



**l'Ameublement
français**



Dossier de presse Filière Meuble

3 février 2026

Contact presse : Image Sept

Anatole FLAHAULT – 01 53 70 74 26

SOMMAIRE

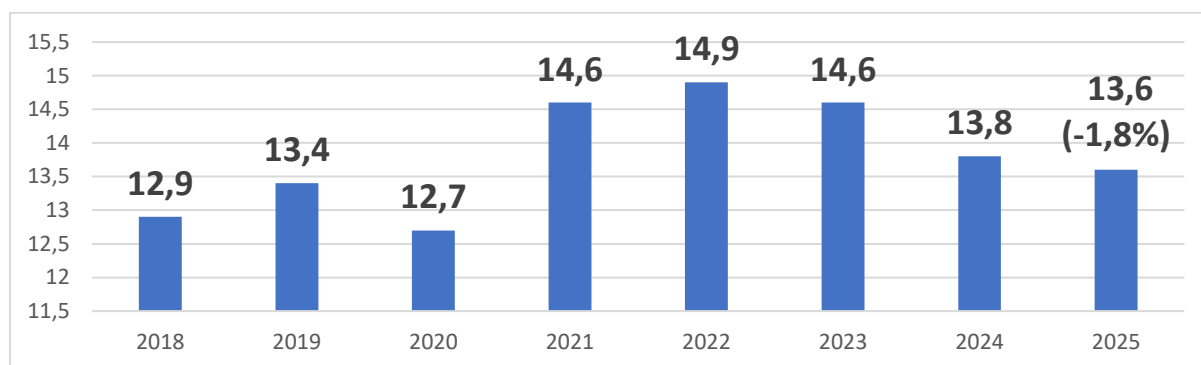
- I. Résultats 2025 : des signes de stabilisation - page 3**

- II. Conforter le début de reprise et restaurer l'équité de marché - page 8**

I – Résultats 2025 : des signes de stabilisation

1. 2025 : Un second semestre mieux orienté

Valeur TTC du marché du meuble 2018-2025 (Mds euros)



Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Insee

Après un recul assez marqué de l'activité en 2024 (-5,1% en valeur), la chute se ralentit au cours de l'année 2025 sur le marché du meuble. Les ventes reculent de 1,8% soit une perte de chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros. Le marché reste toutefois légèrement au-dessus du niveau qui était le sien en 2019 avant la pandémie de Covid puis l'épisode inflationniste qui a suivi.

Des éléments encourageants se dégagent toutefois au cours des derniers mois :

- ✓ Le marché résiste bien avec un immobilier neuf atone, bien en dessous des 300 000 unités en rythme annuel en ce qui concerne les mises en chantier. Si l'immobilier ancien renoue avec la croissance, les niveaux de transactions restent encore bien en-dessous de ceux du début des années 2020
- ✓ Le segment de la cuisine retrouve le chemin de la croissance à la fois sous l'influence des bons résultats des spécialistes cuisine tout au long de l'année puis de la grande distribution à partir du second semestre, illustrant l'attrait toujours vif des ménages en ce qui concerne la cuisine intégrée.
- ✓ Un second semestre bien mieux orienté que le premier avec cinq mois en légère croissance de juillet à novembre qui permettent au marché de se redresser au cours de la deuxième partie de l'année. Le second semestre (+0,5%) permet en partie de rattraper la contre-performance du premier semestre (-4,0%). C'est la première fois depuis la fin de l'exercice 2022 (septembre 2022 à janvier 2023) que le marché affiche au moins deux résultats mensuels positifs consécutifs.

2. La cuisine se relance

Evolution en valeur par familles de produits – milliards d’euros courants TTC

	2025	Evolution 2025/2024	Structure du marché 2025
Meuble meublant	4,3	-4,0 %	32,0 %
Meuble de cuisine	3,8	+2,0 %	27,6 %
Canapés, fauteuils et banquettes	2,4	-1,8%	17,9 %
Literie	2,0	-2,7 %	14,7 %
Meuble de jardin	0,6	-3,8 %	4,3%
Meuble de salle de bains	0,5	-3,0 %	3,5 %
Total	13,6	-1,8 %	100,0 %

Source : IPEA

En 2025, **la cuisine (+2,0%)** se démarque nettement sur le marché du meuble. C’est le seul segment qui enregistre une croissance de son activité. Les communications des spécialistes cuisine tout au long de l’exercice auront su séduire le consommateur après deux exercices en fort recul. La grande distribution ameublement après un premier semestre difficile aura su redresser la barre au second semestre, grâce à d’importantes campagnes de communication. L’attrait du consommateur pour la pièce cuisine est toujours présent, comme nous l’ont montré les forts taux d’équipement des ménages au cours de la crise du Covid, et le segment n’aura pas eu besoin d’attendre une reprise plus soutenue de l’immobilier pour relancer ses ventes.

Les canapés, fauteuils, banquettes (-1,8%) enregistrent la deuxième performance du marché en 2025. La croissance n’est toutefois pas encore d’actualité sur ce segment qui recule à nouveau, dans la moyenne du marché du meuble. Le segment aura encore été fortement animé tout au long de l’exercice aussi bien du côté de la grande distribution que de certains spécialistes qui ont maintenu la pression promotionnelle. Les efforts menés par certains acteurs de la grande distribution ameublement sur ce rayon en retravaillant leur offre afin de mettre le produit en valeur auront porté leurs fruits et permis de limiter le recul sur ce segment.

La literie (-2,7%) rentre dans le rang en 2025. Si c’était le segment qui avait enregistré les meilleurs résultats en 2023, le seul à afficher des performances en croissance sur l’année, et en 2024, en enregistrant le plus faible recul sur le marché, il enregistre cette année des performances inférieures à celles du marché. On notera sur l’exercice de meilleures performances des ventes de literie de grande taille, 160 cm et plus, ce qui permet de soutenir l’activité et les paniers moyens. En ce qui concerne les acteurs, si les spécialistes voient leurs résultats progresser sur l’année, grande distribution ameublement et e-commerce sont plus à la peine.

Compte tenu de la situation encore difficile du marché de l’immobilier, auquel il demeure fortement lié, le segment du **moblier de salle de bains (-3,0%)** parvient à limiter ses pertes. Si certaines offres, notamment chez les spécialistes, ont eu du mal à trouver leur public sur l’année, celles de la grande distribution ameublement auront su séduire le consommateur. Malgré un rayon réduit à sa portion congrue dans de nombreux points de vente, les offres simples et claires mises en avant par certains magasins auront permis au circuit d’être le seul à enregistrer des résultats en croissance en 2025 sur ce segment.

