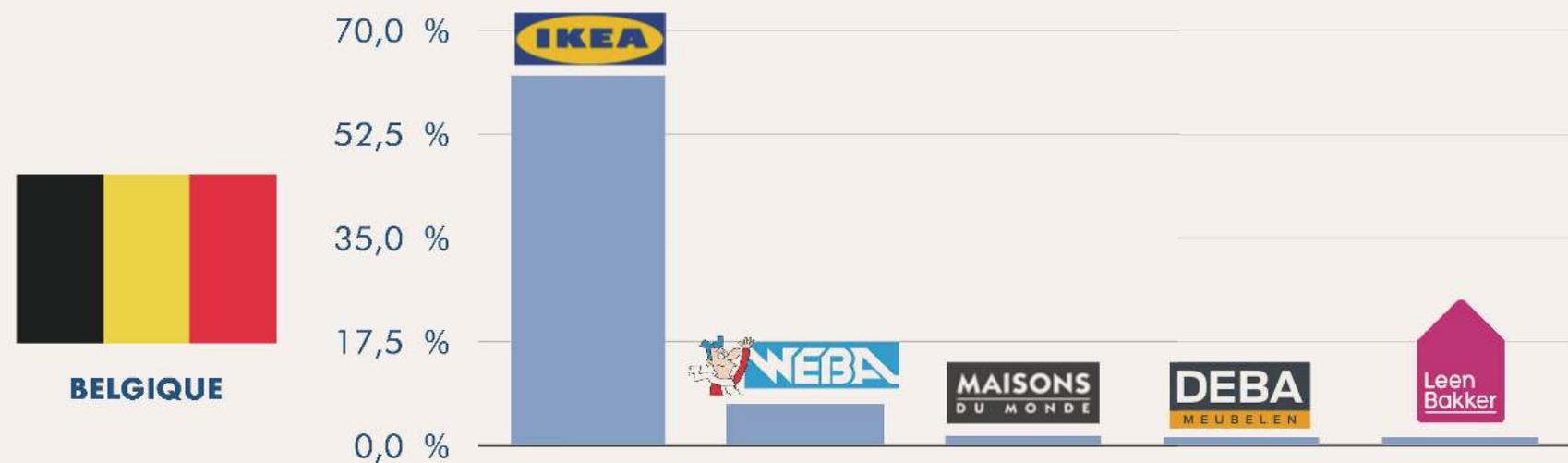
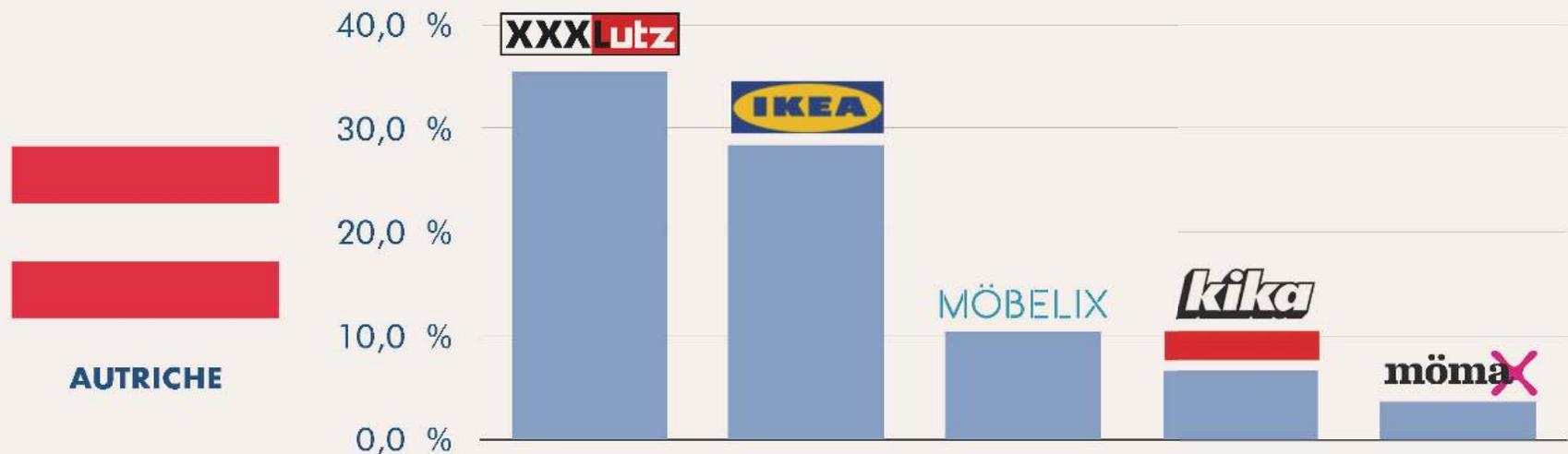
EXPLORATION DES TENDANCES SUSCEPTIBLES D'INFLUENCER  
L'ATTITUDE DES CONSOMMATEURS FRANÇAIS

# Notoriété des enseignes

## 1. Quelles sont les 3 enseignes ou sites internet qui vous viennent à l'esprit pour vos achats de meubles ? (Réponse libre)



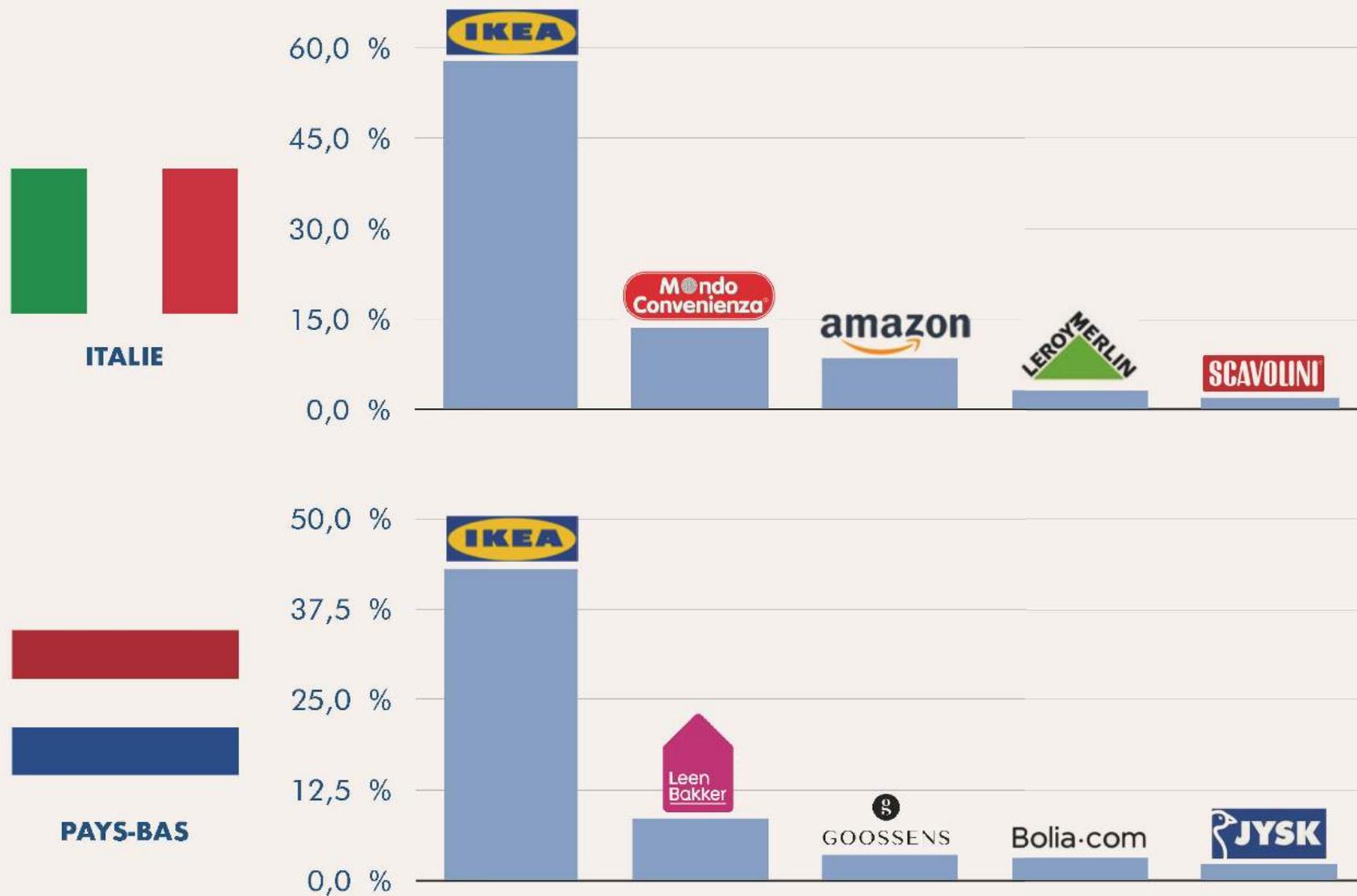
## 1. Quelles sont les 3 enseignes ou sites internet qui vous viennent à l'esprit pour vos achats de meubles ? (Réponse libre)



## 1. Quelles sont les 3 enseignes ou sites internet qui vous viennent à l'esprit pour vos achats de meubles ? (Réponse libre)



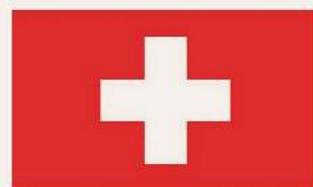
### 1. Quelles sont les 3 enseignes ou sites internet qui vous viennent à l'esprit pour vos achats de meubles ? (Réponse libre)



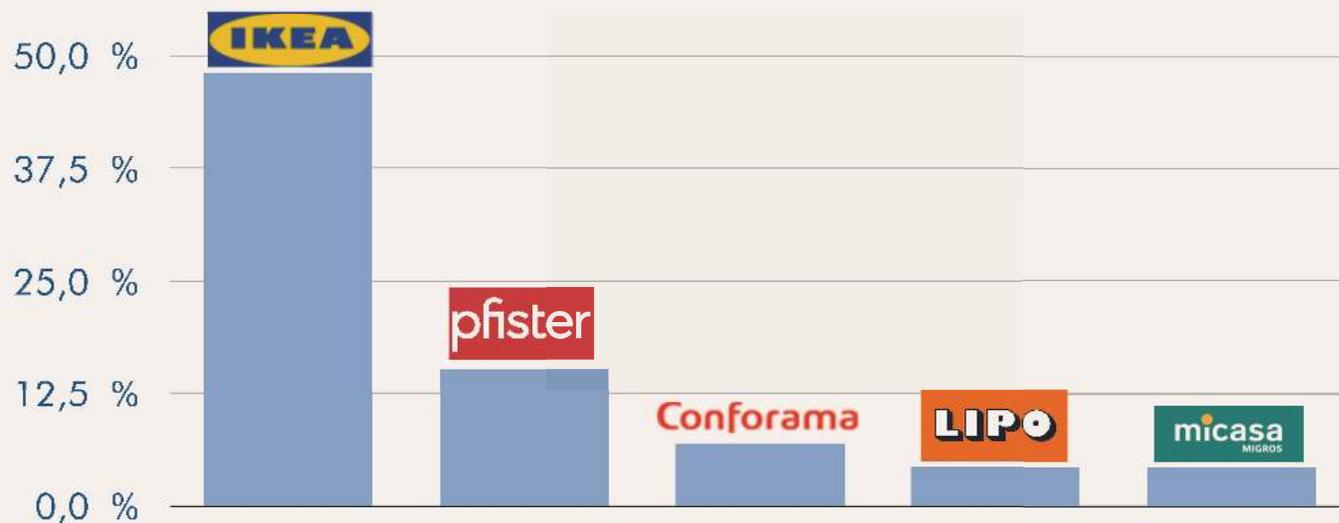
## 1. Quelles sont les 3 enseignes ou sites internet qui vous viennent à l'esprit pour vos achats de meubles ? (Réponse libre)



ROYAUME UNI



SUISSE



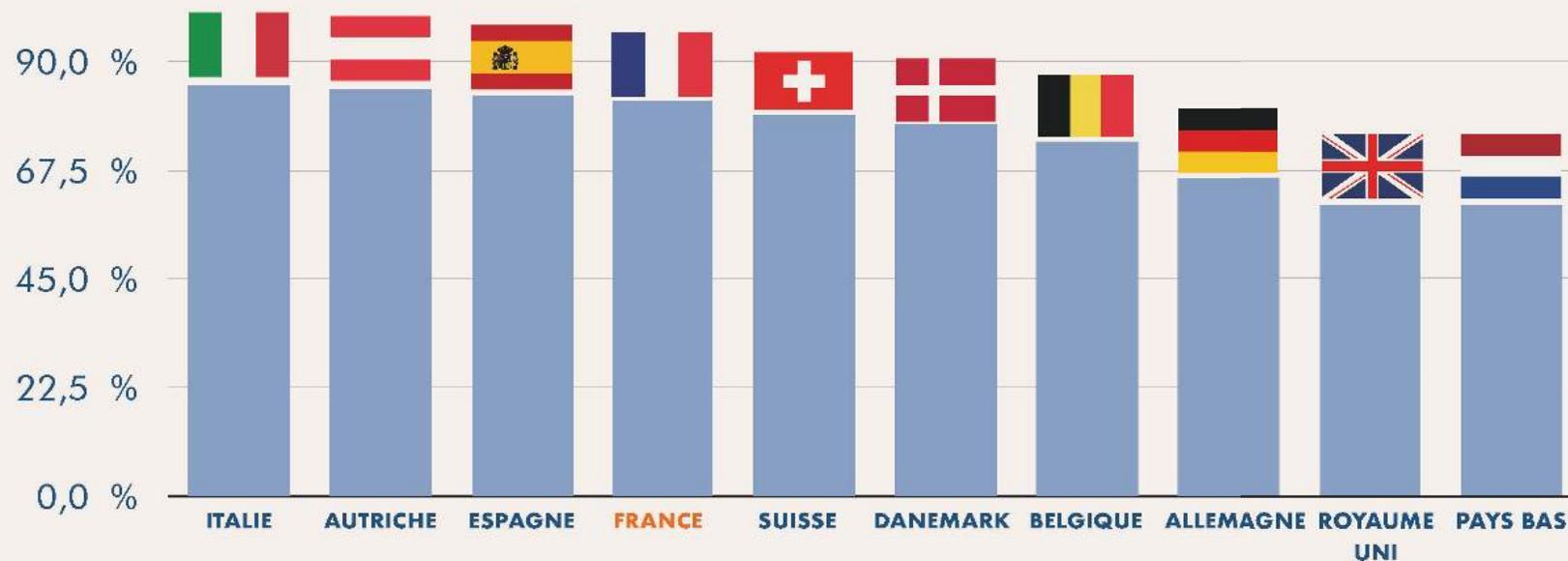
### 1. Les enseignes les plus citées par le panel dans le TOP 5 de chaque pays



### 1. Les enseignes les plus citées par les 20 - 39 ans dans le TOP 5 de chaque pays



### 1. Concentration du TOP 5 of mind du panel



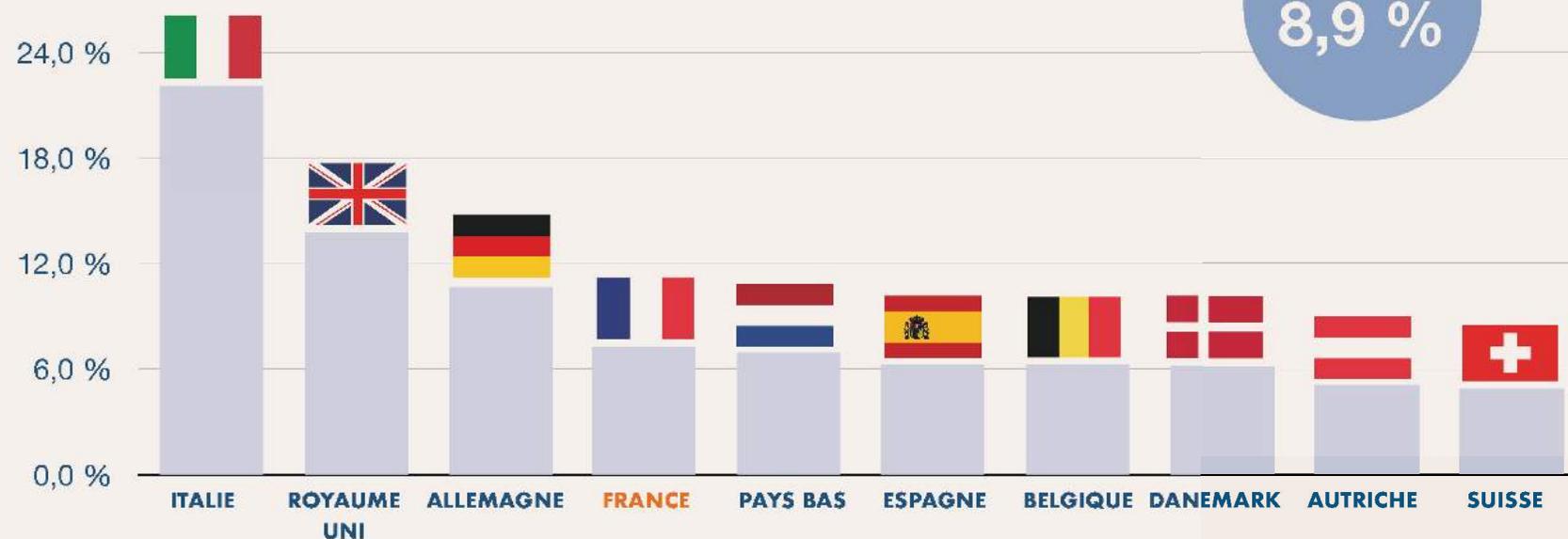


**Les qualificatifs de l'offre**

## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

DISPONIBLE RAPIDEMENT !

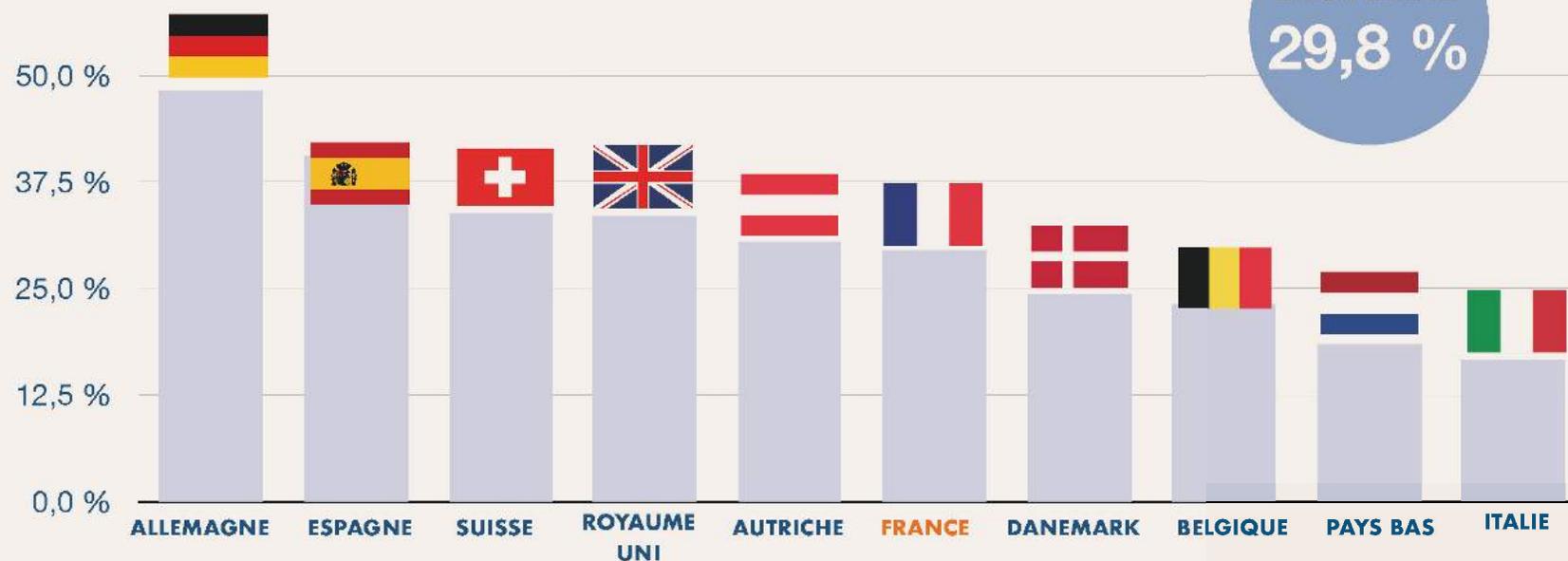
MOYENNE  
8,9 %



## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

DU CHOIX !

