

**Le printemps est une saison fort agitée en Asie du Sud-est. Le climat est en partie responsable, avec ses redoutables sautes d'humeur qui font disparaître le paysage sous des trombes d'eau de fin du monde, mais il n'est pas le seul. En effet, c'est à cette époque de l'année que se tiennent tous les salons dédiés au meuble dans toute la région, ce qui dans un autre genre provoque une intense effervescence. C'est le Salon MIFF qui selon la tradition ouvre le bal, et force est de dire que c'est en fanfare qu'ont débuté ces semaines folles.**

*Par Philippe Méchin*



## MALAYSIAN INTERNATIONAL FURNITURE FAIR

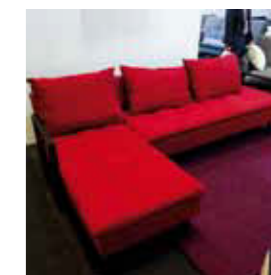
# LE TUBE DE L'ANNEE ?

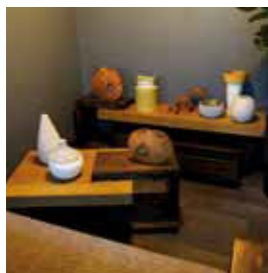
Folles, elles le sont en effet à bien des égards, avec ce calendrier qui bouscule les agendas, et les emplois du temps des acheteurs venus du monde entier faire leurs emplettes au cœur du continent le plus dynamique de la planète, dans le domaine de la production de meubles en tous genres et tous styles. Toujours est-il qu'entre l'incontournable Chine, La Malaisie, la Thaïlande, le Vietnam, l'Indonésie, Singapour, il y a de quoi largement de quoi occuper un emploi du temps

de ministre. D'aéroport en aéroport, d'hôtel en hôtel, le visiteur professionnel n'a guère le temps de souffler. Cette situation tout à fait étonnante, laquelle existe depuis de nombreuses années pose cependant de nombreuses questions. Est-il bien raisonnable de voir se tenir tant et tant de salons professionnels, sur un même thème, sur un laps de temps aussi court ? Certes tous se déroulent, dans la même région, mais celle-ci est vaste et oblige à des déplacements incessants selon une fréquence

n'échappe pas au phénomène, même si toute la production n'est pas logée à la même enseigne. Il est à noter en effet un mouvement de montée en gamme provoqué par la demande d'une classe moyenne aisée, en augmentation constante. Cette émergence de ce nouveau type de consommateurs s'accompagne d'une exigence redoutable, qui bouleverse la donne. Si le prix, reste, certes, par définition un critère d'importance, il s'accompagne d'une demande de produits de qualité, que ce soit dans le domaine de la fabrication, que du design, ou encore de l'image de marque. Tant et si bien que les entreprises chinoises qui comptent sur ce marché se battent désormais pour répondre à cette demande, en proposant bien évidemment des produits qui correspondent à ces exigences, ce qui les pousse à investir également, de plus en plus massivement dans la communication, le marketing, le merchandising. Bien entendu, et sans surprise, ces produits destinés à une clientèle aisée qui prend goût à l'aménagement et la décoration de la maison ne vont pas à la baisse en termes de tarifs tant s'en faut. Cet engouement des consommateurs de l'Empire du milieu pour les produits haut de gamme, bouleverse la donne, tant l'émergence de ces nouvelles tendances est rapide, et tant ces classes moyennes aisées ne cessent de progresser. Est-ce pour autant que les industriels chinois délaissent les produits mass market qui ont fait leur force et leur fortune sur la planète ?

particulièrement élevée. Malgré les efforts des différents organisateurs, les dates finissent par se chevaucher. Il va donc sans dire que des arbitrages s'imposent, par obligation. Seulement sur quels critères, faut-il y procéder, telle est une des questions fondamentales, laquelle trouve sa réponse selon plusieurs d'entre eux, dont la pierre angulaire repose sur une offre compétitive en termes de rapport qualité/prix, sans négliger cependant le savoir-faire industriel local, le dynamisme, le développement économique du pays, sa position sur l'échiquier mondial, le pouvoir d'achat potentiel de sa population, l'expertise des organisateurs. Il va donc sans dire que les motivations qui vont guider les visiteurs peuvent varier, même si, nous ne le répéterons jamais assez, c'est l'attractivité et la compétitivité de l'offre qui reste déterminante. Tout ceci laisse évidemment à penser que c'est la Chine qui rallie tous les suffrages. Malgré une inflation salariale de la main d'œuvre nationale, les prix restent contenus, dans bien des domaines industriels. Le meuble





