



**Dupin  
1820**

**Parution  
BILAN  
Février  
2020**

01. février 2020 UN SECTEUR SOUS LA LOUPE ⌚ 7 min

# Meubles: l'heure des grandes manœuvres

PAR BILAN.CH



Les géants étrangers grignotent des parts sur un marché suisse en pleine consolidation: Pfister a été racheté et Interio va disparaître. Les enseignes locales doivent repenser leur offre. Andrea Machalova

[#ikea](#) [#pfister](#) [#meubles](#) [#interio](#)



Pascal, Stéphane et Alix Luthy de Dupin 1820. Leur credo: le sur-mesure.

Sauver les meubles, voilà à quoi s'échinent les principaux acteurs de l'ameublement suisse ces derniers temps. Alors que le chiffre d'affaires du secteur est en baisse depuis près d'une dizaine d'années (en 2018, il est revenu à son niveau de 1994!), l'arrivée de groupes étrangers et de *pure players* affaiblit d'avantage encore les boutiques historiques. Il en résulte une forte consolidation du marché dont les derniers développements, après la disparition de Fly en 2015, ont touché de plein fouet deux enseignes de Migros à l'automne dernier, avec le rachat de Pfister par l'autrichien XXXLutz et la disparition programmée d'Interio.

Pourtant, la demande des consommateurs n'est pas en cause. Il en va plutôt de la politique des prix bas imposés par les géants du meuble, ainsi que des habitudes d'achat, en constante évolution. Aujourd'hui, on a en effet tendance à acheter moins cher pour moins longtemps. «La durée de vie d'un canapé est passée de dix à cinq ans», assure Laurent Garet, CEO de La Redoute Suisse.

Arrivée sur le marché suisse en 2015, cette enseigne détenue par le groupe Galeries Lafayette a choisi de s'y implanter différemment que ses homologues Zara Home ou H&M Home. Ses produits n'y sont proposés qu'en ligne. La marque réduit ainsi ses coûts liés au personnel ou à la location d'un espace de vente. Pour se faire connaître du public helvétique, elle organise des pop-up, des boutiques éphémères, tenues chaque année dans une ville différente. Après Zurich en 2018, Lausanne en 2019, Genève, Berne et Bâle seraient les prochaines sur la liste.

Mais l'«online only» a également un coût: celui de la livraison, que l'enseigne offre à partir de 90 francs d'achat. «En Suisse, où le ticket d'entrée pour l'envoi d'un colis est le plus cher au monde, nous avons dû faire un effort sur les prix sans lésiner sur le service car nous livrons directement dans la pièce de votre choix», ajoute Laurent Garet. Un argument de vente non négligeable auprès des jeunes citadins aux emplois du temps chargés et dont toujours moins possèdent une voiture, principale cible de la marque en Suisse.

## Ikea fait la course en tête

Le tourisme d'achat lié au franc fort ainsi que le développement des ventes en ligne sont d'autres facteurs qui contribuent encore à réduire les marges des enseignes locales. Il en résulte qu'en Suisse, le marché de l'ameublement est largement dominé par des acteurs étrangers. A eux seuls, les trois principaux groupes, Ikea (Suède), Conforama (France), ainsi que Pfister, se partagent près des deux tiers du chiffre d'affaires qui, en 2018, a totalisé 3,79 milliards de francs.

Avec un chiffre d'affaires sur son dernier exercice de 1,138 milliard de francs, Ikea domine largement le secteur. Implanté dans le pays depuis près de cinquante ans, le géant du meuble suédois s'approprie à lui seul près d'un tiers des parts du marché (29%). Sachant sa marge de croissance modérée en Suisse (toujours moins de gens se rendent dans les magasins), Ikea axe désormais sa stratégie sur deux aspects: d'un côté le développement des ventes en ligne, représentant 9,1% du chiffre d'affaires (+17% sur un an), les services (+9%) de l'autre. «Cela découle d'une demande toujours plus accrue de la part des consommateurs, friands de services personnalisés», explique Simona Crivelli, porte-parole d'Ikea Suisse.

