

Informes de Férias

ICEX

**SALON DU
MEUBLE DE
PARIS 2007**

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

París (Francia)
20 - 25 de enero de

2007
Este informe ha sido realizado por Oriol Llevot, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París.

INDICE

1. PERFIL DE LA FERIA	5
1.1. FICHA TÉCNICA	5
1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS	6
1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES	6
2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA	7
2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES	7
2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN	9
3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	10
4. VALORACIÓN	11
4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO	11
4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES	11
5. ANEXOS	13

1. PERFIL DE LA FERIA

1.1. FICHA TÉCNICA

NOMBRE OFICIAL DE LA FERIA : Salon du Meuble de Paris y Futur Intérieur, bajo la marca « Place au Meuble ! »

Ámbito:	Internacional
Fecha:	del 20 al 25 de enero de 2007
Frecuencia:	Anual
Lugar de celebración:	Paris EXPO, Porte de Versailles Halls 3, 4 y 7
Horario de la feria:	9:00 – 19:00, y de 9:00 – 16:00 el último día
Precio de la entrada:	Salon du Mueble: 40 euros (20 euros con la opción “Pre-enregistrement”). El catálogo cuesta 30 euros (20 euros con “Pre-enregistrement”) Futur Intérieur: 10 euros (gratuito para menores de 12 años)
Medios de transporte:	Metro línea 12 parada Porte de Versailles, autobús, tranvía
Director / Organizador:	Compagnie d’Organisation des Salons des Professions, adquirida recientemente por Expositum.
Superficie:	120.000 m ² (55.000 m ² de superficie neta)
Carácter:	Internacional
Tipo de visitantes:	

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

Profesional: Distribuidores y centrales de compra de muebles, interioristas, decoradores.

Futur Intérieur: Abierto a público no profesional.

Fecha de la próxima edición: Enero 2008

Otras ferias relacionadas: Idéobain (muebles de baño), Maison & Objet (decoración y objetos de regalo), Planète Meuble.

1.2. SECTORES Y PRODUCTOS REPRESENTADOS

Mobiliario (salón, baño, cama, mueble de oficina....)

Iluminación

Accesorios y decoración (alfombras, textil-hogar, complementos de decoración, etc.)

1.3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA FERIA POR PARTE DE LA OFECOMES

La Oficina Económica y Comercial de París realizó las habituales visitas a algunas de las empresas españolas expositoras, para conocer sus opiniones respecto la marcha de la feria.

Complementariamente, dada la celebración en fechas próximas de un encuentro entre agentes comerciales franceses y fabricantes españoles del sector de mueble e iluminación, se difundió este evento entre los agentes comerciales franceses presentes.

La asociación sectorial del mueble (ANIEME) sí desplegó una notable actividad con ocasión de las ferias del mueble de París (Salon du Meuble y Planète Meuble) a través de la edición de unos catálogos específicos de promoción de los expositores españoles, bajo la marca "Mueble de España". Esta marca también se visualizó en cada uno de los stands de las empresas españolas asociadas. Estas actividades de promoción recibieron el apoyo oficial de ICEX.

2. DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA FERIA

2.1. ORGANIZACIÓN Y EXPOSITORES

La feria Salon du Meuble de Paris se organizó en el recinto ferial Porte de Versailles. Es el escaparate de la oferta internacional del mercado del mueble y del acondicionamiento del hogar.

En esta edición se ha cambiado la distribución de los espacios, agrupando las empresas en mueble generalista (hall 7.3), asientos y universo de la cama (7.2), mueble contemporáneo (7.1 y 3), mueble clásico (3) y Futur Intérieur, dedicado al mobiliario contemporáneo de alta gama (hall 4).

Por otro lado, en la entrada de cada hall se instalaron pequeños escenarios para destacar los productos más innovadores (“Confort / Caravane”, “Multi-activité intergénérationnelles / New Pompadour”, “Premier équipement / Pop Nordic”, “Innovations / Minimal Maximal”).

Finalmente, destacaron las actividades específicas dedicadas al mobiliario de oficina (espacio “At the office”), al mueble clásico de alta gama (dobla su superficie en el hall 3) y a los compradores internacionales (seguimiento antes, durante y después del salón).

Se han presentado 486 empresas, frente a las 650 empresas de la edición anterior, de las que el 40% (50% el año pasado) extranjeras (25 países distintos).

El salón contó en esta edición con 34.933 visitantes profesionales (de los cuales un 22% eran no franceses, frente al 16% del año anterior), lo que representa un crecimiento del 4,7%. En la edición anterior hubo 33.260 visitantes, pero sólo 26.608 eran profesionales.

En cuanto al público no francés, se ha notado un incremento de los visitantes procedentes de los países del este y Rusia, atraídos por el programa “Acheteurs” (compradores), así como de los americanos del norte y asiáticos. Por el contrario, la presencia de compradores de Próximo Oriente ha sido más discreta.