Le jardin (-3,8%) aura encore une fois payé sa trop forte dépendance aux conditions climatiques sur l'exercice 2025. Les beaux jours auront tardé à arriver au printemps dans certaines régions et le retard pris par le marché au cours de cette période n'aura pu être compensé les mois suivants.

S'il reste le premier segment du marché du meuble en valeur, c'est cette année **le meuble meublant (-4,0%)** qui ferme la marche en termes de performances. Aucun produit ni circuit ne se démarque véritablement sur l'exercice. Les meubles de chambre voient leurs résultats toutefois reculer moins rapidement que ceux des autres familles du meublant. Les obstacles sont nombreux sur ce marché du meuble meublant pour retrouver le chemin de la croissance. Peuvent ainsi être cités :

- ✓ La concurrence accrue du marché de l'occasion sur le segment alors que le consommateur cherche à maîtriser ses dépenses dans une période socialement et économiquement difficile.
- ✓ La transformation de l'habitat avec de plus en plus de cuisines ouvertes sur le salon-séjour et de plus en plus de baies vitrées et d'ouvertures sur l'extérieur pour répondre aux contraintes des RT 2012 puis RE 2020. Conséquences : de moins en moins de murs pour y accoler de grands meubles de rangement type buffets ou enfilades
- ✓ La chute de la natalité en France qui pénalise les ventes de meubles pour chambre bébé. L'Insee annonce un recul de 2,4% du nombre de naissances sur les onze premiers mois de l'année 2025.
- ✓ L'arrivée en ligne de nouveaux discounters asiatiques ainsi que la poursuite du développement des acteurs discount de la vente physique qui, en proposant des prix toujours plus bas, empêchent de recréer de la valeur sur ce segment du meublant principalement en ce qui concerne le petit mobilier d'appoint.
- ✓ Le fort équipement des ménages en mobilier de bureau suite au développement du télétravail pendant la crise du Covid qui se répercute encore sur les ventes actuelles

3. Distribution : les spécialistes en tête

Structure de la distribution en 2025

Circuits de distribution	Part de marché	Chiffre d'affaires en milliards d'euros TTC	Evolution 2025/2024
Grande distribution ameublement	38,4 %	5,2	-2,7 %
Spécialistes	25,6 %	3,5	+1,6 %
Grandes surfaces de bricolage	12,3 %	1,7	-2,6%
Ameublement milieu/haut de gamme	10,8%	1,4	-3,8%
E-commerce	8,7%	1,2	-3,4%
Autres circuits	4,2 %	0,6	-2,6 %
TOTAL	100,0%	13,6	-1,8 %

Traitements et estimations IPEA - Sources : IPEA, Insee

Grande distribution ameublement : magasins du type Alinéa, But, Conforama, Ikea, Maisons du monde etc.

Spécialistes : tous types de magasins spécialisés tels les spécialistes, cuisine, literie, salon, bains, etc.

Ameublement milieu et haut de gamme : magasins du type Mobilier de France, Monsieur meuble, petits magasins de meubles généralistes, Ligne Roset, Roche-Bobois, etc. E-commerce : toutes les enseignes pure-players, et **pure-**

players uniquement, vendant des meubles en ligne. Autres circuits : magasins non spécialisés meubles dont grandes surfaces alimentaire, discounters de type Gifi, Centrakor, etc.

Comme lors des deux exercices précédents, la fréquentation n'aura pas encore été forcément au rendez-vous dans les points de vente. De nombreux ménages hésitent encore à se lancer dans de forts investissements pour leur logement et la tendance reste plutôt à l'épargne. Dans ce contexte, seuls les spécialistes parviennent à se distinguer sur l'ensemble de l'exercice 2025 auprès de ménages qui ont du budget et sont prêts à investir.

Les spécialistes (+1,6%) sortent du lot sur le marché en 2025 et constituent le seul circuit qui parvient à faire progresser ses ventes sur l'exercice. Des résultats hétérogènes toutefois sur ce circuit. Parmi les spécialistes, ce sont les enseignes de cuisine qui enregistrent les meilleurs résultats mais toutefois sur des référentiels 2023 et 2024 inférieurs à ceux des autres spécialistes, ce qui explique en partie leurs meilleures performances de l'année. Résultats positifs également en ce qui concerne les spécialistes literie, notamment pour certaines enseignes nationales par le biais de nouvelles ouvertures de points de vente. Les spécialistes salon sont plus en retrait avec des résultats en recul mais des performances très contrastées selon les enseignes.

Recul également pour les spécialistes jardin et salle de bains avec des offres cette année qui n'étaient pas forcément en phase avec les attentes des consommateurs, en termes de budget à investir notamment.

Les grandes surfaces de bricolage (-2,6%) voient leurs résultats encore reculer sur l'exercice 2025 mais dans des proportions bien moindres que lors de l'exercice précédent (-8,7%). Le circuit retrouve des couleurs au second semestre notamment sous l'impact de la reprise des transactions dans l'immobilier ancien. Il finit toutefois l'année en léger recul sur tous ses marchés en ce qui concerne l'ameublement.

La grande distribution ameublement (-2,7%) enregistre également des résultats en recul sur l'exercice qui vient de s'écouler. Le meublant est le premier poste de revenu du circuit et représente presque 45% de ses ventes en valeur de meubles en 2025. Les problèmes structurels rencontrés par le segment ne jouent donc pas en faveur du circuit. Toutefois, ce n'est pas le seul segment sur lequel le circuit aura rencontré des difficultés sur ce dernier exercice. Parmi ses principaux marchés, les résultats sont également en recul en ce qui concerne la literie. Ils se maintiennent tout juste en ce qui concerne le rembourré, grâce aux efforts de certaines enseignes sur le rayon, et progressent pour la cuisine.

