

Déclarations faites par Jan Kurth, directeur de la Fédération allemande de l'industrie du meuble (Verband der Deutschen Möbelindustrie), à propos de la situation économique de la branche, à l'occasion de la conférence de presse européenne sur imm cologne/LivingKitchen 2019, le 6 septembre 2018 à Madrid

Croissance de l'industrie du meuble de 1 % seulement au 1^{er} semestre

Presqu'un meuble sur trois est déjà destiné à l'exportation

**La part des achats de meubles en ligne est entre-temps
de 14 %**

À la fin d'un été exceptionnel, qui a poussé les consommateurs à fréquenter plutôt les piscines et les brasseries de plein air que les magasins de meubles, l'industrie allemande du meuble constate par conséquent une évolution de la branche en demi-teinte. Après un recul du chiffre d'affaires au deuxième semestre 2017, les fabricants ont certes profité d'une légère amélioration conjoncturelle au premier semestre 2018, mais, en fin de compte, les ventes de meubles font du surplace, notamment sur le marché intérieur. Si le démarrage de l'année, dans le sillage d'imm cologne, s'est révélé positif, l'activité a connu par la suite une nette accalmie.

De janvier à juin, le chiffre d'affaires de la branche était d'environ 9,1 milliards d'euros, soit en légère progression de l'ordre de 1 % par rapport à la même période de l'année précédente. Après une baisse du chiffre d'affaires de 0,7 % pour l'ensemble de l'année 2017, marquée notamment par une dynamique négative au deuxième

semestre (- 1,6%), les fabricants allemands de meubles ont pu légèrement inverser la tendance, mais la situation n'est cependant pas satisfaisante.

La légère croissance doit exclusivement être mise sur le compte de l'activité à l'étranger car le chiffre d'affaires réalisé au-delà des propres frontières a progressé, au cours des six premiers mois, de 2,7 % par rapport à la même période de l'année précédente. Par contre, le chiffre d'affaires obtenu sur le marché intérieur a quasi stagné (+ 0,3 %). Les exportations ont profité de la reprise de la demande sur d'importants marchés européens et, de plus en plus, du développement économique positif des grandes régions de croissance hors de l'UE. Près d'un tiers des exportations allemandes de meubles est entre-temps destiné à des pays qui ne sont pas membres de l'UE.

L'été 2018, la VDM a mené une enquête sur la situation économique auprès des entreprises de la branche. Le niveau d'activité actuel a été jugé satisfaisant par 34 % des participants, mauvais par 40 %, et seuls 26 % des entreprises consultées lui ont attribué la mention « bien ». Par rapport à l'été 2017, le niveau d'activité s'est détérioré selon 51 % d'entre elles.

L'écart entre l'activité sur le marché intérieur et à l'exportation se reflète également dans l'enquête économique : tandis que la plupart des entreprises interrogées (57 %) émettent un jugement négatif sur l'activité intérieure, la grande majorité des fabricants l'estime satisfaisante (56 %) et positive (29 %) à l'exportation.

L'activité à l'étranger est à l'origine des impulsions de croissance

Résultats de l'enquête actuelle de la VDM

Niveau d'activité plus élevé à l'exportation que sur le marché intérieur

La demande intérieure est actuellement problématique, ce que confirme en principe également le commerce de meubles. Il est bien entendu qu'en raison de la persistance de températures élevées, de nombreuses activités ont été transférées à l'extérieur, mais cette explication est réductrice. Pour mieux comprendre la situation, la VDM a chargé, en juillet, le célèbre institut d'études de marché Kantar TNS de la réalisation d'une enquête représentative afin d'analyser en détail le comportement d'achat des Allemands en matière de meubles. Ce qui nous intéressait particulièrement, c'était de savoir où les gens s'informent sur les meubles et où ils les achètent. Est-ce en consultant les encarts publicitaires dans les quotidiens ou les sites Web des détaillants ? Achètent-ils de plus en plus de meubles sur Internet ou peut-on se fier aux statistiques officielles sur les canaux de distribution qui, depuis des années, indiquent une proportion pratiquement stable, comprise entre 7 et 8 % ?