El salón Futur Intérieur recibió la visita de 31.512 personas, cuando la organización esperaba unos 40.000. No obstante, según la propia organización, la mayoría de ellos eran prescriptores (arquitectos de interior),

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

un colectivo que no había acudido a las últimas ediciones del Salon du Meuble. Además se notó que el ambiente de este salón fue más animado que el del Salon du Meuble.

El total de visitantes entre los dos salones (contando que hubo 11.569 que pasaron por ambos) fue de 54.876. Esta cifra global es pues un 65% superior a la registrada en 2006.

Globalmente, los expositores manifestaron su impresión que la presencia de visitantes había sido escasa en el Salon du Meuble, a juzgar por la tranquilidad que se observaba en los pasillos. La organización lo justifica por la prolongación del salón un día más (de sábado a jueves), que ha hecho que los visitantes se repartieran, siendo domingo y lunes los días de mayor afluencia. En 2008 se recuperará el formato de cinco días de la edición 2006.

Otra opinión generalizada es que la multiplicación de salones dedicados al mueble que se celebran en las mismas fechas desorienta a expositores y visitantes y debilita el impacto de cada uno de estas manifestaciones.

Los entrevistados durante la feria reconocieron la necesidad de acudir a dicha feria si se quiere vender en Francia pues es la principal en su sector. Sin embargo, algunos comentaron la posibilidad de cambiar la participación en esta feria por la participación en la feria Maison & Objet + Planète Meuble que se celebra una semana después. Cabe destacar que esta última feria está ganando terreno al Salon du Meuble de París, especialmente en el ámbito internacional.

2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

En esta edición ha habido 486 expositores, lo que implica un descenso de expositores respecto la anterior edición, de un 25% aproximadamente, confirmando la tendencia a la baja que se observa desde 2005, cuando hubo casi 800 expositores.

Hay que remarcar, no obstante, la presencia de 72 expositores en el salón Futur Intérieur, accesible al público no profesional. Este salón ideado por la nueva organización de la feria cambia la línea de las anteriores ediciones, cuando sólo se permitía la entrada a los no profesionales el último día. Ello tiene sentido puesto que en las dos últimas ediciones la proporción de visitantes particulares había crecido considerablemente y por lo tanto podía ser interesante dedicar un espacio específico para este tipo de público. Asimismo, los expositores estaban interesados en que se limitara la entrada al público profesional exclusivamente para facilitar el establecimiento de contactos útiles.

La presencia de expositores no franceses ha sido de un 40% del total, menor a la prevista por la organización pero similar a años anteriores, y también ha disminuido el número de países representados, que ha pasado de 46 a 25.

Por países, el líder sigue siendo Italia con 68 expositores, y le sigue Portugal con 22.

Así pues, a pesar del ligero cambio de fechas (la anterior edición se celebró entre el 5 y el 9 de enero) y de la separación del público profesional y no profesional, las expectativas de la organización en cuanto a expositores y visitantes no se han cumplido, lo que refuerza la sensación general de los asistentes que la feria está en un mal momento. No obstante, las cifras de visitantes no son tan malas si se comparan con la edición de 2006, a diferencia de las de expositores.

La conclusión es que la coincidencia de otro salón de la misma temática – Planète Meuble- prácticamente en las mismas fechas en París provoca una dispersión de los visitantes entre los dos y obliga a los expositores a decidir entre un salón u otro. Hay que señalar que la proporción de expositores extranjeros es mucho mayor en Planète Meuble que en el Salon du Meuble. Es destacable que la mayoría de empresas españolas van a Planète Meuble, que se beneficia de las sinergias de un salón en claro auge, Maison et Objet.

3. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

La feria destaca cómo las empresas buscan responder mejor a las nuevas necesidades de los consumidores por medio de una oferta cada vez más variada, que se adapta mejor a la época y que resulta mucho más seductora. Destaca asimismo cómo las empresas han considerado cómo ha evolucionado la sociedad para adaptar sus productos a los comportamientos y a la morfología de los consumidores así como para adaptarlos a los nuevos equipos tecnológicos que están presentes ya en todos los hogares.

Este año la gran novedad ha sido el salón Futur Intérieur en el hall 4, única área en la que se ha permitido el acceso al público no profesional, y donde se han concentrado unas cien marcas especialistas de mueble contemporáneo de alta gama, pero ninguna de textil.

Los especialistas de mueble clásico de alta gama también estuvieron presentes con fuerza este año (cien empresas, el doble que el año pasado), así como el universo de la cama. El sector de mueble contemporáneo puso de relieve las nuevas tecnologías con el tema “innovación maximalista y minimalista”. Finalmente, el sector generalista integró toda la oferta necesaria para el equipamiento básico.

Se ha reservado un espacio para prototipos en el hall 7.1, llamado “espace projets”. En el hall 3 se ha organizado también un espacio para los diseños de mueble contemporáneo llamado “Design Lab”.