Les pure players (-3,4%) auront connu un nouvel exercice en recul. On remarquera sur ce circuit les difficultés de certains acteurs historiques dont les ventes reculent fortement. Si certaines places de marché continuent leur développement avec des résultats encore positifs, d'autres semblent être arrivées à maturité ou alors la rationalisation de l'offre afin de ne pas multiplier les références limite les possibilités de croissance. Les acteurs du circuit doivent également composer avec l'arrivée de nouveaux acteurs du discount asiatique qui en proposant des prix de plus en plus bas limitent la possibilité de création de valeur sur le circuit et concourent à la réduction de son chiffre d'affaires.

Les enseignes de **l'ameublement milieu haut de gamme (-3,8%)** enregistrent un des reculs les plus importants du marché en 2025. Comme pour la grande distribution ameublement, le circuit est fortement impacté par les difficultés du meuble meublant, son marché principal avec celui du rembourré, mais pour lequel il enregistre un recul d'activité deux fois supérieur à celui des canapés et fauteuils. Le circuit peut toujours s'appuyer sur une base de consommateurs fidèles, notamment senior, mais qui, s'ils n'hésitent pas à dépenser lorsqu'ils ont besoin de s'équiper, consomment peu.

Dans ce contexte, les performances du haut de gamme restent nettement inférieures à celles du milieu de gamme pour des questions d'arbitrages « loisirs » d'une partie de leur clientèle.

Enfin, le circuit « **autres** » (-2,6%) marque également le pas avec des ventes en recul. Si certains discounters parviennent toujours à tirer leur épingle du jeu sur une offre de petits meubles ou de mobilier de jardin malgré la concurrence accrue de nouveaux acteurs en ligne, les grandes surfaces alimentaires et les grands magasins sont plus en retrait.

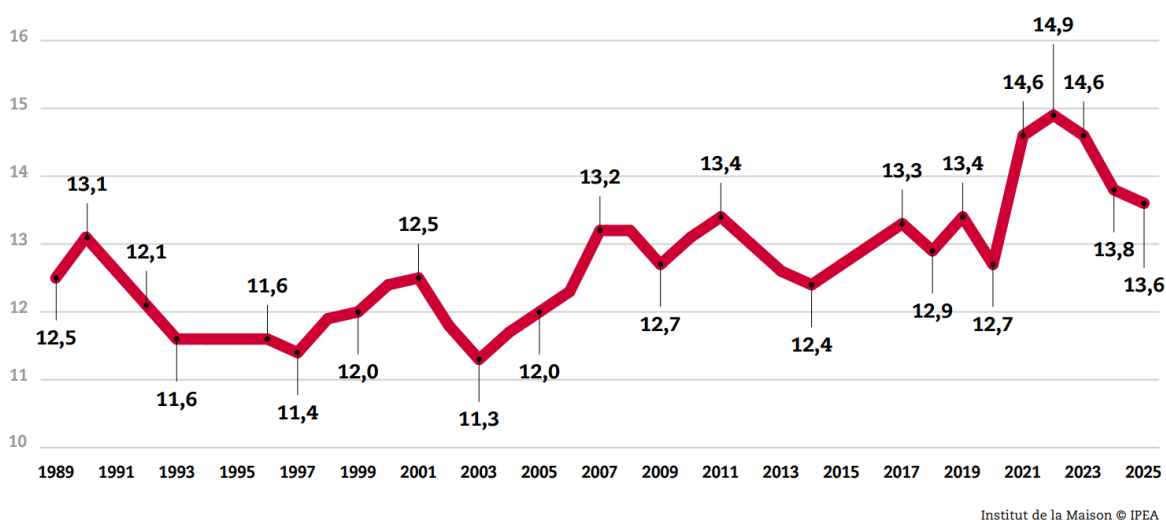
II – Conforter le début de reprise et restaurer l'équité de marché

1. Perspectives 2026 : vers une généralisation de la reprise ?

Après deux années de recul marqué en 2023 (-2,5%) et 2024 (-5,1%), le marché de l'ameublement a enregistré en 2025 un **recul moins prononcé (-1,8%)**, notamment au second semestre, et surtout moins généralisé, avec une **reprise effective du marché de la cuisine**. Comme toujours, il est opportun de prendre le recul nécessaire pour mieux analyser la situation actuelle et ses prolongements.

Le marché du meuble sur longue période

1989 > 2025 / Milliards € TTC



L'observation du marché de l'ameublement sur le moyen et long termes confirme toujours son **caractère cyclique** avec, en 2025, un recul d'une ampleur bien moindre du fait d'une reprise de l'important marché de la cuisine, et un **marché total qui reste supérieur à celui de 2019 en valeur**.

Au cours des derniers mois, certaines conditions préalables à une reprise plus importante de la consommation d'ameublement ont commencé à être progressivement réunies.

a. Un pouvoir d'achat des ménages stabilisé

Tout d'abord, le **pouvoir d'achat des ménages s'est stabilisé** sous l'effet d'une **inflation toujours maîtrisée** à un des plus bas niveau européen (0,9% en 2025 source INSEE), avec un PIB en accélération au troisième trimestre (+0,8% sur 9 mois). Selon la Banque de France, le pouvoir d'achat des ménages devrait croître de 0,7% en 2025.

Ces facteurs conduisent à une **restauration de la capacité de consommation et d'investissement des ménages**.

b. Une reprise du marché de l'immobilier dans l'ancien, mais pas encore dans le neuf

Après trois années de recul, le **marché immobilier** montre des **signes de reprise en 2025**, principalement dans **l'ancien, avec +11 % de transactions** (940 000 ventes, niveau proche de celui observé avant le pic de 2021).

Le **neuf** reste toujours en dessous de sa moyenne historique (9,5 % de moins que la moyenne des cinq années précédentes), mais :

- Les permis de construire délivrés progressent de 15,6% en 2025.
- Les mises en chantier enregistrent une croissance de 7,1% sur l'année (*SDES Ministères logement / transition écologique*).
- Les livraisons devraient en 2026 retrouver presque leur niveau de 2023 (313 000 prévues en 2026 vs 272 000 en 2025 d'après Euroconstruct).

La **diminution des taux d'emprunt immobiliers se poursuit**. Le taux d'intérêt moyen des nouveaux crédits à l'habitat se stabilise désormais à 3,00% en novembre après son dernier pic à 3,55% en janvier 2024, soit un des taux les moins élevés de la zone euro (moyenne à 3,30% - Source Fédération Française des Banques). Cette période offre donc encore des opportunités d'emprunt attractives malgré les incertitudes économiques.