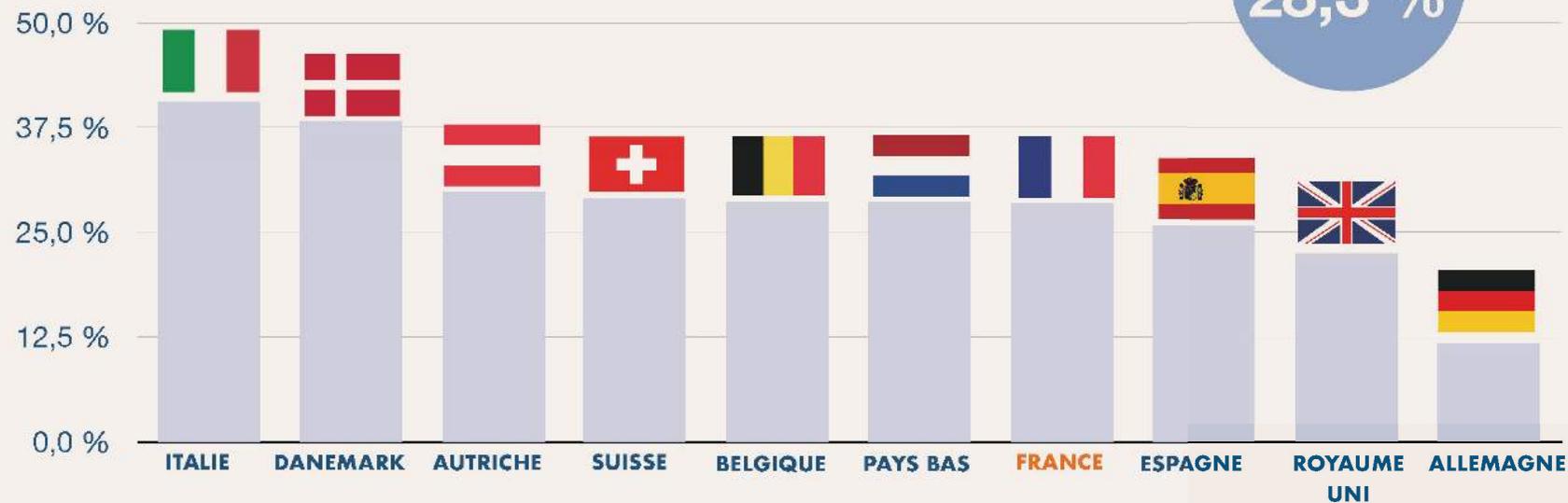
MOYENNE  
29,8 %



## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

PAS CHER !

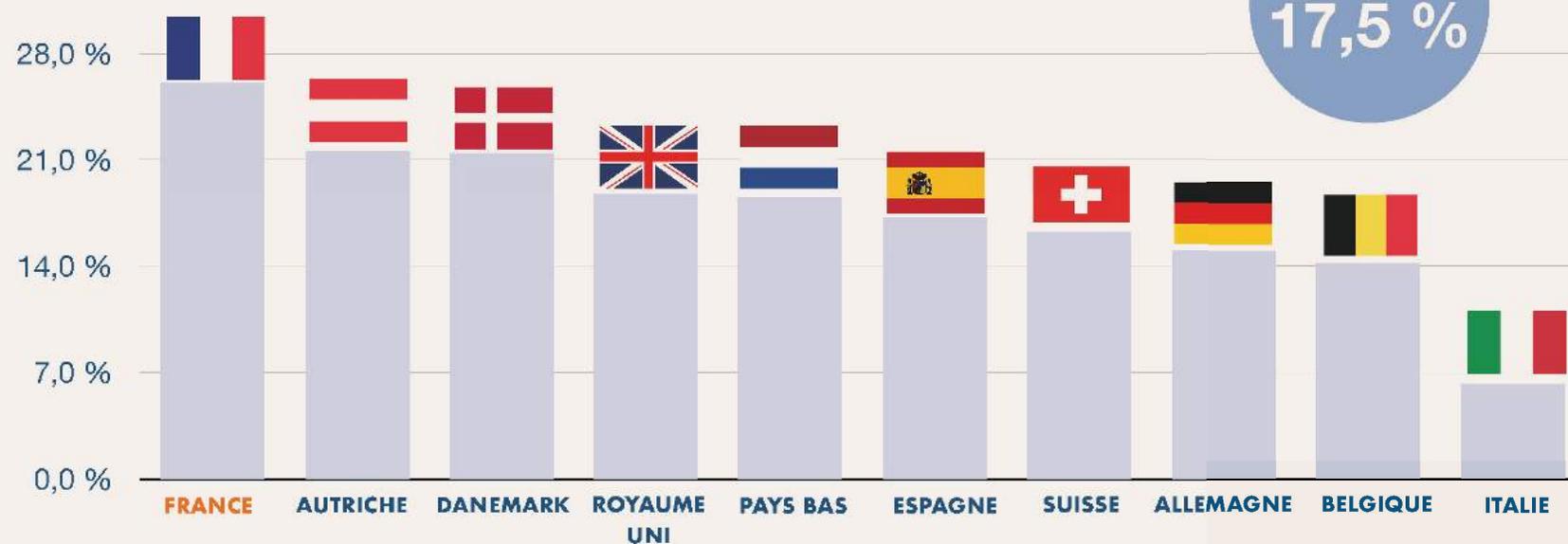
MOYENNE  
28,3 %



## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

PROCHE DE CHEZ VOUS

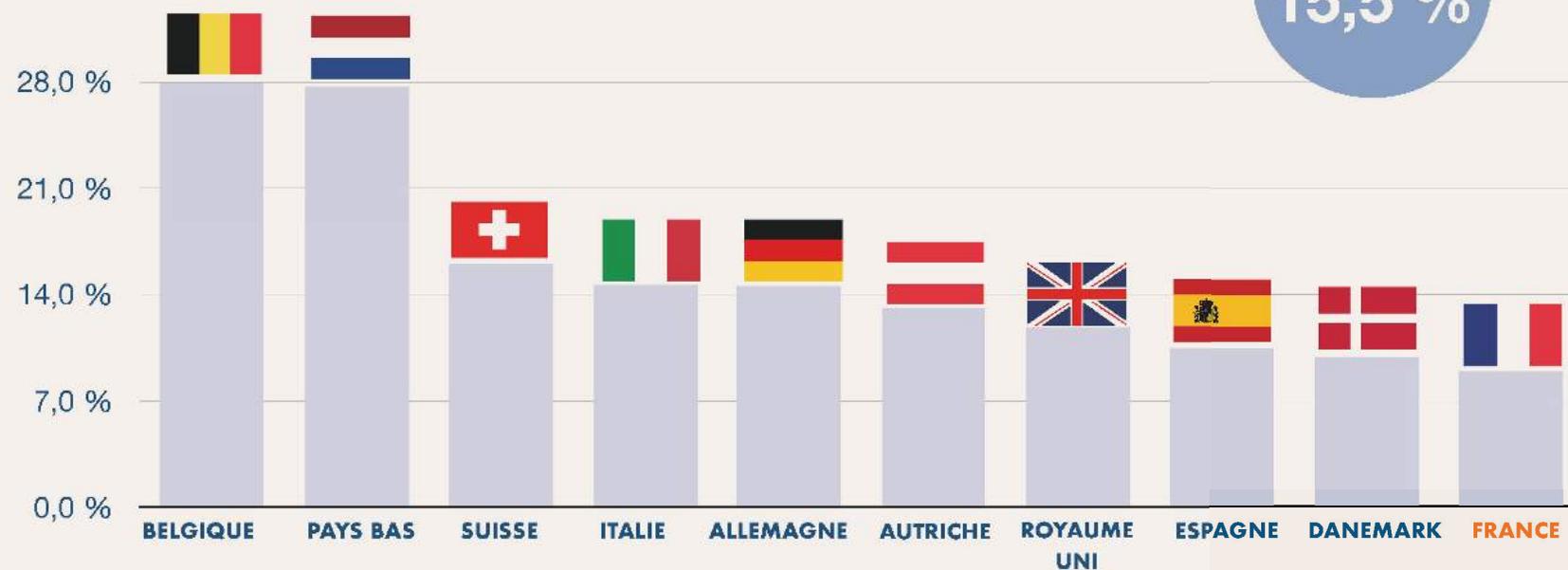
MOYENNE  
17,5 %



## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

UNE OFFRE TENDANCE

MOYENNE  
15,5 %



## 2. Qu'est-ce qui définit le mieux l'offre de meubles ? moyenne TOP 3

DISPONIBLE  
RAPIDEMENT !



DU CHOIX



PAS CHER



PROCHE DE  
CHEZ VOUS



UNE OFFRE  
TENDANCE

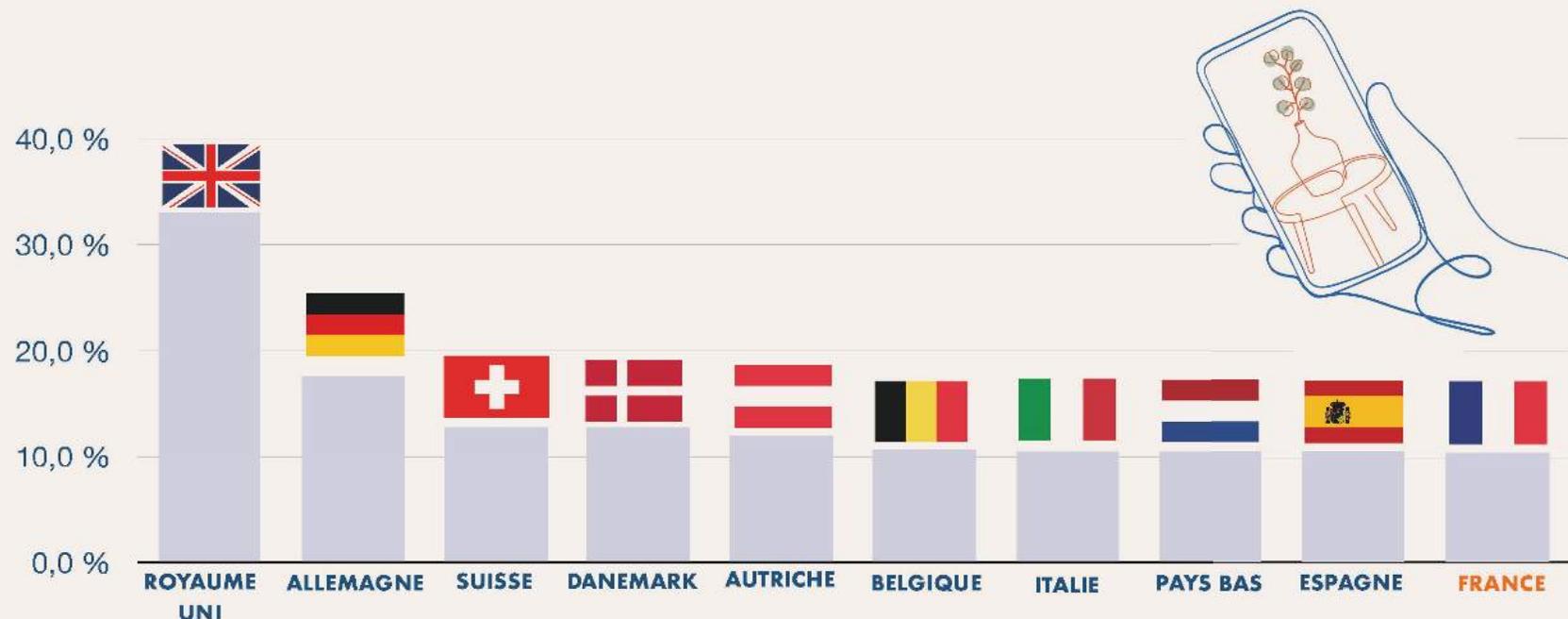




**Magasins vs internet**

### 3. Pour cette enseigne, préférez-vous acheter ... en ligne ?

#### Moyenne du TOP 5 par pays pour les achats dans les enseignes physiques



10,3 %  
  
 FRANCE

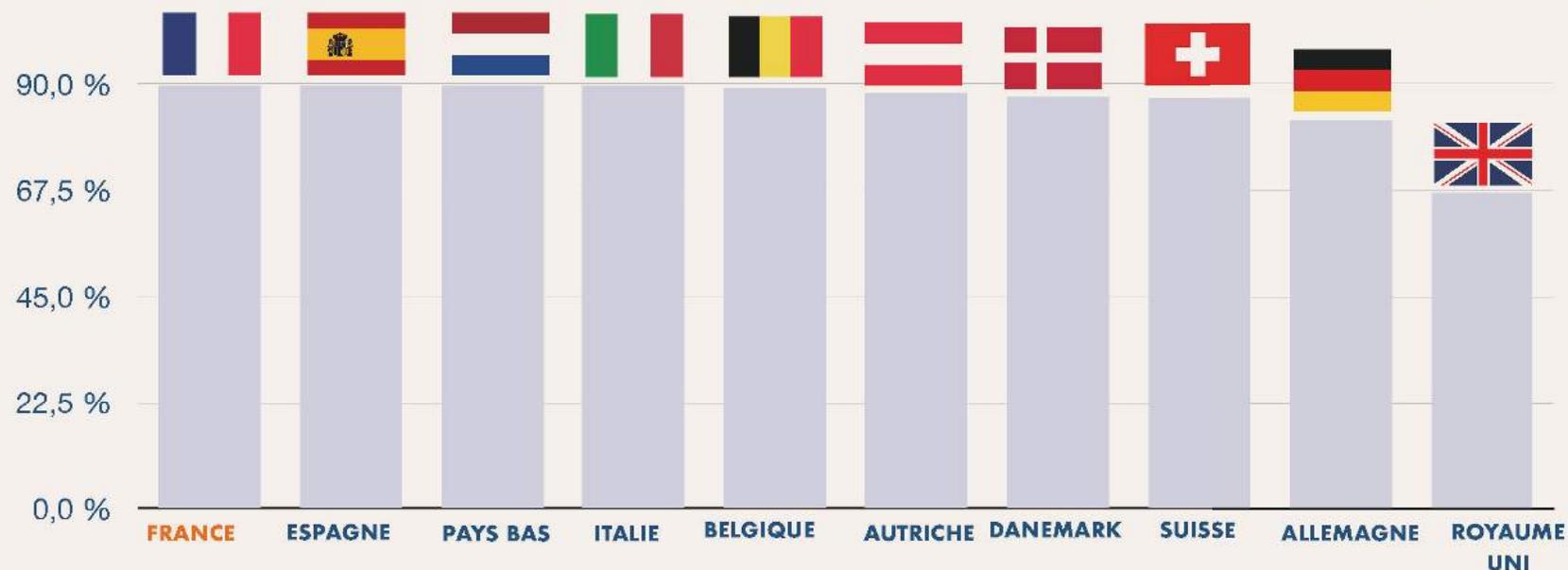
MOYENNE  
 14,1 %

33 %  
  
 ROYAUME UNI

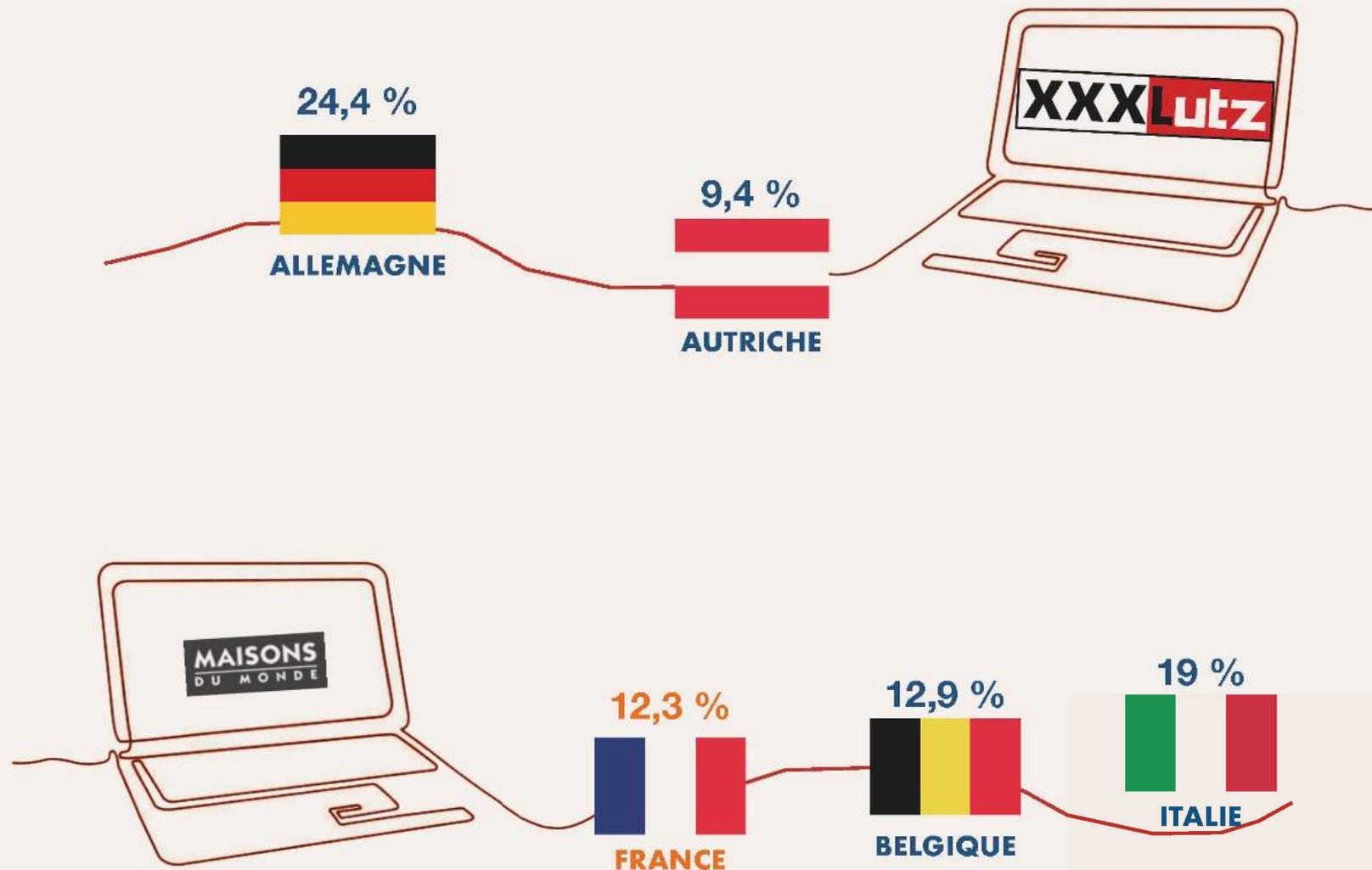
### 3. Pour cette enseigne, préférez-vous acheter ... en magasin ?