Para el año que viene se prevé dedicar un salón específico para el mueble de oficina, visto el éxito que ha tenido este año dentro del Salon du Meuble y de la conferencia “Los espacios de la oficina del mañana”, que atrajo a más de 200 directores inmobiliarios. Se espera la presencia de los prescriptores (arquitectos de interior) ya que muchos trabajan en proyectos de acondicionamiento de edificios.

4. VALORACIÓN

4.1. DEL EVENTO EN SU CONJUNTO

La impresión de los expositores españoles no era, en general, buena. A pesar de ser una feria a la que los expositores españoles llevan acudiendo numerosos años, varios de ellos mostraron sus dudas ante la posibilidad de volver el año que viene.

Todos destacaron que la feria se encuentra en un claro retroceso y el número de visitantes de sus stands desciende cada año, siendo este año el que ha contado con un menor número de expositores. La presencia española se mantiene prácticamente como en la edición anterior (16 empresas).

La organización ha incentivado la presencia de antiguos expositores en el salón, ofreciendo grandes descuentos para ir a la feria, y se han admitido empresas a última hora, lo que ha perjudicado la calidad de los stands por falta de preparación adecuada.

Todas las empresas españolas coinciden en el carácter estrictamente francés de la feria, en contraste con sus homólogas de Milán y Colonia (Salone Internazionale del Mobile y Imm, respectivamente).

Esta situación de “crisis” de la feria hace que el objetivo de las empresas españolas presentes sea simplemente mantener la imagen y ver los clientes habituales.

4.2. DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA Y PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES

Hubo 16 empresas españolas participantes en el certamen frente a las 13 de la edición anterior. Las empresas e instituciones españolas expositoras fueron:

AGDOJAVI (nueva)

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

ANIEME (repite)
ARCOSAL (nueva)
ARENAL (repite)
ARTE HISPANICO (repite)
BAGON MUEBLES (nueva)
CONEXMU (nueva)
DANVES (repite)
DINA (repite)
EL SECTOR DEL MUEBLE Y LA MADERA
(nueva)
FERIA DEL MUEBLE YECLA (nueva)
FERLOGAR (nueva)
FRAJUMAR (nueva)
FUNCIONAL MOBILIARIO (nueva)
LA GOBERNADORA (nueva)
GRANFORT (nueva)
JOENFA (repite)
KEYTON (repite)
MARCKERIC (repite)
TA QUATRO DISEÑO (nueva)

5. ANEXOS

1. Es posible encontrar más información al respecto de la feria en:

<http://www.salondumeuble.com>

2. Noticia sobre el sector, 17/01/2007, LSA (<http://www.lsa.fr>)

“2007 se presenta favorable para el sector del mueble en Francia (París)

Profesionales presentes en un coloquio organizado el pasado 13 de diciembre por IPEA, el Instituto francés de promoción y estudios del mobiliario, confirmaron que 2007 se presenta favorable para el sector del mueble en Francia. En 2006 el mercado registra una cifra de negocios al alza en un 2,6%, hasta 9.010 millones. Esta tendencia se ha repetido durante tres años consecutivos. El presupuesto medio de una familia alcanza los 1.195 euros por año. En lo relativo a los productos, la ropa de cama y la cocina se llevan la palma, con un aumento de 5,5% y 5,4% respectivamente. Todos los distribuidores sacan partido de esta tendencia, sobre todo los especializados, con un 83,9% del mercado, lo que se traduce en un aumento de 3,2% en un año. Las grandes superficies de venta de muebles como Ikea y Fly, de creación más reciente, registran el crecimiento más alto (+14,3%), con un 16,3% del mercado. Igualmente al alza se sitúan los productos de cocina (+7%) y los de salón (+4,1%). Los únicos que pierden terreno son los de gama media, que registraron un descenso de 2,9%”.

3. Nota sobre las exportaciones e importaciones francesas de mueble. Meublescope 2006.

commerce extérieur

Le commerce extérieur français en 2004

Chiffres clés 2004

Exportations françaises de mobilier Evolution 2004/2003	2,1 Mds € +2,3 %
Importations françaises de mobilier Evolution 2004/2003	5,1 Mds € +12,3 %
Déficit de la balance commerciale	3,0 Mds €
Taux de couverture	41 %

Source: IPEA d'après Eurostat

Le meuble n'échappe pas à la forte dégradation du commerce extérieur

En six ans, la France voit son taux de couverture passer de 65 % en 1998 à 41 % en 2004. L'érosion permanente de notre compétitivité sur un nombre croissant de meubles, couplée à la stratégie de plus en plus discount de la distribution, met à mal l'industrie nationale.

Comparé à nos voisins allemands, le retard français dans l'extension internationale d'activité a pour conséquence de pénaliser la production 100 % nationale sur le marché intérieur mais réduit aussi nos espoirs de conquête de nouveaux marchés.