En conséquence, on constate une **amélioration du pouvoir d'achat immobilier** des ménages pour la seconde année consécutive (+3% vs. +8,5% en 2024 - *Source FNAIM*). Les banques confirment également la reprise de leur activité crédit immobilier : la **production des crédits à l'habitat** (hors renégociations) s'établit à **12,3 Mds€ en novembre 2025 (contre 10,1 Mds € fin 24**, loin du point bas de 6,9 Mds€ en mars 2024 (Source Fédération Française des Banques).

Cependant, ces premiers signes annonciateurs d'une reprise ne permettent de prévoir précisément ni sa vitesse, ni son ampleur.

- D'une part, les effets des livraisons de logements neufs ne font sentir pleinement leurs effets sur l'ameublement que 12 à 18 mois plus tard.
- D'autre part, l'arbitrage des ménages entre épargne (actuellement à un niveau historiquement élevé de 18.4% au 3^e trimestre 2025 - *Source Fédération Française des Banques*) et consommation d'ameublement dépendra d'un contexte géopolitique moins anxiogène.

En attendant, les professionnels de l'ameublement appellent à plusieurs mesures indispensables à un redémarrage plus net en 2026.

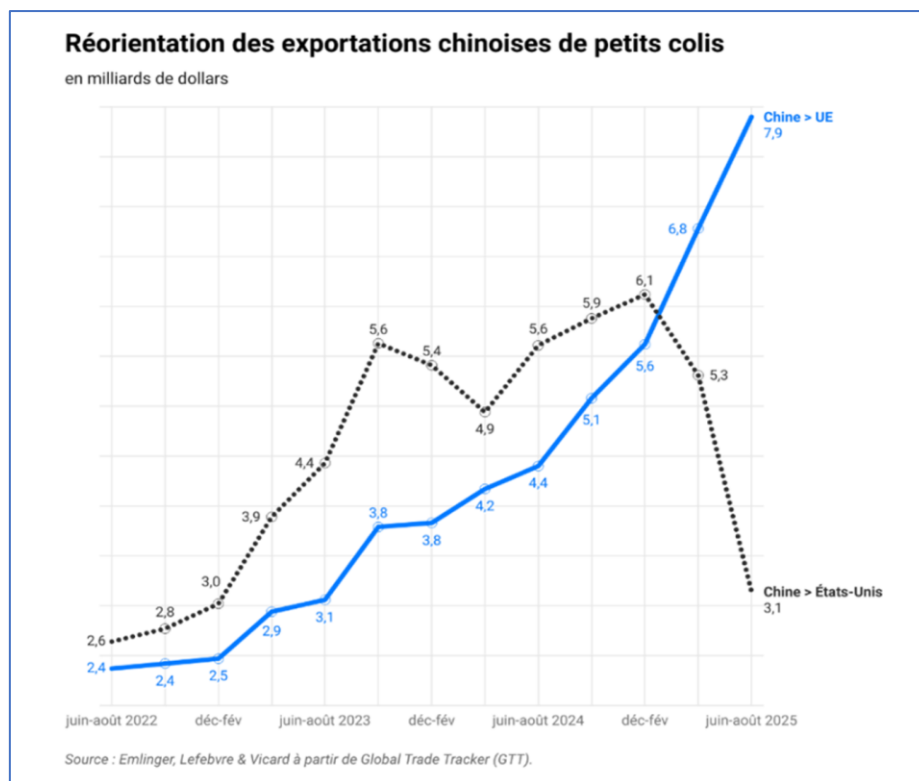
2. Une filière mobilisée contre les pratiques déloyales de marketplaces étrangères, notamment Temu

a. L'équipement de la maison est désormais massivement impacté par les pratiques déloyales des places de marché chinoises qui encouragent une consommation "ultra express"

La consommation française de meubles est structurellement caractérisée par :

- Un tiers de **"Made In France"** et deux tiers **d'importations**
- Des **importations majoritairement d'origine européenne** (70%)

Sous le double effet de l'atonie du marché domestique chinois et du relèvement des barrières douanières américaines (les Etats-Unis représentant jusqu'alors le premier importateur de meubles chinois), on a assisté en 2025 à une **explosion des importations chinoises à bas prix vers l'Europe**. Après l'équipement de la personne, c'est désormais l'équipement de la maison qui est concerné, particulièrement à cause de la plateforme TEMU.



Temu figure à la troisième place des sites e-commerce les plus visités en France, avec 24,6 millions de visiteurs uniques mensuels. En deux ans, son audience quotidienne a presque triplé (+179%), illustrant ses ambitions sur le marché français (Source : Top 20 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France au 3e trimestre 2025 - MEDIAMETRIE x FEVAD).

37% des Français ont ainsi réalisé un achat sur Temu ou Shein au cours des 12 derniers mois... Désormais ce sont les produits d'équipements de la maison (décoration, bricolage, meubles) qui sont concernés avec des fréquences d'achats similaires à celles constatées pour la mode il y a trois ans.

Répartition des achats par catégories de produits		
Français ayant acheté au moins un produit au cours des 12 derniers mois (36,9%)		
CATÉGORIE DE PRODUIT	FRÉQUENCE D'ACHAT	POSITIONNEMENT
Mode	55,2%	Cœur de cible Shein
Décoration	46,1%	Catégorie significative
Bricolage	27,1%	Segment croissant
Jeux-Jouets	13,3%	Marché niche
Meuble	6,7%	Marché émergent
Autre	13,4%	Divers

Source : IPEA

b. Ces places de marché, principalement chinoises, multiplient les pratiques déloyales

Deux amendes d'un montant total de 190M€ ont déjà été prononcées en 2025 par la DGCCRF et la CNIL en condamnation de multiples pratiques déloyales reprochées à Shein. La **Commission européenne** a, quant à elle, ouvert une **enquête approfondie sous le régime du *Digital Services Act (DSA)***, contre TEMU estimant que celle-ci pourrait être en « *infraction pour ne pas suffisamment empêcher la vente de produits illégaux* » et pour des pratiques potentiellement trompeuses ou non conformes aux normes.

Au niveau français, différentes enquêtes sont également en cours concernant les pratiques des plateformes chinoises.

Les multiples contrôles effectués à Roissy fin 2025 ont en outre confirmé **que 80% des produits livrés par petits colis étaient non conformes aux différentes réglementations édictées pour garantir information et sécurité des consommateurs.**

Dans ce contexte, l'Ameublement français et la CNEF ont mené 2 types d'investigations.