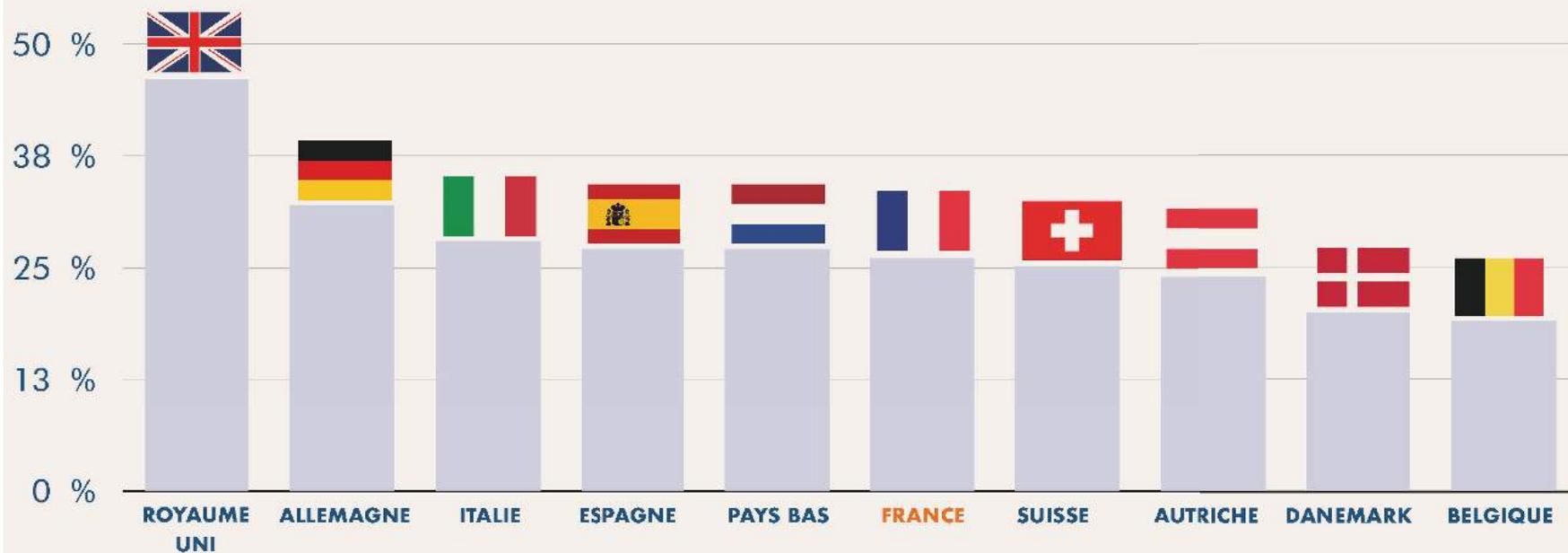
Moyenne du TOP 5 par pays pour les achats dans les enseignes physiques



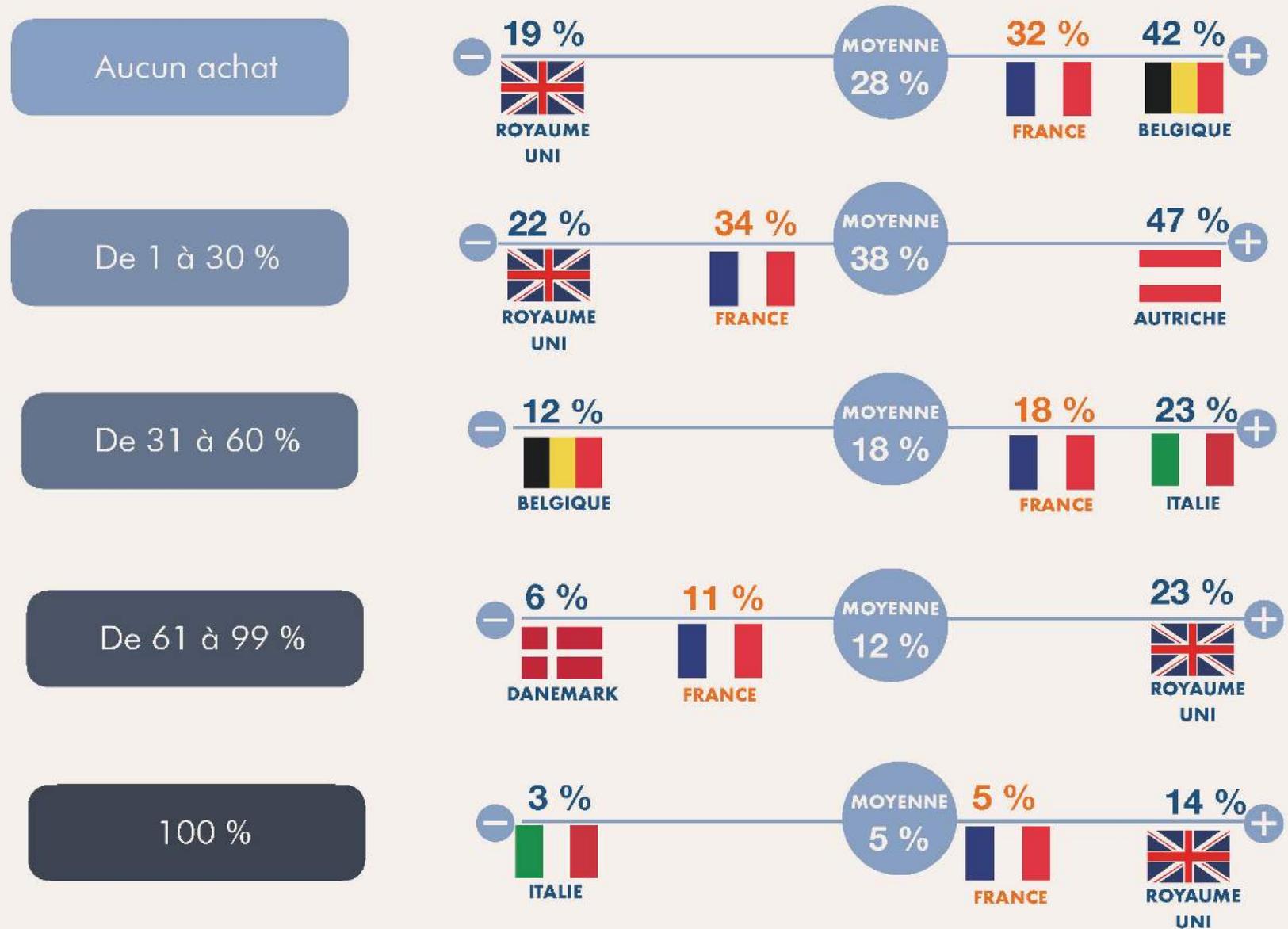
### 3. Pour cette enseigne, préférez-vous acheter ...



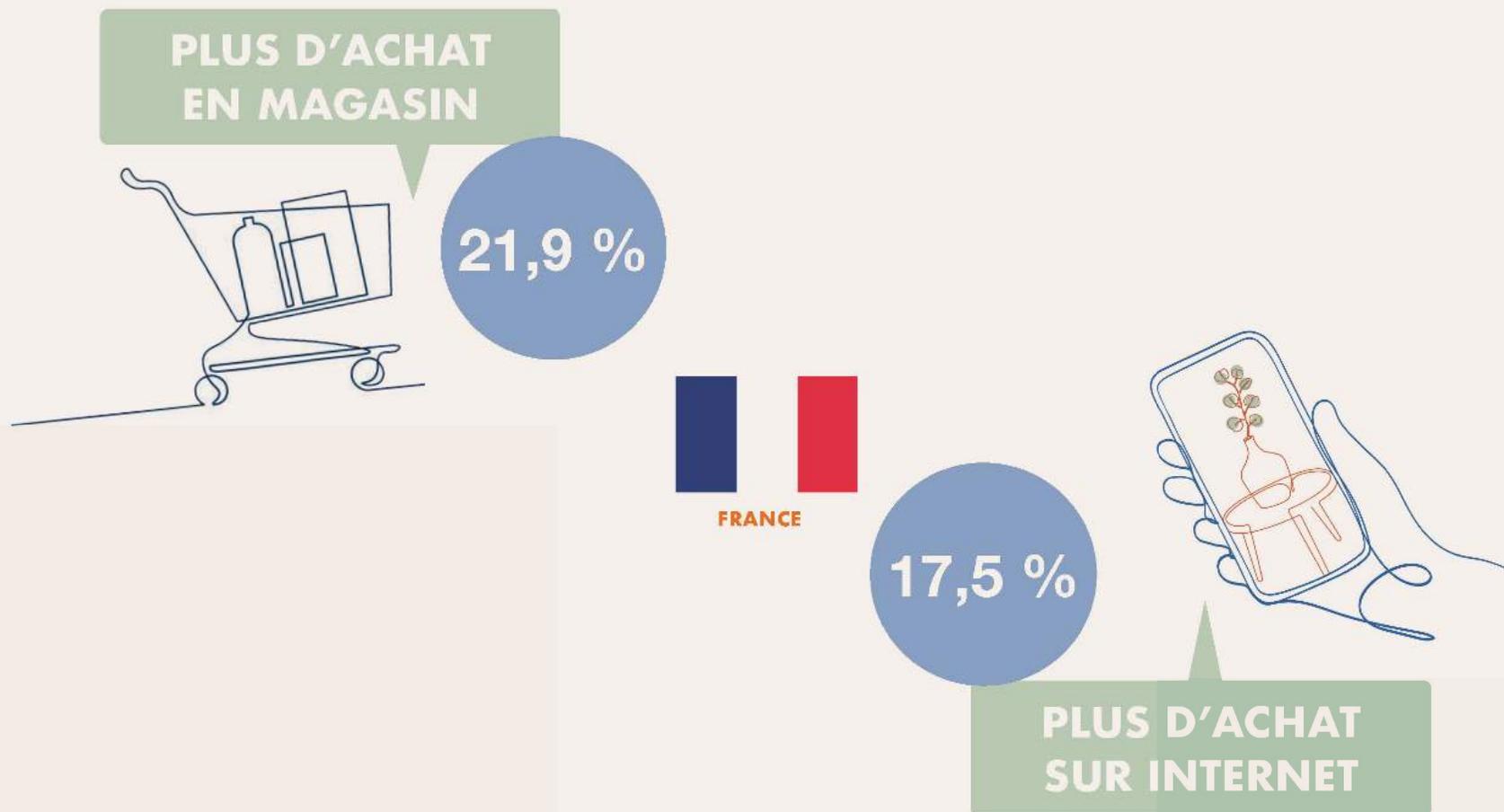
### 5. Pour vos derniers achats de meubles, quelle est la part de vos dépenses que vous avez effectuées sur internet ?



## 5. Pour vos derniers achats de meubles, quelle est la part de vos dépenses que vous avez effectuées sur internet ?



## 6. Comment pensez-vous que vos dépenses de meubles vont évoluer dans les prochaines années ?



## 6. Comment pensez-vous que vos dépenses de meubles vont évoluer dans les prochaines années ?

**PLUS D'ACHAT  
EN MAGASIN**



### PANEL



### 20 - 39 ANS



### PANEL



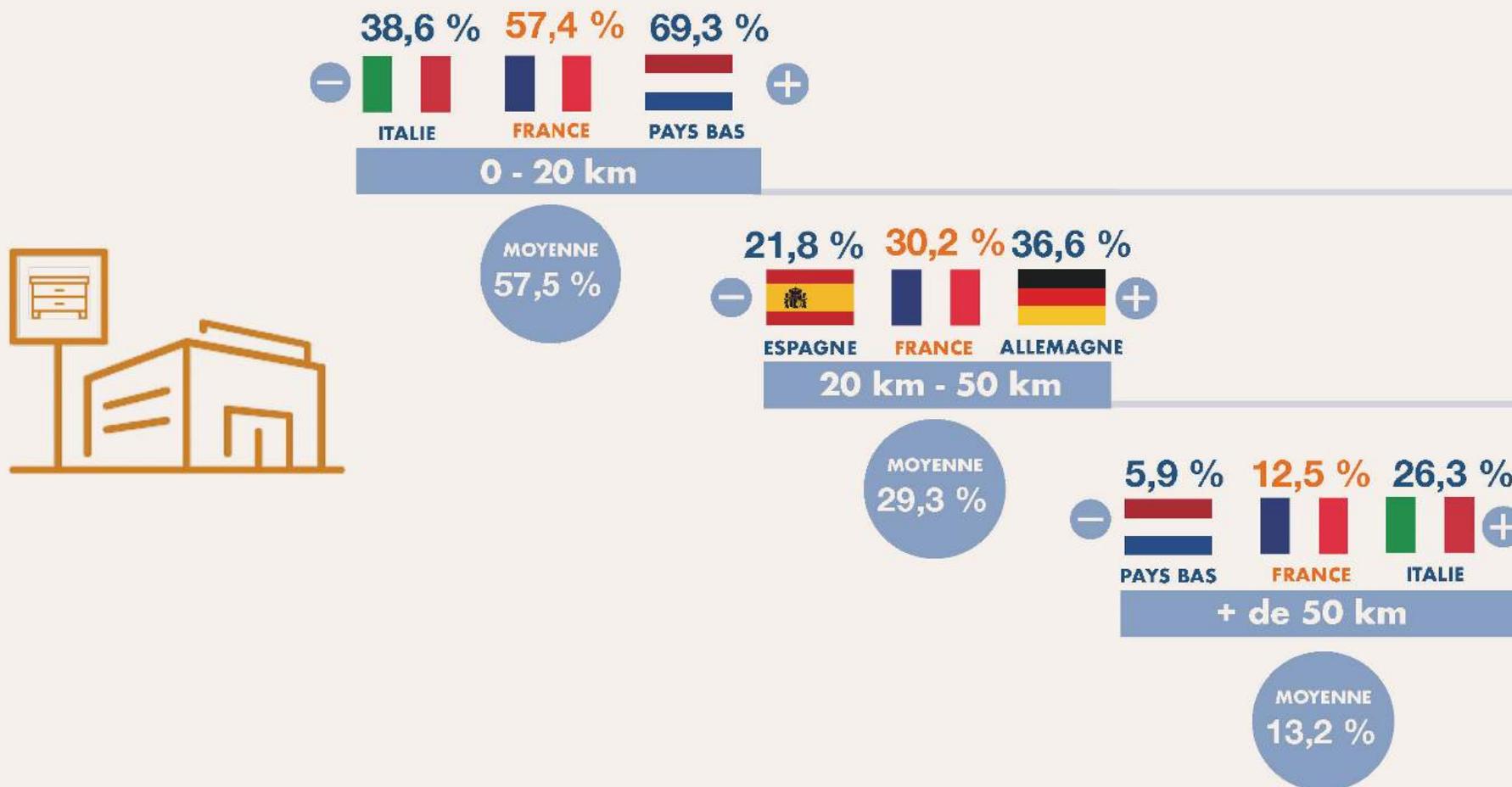
### 20 - 39 ANS



**PLUS D'ACHAT  
SUR INTERNET**



#### 4. A quelle distance habitez-vous du premier magasin de cette enseigne ?

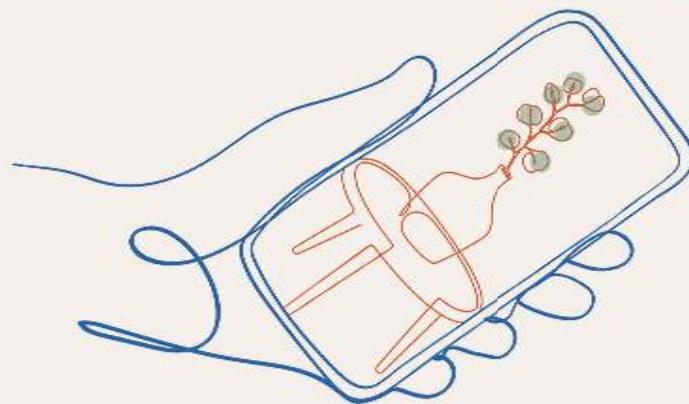
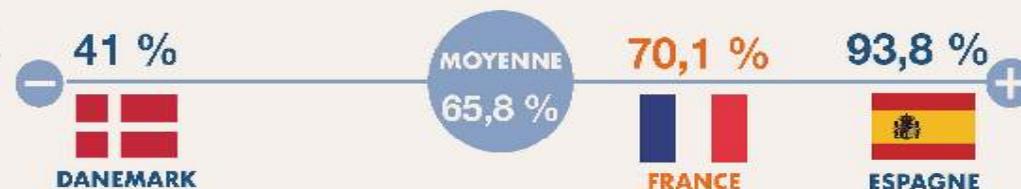


#### 4. A quelle distance habitez-vous du premier magasin de cette enseigne ?



## 7. Pour vos achats de meubles en ligne, vous préférez des sites internet spécialisés meubles ou des sites généralistes ?

Préfère des sites internet spécialisés en meubles



Préfère des sites internet généralistes



## 8. Pour vos achats de meubles en magasin, vous préférez des magasins spécialisés meubles ou des magasins généralistes ?



**MAGASIN SPÉCIALISÉS  
EN MEUBLES**



## 8. Pour vos achats de meubles en magasin, vous préférez des magasins spécialisés meubles ou des magasins généralistes ?



