

## ÉDITORIAL

### Une année d'enjeux

Ce premier éditorial de l'année est avant tout l'occasion, pour toutes les équipes du *Courrier* et de Bee Medias, de souhaiter une très belle année 2017, emplie de joies et de projets, à tous leurs lecteurs. Le mois de janvier est aussi, traditionnellement, celui des projections, établies à partir du bilan de l'année tout juste achevée et des

perspectives endogènes et exogènes pour celle à venir. Ainsi, concernant le meuble, qu'en est-il ? Après douze mois – où onze, tout au moins, puisque les données de décembre sont encore inconnues à cette heure – globalement en hausse, plus ou moins marquée, nous devrions arriver à une croissance globale, sur 2016, aux alentours

de + 2 %. Notre marché resterait ainsi dans le vert. Quid de 2017 ? Cette année sera bien évidemment, avant tout, celle de la plus importante des échéances électorales ; et nous savons que, traditionnellement – et cela est particulièrement vérifié dans le meuble – ce type d'évènement entraîne un certain attentisme chez les consommateurs français.

Ajoutez à cela un contexte économique encore frileux, ainsi que, phénomène plus récent, la menace toujours présente du terrorisme, et le tableau peut sembler assez peu encourageant. Malgré tout, d'autres indicateurs nuancent ces prévisions : l'année 2016 aura été très bonne – voire « exceptionnelle », pour certains – dans le secteur de l'immobilier, à la

fois dans l'ancien et, même si l'évolution a été un peu moins marquée, dans le neuf. Une embellie qui pourrait se poursuivre en 2017, même si les taux semblent repartir à la hausse. Il paraît intéressant, aussi, de se pencher particulièrement sur certaines mutations intéressantes de notre secteur, qui sont porteuses d'espoir : collaboration

renforcée entre fabricants et distributeurs dont les fruits commencent à être récoltés, mise sur le marché d'offres toujours plus abouties, retour du meuble dans les centre-ville... Sans compter que le Français demeure toujours très attaché à son intérieur. Et ainsi nous avons là de quoi clôturer cet éditorial sur une note positive ! [E.B.]

## INDUSTRIE

### L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE « SIÈGE DE LIFFOL » HOMOLOGUÉE

Déposé au printemps dernier par le PLAB, Pôle Lorrain d'Ameublement Bois, le dossier de demande de l'IG « Siège de Liffol » a été homologué le 2 décembre 2016 par l'INPI : une première en France pour les produits manufacturés. A l'instar des AOC certifiant les produits agro-alimentaires, les Indications Géographiques pour les produits manufacturés garantissent aux consommateurs la provenance et l'authenticité des savoir-faire utilisés pour sa fabrication. L'IG est le véritable gage d'un savoir-faire propre et singulier à un territoire et le garant de la pérennité des produits manufacturés de cette même origine géographique... Cette démarche ouvre également la voie à la protection des produits face au développement d'une

concurrence internationale à bas prix et à d'éventuelles contrefaçons tout en offrant une garantie, pour le consommateur, sur la qualité et l'authenticité des produits mis sur le marché. Pour les entreprises, les enjeux sont nombreux : un engagement de qualité et de méthode de la production, garanti par un cahier des charges officiellement déposé ; une traçabilité de la production absolue, essentielle pour les clients B to B comme B to C ; un élément de différenciation pour éviter les comparaisons avec des produits d'importation ; un outil de promotion d'un savoir-faire spécifique ; enfin, c'est un label officiel homologué par l'Etat et non auto-proclamé. Les entreprises qui pourront utiliser cette IG Siège de Liffol sont tous les fabricants de sièges installés dans le périmètre géographique déterminé (165 communes), pourvue qu'elles réalisent tout ou partie des 22 étapes de fabrication obligatoires. Pour garantir cette IG, un marquage classique de type étiquette sur chaque produit concerné affichera le logo, l'adresse [siegedeliffol.fr](http://siegedeliffol.fr), les coordonnées de l'Organisme de Défense

et de Gestion (ODG), le soutien de la marraine et le mode opératoire pour scanner la puce NFC à partir d'un smartphone. Cette puce, disposée directement sur la traverse avant de la carcasse, contiendra les informations spécifiques du produit ; une application comprenant une base de

données assurera le suivi des numéros de puces et permettra de générer un certificat d'authenticité. Précisons, enfin, que la marraine de cette IG ancrée à Liffol-le-Grand est l'humoriste **Caroline Vigneaux**, dont le grand-père, **Robert Schneider**, était fabricant vignogien de meubles de styles.