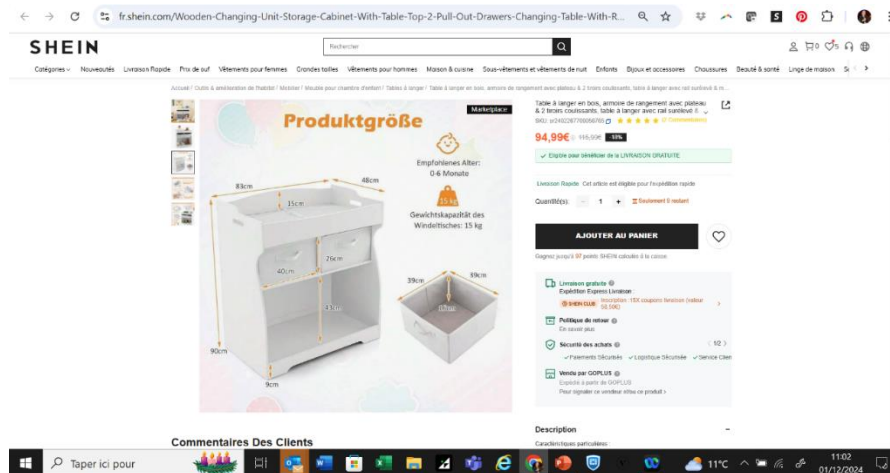
- **22 tests** sur des **produits achetés sur TEMU et Shein** (lits superposés, matelas, meubles de rangement...) ont été **effectués par le FCBA** (laboratoire certifié indépendant) pour évaluer leur qualité, leur sécurité et leur conformité.
 - Tous présentaient un défaut d'information consommateur, une très faible durabilité et pour beaucoup, des pratiques trompeuses et des risques en matière de sécurité.
- **Une analyse juridique par avocat spécialisé des pratiques commerciales** de la plateforme TEMU.

Plusieurs types de pratiques déloyales ont ainsi été constatées.

#1 : Des normes de sécurité produits enfreintes au détriment de la sécurité des consommateurs, notamment des enfants

Quelques exemples :

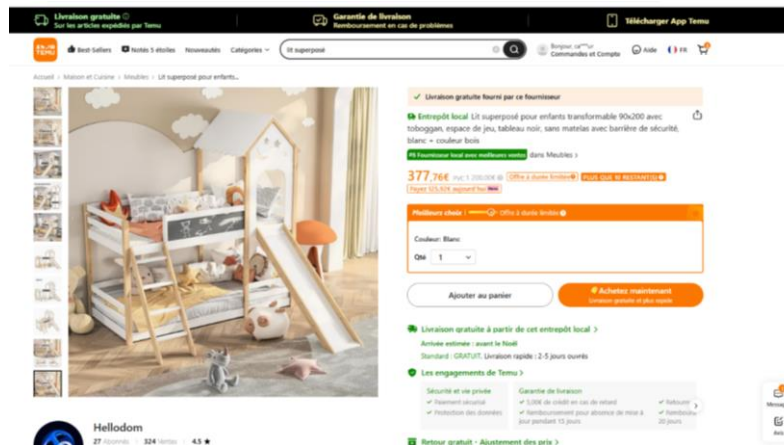
- **Risque de strangulation avec une table à langer**



Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site Shein. Rapport de test daté du 4 avril 2025 (NF EN 12221).

Cette table à langer achetée sur Shein est :

- Dangereuse pour les bébés - car présentant un **risque de strangulation**, du fait de la présence de sangles (norme NF EN 12221).
 - Illégalement **mise sur le marché européen** car ne respectant **ni les exigences de sécurité, ni les obligations d'étiquetage** de la norme NF EN 12221 (visant à assurer un niveau de sécurité élevé et à réduire les risques d'accidents graves).
 - Irrespectueuse de beaucoup d'autres **obligations d'information du consommateur** (ambiguïté des allégations, description matériaux insuffisante, notice incomplète...).
 - De plus, le montant de l'éco-contribution n'est nulle part mentionné, laissant planer une **suspicion de fraude à l'éco-contribution**.
- **Risque de pendaison avec des lits superposés**



Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site TEMU. Rapport de test daté du 4 avril 2025 (norme NF EN 747 :2024).

Ce lit superposé, acheté sur TEMU :

- **N'est pas résistant** : lors des tests, l'extrémité de la barrière de sécurité s'est rompue, créant des arêtes vives
- **Ne respecte pas les exigences de sécurité, ni de durabilité et résistance**, de la norme NF EN 747 :2024, pourtant **obligatoire pour la commercialisation** de ce produit en France.
- Présente donc de **multiples dangers pour les enfants** : risques de **pendaison, chute, coincements** de la tête, des jambes, des pieds et mains, coupures
- Est en défaut sur beaucoup d'autres **obligations d'information du consommateur** (ex. lit superposé avec toboggan affiché sur le site internet pour la « tranche d'âge 14 + » !
- De plus, le montant de l'éco-contribution n'est nulle part mentionné, laissant planer une **suspicion de fraude à l'éco-contribution**.

Focus sur les procédures rigoureuses de contrôle qualité appliquées par les professionnels français de l'ameublement

A contrario, les professionnels français de l'ameublement, soucieux de la satisfaction et de la fidélisation de leurs clients à moyen et long terme, ont depuis toujours pris de **multiples mesures visant à garantir la sécurité des consommateurs**. Ils appliquent en effet des **procédures rigoureuses et reconnues de contrôle de la qualité/conformité des produits** mis sur le marché. Ces procédures couvrent la totalité de la chaîne d'approvisionnement d'amont (matières premières) en aval (sites de production, entrepôts, magasins) et peuvent comporter **jusqu'à près d'une vingtaine d'étapes**.

Elles sont significativement **renforcées pour les produits provenant de zones géographiques nécessitant une vigilance accrue**, comme l'Asie.