Avec son système «flat pack», optimisé pour l'expédition et la livraison des colis, Ikea dispose déjà d'une base solide pour l'online. Mais c'est avec les services qu'elle cherche à faire la différence. Dans sa volonté de devenir une entreprise circulaire d'ici à 2030, elle a récemment annoncé le lancement d'un service de location de meubles, ainsi que la mise en place de boîtes de retrait, facilitant la collecte de marchandises en dehors des heures d'ouverture de ses magasins.

## 70% du marché est importé

Mais l'emprise d'Ikea sur le marché helvétique pourrait être remise en cause avec l'arrivée massive de l'autrichien XXXLutz. Présent en Suisse alémanique depuis le printemps 2018, le géant du meuble comptant 320 magasins dans 12 pays et employant pas moins de 25 700 personnes, continue son expansion avec le rachat à l'automne 2019 de Pfister (23 magasins en Suisse), ainsi que de 6 des 11 filiales Interio (toutes en Suisse alémanique).

Et ce n'est pas fini, puisque le groupe vient d'annoncer des développements en 2020, année où il fête ses 75 ans d'existence. S'il ne communique pas les chiffres d'affaires de ses différents marchés, en 2019, son chiffre d'affaires global a augmenté de 700 millions d'euros (751 millions de francs) pour s'établir à 5,1 milliards d'euros (5,48 milliards). Une situation permettant à Kurt Frischknecht, directeur de l'Association suisse de l'industrie du meuble, d'affirmer que le mobilier importé représenterait pas moins de 70% des parts du marché en Suisse.

Quant à Conforama, numéro 2 de l'ameublement en Suisse avec un chiffre d'affaires de 500 millions de francs en 2017, il traverserait également une période de troubles. La suppression de 1900 postes en France ne devrait toutefois pas impacter la Suisse, s'est empressée de préciser sa porte-parole. Présente en Suisse depuis 1976, l'enseigne y compte 22 points de vente.

Pour survivre dans ce contexte, les acteurs historiques suisses ont dû s'adapter. Seules enseignes helvétiques à figurer encore dans le peloton de tête du marché, Micasa (Migros) et Livique (Coop) sont passées par un repositionnement. Alors que Coop a transformé ses magasins Toptip en Livique, Migros, l'estée de Pfister et Interio, souhaite désormais concentrer ses efforts sur Micasa qui dispose d'un réseau bien établi en Suisse.

## Services de luxe

Le secteur haut de gamme n'est pas non plus épargné. Teo Jakob, plus grand acteur du segment, avec six succursales en Suisse, dont une à Genève, a également dû se restructurer alors que son chiffre d'affaires était en baisse depuis une dizaine d'années. L'enseigne bernoise a ainsi fermé les magasins non rentables et développé son offre de services. Sur les 115 collaborateurs actuels, plus de la moitié sont des architectes d'intérieur, des experts en lumière, en revêtements de sols ou en tissus, formés pour accompagner le client dans son processus d'achat. «La vente de meubles individuels devient de plus en plus difficile, c'est pourquoi nous nous concentrons de plus en plus sur le mobilier global», a commenté Simon Flückiger, arrivé à la direction de l'entreprise en juin 2018. Depuis, le chiffre d'affaires est remonté, s'établissant à 45 millions en 2019.

Même son de cloche chez l'acteur historique de l'aménagement intérieur à Genève, Dupin 1820. Aujourd'hui dirigée par les représentants de la troisième génération, Pascal et Stéphane Luthy, l'entreprise familiale emploie une soixantaine de collaborateurs et compte trois présences à Genève. Sa spécialité? Le sur-mesure. De la réalisation des plans jusqu'au montage du projet immobilier, dont une grande partie peut être réalisée directement dans les ateliers de la maison, réunissant plusieurs corps de métier, allant des tapissiers aux courtepointières, en passant par des poseurs de moquettes, peintres ou ébénistes. Ou comment gagner en flexibilité sur les tarifs.

«Ce qui nous différencie de la concurrence, c'est le conseil global et le gain de temps que cela représente pour le client, qui n'interagit plus qu'avec un prestataire», souligne Pascal Luthy.