	Sites internet spécialisés	Magasins spécialisés
<b>EUROPE (moyenne)</b>	<b>65,8 %</b>	<b>77,1 %</b>
<b>FRANCE</b>	<b>70,1 %</b>	<b>77,5 %</b>

## 9. Comment souhaiteriez-vous que la taille des magasins de meubles évolue à l'avenir ?

Des magasins plus grands permettant de voir et toucher l'ensemble des produits



- 41,8 %  
  
FRANCE

MOYENNE  
55,6 %

66,9 % +  
  
ITALIE

34,1%

ne souhaitent **PAS DE CHANGEMENT**



48,6%

Seul pays qui majoritairement ne souhaite **PAS DE CHANGEMENT**

## 9. Comment souhaiteriez-vous que la taille des magasins de meubles évolue à l'avenir ?

Des magasins plus petits, présentant  
l'essentiel de la gamme,  
le reste étant accessible  
sur support numérique

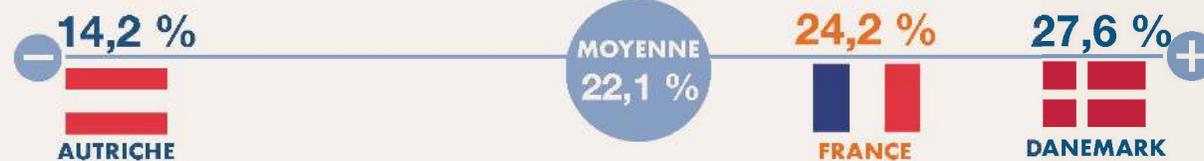
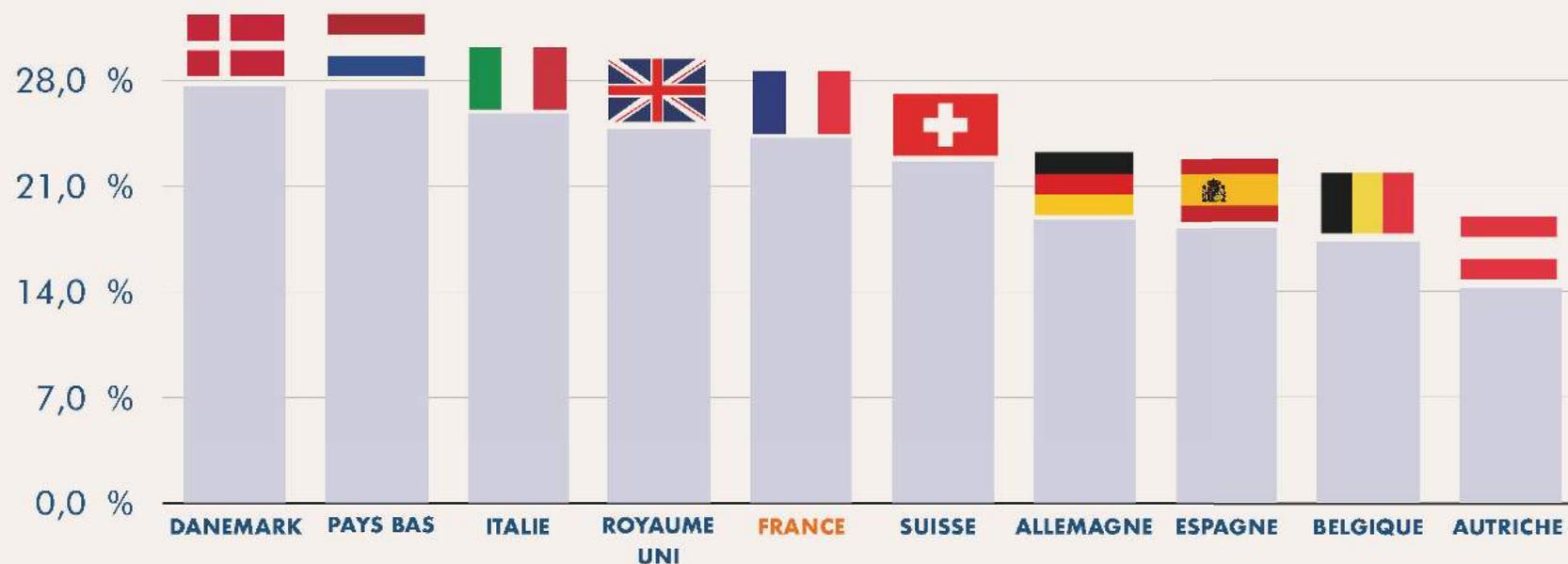




# L'occasion

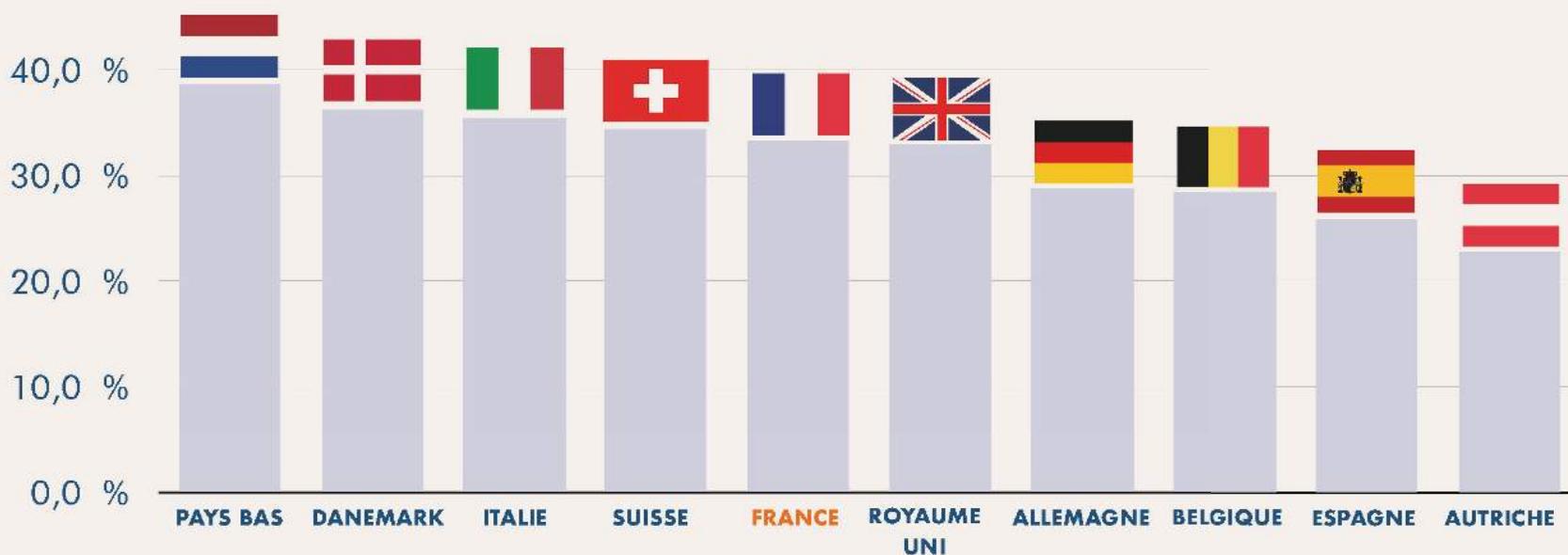
## 11. Pour vos derniers achats de meubles, avez-vous acheté des meubles d'occasion ?

### PANEL



## 11. Pour vos derniers achats de meubles, avez-vous acheté des meubles d'occasion ?

**20 - 39 ans**



- **22,7 %**  
AUTRICHE

MOYENNE  
**31,7 %**

**33,3 %**  
FRANCE

**38,7 %** +  
PAYS BAS

## 11. Pour vos derniers achats de meubles, avez-vous acheté des meubles d'occasion ?



	Achats de meubles d'occasion
<b>EUROPE (moyenne)</b>	<b>22,1 %</b>
<b>FRANCE</b>	<b>24,2 %</b>

	Achats de meubles d'occasion
<b>FRANCE Panel</b>	<b>24,2 %</b>
<b>FRANCE 20 - 39 ans</b>	<b>33,3 %</b>

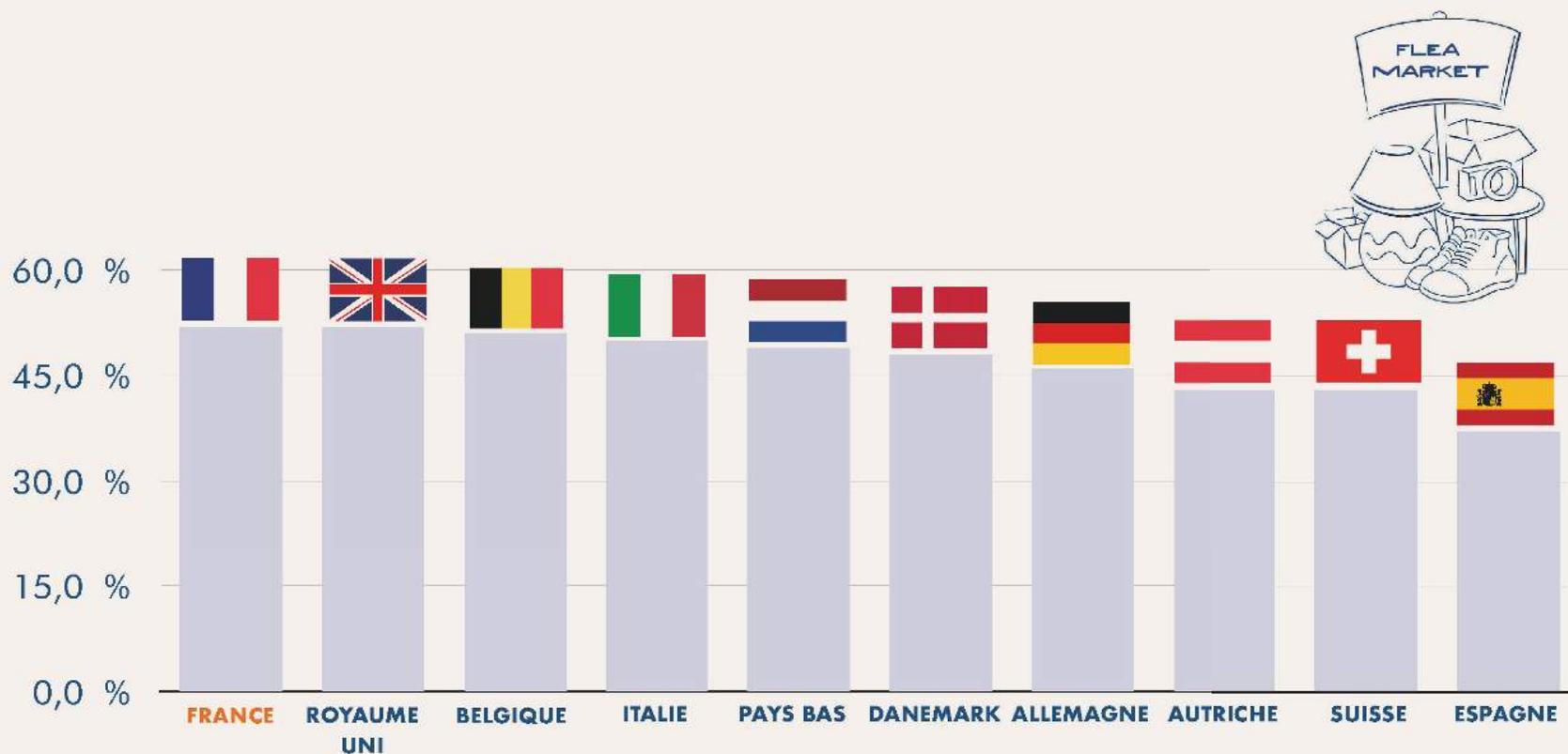
## 11. Pour vos derniers achats de meubles, avez-vous acheté des meubles d'occasion ?



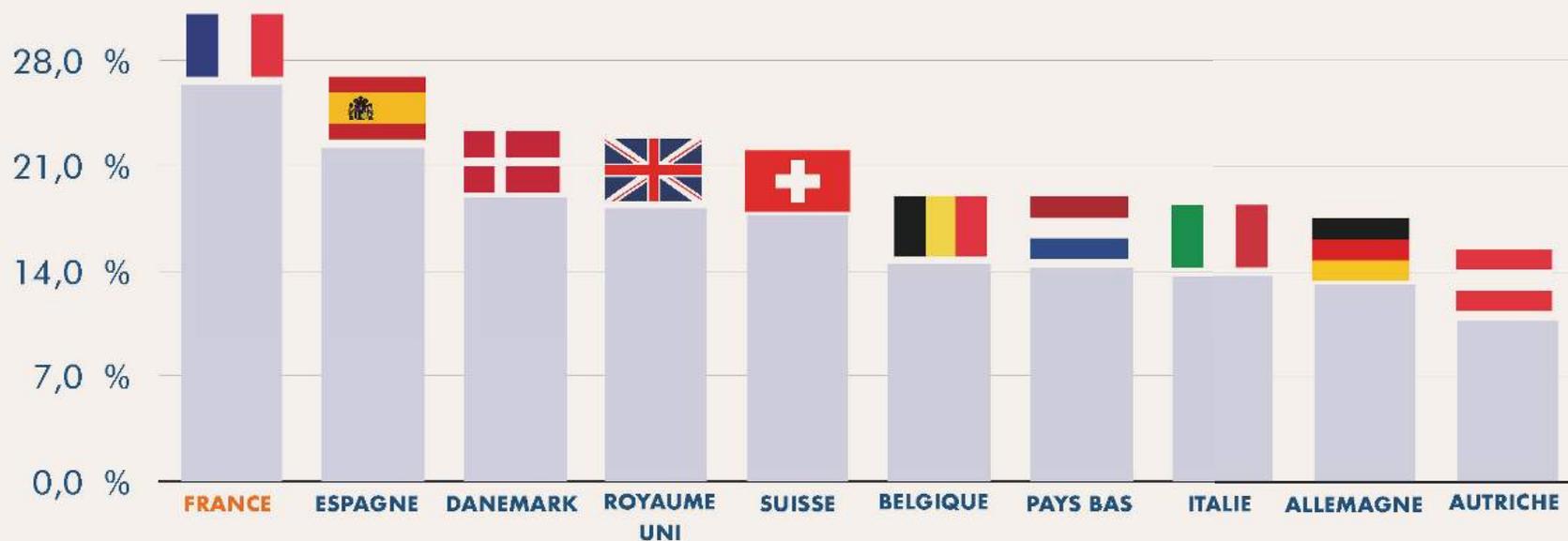
Panel	Achats de meubles d'occasion
<b>EUROPE (moyenne)</b>	<b>22,1 %</b>
<b>FRANCE</b>	<b>24,2 %</b>

20 - 39 ans	Achats de meubles d'occasion
<b>EUROPE (moyenne)</b>	<b>31,7 %</b>
<b>FRANCE</b>	<b>33,3 %</b>

### 11.1 Quel pourcentage de vos dépenses pour vos achats de meubles d'occasion par rapport au neuf ?



## 12. Pensez-vous que vous serez amenés à acheter des meubles d'occasion dans les mois qui viennent (à des particuliers ou à des professionnels, dans des magasins ou en ligne) ?



- 10,8 %  
AUTRICHE

MOYENNE  
17 %

+ 26,3 %  
FRANCE

**12. Pensez-vous que vous serez amenés à acheter  
des meubles d'occasion dans les mois qui viennent  
(à des particuliers ou à des professionnels, dans des magasins ou en ligne) ?**

<b>Intentions</b>	<b>Achats de meubles d'occasion</b>
<b>EUROPE (moyenne)</b>	<b>17 %</b>
<b>FRANCE</b>	<b>26,3 %</b>

## 16. Pour vos futurs achats de meubles, ce seront des achats majoritairement ... ?

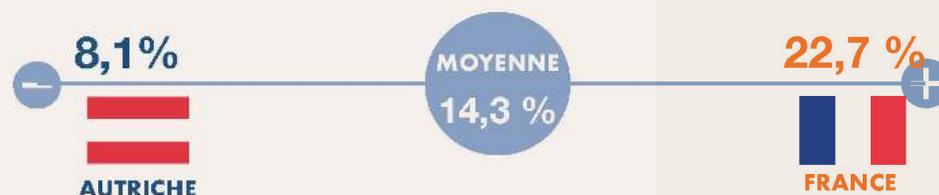
**NEUF**



**OCCASION**



**60 ET +**





**les critères d'achat**

## 14. Pour vos achats de meubles, êtes-vous attentif....?

À LA QUALITÉ  
DU PRODUIT



À LA DURABILITÉ  
DU PRODUIT



À L'ORIGINE DES  
PRODUITS  
(pays)



## 14. Pour vos achats de meubles, êtes-vous attentif....?

**AU RESPECT DE  
 L'ENVIRONNEMENT**



**AU RESPECT  
 DES SALARIÉS**



**À LA FABRICATION  
 NATIONALE**



## 14. Pour vos achats de meubles, êtes-vous attentif....?

**AUX MATÉRIAUX  
 QUI LE COMPOSENT**  
 (qualité de l'air)



**À LA RÉPARABILITÉ  
 DU PRODUIT**



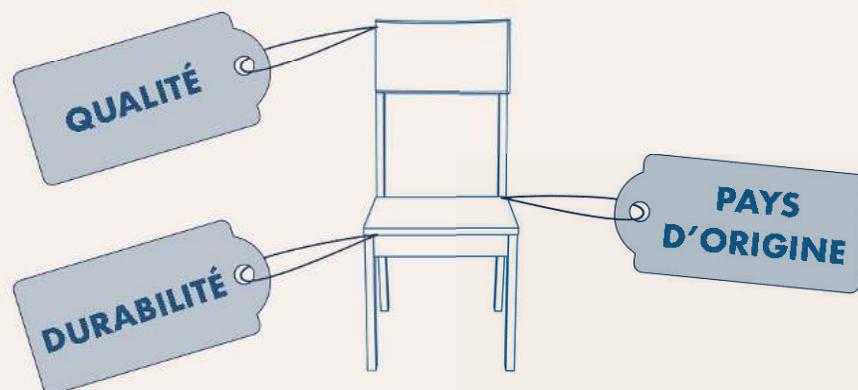
**À LA TRAÇABILITÉ  
 DES BOIS**



#### 14. Pour vos achats de meubles, êtes-vous attentif....?

	<b>FRANCE</b>	<b>EUROPE</b>
<b>À LA QUALITÉ DU PRODUIT</b>	57,3 %	59,6 %
<b>À LA DURABILITÉ DU PRODUIT</b>	13,5 %	12,5 %
<b>À L'ORIGINE DU PRODUIT (pays)</b>	11,2 %	9,8 %
<b>AU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT</b>	5,1 %	5,9 %
<b>AU RESPECT DES SALARIÉS</b>	4,0 %	4,3 %
<b>À LA FABRICATION NATIONALE</b>	3,3 %	2,1 %
<b>AUX MATÉRIAUX QUI LE COMPOSENT (qualité de l'air)</b>	2,6 %	3,2 %
<b>À LA RÉPARABILITÉ DU PRODUIT</b>	2,3 %	1,7 %
<b>À LA TRAÇABILITÉ DES BOIS QUI LE COMPOSENT</b>	0,7 %	0,9 %

Pour un Français ou un Européen **82%** des enjeux RSE sont sur :



**17. Pour vos futurs achats de meubles, classer ces trois critères de choix par ordre d'importance ?**  
(1 : le plus important et 3 : le moins important)



**17. Pour vos futurs achats de meubles, classer ces trois critères de choix par ordre d'importance ?**  
 (1 : le plus important et 3 : le moins important)

**LE PRIX**



**LE STYLE**



**LES CRITÈRES RSE**





# Du produit au projet

avec le soutien du

**CODIFAB**

Développement des Industries Françaises  
de l'Ameublement et du Bois

**18. Lorsque vous avez aménagé votre salon-séjour, vous ou le magasin, avez-vous utilisé un configurateur (logiciel de conception comme dans la cuisine) ?**



**PANEL**



**20 - 39 ANS**



## 21. Lorsque vous avez aménagé votre chambre, vous ou le magasin, avez-vous utilisé un configurateur (logiciel de conception comme dans la cuisine) ?



### PANEL



### 20 - 39 ANS



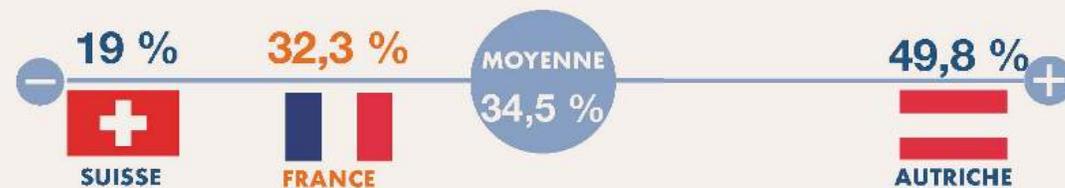
### 23. Lorsque vous avez aménagé votre cuisine, vous ou le magasin, avez-vous utilisé un configurateur (logiciel de conception comme dans la cuisine) ?