En synthèse d'amont en aval :

- **Sélection rigoureuse des fournisseurs** pouvant comporter **jusqu'à 7 étapes** permettant de vérifier leur respect des réglementations sanitaires, sociales, environnementales.
- **Contrôle qualité méthodique des produits** pouvant comporter **jusqu'à 6 étapes** dans le pays de production

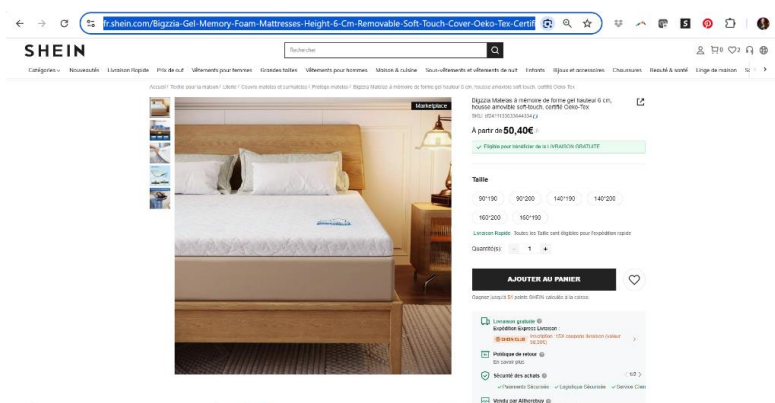
- **Vérification/contrôle régulier** – par échantillonnage - **des produits à l'arrivée chez le distributeur** en entrepôt ou magasin pouvant inclure **jusqu'à 5 étapes**

L'ensemble de ces dispositions permettent **d'offrir aux consommateurs des garanties optimales de sécurité et de qualité**, dues par tout professionnel respectueux des réglementations et de ses clients, et juridiquement responsable devant eux. **A contrario des plateformes qui se déchargent de la responsabilité sur les vendeurs tiers sur leur marketplace !**

Certains professionnels vont encore plus loin, à l'instar du fabricant / distributeur alsacien **Schmidt Group**, qui a obtenu le **label RFAR**, norme de recommandation en matière d'**achats responsables**. En adoptant des pratiques d'achat responsables, les entreprises peuvent mieux gérer les risques liés à la chaîne d'approvisionnement, tels que les risques sociaux, environnementaux et de réputation, ce qui contribue aussi à une plus grande résilience opérationnelle.

#2 : Des produits mensongers ou contrefaits

Quelques illustrations :



Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site Shein. Rapport de test daté du 4 avril 2025 (norme NF EN 1957 et réglementation et Règlement biocide (UE) n°528/2012).

La fiche produit de ce « matelas à mémoire de forme gel 6cm ... certifié Oeko-Tex », présente une **offre mensongère**, car contrairement à son image et sa description :

- Il ne s'agit pas d'un matelas mais seulement d'un simple sur-matelas
- L'épaisseur réelle de mousse visco-élastique est 3 fois inférieure à celle affichée
- La revendication de la certification OekoTex n'est en rien prouvée
- Le produit est **illégalement mis sur le marché** : il ne présente pas l'étiquetage biocide, obligatoire pour tout matelas ou sur-matelas vendu en Europe.
- Il n'est **pas durable** : les tests menés selon la norme NF EN 1957 ont démontré la perte de confort (affaissement) dès la 1^{ère} année d'utilisation.
- Il **pourrait être fraudeur à la TVA** (environ 10€ pour ce produit) **et à l'éco-contribution** (4.5€ pour ce produit), ces deux dernières n'étant nulle part affichées sur le site et aucune facture n'ayant pu être obtenue.



Source : copie d'écran Aliexpress faite le 17.01.2026 (analyse l'Ameublement français).

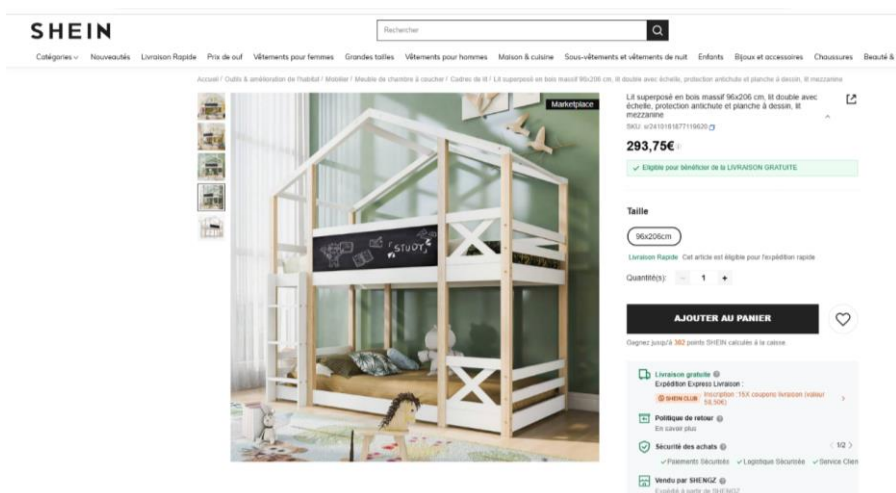
Cette chauffeuse, vendue sur Aliexpress semble être une **contrefaçon de l'iconique Togo de Roset**, reprenant le nom même du produit. De plus, la description produit, notamment relative à sa composition « cuir » ne respecte pas la réglementation spécifique à l'affichage des produits en cuir.

La commercialisation de contrefaçon est une pratique largement répandue sur les plateformes chinoises, détruisant de la valeur pour les entreprises françaises investissant dans le design et la création.

#3 : Un impact environnemental désastreux des meubles jetables !

De multiples produits vendus sur ces places de marché ne résistent pas plus aux tests qu'au temps, leur faible durabilité entraînant de facto une surexploitation de matières premières et une dégradation du bilan environnemental global du produit (fabrication, transport, utilisation).

- **Rupture de barrières de sécurité et sommier, fausse certification FSC sur lits superposés**



Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site Shein. Rapport de test daté du 4 avril 2025 (norme NF EN 747 :2024).