Un coup d'œil tout d'abord sur les sources d'information : les magasins de meubles - c'est-à-dire le fait de pouvoir regarder des meubles - restent dans l'ensemble la source d'information la plus importante (68 %), suivie par les prospectus de ces mêmes magasins (54 %). Mais 48 % de l'ensemble des personnes interrogées utilisent entre-temps Internet comme source d'information et d'inspiration. Les groupes cibles, composés de gens plus jeunes (<40 ans), s'orientent différemment et c'est Internet qui joue un rôle prépondérant (77 %), néanmoins ils sont encore 63 % à s'informer dans un magasin de meubles.

Les clients s'informent de plus en plus sur Internet

Si l'on considère le niveau de formation, il existe une corrélation évidente entre celui-ci et les sources d'information : ceux qui ont un niveau de formation peu élevé préfèrent les brochures et la publicité des magasins de meubles. Plus le niveau est élevé et plus les informations sont obtenues de manière active, via Internet.

80 % ont acheté des meubles assez importants ces cinq dernières années

Achats en ligne ou shopping ? D'une manière générale, plus de 80 % des Allemands ont acheté des meubles assez importants ces cinq dernières années. Comme il faut s'y attendre, la proportion diminue avec l'âge. 75 % de ceux qui ont acheté des meubles l'ont fait en dernier lieu dans un magasin spécialisé. Près de 10 % des acheteurs ont passé commande auprès d'un distributeur opérant exclusivement sur Internet et 4 %, via le site marchand d'un magasin de meubles. Par conséquent, la part des achats en ligne est actuellement de 14 %, soit deux fois plus élevée que ce qu'indiquent les statistiques officielles concernant les canaux de distribution. En matière d'achats en ligne, les ménages unipersonnels et les moins de 30 ans sont nettement dans le peloton de tête. Alors que les jeunes ne vont certainement plus renoncer aux achats de meubles en ligne, même en vieillissant, et qu'une nouvelle génération de consommateurs « en ligne » grandit, le « seuil de normalité » baisse également pour les autres groupes d'âge. De ce fait, les achats de meubles en ligne recèlent certainement un énorme potentiel. L'industrie et le commerce seraient bien avisés de l'exploiter avec des concepts attrayants et des informations adéquates pour les groupes cibles plutôt que de multiplier les promotions avec des prix barrés.

Potentiel supplémentaire des achats en ligne

Une augmentation des ventes en ligne est, selon nous, une opportunité pour l'industrie du meuble dans son ensemble : d'une part, la fixation des prix et des remises n'y est pas aussi systématique que dans le commerce stationnaire où la concentration est très forte. D'autre part, les sites marchands peuvent livrer dans de courts délais et la disponibilité des marchandises produites dans le pays permet une plus grande flexibilité que celles en provenance d'Asie.

Selon les indications fournies par les statistiques officielles, les différents segments de l'industrie allemande du meuble ont évolué de manière contrastée de janvier à juin 2018. Les fabricants de meubles de cuisine ont réalisé un chiffre d'affaires d'environ 2,5 milliards d'euros, en hausse de 4 %. L'industrie du meuble de bureau dont le chiffre d'affaires avoisinait 1,1 milliard d'euros a obtenu un résultat nettement positif (+ 7,9 %). Les fabricants de mobilier pour magasins et autres structures professionnelles ont amélioré leur résultat de 7,2 % par rapport à l'année précédente et dégagé un chiffre d'affaires d'environ 920 millions d'euros. De janvier à juin 2018, le chiffre d'affaires des fabricants de meubles rembourrés a sensiblement reculé de 5,3 % à environ 480 millions d'euros. En baisse de 1,6 %, le chiffre d'affaires réalisé avec des meubles pour l'habitat et autres ainsi que des éléments de meuble a été ramené à 3,7 milliards d'euros. Son évolution a donc été plus négative que pour la moyenne de la branche. Le plus petit segment, à savoir l'industrie du matelas, a enregistré la plus forte baisse de l'ordre de 12,8 %, ramenant son chiffre d'affaires à environ 400 millions

Évaluation officielle : chiffre d'affaires sur les différents segments

L'industrie du meuble crée de nouveaux emplois

d'euros. Il faut cependant relativiser ce résultat en rappelant que l'augmentation du chiffre d'affaires de ce segment a été par le passé supérieure à la moyenne.