#### PANEL

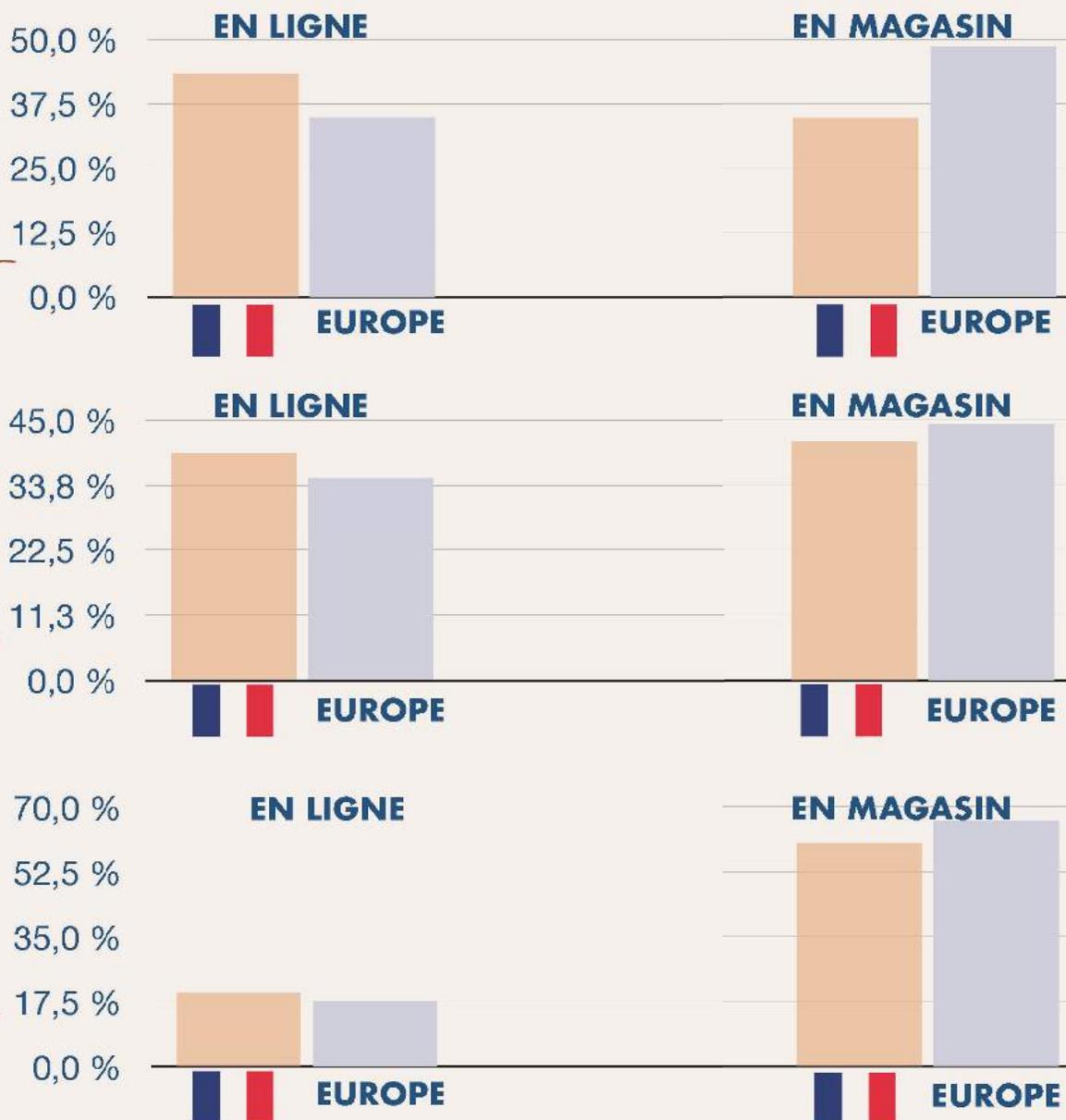


#### 20 - 39 ANS





### 18.1 Vous avez utilisé ce configurateur ?



## 19. Demain, si vous deviez changer votre mobilier de salon-séjour, utiliseriez-vous un configurateur ?



### PANEL



### 20 - 39 ANS



## 22. Demain, si vous deviez changer votre mobilier de chambre, utiliseriez-vous un configurateur ?



### PANEL

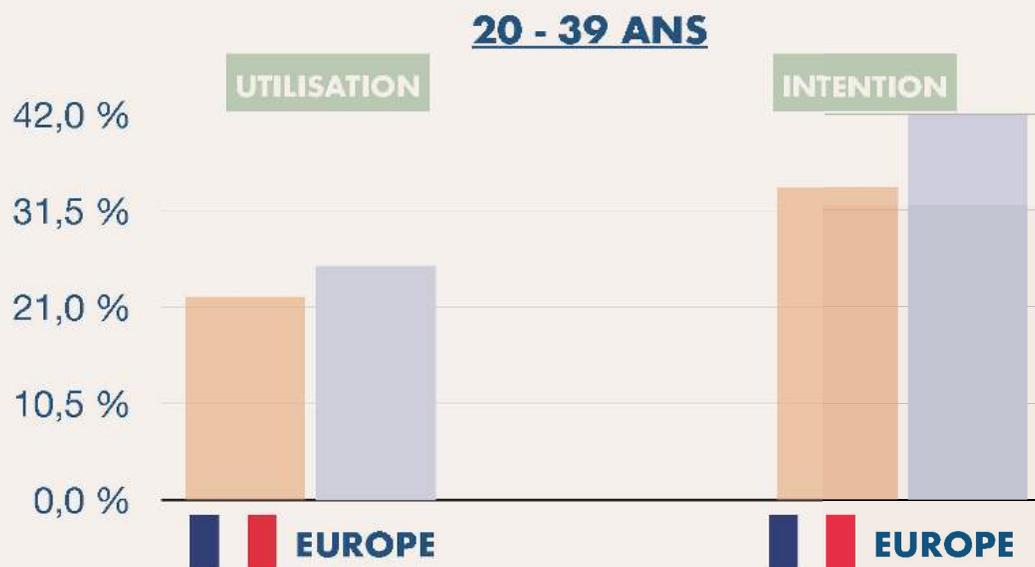
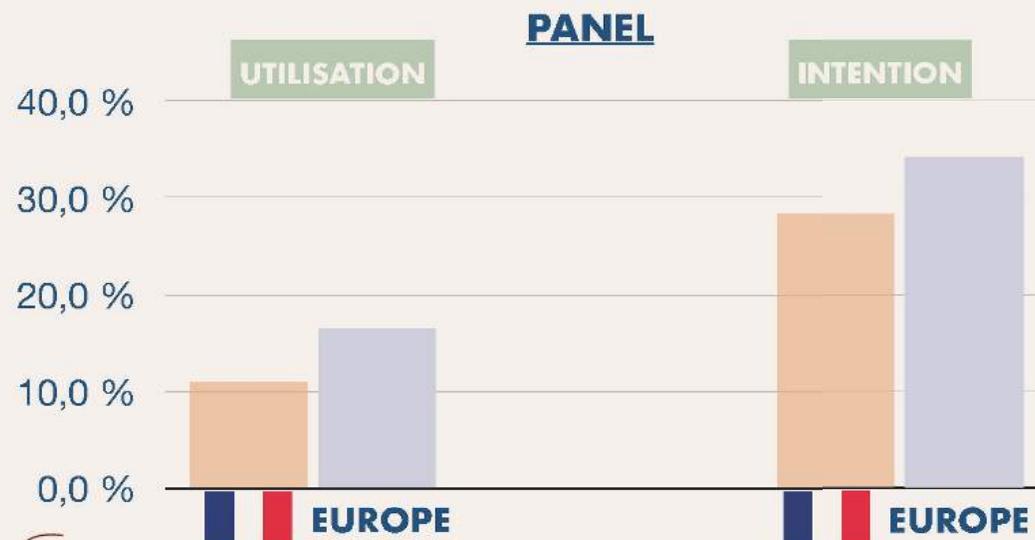


### 20 - 39 ANS



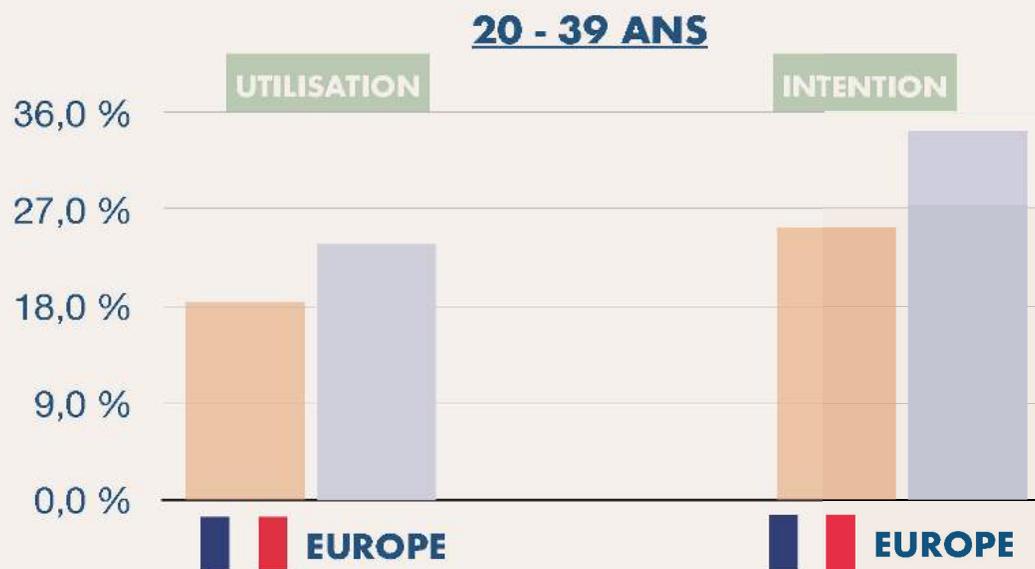
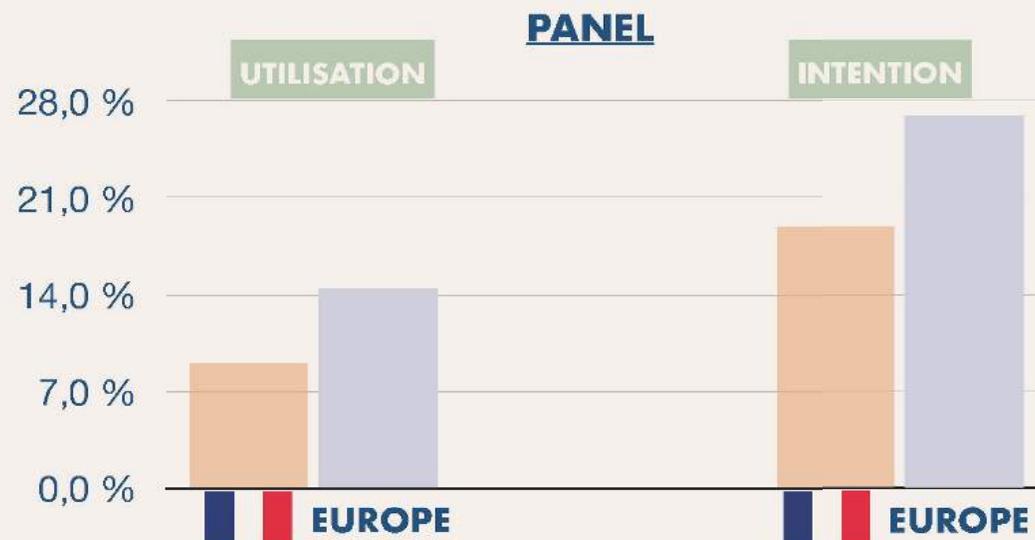
**19. Demain, si vous deviez changer votre mobilier de salon-séjour, utiliseriez-vous un configurateur ?**

**PERSPECTIVE DU RECOURS AU CONFIGURATEUR**



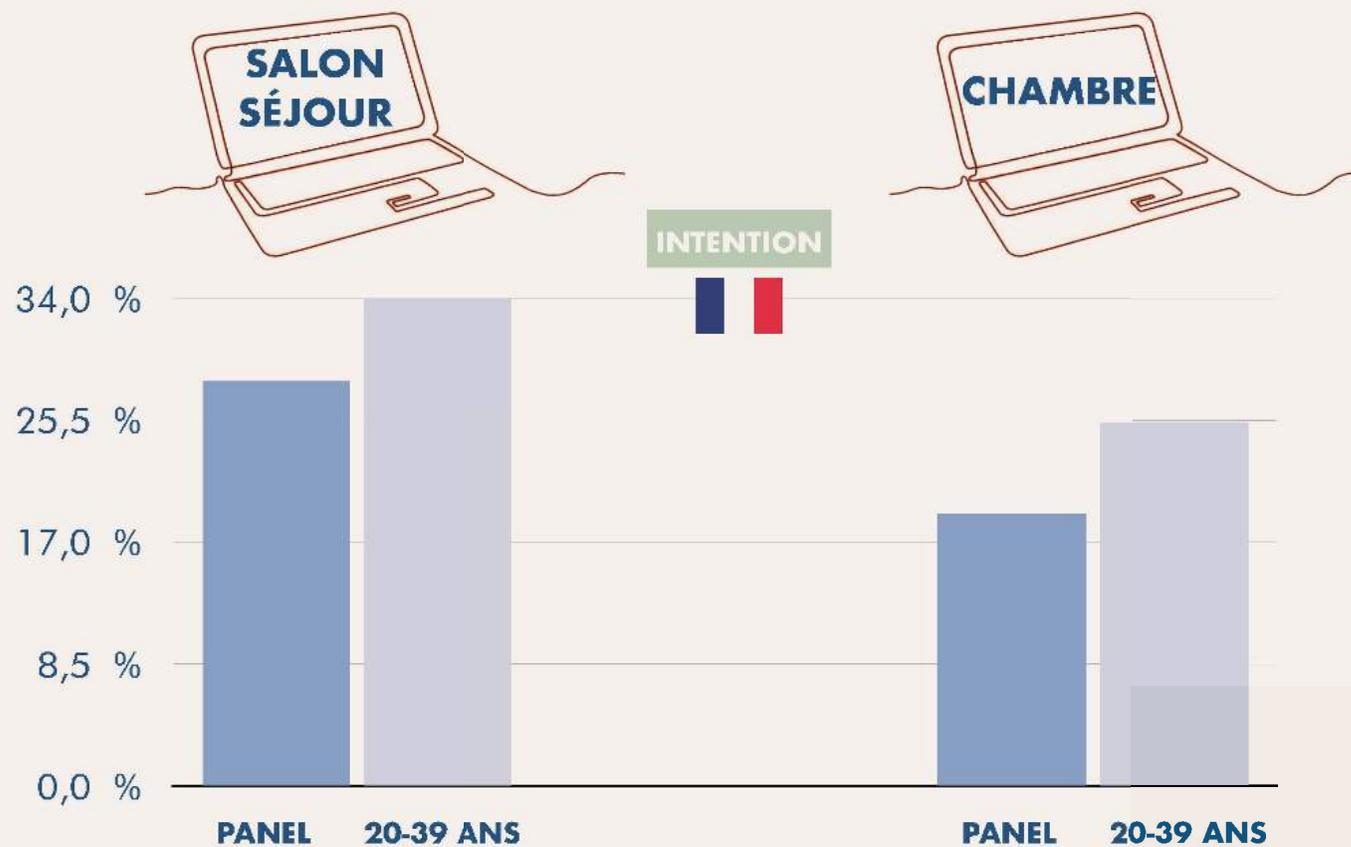
## 22. Demain, si vous deviez changer votre mobilier de chambre, utiliseriez-vous un configurateur ?

### PERSPECTIVE DU RECOURS AU CONFIGURATEUR



19/22. Demain, si vous deviez changer votre mobilier de salon-séjour/chambre, utiliseriez-vous un configurateur ?

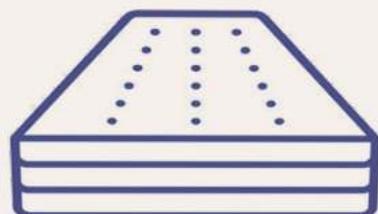
## PERSPECTIVE DU RECOURS AU CONFIGURATEUR





# Achats récents : les principaux produits

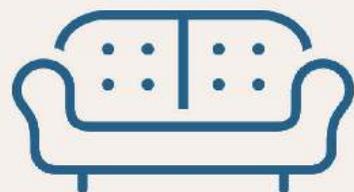
## 25. Avez-vous acheté dans les trois dernières années ?



**MATELAS**



## 25. Avez-vous acheté dans les trois dernières années ?



**CANAPÉ**



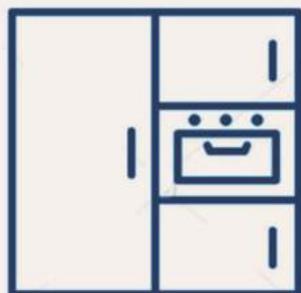
**ARMOIRE  
ou DRESSING**



## 25. Avez-vous acheté dans les trois dernières années ?



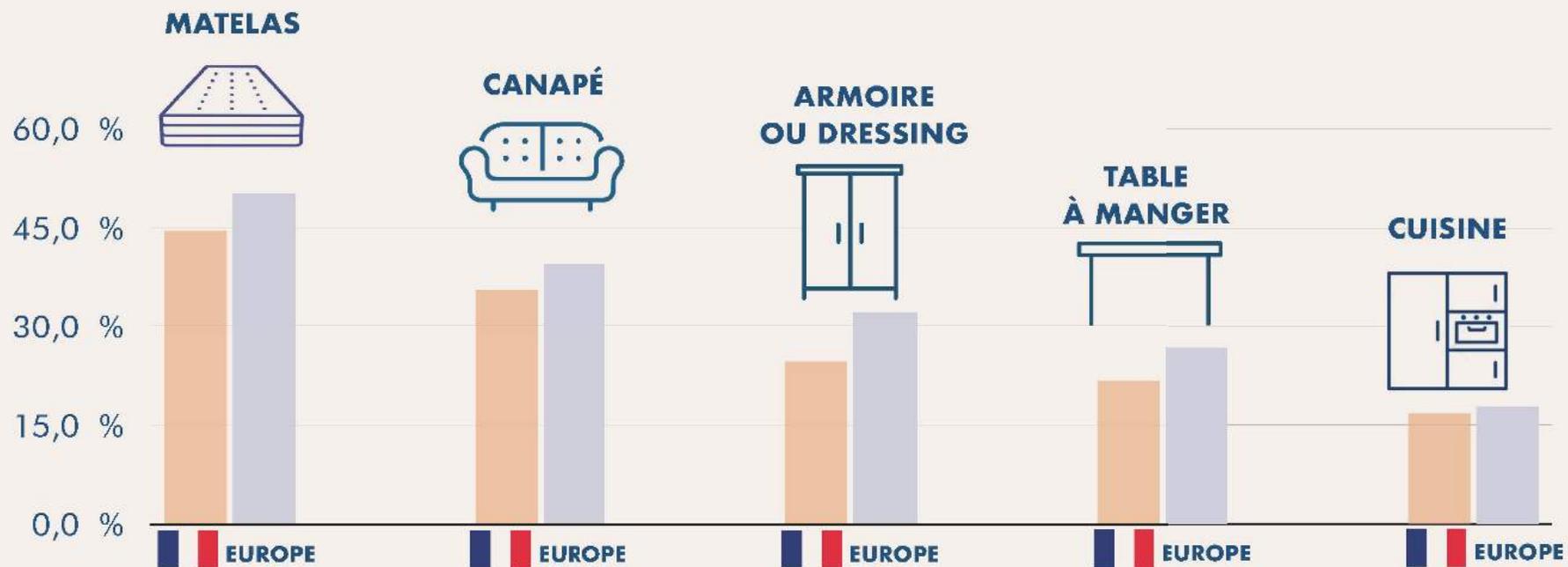
**TABLE À MANGER**



**CUISINE**



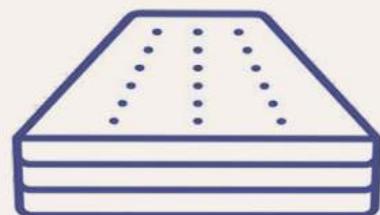
## 25. Avez-vous acheté dans les trois dernières années ?