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

commerce extérieur

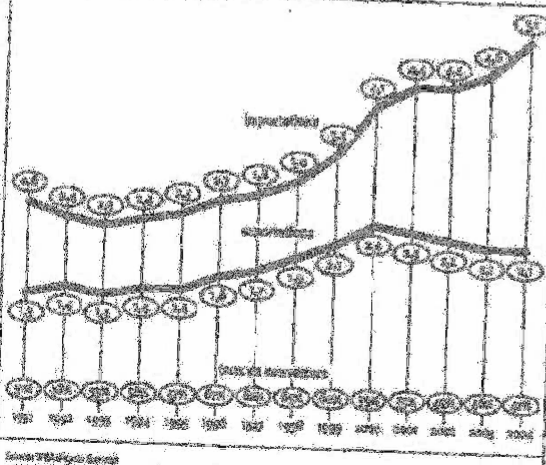
© IPEA 2006

La légère reprise des exportations n'est pas le fait d'une profession toute entière mais plutôt d'une poignée d'entreprises pionnières. Ces entreprises à vocation internationale récoltent les fruits de leur stratégie – grâce à des investissements soutenus en France et à l'étranger –, de la création, de l'innovation et des politiques de marques.

L'écart se creuse de manière inévitable entre les « pionniers » et les « suiveurs ». Les conquêtes « opportunistes » de marchés étrangers par une présence éphémère à des salons ou par le biais d'agents introduits montrent leurs limites. Le client distributeur étranger trouvera, à terme, toujours moins cher si l'industriel lui propose un produit sans marque ou sans savoir-faire spécifique. En dehors de niches extrêmement étroites, le seul « made in France » ne peut permettre d'améliorer nos performances à l'export, d'autant que nous sommes fortement concurrencés sur des pays clés comme l'Allemagne ou la Grande-Bretagne.

Enfin, la distribution française ou étrangère ne fera qu'accroître la recherche de nouveaux fournisseurs. Il faut s'attendre à une progression soutenue des importations des pays à faible coût de main d'œuvre, surtout en ce qui concerne les meubles meublants massifs et les rembourrés moyen-haut de gamme.

Evolution du commerce extérieur français de meuble depuis 1991, en milliards d'euros



100%

milliards d'euros

© IPEA 2006

commerce extérieur

Faire face à la mondialisation des échanges

Commerce mondial de meubles : 89 milliards de \$
Milliards \$ US

	1999		2004		Evolution 1999/2004
	Rang	Exports Poids	Rang	Exports Poids	
Chine	2	6,4 12,0 %	1	20,4 23,0 %	+218,8 %
Italie	1	8,3 15,6 %	2	10,8 12,2 %	+30,1 %
Allemagne	3	4,8 9,0 %	3	7,1 8,0 %	+47,9 %
Canada	4	4,5 8,5 %	4	5,3 6,0 %	+17,8 %
Mexique	8	2,3 4,3 %	5	5,0 5,6 %	+117,4 %
Pologne	7	2,3 4,3 %	6	4,6 5,2 %	+100 %
Etats-Unis	5	4,4 8,2 %	7	4,2 4,7 %	-4,5 %
France	6	2,3 4,3 %	8	2,9 3,3 %	+26 %
Danemark	9	2,0 3,8 %	9	2,6 2,9 %	+30 %

Source : IPEA, données IPEA
Statistiques commerciales du commerce mondial de meubles en valeur et en poids

La Chine est au cœur de toutes les analyses du commerce mondial. Pour le secteur de l'ameublement, cet acteur nouveau vient rapidement bouleverser les échanges mondiaux. Le leader mondial qu'est l'Italie ne le sait que trop, et tente par tous les moyens de retrouver sa compétitivité. Résultat, les richesses indiennes s'exportent leur production à l'échelle mondiale, tant en Chine qu'en Amérique du Sud.

Forts d'une industrie de prestige de renommée internationale, les industriels allemands cherchent des marchés export avec une stratégie de fournisseurs « no name », souvent que distributeurs ou clients « européens » auprès de magasins spécialisés ou aménagement d'habitat.

Dans ce concert mondial, le potentiel de consommation du marché français défie le défi pour tous les pays exportateurs. Le leader mondial de la distribution du meuble, Ikea, ne s'y est pas trompé quand il vise le doublement de son chiffre de ventes dans l'hexagone.