Voici de surcroît un aperçu des données concernant le personnel. Les 482 entreprises avec plus de 50 salariés (- 2,2 %) que compte actuellement la branche emploient 84 300 personnes, femmes et hommes, soit un résultat légèrement supérieur (+ 0,7 %) à celui de l'année précédente. La branche a créé en une année environ 600 nouveaux emplois, en dépit d'un environnement de marché difficile.

Au premier semestre 2018, les exportations allemandes de meubles ont augmenté de 2,2 % par rapport à la même période de l'année précédente, passant à 5,5 milliards d'euros. Celles destinées aux pays de l'UE, en augmentation de 1,2 %, n'ont que légèrement dépassé le niveau atteint l'année précédente. Leur croissance a donc été nettement plus faible que celle de l'ensemble des exportations. Celles à destination du principal débouché de l'industrie allemande du meuble, à savoir la France, se sont accrues de 3,5 %. Dans l'optique de l'industrie concernée, leur évolution a été positive également sur les marchés néerlandais (+ 6,2 %), polonais (+ 10 %) et espagnol (+ 6,1 %). Toutefois, les exportations de meubles ont fléchi sur des marchés aussi importants que ceux de l'Autriche (- 1,3 %) et de la Suisse (- 3,8 %).

L'industrie du meuble a également été nettement impactée par les effets négatifs du Brexit et des débats qu'il suscite ainsi que par la dévaluation de la livre de-

Tendance négative sur le marché britannique

Boom des exportations destinées aux États-Unis, à la Chine et à la Russie

puis le début de l'année, d'où une baisse des exportations de meubles vers le Royaume-Uni de 8,9 % au premier semestre 2018. De l'avis des fabricants allemands de meubles, aucun autre grand marché extérieur ne s'est développé plus défavorablement que celui du Royaume-Uni.

Les principaux marchés de croissance des meubles allemands sont actuellement extérieurs à l'UE. Mentionnons en particulier les remarquables performances des fabricants allemands de meubles sur les grands marchés de croissance États-Unis (+ 9,5 %), Chine (+ 25,9 %) et Russie (+ 14 %). Vu la taille respective des marchés et la forte demande de meubles haut de gamme, ces résultats sont certainement susceptibles d'être améliorés, eux aussi. D'autres marchés extra-européens comme ceux du Canada, du Mexique, du Japon, de Corée du Sud ou encore de Singapour se développent actuellement de manière positive, toutefois les exportations à destination de ces pays se situent encore à un niveau relativement faible. Dans l'ensemble, les pays extérieurs à l'UE pourraient devenir au cours des prochaines années un important moteur de croissance de l'industrie allemande du meuble.

Le taux d'exportation de l'industrie - c'est-à-dire la part que représentent dans le chiffre d'affaires global de la branche les marchandises livrées directement à l'étranger par les fabricants allemands de meubles - a atteint 32,6 % au premier semestre de 2018, soit un nouveau record. Au premier semestre 2017, ce taux était encore de 32,1 %. Depuis le changement de millénaire, l'industrie du meuble a ainsi réussi à doubler son taux d'exportation.

La part des exportations passe à 32,6 %

Les meubles « Made in Germany » sont appréciés

Soutien renforcé à l'exportation

Le succès que remportent à l'étranger les fabricants allemands de meubles est dû à la qualité, à la fiabilité des livraisons, au design et à l'individualité de nos produits. Les fabricants allemands maîtrisent souvent mieux le déroulement des opérations et la logistique que leurs concurrents internationaux. Ce sont d'importants critères d'achat pour les consommateurs – à Shanghai, Saint-Pétersbourg et San Francisco pareillement.