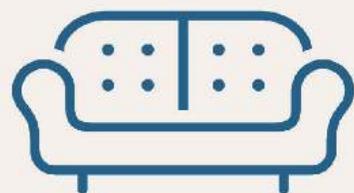


# Achats récents : le rôle du déménagement

## 25.1 Cet achat faisait-il suite à un déménagement?



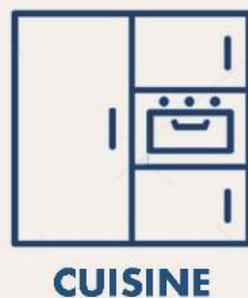
**MATELAS**



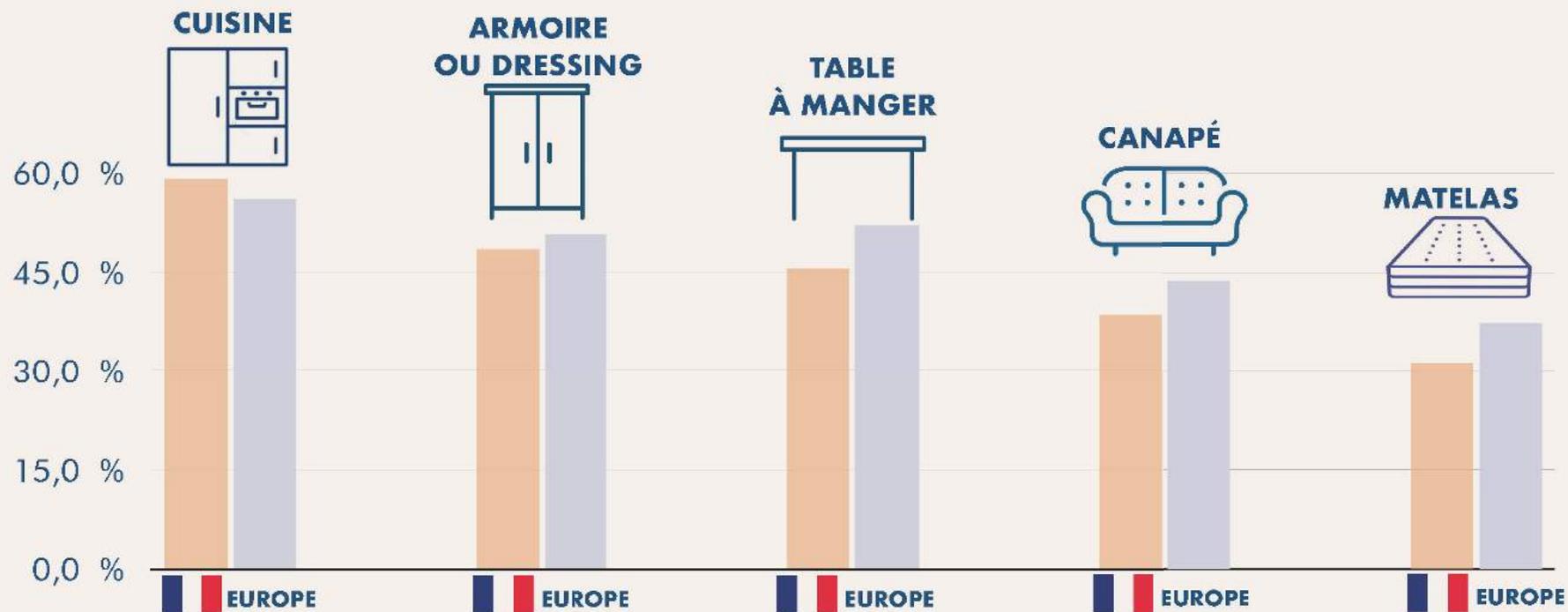
**CANAPÉ**



## 25.1 Cet achat faisait-il suite à un déménagement?



## 25.1 Cet achat faisait-il suite à un déménagement?

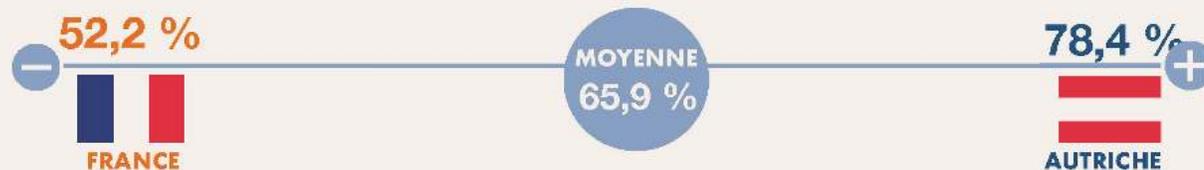
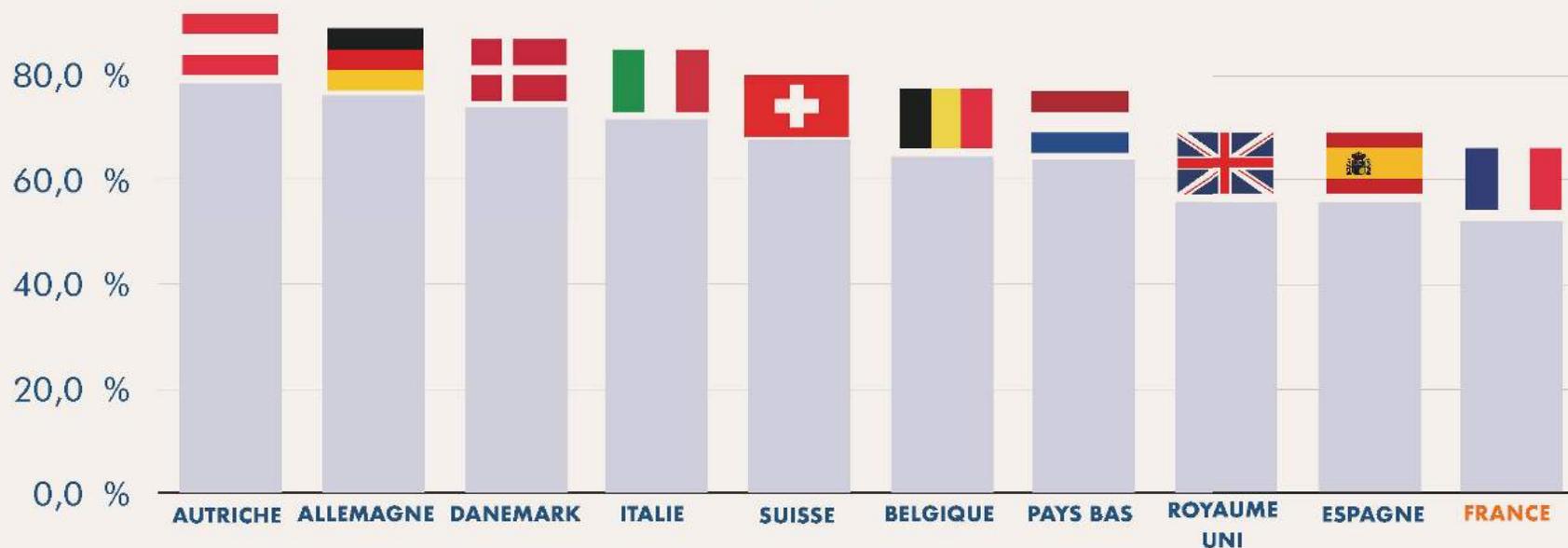
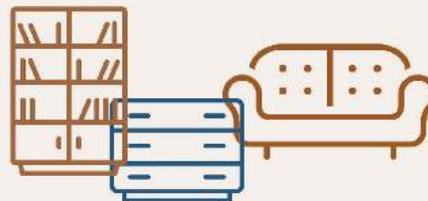




**Achats récents :  
le style**

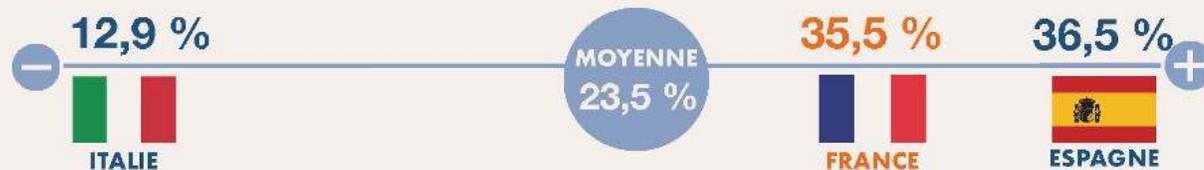
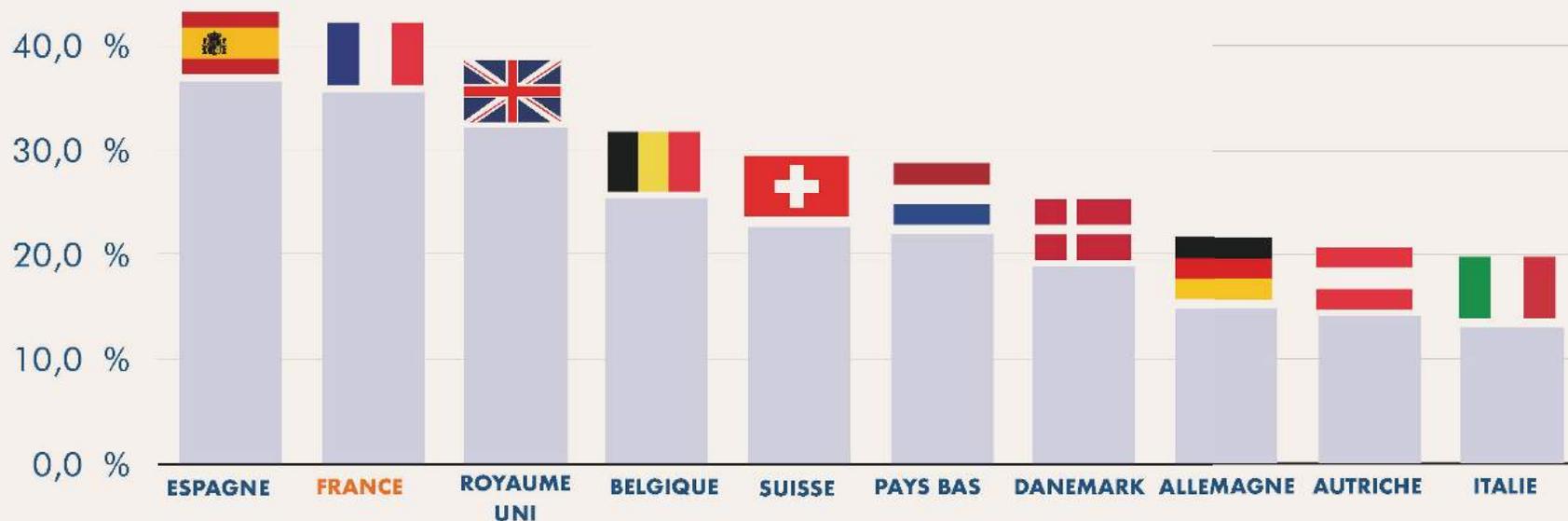
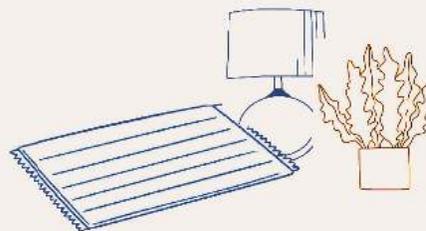
**26. Qu'est-ce qui définit principalement le style de votre séjour ?**  
(1 seule réponse possible)

**LES MEUBLES**



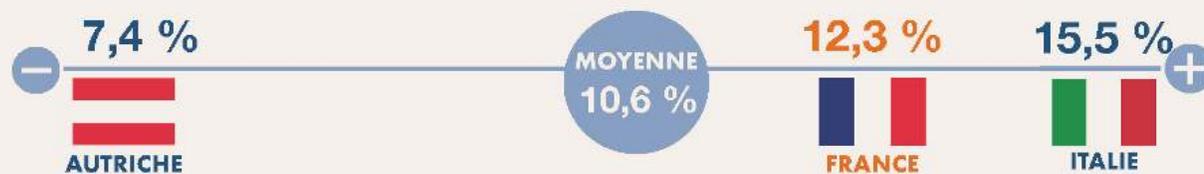
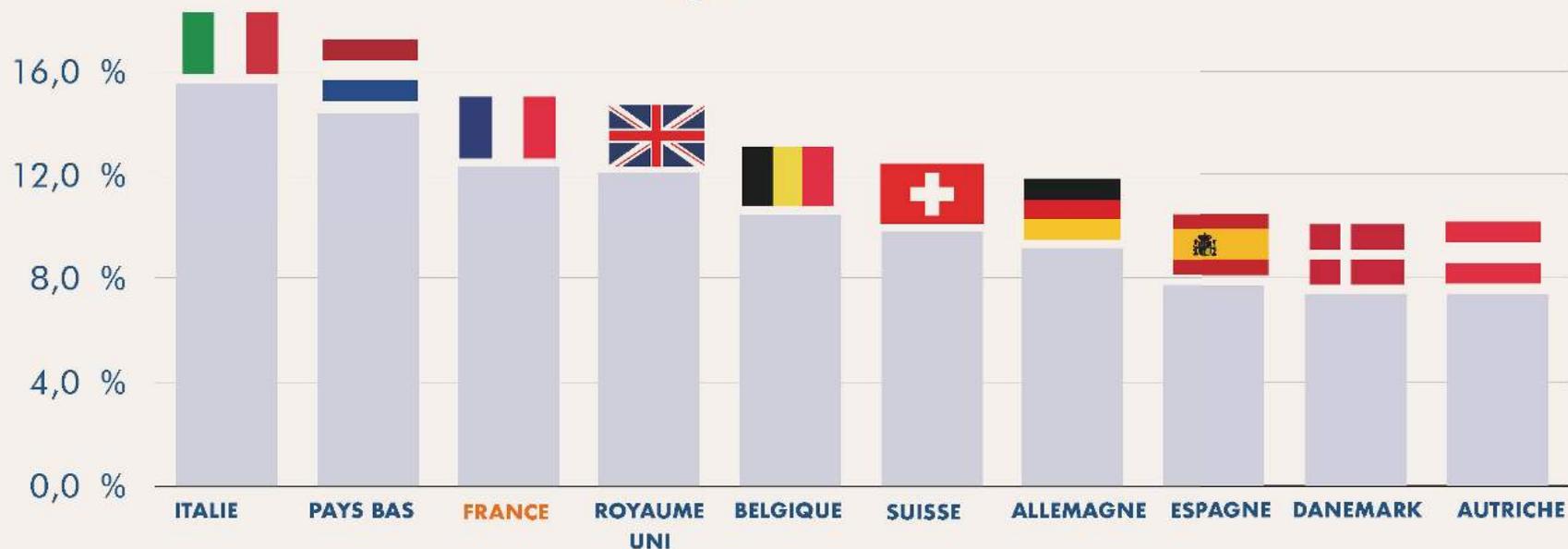
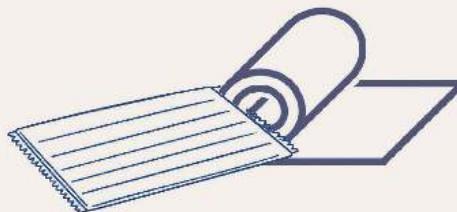
**26. Qu'est-ce qui définit principalement le style de votre séjour ?**  
 (1 seule réponse possible)

**LA DÉCORATION**



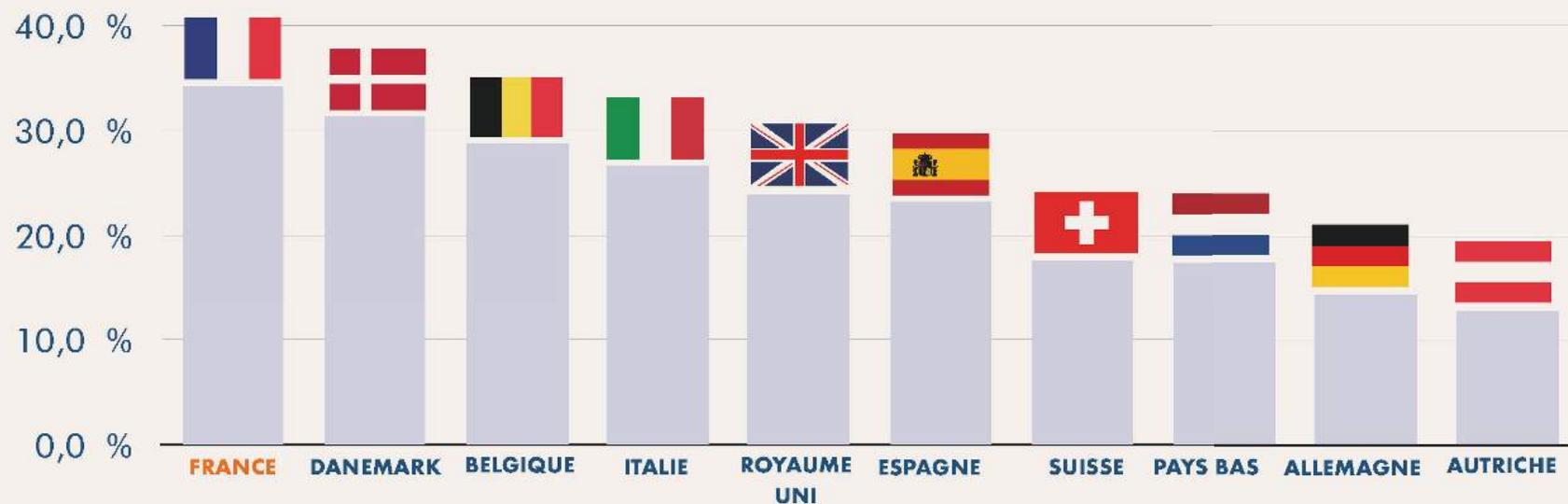
26. Qu'est-ce qui définit principalement le style de votre séjour ?  
(1 seule réponse possible)