### UNE PROCHAINE MATINÉE À L'AFPIA SOLFI2A SUR LES PERFORMANCES INDUSTRIELLES

L'AFPIA SolFi2a de Montaigu (85) organise, ce jeudi 12 janvier, une matinée de formation et de réflexion intitulée « Performances industrielles, comment améliorer sa production ? ». La quantité, la qualité et la personnalisation des produits, associées à la réactivité, semblent aujourd'hui être une ambition commune des industriels de l'ameublement, quelle que soit leur taille. Pour y arriver, les entreprises

investissent dans l'innovation, évidemment, mais aussi dans les performances de l'outil de production et des méthodes... Les objectifs de SolFi2a, lors de cette matinée, seront de dresser quelques propositions qui permettent d'améliorer les performances industrielles, de définir les différents objectifs selon la typologie d'entreprises et les moyens à mettre en œuvre, qu'ils soient matériels ou en lien avec l'organisation ou les ressources humaines.

## SALON

### SALONE DEL MOBILE.MILANO À SHANGHAI : UNE ÉDITION INAUGURALE CONCLUANTE

La première édition du Salone del Mobile. Milano organisée à Shanghai, en novembre dernier, a fermé ses portes sur un « beau succès » selon ses organisateurs, avec un total de 20 750 visiteurs venus de toutes les régions de Chine pour admirer la cinquantaine de stands : « Une fréquentation importante conforme à nos espérances, venant célébrer la mise en œuvre d'un projet construit sur les trois dernières années. Il nous a fallu ce temps pour comprendre le marché chinois et les besoins de ses consommateurs » avancent-ils. Cette nouvelle manifestation est issue de la coopération entre Salone del Mobile.Milano et VNU Exhibitions Asia (photo).



## HORIZONS

### EVOLUTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR DE MEUBLE FRANÇAIS AU COURS DES 9 PREMIERS MOIS DE 2016

Selon Eurostat, les importations de meubles à destination de l'Hexagone ont progressé de 7 % au cours des neuf premiers mois de 2016 pour atteindre 5,4 milliards d'euros, tandis que les exportations des industries françaises de l'ameublement progressaient, de leur côté, de 1 %, à 1,8 million d'euros. A fin septembre, les principaux pays fournisseurs de la France demeuraient, dans l'ordre, l'Allemagne, l'Italie, la Pologne, puis la Belgique, l'Espagne, le Portugal puis la Roumanie. Sur la période, ce sont les importations en provenance de Roumanie

qui ont le plus progressé (+ 21 %), les importations d'origine portugaise ayant quant à elles augmenté de 18 %, et celles des Pays-Bas de 16 %. Les importations en provenance de l'Union Européenne représentent presque 72 % du total des importations. Côté exportations, les principaux pays clients des fabricants français sont, dans l'ordre, l'Allemagne, suivie des Etats-Unis, de la Suisse, de l'Espagne, de la Belgique, de la Grande Bretagne puis de l'Italie. Les plus fortes progressions sont enregistrées à destination du Portugal (+ 25 %) et de la Chine (+ 15 %) et de la Pologne (+ 14 %).

### C.A. « RECORD » POUR LE GROUPE JYSK SUR LE DERNIER EXERCICE

Le Danois Jysk a battu son précédent record de chiffre d'affaires en clôturant son dernier exercice à 3,123 milliards d'euros ; son EBIT atteint 421 millions d'euros. Toutes ses activités sont en progression, tant dans ses magasins que sur son site de ventes en ligne. Au cours du dernier exercice, Jysk a ouvert 105 nouveaux points de vente dans 43 pays, dont deux nouvelles destinations : la Géorgie et la Biélorussie. Le développement

de l'enseigne se fait principalement en Europe de l'Est, la Pologne comptant actuellement 200 magasins (l'enseigne nourrit de grandes ambitions sur cette zone du Vieux Continent [voir *CM&H* n° 2671, daté du 9 décembre dernier]). Les Pays-Bas et la Belgique sont par ailleurs les deux prochaines destinations du groupe. Au total, Jysk emploie plus de 21 salariés et exploite plus de 2 400 points de vente dans 45 pays.

