

## EL MUEBLE EN FRANCIA

### 1.- TAMAÑO DEL MERCADO.

#### Francia: Consumo total de mueble (en miles de millones de euros)

	2002	2003	2004	2005	2006
Producción total	6,33	6,17	6,13	6,1	Sin datos
(+) Importaciones	3,99	4,09	4,55	4,93	5,16
(-) Exportaciones	2,19	2,07	2,12	2,26	2,4
Consumo total	8,67	8,30	8,57	8,78	9,10

Fuentes: IPEA, DNSCE (importaciones y exportaciones) y UNIFA (producción total 2005)

### 2.- PRODUCCIÓN NACIONAL

La producción francesa de muebles sigue disminuyendo desde el año 2001. Cada año hay empresas que desaparecen. Cabe destacar que el tejido empresarial del mueble en Francia está compuesto fundamentalmente por pequeñas empresas y por unos pocos grandes grupos (Continente Simmons, Copirel, Cuisines Schmidt, Dral,...) que son los que facturan el grueso y emplean a la gran mayoría de los trabajadores.

La industria francesa del mueble facturó **6.100 millones** de euros antes de impuestos en 2005, lo que confirma la tendencia iniciada en 2001 en la que se aprecia la paulatina reducción de la producción.

En cuanto al tamaño de la industria, Francia contaba en 2003 con **18.051 empresas** productoras de muebles, empleando a **84.073 personas**.

### 3.- IMPORTACIONES

#### Importaciones en miles de euros

	2002	2003	2004	2005
1. Italia	944.933	961.257	1.033.252	1.047.584
2. Alemania	426.610	452.246	516.126	577.530
3. China	355.237	346.615	324.139	462.747
4. España	314.148	295.238	352.097	361.982

## EL MUEBLE EN FRANCIA

5. Polonia	193.620	222.286	293.311	340.961
Resto	1.752.723	1.809.309	2.027.292	2.143.621
<b>Total</b>	<b>3.987.271</b>	<b>4.086.951</b>	<b>4.546.217</b>	<b>4.934.425</b>

Fuente: DNSCE

## 4.- COMPETIDORES

### Importaciones francesas de mueble (TARIC 9401+9403). Año 2005

<b>PAIS</b>	<b>Cantidad (100 Kg)</b>	<b>Valor (1.000 eur)</b>
<i>Italia</i>	2.922.143,00	1.047.584,00
<i>Alemania</i>	1.913.293,00	577.530,00
<i>China</i>	2.412.525,00	462.747,00
<i>España</i>	1.140.602,00	361.982,00
<i>Polonia</i>	1.353.185,00	340.961,00
<i>Belgica</i>	674.553,00	285.799,00
<i>Portugal</i>	298.060,00	244.721,00
<i>Rumanía</i>	684.757,00	154.566,00
<i>Indonesia</i>	517.767,00	137.621,00
<i>Dinamarca</i>	701.682,00	113.446,00

Fuente: DNSCE

Los muebles importados por Francia provienen en un **76,8% de países de la Unión Europea**. Dentro de estos países, **Italia es el líder** indiscutible con casi un tercio de las importaciones procedentes de países comunitarios.

Por otra parte, el interés de los distribuidores franceses por comprar muebles en Europa del Este y en China empieza a ser cada vez más importante.

Las importaciones aumentan año tras año. Los países que más progresan son **Polonia, Portugal y China**, debido a la adaptación de estos países exportadores a la demanda francesa, ligada al comienzo de la armonización internacional de los estilos y la búsqueda de nuevos mercados y a que sus costes, a pesar de la lejanía, son más bajos que en Francia.

**Como se puede ver, España ocupa el cuarto lugar como proveedor de Francia**, y es el primer cliente de Francia, por delante de Alemania

## 5.- TENDENCIAS DEL MERCADO Y DEL CONSUMO

## EL MUEBLE EN FRANCIA

El consumo de los hogares franceses en muebles ha alcanzado en 2006 los **9.010 millones de euros**, lo que supone un aumento de 2,6% con respecto al año anterior.

El año 2006 ha sido el tercer año consecutivo que ha reflejado una evolución positiva aunque todavía no se ha vuelto a alcanzar el valor que se alcanzó en 2001. Entre 2001 y 2003 el sector acusó un **crecimiento negativo del 9%**.

Los mayores crecimientos se han producido en productos complementarios del mueble, como ropa de cama y cocinas, con un aumento de 5,5% y 5,4% respectivamente. Igualmente al alza se sitúan los productos del salón (+4,1%). Únicamente el segmento de gama media pierde terreno, con un descenso de 2,9%. El mueble de oficina sigue unas tendencias negativas en el consumo desde hace unos años. Una de las causas tiene que ver con la crisis económica que se traduce en el recorte de gastos de las grandes empresas al mobiliario. En 2006, no obstante, se ha roto esta tendencia, por el crecimiento de la inversión en inmobiliaria de empresa (+33,8%) y el incremento en las promociones nuevas de oficinas (+18,2%).

Los franceses compraron sobre todo muebles de interior en un 36,8 %, sillas en un 26,2 %, muebles de cocina en un 21,1 % y camas en un 10,6 %, muebles de baño 3,4% y muebles de jardín 1,9%.