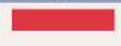
LE REVÊTEMENTS DE SOL



## 27. Le style du mobilier de votre séjour est-il ?

### ANCIEN



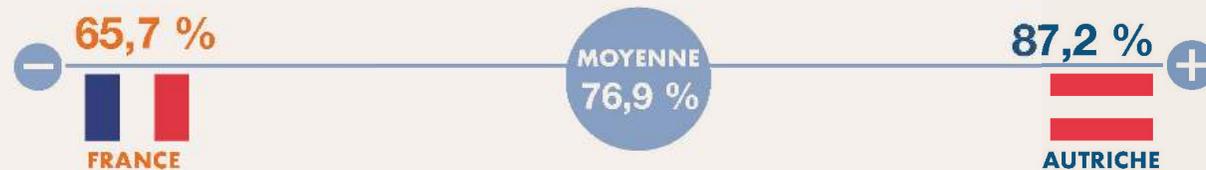
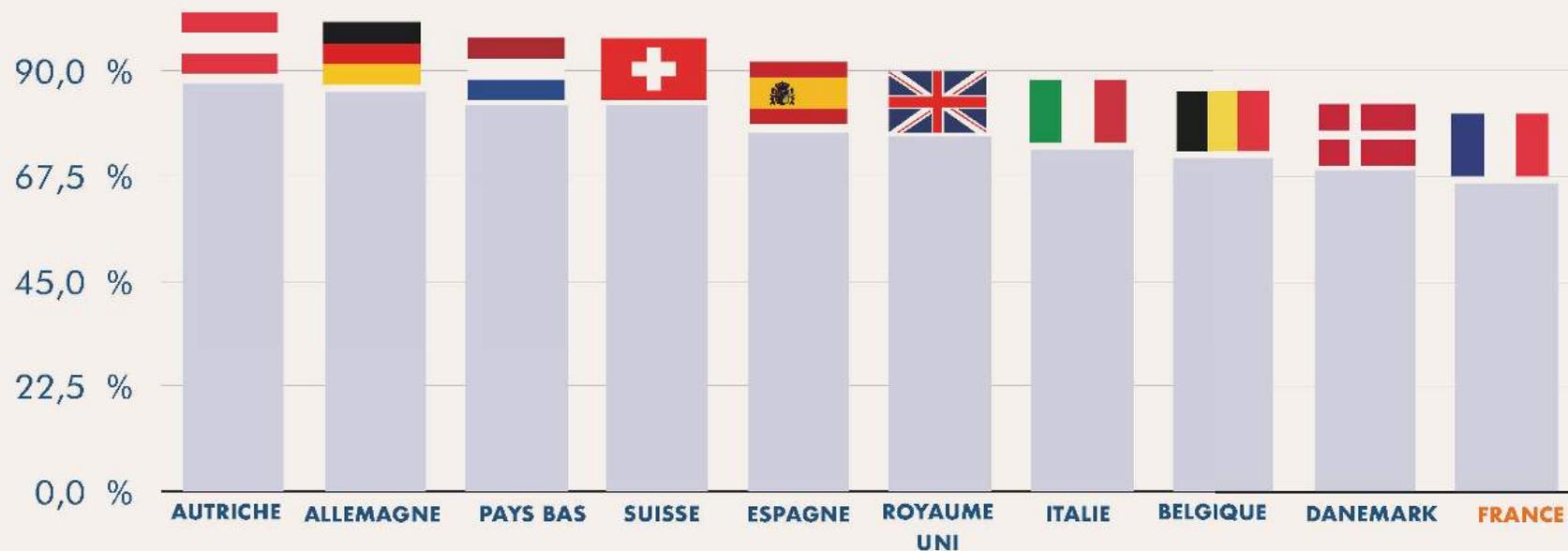
- **12,8 %**  
  
  
**AUTRICHE**

MOYENNE  
**23,1 %**

**34,3 %** +  
  
**FRANCE**

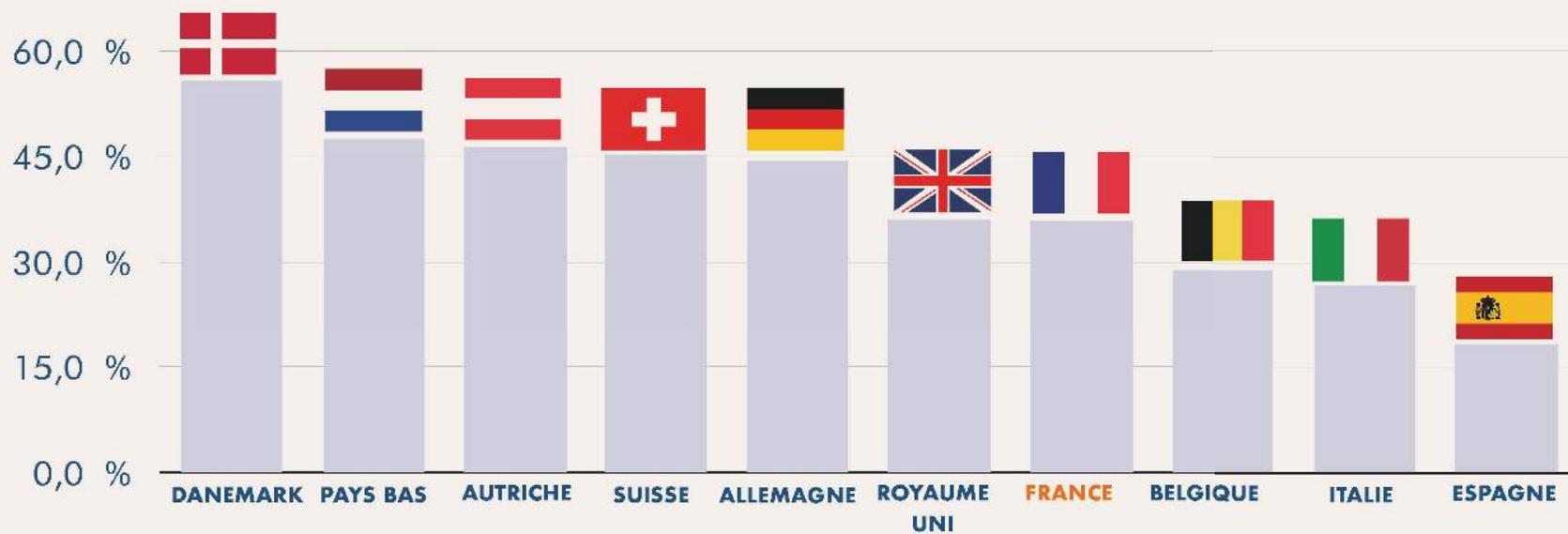
## 27. Le style du mobilier de votre séjour est-il ?

### MODERNE



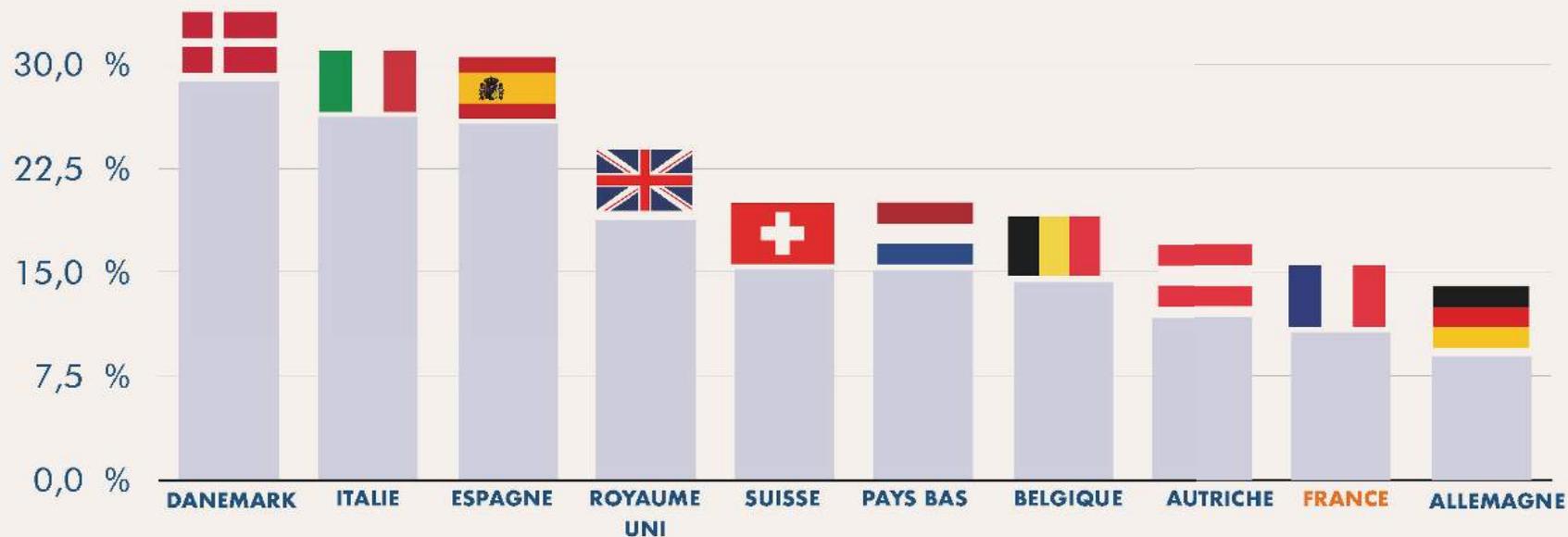
## 27.1 Si ancien (Q27), est-ce du mobilier d'occasion ?

### OCCASION



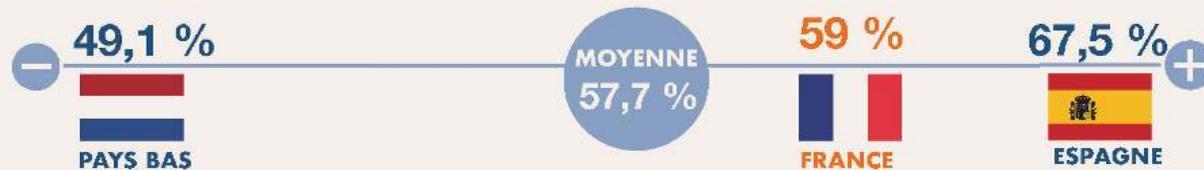
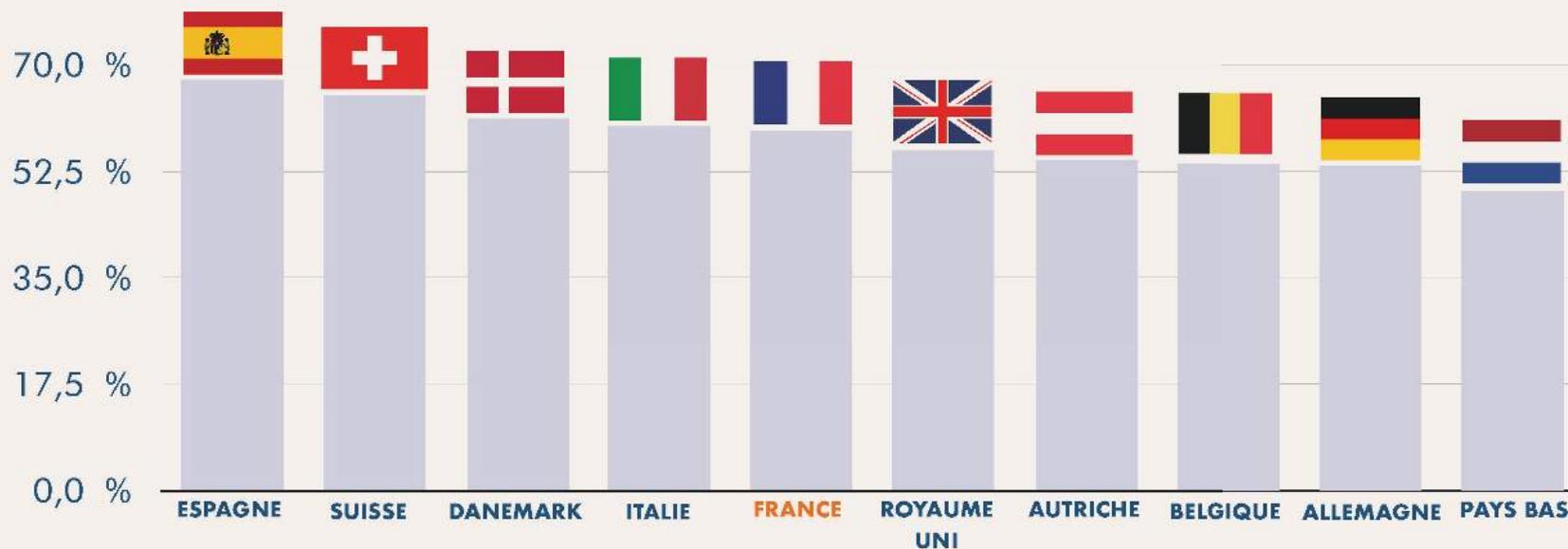
## 27.2 Si moderne (Q27), est-ce du mobilier ....

### DE STYLE AVANT-GARDISTE ( meubles de designers ) ?



## 27.2 Si moderne (Q27), est-ce du mobilier ....

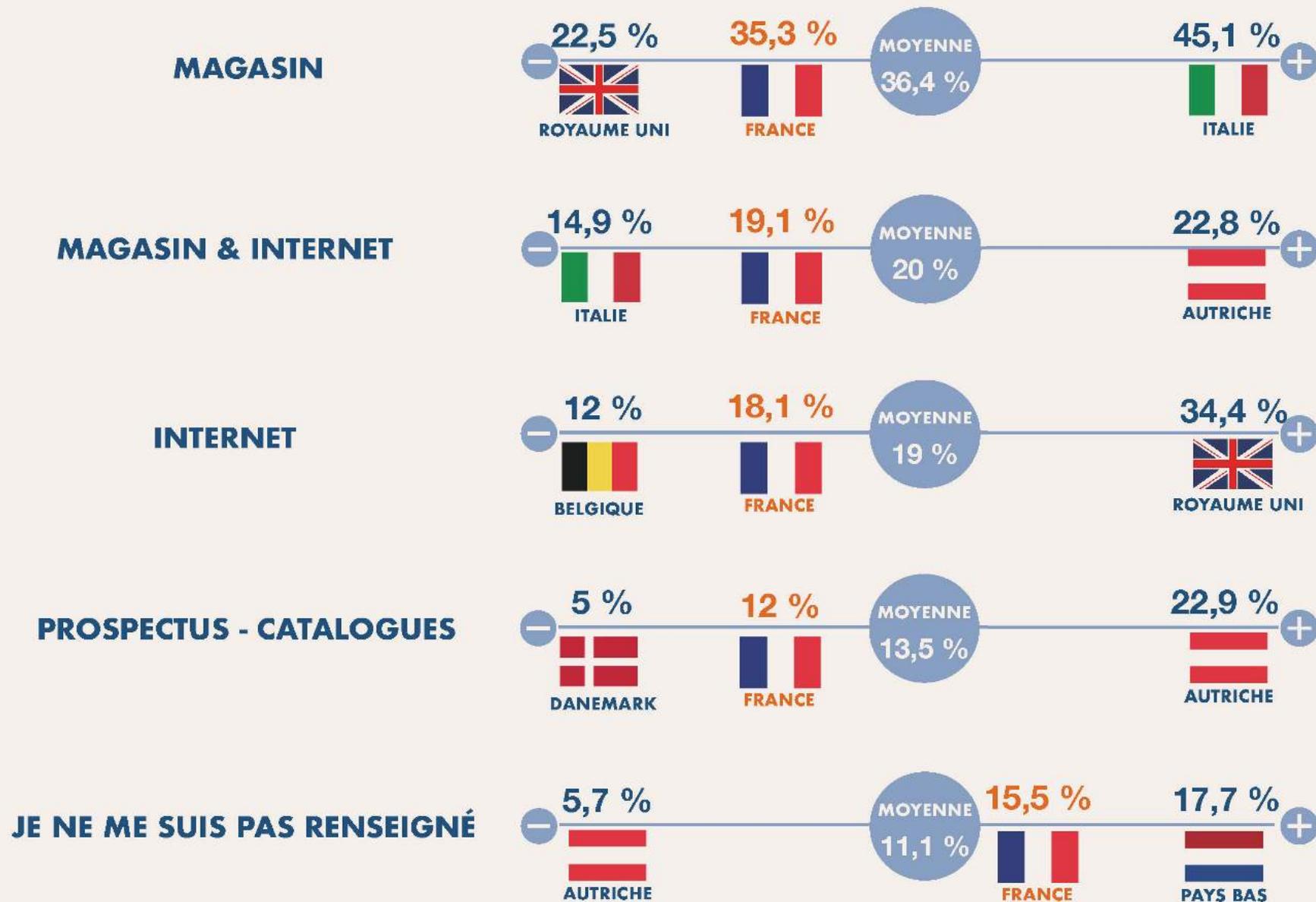
### AU DESIGN FONCTIONNEL (de type Ikea) ?





# Les sources d'information

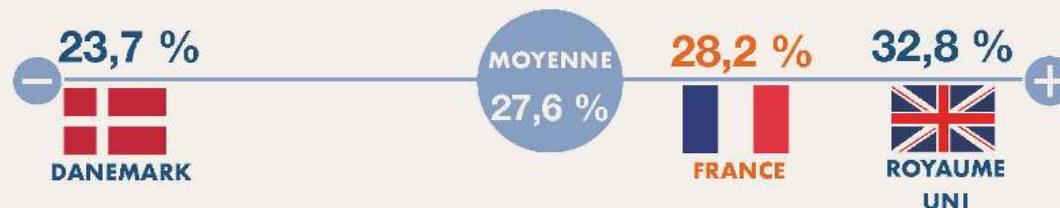
## 28. Lors de votre dernier achat de meubles, comment vous êtes-vous renseigné ?