milliards d'euros

100%

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

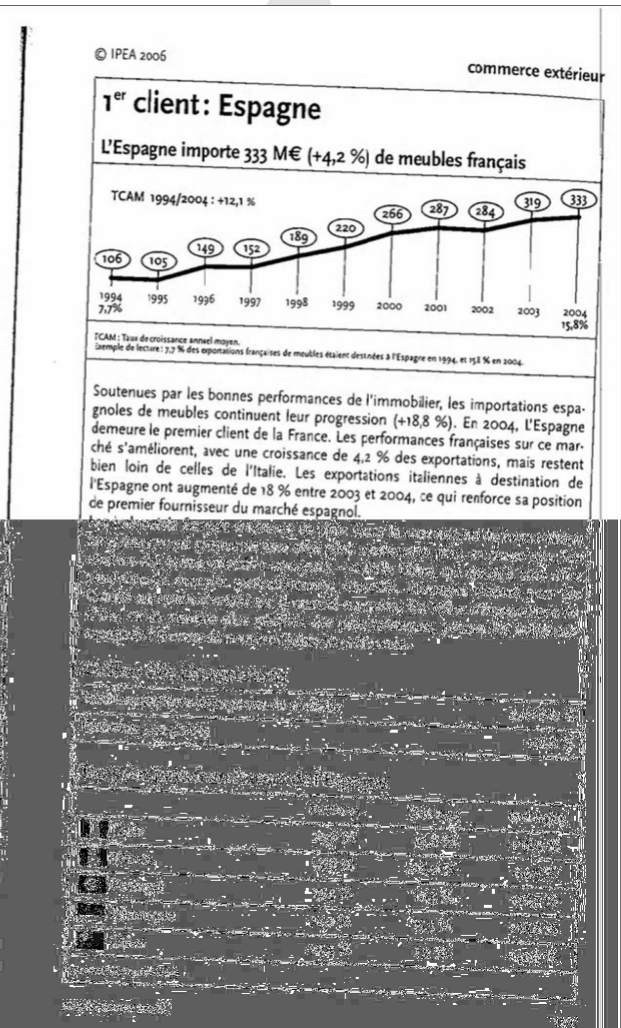
commerce extérieur				commerce extérieur				
© IPEA 2006				© IPEA 2006				
Exportations				Exportations : les produits, les pays				
Les clients de la France				Chiffres clés 2004				
	Part 2004	Part 1993	Evol. 04/03	Exportations françaises de meubles	2,1 Mds €			
Europe des 25	70,3 %	—	—	Evolution 2004/2003	+ 2,3 %			
dont Europe des 15	67,1 %	67,9 %	+2,2 %	Source : estimations IPEA d'après Eurostat				
Reste du monde	29,7 %	—	—	Exportations françaises de meubles en 2004, structure produit				
dont reste Europe de l'Ouest	9,0 %	—	—		2004 (M€)	Evol. 04/03	Part 2004	Part 1994
Europe de l'Est	3,4 %	—	—	Siège	350	+ 3,8 %	16,6 %	19,0 %
Afrique	3,2 %	4,5 %	+6,8 %	rembourré	180	+0,1 %	8,5 %	12,1 %
Amérique du Nord	6,7 %	4,9 %	-6,6 %	non remboursé	52	+9,4 %	2,5 %	1,7 %
Amérique du Sud	1,2 %	4,1 %	+16,2 %	autre siège	118	+7,3 %	5,6 %	5,2 %
Moyen-Orient	2,6 %	2,4 %	+23,6 %	Meuble	1 116	+1,4 %	52,8 %	55,6 %
Asie	3,6 %	2,8 %	+3,3 %	chambre à coucher	142	-1,7 %	6,7 %	7,9 %
Total	100,0 %	—	+2,3 %	salle à manger	260	+0,4 %	12,3 %	10,0 %
Source : IPEA d'après Eurostat. Evolution en valeur. Note : dans ce tableau et les suivants, les valeurs sont en millions d'euros.								

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

commerce extérieur © IPEA 2006

Exportations françaises de meubles en 2004, structure pays

	2004 (M€)	Evol. 04/03	Part 2004	Part 1994
Union européenne	1 486	-	70,3 %	-
Dont Europe des 15	1 420	+2,2 %	67,1 %	67,1 %
Espagne	333	+4,2 %	15,8 %	7,7 %
Allemagne	274	-8,8 %	13,0 %	17,0 %
UEBL	245	+2,5 %	11,6 %	16,8 %
Royaume-Uni	212	-4,1 %	10,0 %	10,4 %
Pays-Bas	85	-9,3 %	4,0 %	4,7 %
Italie	93	+6,7 %	4,4 %	5,5 %
Portugal	100	+65,0 %	4,7 %	1,6 %
Pologne	44	-19,4 %	2,1 %	0,2 %
autres pays intra-UE	100	-	4,7 %	-
Reste du Monde	629	-	29,7 %	-
Suisse	165	-2,9 %	7,8 %	10,7 %
Etats-Unis	132	-4,9 %	6,2 %	4,5 %



SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

commerce extérieur © IPEA 2006

8^e client : Italie

L'Italie importe 93 M€ (+6,7 %) de meubles français

TCAM 1994/2004 : +2,0%

TCAM : Taux de croissance annuel moyen.
Exemple de lecture : 55 % des exportations françaises de meubles étaient destinées à l'Italie en 1994, et 44 % en 2004.

