

Maison déco

Le marché de la décoration intérieure, dont le secteur textile représente 17 %, reste un marché actif en France, du fait du désir croissant, a fortiori en période de crise, d'améliorer son habitat et de se sentir bien chez soi. La décoration est l'un des postes de dépenses les plus importants des Français : 55 % estiment que décorer sa maison est indispensable*. Ce marché s'étend également au secteur professionnel : espaces de vente, hôtellerie, restauration... aucun domaine n'échappe aux impératifs de la décoration pour développer un concept et fidéliser la clientèle.

La disparité de ce secteur le rend complexe : les segments très différents qu'il réunit, eux-mêmes subdivisés en sous-segments (linge de table, de toilette, de lit, d'ameublement... pour le textile) affichent des taux de croissance et potentiels d'évolution difficilement comparables.

**Source Etude Precepta 2010*

Liste des sous-pages

- **Le marché de la décoration intérieure**

Évalué à plus de 16 milliards d'euros, le marché de la décoration intérieure s'articule autour de **six grandes catégories de produits** : les objets décoratifs, le textile de la maison, les meubles, les luminaires, l'électroménager et les arts de la table. Les meubles représentent 43,3 % des facturations, l'électroménager et les luminaires 32,1 %, les arts de la table 14,2 %, le textile 10,4 %*.

Le secteur du textile pour la maison comprend le linge de maison (couvertures, linge de lit, de table, de toilette et de cuisine, les voilages et les petits articles de literie, oreillers, couvre-lits, édredons, couettes...) ainsi que les tapis d'intérieur. Le secteur du linge de maison et des petits articles de literie est majoritaire. Le marché français de l'équipement de la maison connaît une progression régulière.

Très sensible à l'intensification de la concurrence internationale, il est très international (la production française a baissé de 10 % entre 2003 et 2007).

Pour résister à la concurrence accrue des pays émergents, de nombreuses entreprises se reconvertissent sur des niches de produits, des séries limitées répondant à des spécificités particulières - pour l'hôtellerie notamment - ou sur des textiles créatifs et de haut de gamme. **Le secteur des tapis et moquettes est pour sa part très concurrencé.**

L'offre couvre tous les styles et tous les niveaux de gamme, du plus **basique au plus prestigieux**. De plus en plus d'enseignes de décoration orientent en outre leur offre vers les produits éco-responsables ou bio, qui remportent un vrai succès.

Les Français consacrent à la décoration en moyenne 31 % de leur budget (528 € en mobilier, 129 € en articles d'arts de la table, 106 € en produits textiles et 33 € en luminaires). Les consommateurs de produits de décoration appartiennent à toutes les catégories socioprofessionnelles. Ils orientent leurs achats de façon rationnelle et passent beaucoup de temps à s'informer, notamment via internet.

Le prix est pour eux un élément de choix important. Parmi l'ensemble des canaux de distribution, le e-commerce a battu, en 2011, de véritables records dans le domaine de l'équipement de la maison, au détriment des magasins et catalogues.

Porté par une volonté de mieux vivre et de se faire plaisir, ce secteur bénéficie d'autres facteurs tels que l'augmentation du nombre des jeunes couples, l'éclatement des familles et les 35 heures. Il demeure malgré tout exposé aux menaces pesant sur le pouvoir d'achat (inflation, tensions sur les salaires...), qui vont pousser les consommateurs à procéder à des arbitrages au cours des prochaines années.

L'innovation constitue pour lui un enjeu majeur. **41 % du chiffre d'affaires des industries des équipements du foyer sont dégagés** par des produits innovants, contre 29 % pour l'ensemble de l'industrie.

Les innovations sont davantage axées sur le design, dans le secteur du textile comme dans ceux des arts de la table et du meuble. C'est à cette condition que les entreprises peuvent continuer à se **démarquer de la concurrence** et conserver leurs parts de marché.

Ce marché peut se prêter à l'activité du jeune créateur à condition qu'il trouve **un positionnement porteur (de niche) et que son offre (de qualité) se démarque de la concurrence** et s'inscrive dans une logique de consommation responsable.

**Source Sessi*

• **Les produits**

Le secteur du textile de décoration, appelé également "linge de maison", regroupe l'ensemble des pièces textiles destinées à un usage domestique :

- Le linge de lit (draps et housses de couettes, dessus de lit, couvertures, édredons, oreillers, traversins...)
- Le linge de toilette (serviettes de toilette, draps de bain, gants de toilette...)
- Le linge de table (nappes, serviettes, sets de table, torchons...)
- Le textile d'ameublement (rideaux, coussins, plaids...)

La consommation d'articles de **décoration textile reste constante au fil des ans**. 24 % du budget global des ménages consacré à ce type d'équipement concerne les rideaux, 19 % le linge de lit, 17 % le linge de toilette, et 6 % le linge de table.

Disponibles dans tous les styles, dans toutes les matières et à tous les prix, les produits de la catégorie "Linge de maison" font aujourd'hui l'objet de véritables tendances mode, que les fabricants suivent scrupuleusement, depuis les articles d'entrée de gamme jusqu'aux produits luxueux, d'autant que les consommateurs ont pris l'habitude d'en changer régulièrement.

L'offre (importante et accessible en termes de prix compte tenu de la délocalisation de la production) de rideaux tout prêts, de parures de lits et de linge de table, permet de "se faire plaisir" et de **changer complètement son environnement à moindre frais**.

Dans ce contexte **d'abondance et d'offre trop uniforme pour certains**, l'enjeu, pour les acteurs du secteur, est aujourd'hui **d'identifier des niches ou concepts originaux**, qui permettent aux consommateurs de se procurer des articles déco uniques, qu'ils ne verront nulle part en dehors de chez eux et qui leur permettra de construire leur propre style déco.

*Source Institut Français de la Mode