29. A votre avis, si vous étiez dans une démarche d'achat de meuble, qu'est-ce qui vous influencerait le plus ?

**MOTEUR DE RECHERCHES**

TYPE GOOGLE



**SUGGESTION D'UN PROCHE**

SATISFAIT DE SON EXPÉRIENCE D'ACHAT



**PUBLICITÉ RADIO/TÉLÉ**  
**PRESSE MAGAZINE CINÉMA**

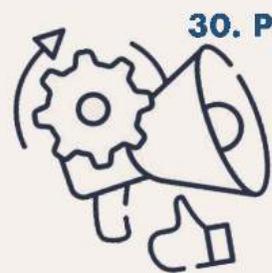


**MÉDIAS DIGITAUX**



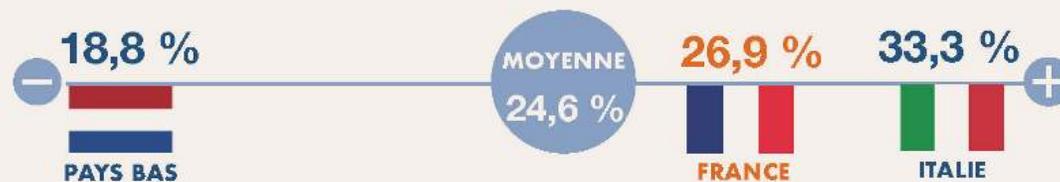
**MAILING / SMS**



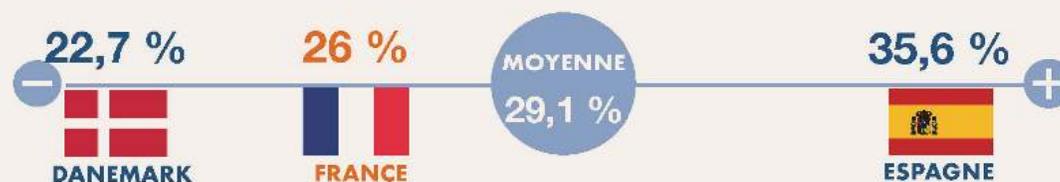


### 30. Pour vos achats de meubles, à quoi êtes-vous le plus sensible ?

#### MARQUES



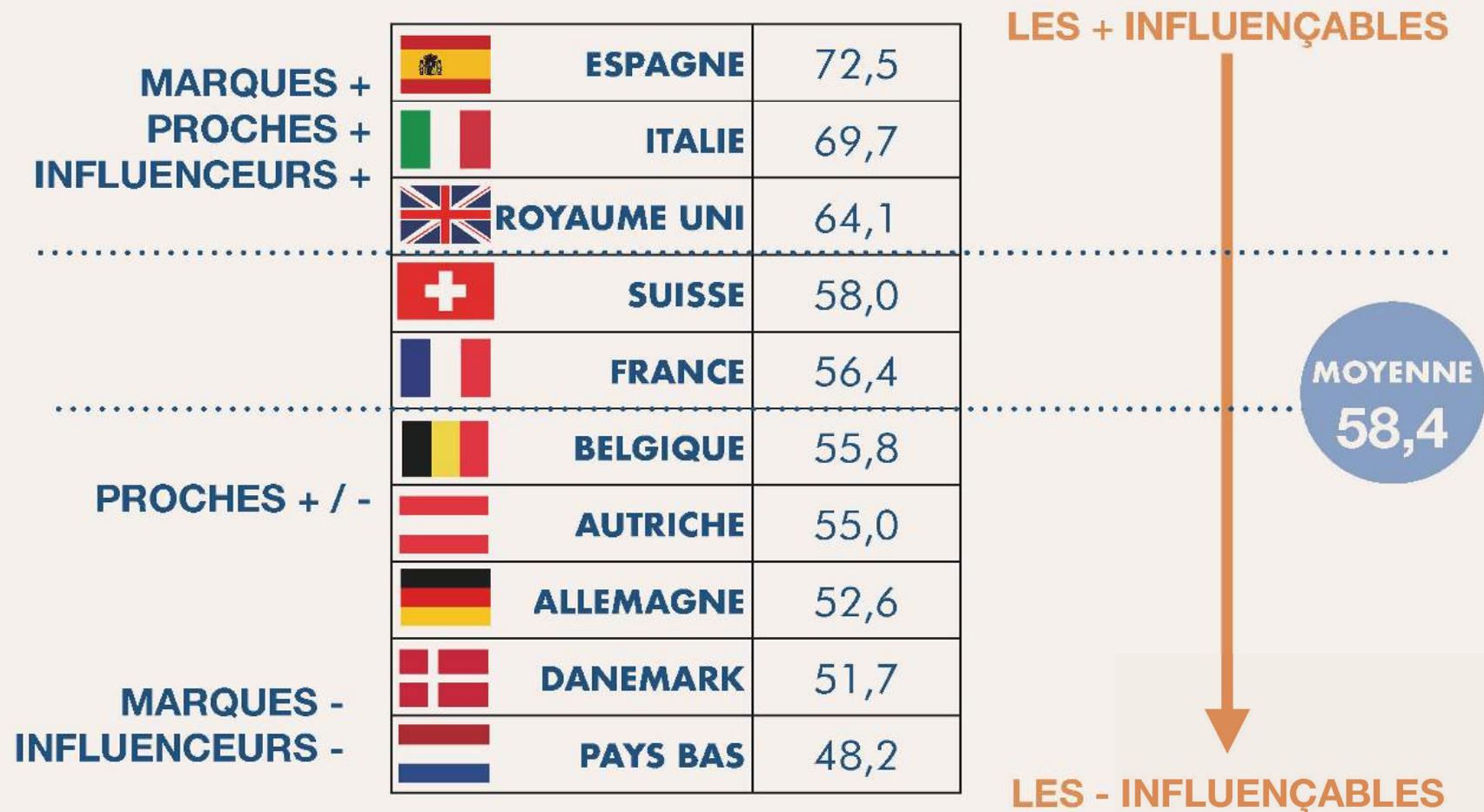
#### PROCHE



#### INFLUENCEUR



### 30. Pour vos achats de meubles, à quoi êtes-vous le plus sensible ?



**31. Concernant vos recherches de mobilier, après avoir cherché des informations sur internet, lorsque vous recevez ensuite des publicités de différentes marques correspondant à vos recherches, vous diriez que ? (Une seule réponse possible)**

Ça vous incite à acheter !



Ça vous est égal !



Ça vous dérange et ça ne vous donne pas envie d'acheter



### 32. Lorsque que vous regardez l'offre en ligne de mobilier, qu'est-ce qui vous inciterait ou vous incite à vous rendre en magasin ?

**Pouvoir essayer /  
 toucher**



**Pouvoir emporter  
 les produits  
 tout de suite**

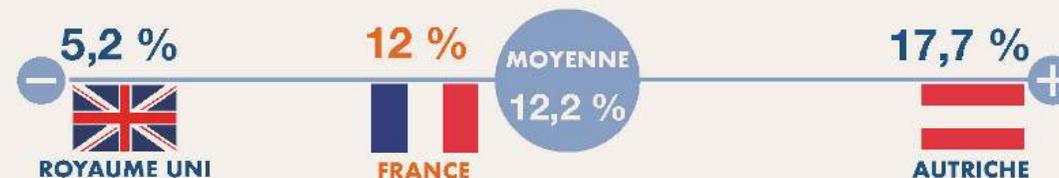


**Pouvoir vérifier  
 le prix**



### 32. Lorsque que vous regardez l'offre en ligne de mobilier, qu'est-ce qui vous inciterait ou vous incite à vous rendre en magasin ?

Conseil du vendeur



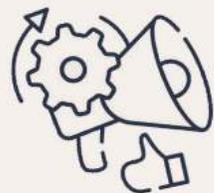
La mise en  
 ambiance



Avis de  
 consommateurs sur  
 tel magasin



### 32bis. Quelle est l'influence du bouche à oreille dans votre démarche d'achat?



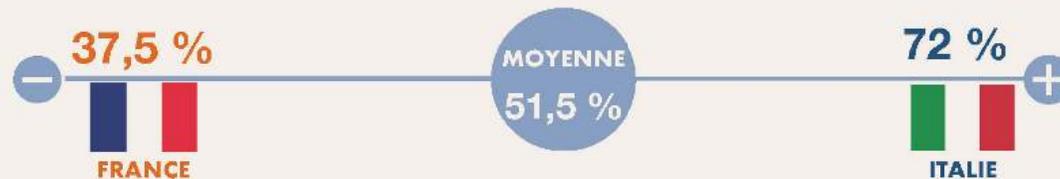
AVIS CLIENT



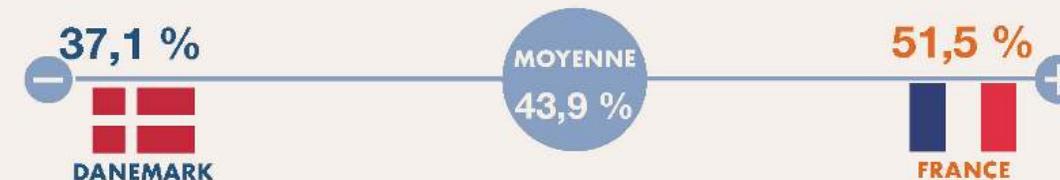
PROCHE



REMISE

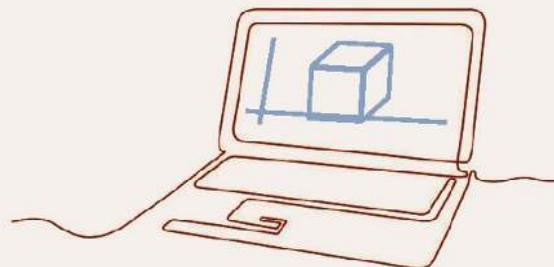


JAMAIS





**En résumé...**

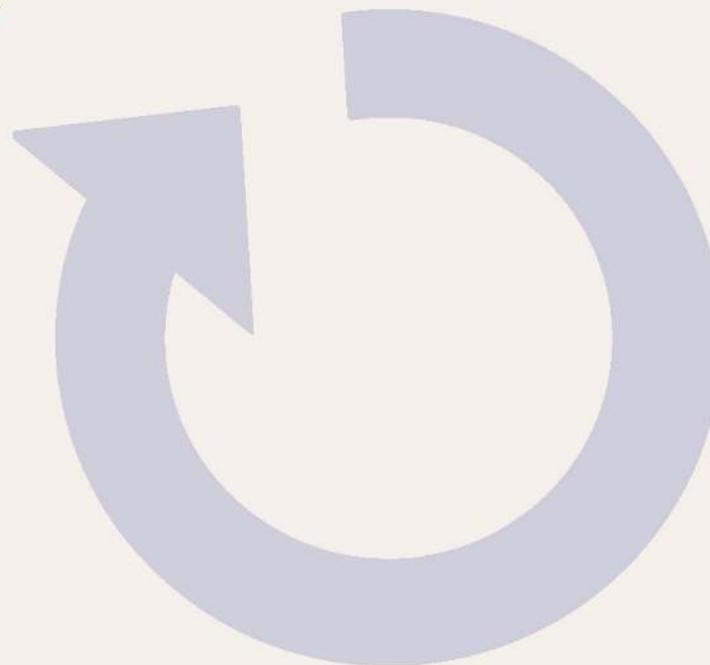


**VERS PLUS DE MOBILIER  
CONFIGURABLE  
EN SÉJOUR ET CHAMBRE**

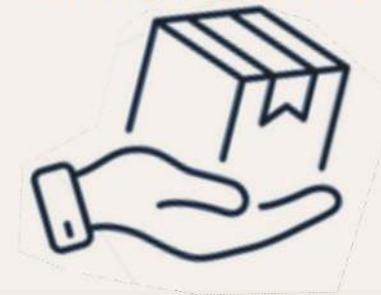


**CROISSANCE  
DE L'OCCASION**

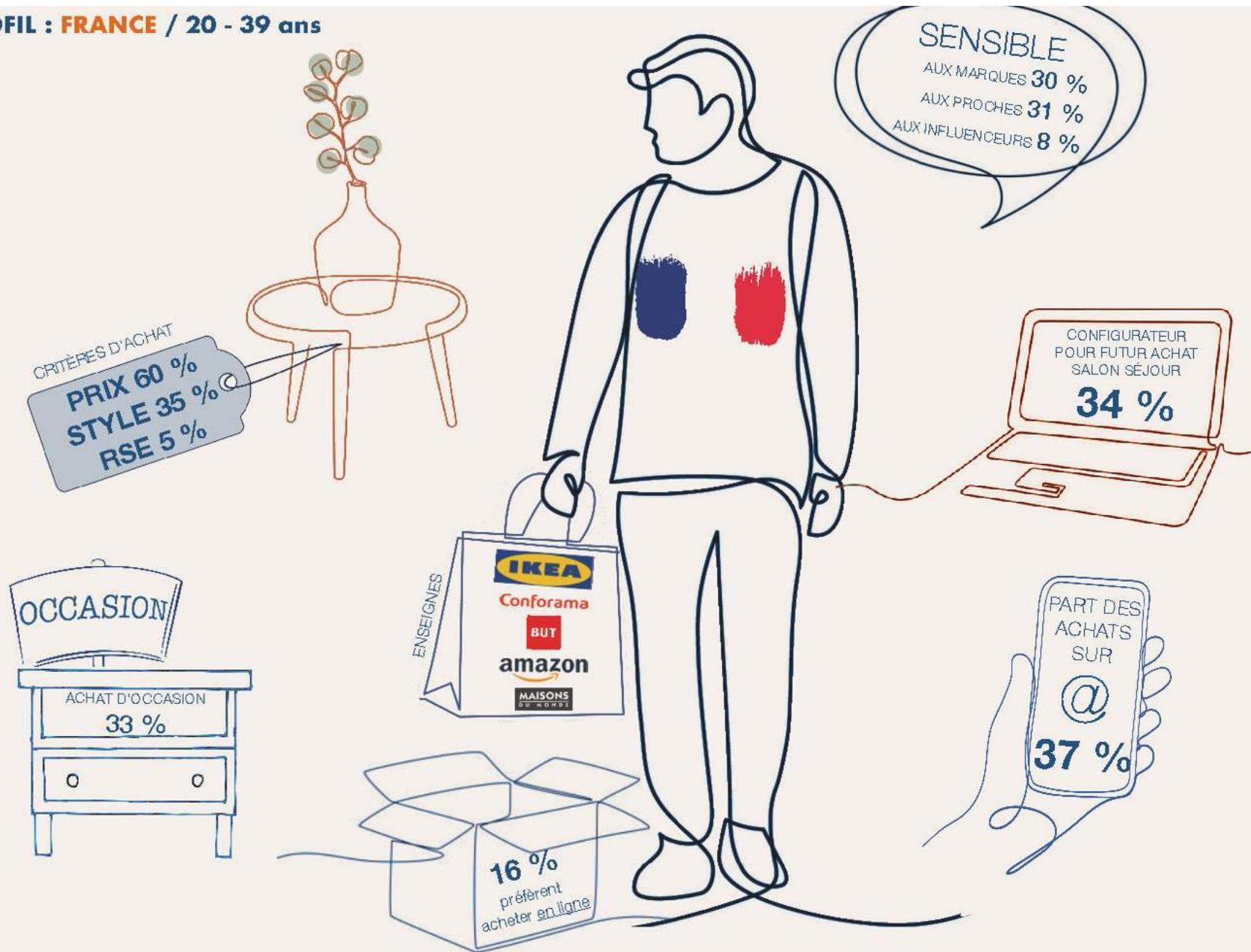
**amazon**



**UNE OFFRE  
DISPONIBLE  
ET MOINS CHÈRE**



**PROFIL : FRANCE / 20 - 39 ans**



**PROFIL : FRANCE / + de 60 ans**

CRITÈRES D'ACHAT  
**PRIX 51 %**  
**STYLE 43 %**  
**RSE 6 %**

**SENSIBLE**  
AUX MARQUES **25 %**  
AUX PROCHES **21 %**  
AUX INFLUENCEURS **1 %**

CONFIGURATEUR  
POUR FUTUR ACHAT  
SALON SÉJOUR  
**22 %**

**OCCASION**  
ACHAT D'OCCASION  
**19 %**

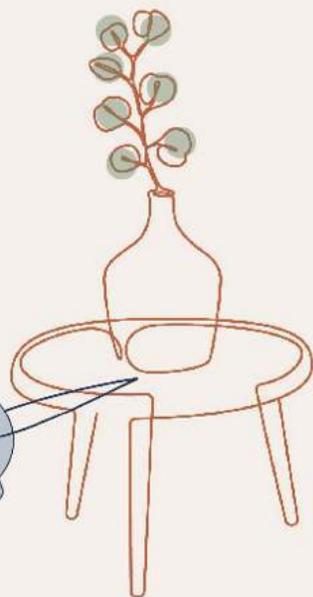
ENSEIGNES  
**IKEA**  
**Conforama**  
**BUT**  
**MAISONS  
ET OBJET**  
**le meuble**

PART DES  
ACHATS  
SUR  
@  
**17 %**

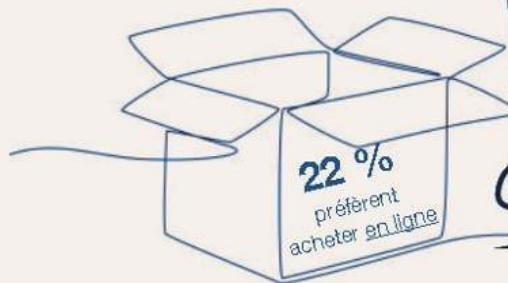
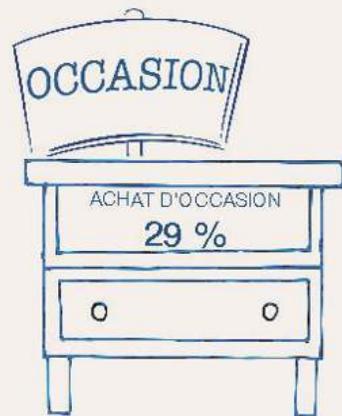
**6 %**  
Préfèrent  
acheter en ligne

**PROFIL : ALLEMAGNE / 20 - 39 ans**

CRITÈRES D'ACHAT  
**PRIX 57%**  
**STYLE 37%**  
**RSE 6%**

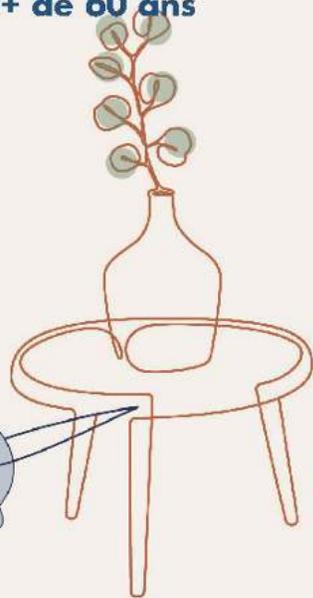


**SENSIBLE**  
AUX MARQUES **21%**  
AUX PROCHES **36%**  
AUX INFLUENCEURS **10%**



**PROFIL : ALLEMAGNE / + de 60 ans**

CRITÈRES D'ACHAT  
**PRIX 61%**  
**STYLE 33%**  
**RSE 6%**



**SENSIBLE**  
AUX MARQUES **17%**  
AUX PROCHES **24%**  
AUX INFLUENCEURS **0%**

CONFIGURATEUR  
POUR FUTUR ACHAT  
SALON SÉJOUR  
**17%**

**OCCASION**  
ACHAT D'OCCASION  
**13%**

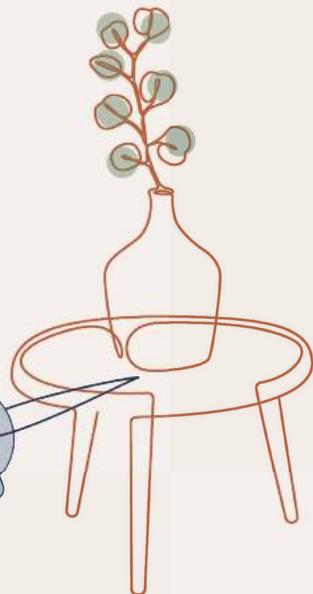
ENSEIGNES  
**IKEA**  
**xxxutz**  
**Höffner**  
**OTTO**  
**POCO**

PART DES  
ACHATS  
SUR  
@  
**23%**

**17%**  
préférent  
acheter en ligne

**PROFIL : ESPAGNE / 20 - 39 ans**

CRITÈRES D'ACHAT  
**PRIX 65 %**  
**STYLE 28 %**  
**RSE 7 %**



**OCCASION**  
ACHAT D'OCCASION  
**26 %**

ENSEIGNES  
**IKEA**  
Conforama  
LEROY MERLIN  
amazon  
merKamueble

**12 %**  
préfèrent  
acheter en ligne

**SENSIBLE**  
AUX MARQUES **31 %**  
AUX PROCHES **36 %**  
AUX INFLUENCEURS **13 %**

CONFIGURATEUR  
POUR FUTUR ACHAT  
SALON SÉJOUR  
**59 %**

PART DES  
ACHATS  
SUR  
@  
**35 %**

**PROFIL : ESPAGNE / + de 60 ans**

CRITÈRES D'ACHAT  
**PRIX 58 %**  
**STYLE 33 %**  
**RSE 9 %**

**SENSIBLE**  
AUX MARQUES **29 %**  
AUX PROCHES **35 %**  
AUX INFLUENCEURS **1 %**

CONFIGURATEUR  
POUR FUTUR ACHAT  
SALON SÉJOUR  
**49 %**

**OCCASION**  
ACHAT D'OCCASION  
**10 %**

ENSEIGNES  
**IKEA**  
**Conforama**  
@Carrefour  
**merKamueble**  
**LEROY MERLIN**

PART DES  
ACHATS  
SUR  
@  
**18 %**

**9 %**  
préfèrent  
acheter en ligne

**PROFILS / ENSEIGNES**

**20 - 39 ans**



**+ DE 60 ANS**



**Merci !**