Étant donné l'importance accrue des exportations pour le secteur d'activité, la VDM va accroître sous peu le soutien à l'exportation dont bénéficient les entreprises : un nouveau groupe de travail de la VDM sur les exportations servira de plateforme d'échanges aux différents fabricants, déterminera les marchés cibles et coordonnera l'ensemble des activités d'exportation et de salon de la branche. Le savoir-faire nécessaire sur les différents marchés d'exportation sera transmis de manière ciblée aux fabricants de meubles, dans le cadre de journées d'information et d'ateliers. Parallèlement à cela, des outils de travail pratiques seront mis à leur disposition pour que leur pénétration des marchés étrangers soit couronnée de succès. Ces activités d'exportation supplémentaires sont censées les aider à gagner de nouvelles parts de marché à l'échelle mondiale.

La concurrence des importations reste forte : après avoir augmenté de 0,8 %, passant à 12,7 milliards d'euros pour l'ensemble de l'année 2017, les importations allemandes de meubles se sont de nouveau accrues de 0,6 %, atteignant 6,6 milliards d'euros au premier semestre 2018. Durant la même période, le déficit

Légère augmentation des importations

56 % de l'ensemble des importations proviennent de Pologne, de Chine et de République tchèque

du commerce extérieur s'est réduit de 8,1 %, s'établissant à environ 1,2 milliard d'euros, en raison de la nette hausse des exportations. Dans l'ensemble, les importations de meubles en provenance d'Europe de l'Est s'imposent en Allemagne de plus en plus face à la concurrence asiatique. La Pologne, qui a amélioré ses performances de 7,4 %, est restée, comme par le passé, et de loin, le pays fournisseur de meubles avec le plus gros volume de vente. Plus d'un meuble sur quatre (26,3 %) provient entre-temps de Pologne, notre voisin de l'Est. La République tchèque est restée, avec une légère progression de 0,7 %, le troisième pays importateur le plus important. Dans l'ensemble, les importations en provenance des pays membres de l'EU ont nettement augmenté de 1,8 %. En revanche, celles d'Asie ont reculé dans des proportions supérieures à la moyenne (- 5,9 %). C'est le cas notamment des importations en provenance du Vietnam (- 12,3 %), de Taïwan (- 13,9 %) et d'Indonésie (- 9,8 %). Celles de Chine, deuxième pays importateur le plus important, ont accusé, elles aussi, un net recul de 5,2 %. La structure des importations de meubles en Allemagne traduit une forte concentration : environ 56 % du total de ces mêmes importations proviennent des trois principaux pays fournisseurs, à savoir la Pologne, la Chine et la République tchèque.

Près des deux tiers des entreprises, qui ont participé à l'enquête de la VDM, présument que le niveau d'activité restera inchangé ces six prochains mois. 24 % des entreprises interrogées escomptent une amélioration, seuls 12 %, une dégradation de la situation. Les entreprises consultées estiment que la conjoncture sera impactée dans les six mois à venir principalement par le

L'augmentation des frais de matériel pénalise la branche

Prévision pour l'année en cours : + 1 %

renchérissement des matières premières (33 % du total des répondants), la pénurie de main-d'œuvre qualifiée (27 %), la pression croissante des importations (18 %) et les politiques commerciales de plus en plus protectionnistes (9 %).

Le renchérissement précisément du bois massif est un frein au développement de la branche. Les entreprises interrogées ont fait état d'une hausse moyenne des prix du bois massif de 9 % par rapport à l'été 2017. Le prix des matériaux en bois a augmenté de 5 % durant la même période, les coûts logistiques se sont accrus également de 5 % et les frais de personnel, de 3 %. Ces hausses de coûts ne peuvent être répercutées sur le commerce allemand de meubles que dans des proportions insuffisantes, en raison de la puissance commerciale des centrales d'achats.

Étant donné la croissance très significative, la contribution des marchés étrangers au chiffre d'affaires que réalise l'industrie allemande du meuble devrait rester positive également au deuxième semestre. Par contre, la conjoncture s'assombrit de plus en plus sur le marché intérieur. La confiance des consommateurs s'érode également en Allemagne. Les prévisions conjoncturelles pour l'année en cours ont été nettement révisées à la baisse par les grands experts-économistes. Ceci étant, nous prévoyons, également en cette fin d'année, une augmentation du chiffre d'affaires d'environ 1 % en 2018.