La Chine, seulement troisième en 2003, devient le premier fournisseur de l'Italie en 2004, devant l'Allemagne et l'Autriche. Ce bond de la Chine au classement s'explique par les mouvements de délocalisation des industriels italiens vers les pays asiatiques. L'Italie, en grande difficulté hors des frontières européennes, se voit dans l'obligation d'améliorer ses coûts de production pour redevenir compétitive au niveau international et reconquérir sa place de leader des exportations. Les Italiens demeurent cependant les leaders en ce qui concerne les exportations de meubles européens vers l'Italie.

Après avoir été le 8^e client des meubles français en 2003, l'Italie passe 7^e en 2004. Les importations françaises de meubles français sont passées de 87 M€ en 2003 à 93 millions d'euros.

Classement des grands pays

Part des importations françaises de meubles

Classement	Part 2004	Part 1993	Evol. 04/03
1	21,9 %	21,1 %	+40,4 %
2	17,8 %	24,1 %	-26,2 %
3	14,3 %	6,7 %	+51,2 %
4	6,2 %	4,9 %	+25,1 %
5	6,4 %	12,7 %	-49,2 %

Source : IPEA - France Export, Evolution en valeur

commerce extérieur © IPEA 2006

Importations

Les fournisseurs de la France

	Part 2004	Part 1993	Evol. 04/03
Europe des 25	76,8 %	-	-
dont Europe des 15	69,7 %	83,3 %	+8,9 %
Reste du Monde	23,2 %	-	-
dont Reste de l'Europe de l'Ouest	1,9 %	-	-
Europe de l'Est	6,9 %	-	-
Afrique	1,7 %	0,5 %	-7,1 %
Amérique du Nord	0,4 %	1,2 %	-23,9 %
Amérique du Sud	1,8 %	1,2 %	+5,9 %
Moyen-Orient	0,3 %	0,1 %	+23,7 %
Asie	10,2 %	5,7 %	+24,8 %
Total	100,0 %	-	+12,3 %

Source : IPEA - France Export, Evolution en valeur

Pour 50 milliards d'euros de meubles importés en 2004, la France est le 8^e importateur mondial de meubles au monde derrière le Grand-Bretagne (14,1 milliards d'euros), les États-Unis (11,7), les importations étrangères représentant 6,6 % des importations mondiales de meubles. L'Italie est en 2^e place avec 16,8 milliards le principal source d'approvisionnement du marché français.

Comparés au Japon (14,1), à l'Espagne et à l'Italie, le fabricant français demeure encore très compétitif dans ce secteur. La baisse relative pourcentage des importations étrangères de meubles de France à l'égard des autres pays à l'exception de l'Asie est due en partie à la baisse de la part de l'Asie dans les importations en 2004.

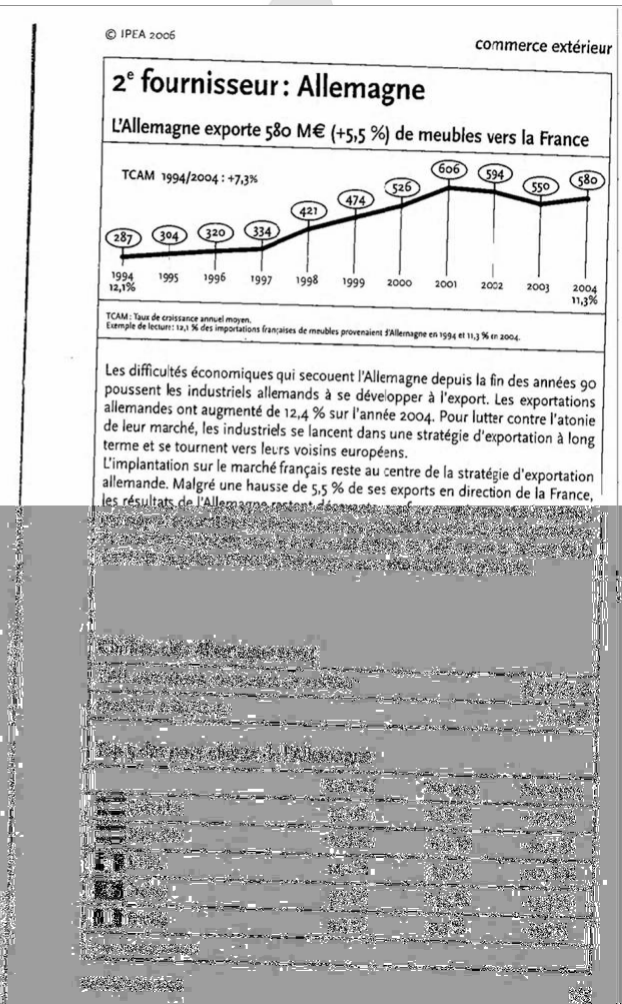
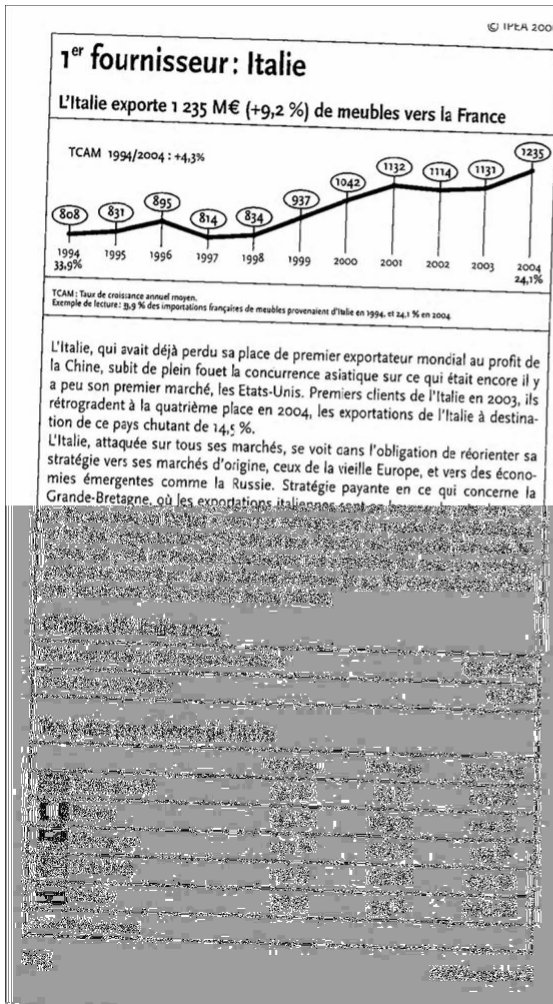
En 2004, le commerce international de meubles français avec des industriels étrangers est devenu à la demande de l'industrie française à l'égard des pays asiatiques et de l'Europe de l'Est.