Por estilos, el mueble más demandado (2004) es el rústico con una cuota del **25%**, le sigue el clásico con un **22%**, el mueble joven con un **15%**, el natural con un 11%, el mueble exótico con un 8%, el provenzal con un 7% y por último el mueble contemporáneo (6%) y de lujo (6%). El mueble contemporáneo había aumentado su peso (2006) hasta el 18,8% en las intenciones de compra de mueble de salón, despacho y dormitorio.

Así pues, las pautas de consumo siguen siendo más “clásicas” que las españolas. Otra característica de Francia es que hay una mayor segmentación en diferentes estilos.

### 6.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

**Cuadro 1:** Estructura de la distribución y definición de los diferentes canales (entre paréntesis, cuota de mercado de cada canal)

	DISTRIBUCIÓN ESPECIALIZADA (83,4%)	DISTRIBUCIÓN NO ESPECIALIZADA (16,6%)
GAMA ALTA	- Especialistas en muebles y decoración (4,5%) - Artesanos (5,2%)	Grandes almacenes (0,8%)
GAMA MEDIA	- Especialistas del mueble (12,3%) - Especialistas en muebles de salón (2,4%) - Especialistas en muebles de cocina (9,1%) - Pequeños especialistas (3,7%)	Otros canales no especializados (3,5%)

## EL MUEBLE EN FRANCIA

	- Otras tiendas especializadas (5,1%)	
GRAN DISTRIBUCIÓN	- Especialistas en equipamiento para el hogar (26,7%) - Especialistas en mueble juvenil (14,6%)	- Hipermercados (1,9%) - Grandes superficies de bricolaje (4,1%) - Venta por correspondencia (6,3%)

Fuente: IPEA (Instituto de Promoción y Estudios del Mueble)

### Cuadro 2: Principales firmas y grupos de distribuidores franceses

	Facturación (miles euros)	N. establecimientos	
Ikea	1270	18	Mueble juvenil (26,7%)
Fly	510	153	
Habitat	105	24	
Alinéa	150	11	
Atlas	270	56	Mueble general (12,3%)
Mobilier de France	250	108	
Monsieur Mueble	252	140	
Crozatier	110	64	
Le Faillitaire	110	95	
Ameublier Interama	105	69	
Mobiclub	82	70	Mueble de cocina (9,1%)
Schmidt	494	233	
Mobalpa	340	280	
Hygena	174,8	139	
Cuisines Plus	-	72	
Cuisinella	141	105	
Pèrene	94	400	GSB, bricolaje (4,1%)
Leroy Merlin	5.583	98	
Castorama	2.320	102	
Bricomarché	1.740	529	
Mr Bricolage	1.570	393 (71 integrados)	Hipermercados (1,9%)
Lapeyre Maison	1.490	130	
Carrefour France	35,7	179	
Leclerc	19,3	428	
Auchan	14,5	120	Grandes almacenes (0,8%)
Galerías Lafayette	1979,5	60	
Printemps	958,1	17	
BHV	578,4	15	

### 7.- RECOMENDACIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para una empresa que quiera introducirse en el mercado francés, sin experiencia previa de exportación, lo mejor es buscar un **agente comercial**, que tiene un coste inferior a otras vías de introducción y un buen conocimiento del mercado y el sector.

## EL MUEBLE EN FRANCIA

Si se decide contactar directamente con los distribuidores, los canales de mayor crecimiento en la actualidad son los especialistas en equipamiento del hogar (But, Conforama), los especialistas en mueble juvenil, con una gama media y baja (Habitat, Ikea, Fly, Habitat), los especialistas en mueble de cocina (con productos de mayor calidad y mejor funcionamiento), la venta por correspondencia y las grandes superficies de bricolaje. Los grandes almacenes tienen potencial por su buena imagen de marca, y los demás canales están estancados o en regresión.

Hay que considerar la posibilidad de asistir regularmente a una **feria** (Meuble Paris, Maison & Objet).

No hay que considerar a Francia como un país extranjero sino como una prolongación natural del mercado nacional. No hay razones objetivas, en la mayoría de los casos, para utilizar canales y formas de venta distintos.

### **8.- LEGISLACIÓN E IMPUESTOS**

El mercado del mueble francés está regulado por un gran número de normas y disposiciones relativas a la fabricación y venta de dichos productos. Los aspectos regulados son los relativos a la fabricación de muebles, a la seguridad de los consumidores y a la obligación de informar al consumidor:

- En lo referente a la fabricación y seguridad en los muebles existen las normas AFNOR (Asociación Francesa de Normalización, equivalente al AENOR español),
- En lo referente a la información que hay que dar al consumidor, ésta se regula en disposiciones nacionales francesas y hacen referencia a la información que debe contener el etiquetado de cada mueble, a las fichas técnicas de los muebles, a los documentos comerciales y publicitarios, a las menciones prohibidas en la venta de muebles, los controles de calidad y las sanciones por venta de productos defectuosos.

Hay que señalar que la mayoría de las normas AFNOR son normas europeas y que por tanto son aplicables en toda la UE, con lo que la información sobre las mismas, así como su adquisición, puede realizarse en AENOR.

Dichas normas las pueden encontrar en AFNOR, en el BNBA (Bureau de Normalisation du Bois et l'Ameublement) y en la ya mencionada AENOR.

### **9.- PRECIOS Y MÁRGENES DE LA DISTRIBUCIÓN**

El coeficiente multiplicador que suele aplicar la distribución se sitúa en un 1,2 para el discount y hasta un 3 en los circuitos de alta gama.