Ce lit superposé :

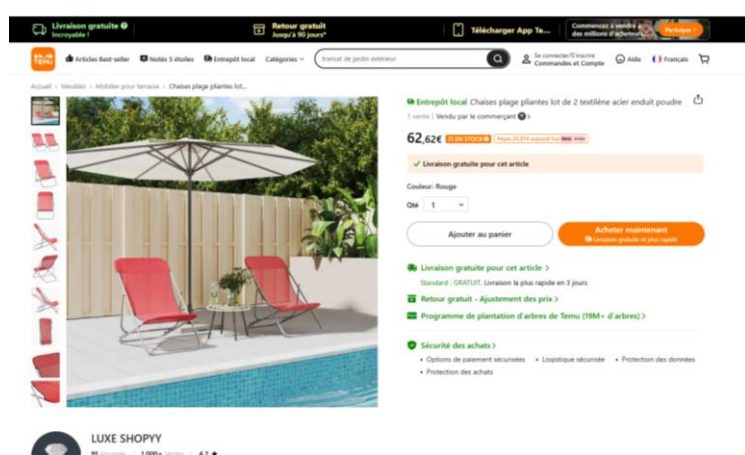
- Affiche une **certification FSC** (bois issu de forêts gérées durablement) dans sa description produit dont on ne trouve justification ni sur l'emballage, ni sur la notice.

- S'avère fragile et dangereux. Les tests menés selon la norme NF EN 747 :2024 pour vérifier la résistance et la durabilité du produit ont conduit à une **rupture des barrières et des sommiers** (photos ci-dessous), avec, là encore des dangers importants pour les enfants.



Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site Shein. Rapport de test daté du 4 avril 2025 (norme NF EN 747 :2024).

- Une chaise pliante outdoor qui ne tient pas une saison



Chienne post-essai

Source : Tests FCBA – produit acheté le 10 janvier 2025 sur le site TEMU. Rapport de test daté du 16 juillet 2025 (norme NF D 61-062 + A1)

Cette chaise de plage pliante achetée sur TEMU ne passe pas les différents tests. Bien qu'elle revendique la mention de « *matériaux de qualité supérieure qui garantissent la durabilité et la fiabilité* », **elle ne résiste pas aux tests de charge statique** : au bout de **30 secondes**, la structure métallique se déforme et plie, rendant le produit inutilisable. Autant dire qu'elle ne tiendra même pas le temps d'une saison ! De plus, cela engendre un risque de chute ou de coincement des doigts pour l'utilisateur.

#4 : Un important manque à gagner pour les finances publiques par fraudes présumées aux éco-contributions et à la TVA, facilitées par un statut de vendeurs tiers étrangers



Passez la souris sur l'image pour zoomer



MaterassieDoghe – Matelas à mémoire de Forme 11 Zones différenciées - orthopédie - Haute densité - Réversible - Haut 21 cm (140x200)

Marque : materassi e doghe

4,5 ★★★★★ 36 évaluations

209⁹⁹€

Les prix des articles vendus sur Amazon incluent la TVA. En fonction de votre adresse de livraison, la TVA peut varier au moment du paiement. Pour plus d'informations, Veuillez voir les détails.

[Payez cet article en 4 fois](#) [Voir détails et conditions](#)

Marque materassi e doghe

Taille 140 x 190 cm

Dimensions du produit 2L x 1,4l x 0,21Ép mètres

Caractéristique Hypoallergénique, Orthopédique, viscoélastique spéciale

Ce matelas proposé par un vendeur tiers sur une place de marché e-commerce à 209.99€ indique inclure la TVA. Il n'affiche pas l'éco-contribution, pourtant une information obligatoire.

RÉF	DESCRIPTION	MONTANT HT
140X200	MaterassieDoghe Matelas à mémoire de Forme 11 Zones différenciées - orthopédie - Haute densité - Réversible - Haut 21 cm (140x200) DISPOSITIF CONFORME AUX DIRECTIVES EUROPÉENNES 93/42/CEE ET 2007/47/CE	€ 209.99
99998	TVA FRANCE Exonération de TVA, article 283-2 du Code général des impôts (Auto-liquidation)	

Source : tests FCBA – produit acheté le 24 mai 2024 sur la marketplace Amazon au vendeur tiers Materassi e Doghe- rapport de test juillet 2024

Sur la facture de ce produit, ni TVA, ni éco-contribution ne sont appliquées ! Facile d'être moins cher quand on évite ainsi au total **57€ d'obligations légales (42€ de TVA et 15€ d'éco-contribution) !**

Par ailleurs, les tests réalisés par le FCBA ont démontré que ce produit :

- Ne respecte pas la réglementation en termes d'étiquetage biocide, et donc **ne peut pas être théoriquement commercialisé en France.**
- Est **mensonger sur sa composition** (« mousse à mémoire de forme », « 11 zones de couchage différenciées »), utilise des **allégations interdites** (« entièrement écologique ») ... et **perd ses qualités de confort en moins d'un an !**

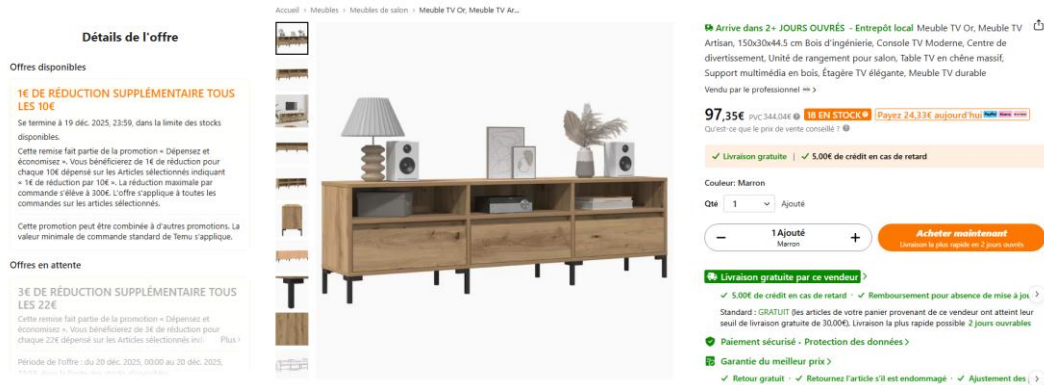
Focus : un risque de déstabilisation de la filière REP Ameublement

Alors que **ces produits « jetables » vont se retrouver très vite à la benne**, l'éco-contribution destinée à financer la gestion de la collecte et du traitement de ces produits en fin de vie n'apparaît nulle part au moment du parcours d'achat du consommateur - ni sur le site, ni sur la facture de vente (quand on parvient à la récupérer) - alors que tout metteur sur le marché d'un produit en France doit s'acquitter d'une éco-contribution et la faire apparaître séparément du prix du produit.

Ces acteurs en infraction par rapport à la réglementation environnementale font ainsi peser la charge de la fin de vie de leurs meubles « jetables » sur les fabricants et distributeurs français vertueux, eux engagés dans des démarches d'éco-conception et qui assument ensemble via les éco-organismes les coûts de gestion de la fin de vie.