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007

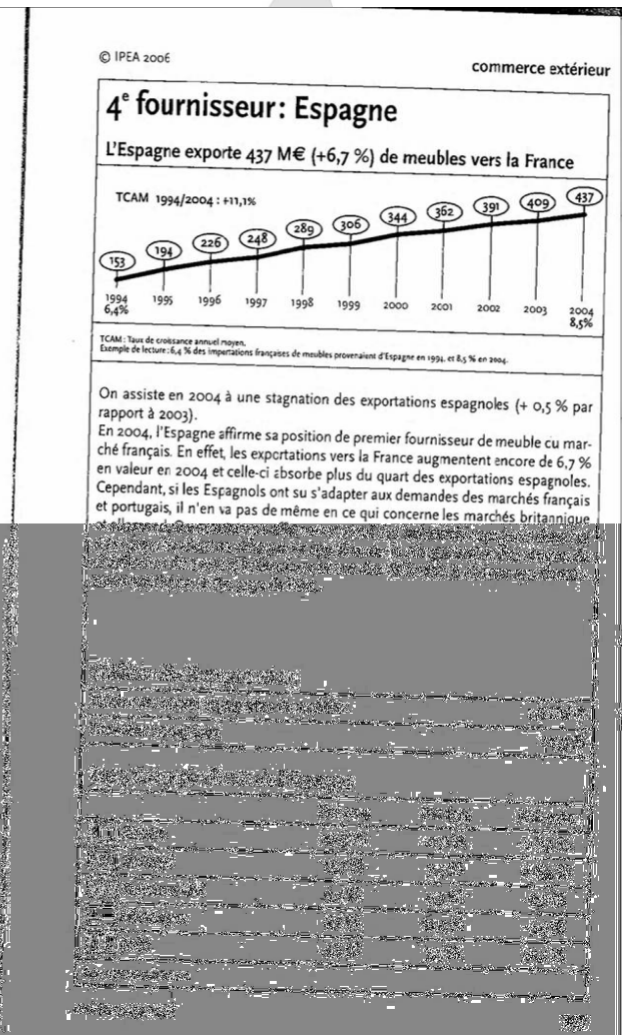
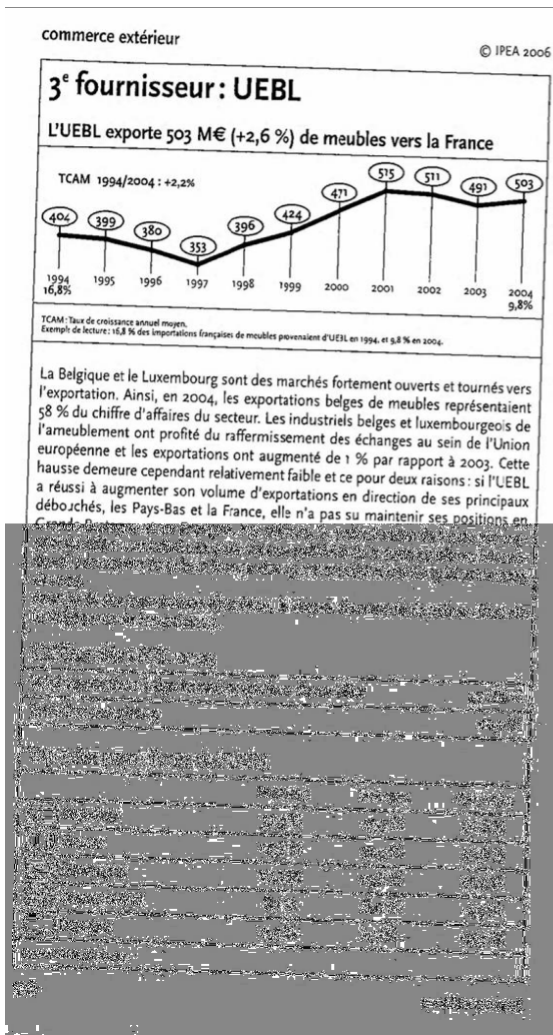
commerce extérieur		© IPEA 2006		
Importations : les produits, les pays				
Chiffres clés 2004				
Importations françaises de meubles		5,1 Mds €		
Evolution 2004/2003		+12,3 %		
Source : IPEA d'après Eurostat				
Importations françaises de meubles en 2004, structure produit				
	2004 (M€)	Evol. 04/03	Part 2004	Part 1994
Siège	1 267	+14,2 %	24,7 %	32,4 %
rembourré	800	+13,7 %	15,6 %	22,5 %
non rembourré	259	+17,9 %	5,0 %	4,4 %
autre siège	208	+12,0 %	4,1 %	5,5 %
Meuble	2 472	+13,5 %	48,2 %	49,8 %
Chambre à coucher	328	+10,1 %	6,4 %	8,4 %
Salle à manger	551	+14,0 %	10,7 %	13,2 %
Cuisine	282	+17,8 %	5,6 %	5,8 %

commerce extérieur		© PEA 2006		
Importations françaises de meubles en 2004, structure pays				
	2004 (M€)	Evol. 04/03	Part 2004	Part 1994
Union européenne	3 940	-	76,8 %	-
Dont Europe des 15	3 572	+8,9 %	69,7 %	83,5 %
Italie	1 235	+9,2 %	24,1 %	33,9 %
Allemagne	580	+5,5 %	11,3 %	12,1 %
UEBL	503	+2,6 %	9,8 %	16,8 %
Espagne	437	+6,7 %	8,5 %	6,4 %
Portugal	290	+45,1 %	5,7 %	2,8 %
Danemark	150	+5,2 %	2,9 %	2,1 %
Autriche	92	-4,3 %	1,8 %	0,4 %
Pologne	308	+33,5 %	6,0 %	1,0 %
autres pays intra-UE	345	-	6,7 %	-
Reste du Monde	1 188	-	23,2 %	-
Chine	247	+37,7 %	4,8 %	1,3 %

SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007



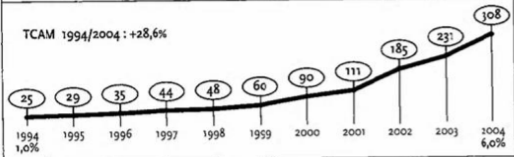
SALON DU MEUBLE DE PARIS 2007



commerce extérieur © IPEA 2006

5^e fournisseur : Pologne

La Pologne exporte 308 M€ (+33,5 %) de meubles vers la France



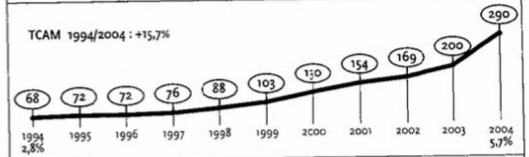
TCAM: Taux de croissance annuel moyen. Exemple de lecture: 1,0 % des importations françaises de meubles provenaient de Pologne en 1994, et 6,0 % en 2004.

La rôle de la Pologne dans les importations françaises ne cesse d'augmenter. En 2004, les exportations polonaises de meubles vers la France ont augmenté de 33,5 % et la France pourrait bientôt devenir, devant le Royaume-Uni, le deuxième client des industriels polonais. Les délocalisations allemandes et les approvisionnements massifs d'Ikea permettent à l'industrie polonaise de réaliser de bonnes performances à l'export. Avec 4 milliards d'euros exportés, soit 5,2 % des exportations mondiales, la

© IPEA 2006 commerce extérieur

6^e fournisseur : Portugal

Le Portugal exporte 290 M€ (+45,1 %) de meubles vers la France



TCAM: Taux de croissance annuel moyen. Exemple de lecture: 2,8 % des importations françaises de meubles provenaient du Portugal en 1994, et 5,7 % en 2004.

L'industrie portugaise de l'ameublement est portée par la bonne santé de son commerce extérieur. Les exportations ont encore progressé de près de 20 % en 2004. La France devient le premier client du Portugal et représente à elle seule 36 % de ses exportations. Le Portugal est surtout tourné vers l'Europe et un petit nombre de pays absorbent la majorité de ses exportations, dont notamment plus de 68 % sont à destination de la France et de l'Espagne. Le meuble portugais souffre pour le moment encore peu de la concurrence des pays à bas coûts, comme la Pologne et la Chine.