#5 : Des infractions à la réglementation sur les promotions

Les pratiques commerciales de TEMU visent à faire croire aux consommateurs qu'ils bénéficient de remises très intéressantes à saisir immédiatement alors qu'il s'agit en réalité de « **fausses bonnes affaires** ».



Pages du site TEMU expertisée par un avocat spécialisé en droit de la consommation en décembre 2025

- **Une politique de prix barrés opaque** : l'identité et le profil imprécis voire inconnus de certains vendeurs tiers empêchent le client de savoir s'il s'agit vraiment de fabricants ou de revendeurs.
- Pour un site revendiquant l'achat direct aux fabricants et les économies induites par la suppression des intermédiaires, on peut donc s'interroger sur la réalité des prix barrés.

Des remises continues et en cascade sont présentées comme "permanentes" alors qu'elles sont interdites par les réglementations dans un souci de protection des consommateurs : sur certaines fiches produits, les réductions s'enchaînent sans interruption visible, mêlant offres en cours et promotions à venir, afin de créer une confusion entre **prix normal et prix réduit**, renforcer le sentiment de faire une bonne affaire à tout moment et ainsi de pousser à l'achat immédiat.

c. Fabricants et distributeurs français d'ameublement appellent à des actions concrètes et rapides pour rétablir l'équité commerciale

Les députés co-rapporteurs de la mission d'information sur le contrôle des produits importés alertent : « A travers la consommation massive de produits importés ne respectant pas nos règles, nos normes, nos lois, les Français sont en train, bien souvent sans le savoir, de **détruire des filières industrielles et commerciales**, d'aggraver le réchauffement climatique, de réduire nos recettes fiscales et donc de dégrader nos services publics, voire même de se mettre en danger. »

Fabricants et distributeurs d'ameublement appellent **l'Etat français et l'Union Européenne** à s'engager en prenant a minima **3 mesures urgentes** pour rétablir l'équité sur le marché.

1. **Pérenniser l'éco-contribution visible** pour les produits d'ameublement, excellent moyen de repérer les fraudeurs à l'éco-contribution.

2. **Renforcer le contrôle des produits importés en provenance hors UE, dont seuls 0,0082% ont été contrôlés en 2024.** Les plateformes chinoises tentent d'ores et déjà de contourner ces contrôles en privilégiant les expéditions de petits colis à domicile, plus difficiles à contrôler que celles par containers.

A ce titre, les professionnels accueillent positivement la taxe sur les petits colis de moins de 150€ provenant hors UE à partir de juillet 2026, instaurée par l'Union Européenne. Ils espèrent qu'elle constituera une première étape vers des mesures encore plus rigoureuses pour établir une équité de marché. A court terme elle permettra de générer des ressources pour plus de contrôles douaniers. Ils appellent également à un renforcement des moyens octroyés aux administrations en charge des contrôles (douanes, DGCCRF, administration fiscale) et à une meilleure coordination des enquêtes. En effet, comme le montrent les exemples précités **un acteur fraudeur l'est en général simultanément sur plusieurs plans** (tromperie consommateur, fraude éco-contribution et TVA, etc.).

3. **Faire évoluer l'application de la réglementation européenne Digital Service Act (DSA)** pour permettre à chaque État membre et à l'UE de réagir rapidement en cas de constat de dérive. Le seul moyen de forcer les places de marché étrangères à respecter nos règles est de pouvoir **disposer d'un droit de suspension temporaire ou définitive de l'activité d'un site en Europe.**

A très court terme, et sans attendre, ils espèrent la reprise dans le PLF 2026 des dispositions suivantes :

- L'article 1er instaure le **principe d'importateur présumé**, rendant les plateformes responsables lorsqu'aucun importateur établi dans l'Union européenne ne peut être identifié.
- L'article 2 renforce les **capacités de sanction**, en élargissant les dispositifs au concept d'ordre public et en permettant une suspension immédiate et automatique en cas de fraudes graves et répétées.
- L'article 3 fait peser sur les importateurs **le coût de la destruction** des produits non conformes, mettant fin à une charge aujourd'hui supportée par les contribuables.
- L'article 4 instaure une **présomption de non-conformité** à la suite d'une fraude avérée, afin de faciliter le travail des douanes.

A propos

L'Ameublement français

L'Ameublement français est l'organisation professionnelle des acteurs de la fabrication d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie.

Accélérateur de son industrie, l'Ameublement facilite la conquête de ses adhérents vers les marchés nationaux et internationaux, encourage l'innovation et les savoir-faire afin de s'adapter aux enjeux de demain.

L'Ameublement français met à leur disposition des ressources et initie des actions collectives favorisant le partage avec tous les acteurs de la chaîne de valeur, de l'objet au projet. Convaincu de la force du collectif, l'Ameublement français est un acteur engagé sur les scènes politiques, économiques, et sociales pour faire rayonner l'excellence industrielle et l'art de vivre à la française.

La CNEF

La CNEF (Confédération Nationale de l'Équipement du Foyer) rassemble 70 enseignes et 7500 magasins d'ameublement et accessoires d'intérieur, électroménager, cuisines, literie, téléphonie, luminaire, revêtement de sols et murs, employant 133 000 salariés couverts par les deux conventions collectives des distributions d'ameublement et de l'électrodomestique. Elle est l'interlocutrice de référence des pouvoirs publics et autres parties prenantes pour tous les sujets relatifs à l'équipement du foyer. Elle est membre du Conseil National du Commerce, du Conseil National de la Consommation section non alimentaire, de la Commission des Comptes commerciaux de la Nation et administratrice de l'OPCommerce. Dotée d'une feuille de route ambitieuse à horizon 2030, elle fournit d'ores et déjà à ses adhérents un ensemble de prestations complètes en matière sociale, économiques, réglementaires, environnementales.

L'IPEA

L'IPEA (Institut de Prospective et d'Etudes de l'Ameublement) est l'unique Institut spécialisé sur l'ameublement et la décoration en France. Fort de ses enquêtes consommateurs régulières et du déclaratif mensuel des ventes des principaux distributeurs, l'IPEA élabore les indicateurs de conjoncture mensuels et annuels, publie des études sur les marchés de la maison et suit les tendances du marché de l'ameublement.