Que nenni ! Les entreprises du secteur occupent toujours, et plus que jamais le créneau. Si le problème de l'inflation salariale est une réalité, dans la vie économique du pays, les fabricants ont depuis un bout de temps trouvé la parade pour préserver leur compétitivité, en pratiquant les délocalisations à tout va, quasi exclusivement en ce qui concerne le secteur du meuble, vers la zone Asie du sud-est, contribuant ainsi à l'essor économique de certains pays de la région, à l'instar du Vietnam qui profite grandement de la situation. Ainsi donc, La Chine qui a largement participé à la désertification de pans entiers de l'industrie du vieux continent se voit, elle, contrainte à procéder de la même façon afin de préserver sa compétitivité. Toutefois, il faut savoir que toutes déloca-



lisations sont, pour l'instant, largement mieux contrôlées que chez nous. Quant à l'emploi, il n'a guère été affecté par le phénomène tant la demande de main d'œuvre est importante dans un pays dont la croissance est de l'ordre de 6,7 %. Et puis il existe ce marché intérieur qui explose, avec ces entreprises qui montent leur offre vers le haut, sous la poussée de ces nouveaux consommateurs terriblement exigeants. Entre le sommet et la base, reste donc le milieu de gamme, qui quoi que l'on puisse en penser, continue de peser d'un poids considérable dans les échanges commerciaux mondiaux. Cette notion de milieu de gamme est de plus à géométrie variable. Ainsi, ce qui sera considéré comme un produit entrée de gamme correcte en qualité dans un pays industrialisé, sera positionné plus près du haut de l'échelle des valeurs qualitatives et esthétiques pour des consommateurs d'un pays dit émergent en termes de PIB. Sans oublier bien sûr les critères esthétiques, les goûts et les couleurs.

### Sans tapage ni excès

C'est sur ce créneau encore très large que se sont positionnés les organisateurs du salon *Miff*, acronyme de *Malaysian International Furniture Fair*, et force est de dire que les équipes d'UBM aux manettes de l'événement ont parfaitement réussi leur coup. En effet d'année en année, le rendez-vous de Kuala Lumpur monte en puissance inexorablement, sans tapage,

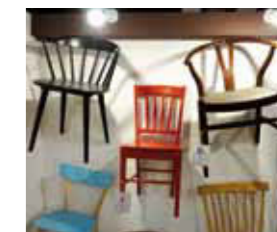
sans excès en tous genres. Tant et si bien qu'aujourd'hui la plateforme malaisienne, semble être devenue incontournable à bien des égards, les chiffres sont là pour en attester, à l'exemple de cette année 2017 de tous les records. En effet, les exposants venus proposer leurs nouveautés et innovations, ont, avec 557 exposants, enregistré une progression de 15 % par rapport à l'an passé, sachant pourtant que l'édition précédente avait été un excellent cru. Quant au nombre de visiteurs, ils ont également été à la hausse, avec quelque 20 000 acheteurs venus de 132 pays et régions, ce qui constitue une progression de l'ordre de 5 600 acheteurs à avoir arpenté les allées du salon. Au palmarès des acheteurs des pays les plus représentés, notons ceux venus des Etats-Unis, de l'Inde, du Japon, de la Grande-Bretagne, de Taiwan, la Corée du Sud, l'Algérie, le Sri Lanka, l'Afrique du Sud sans oublier bien sûr les pays voisins de l'Asie du Sud Est, illustrant ainsi l'internationalité grandissante du salon *Miff*. Tout ceci s'est bien sûr traduit par un niveau remarquablement soutenu des échanges commerciaux. Mais si ces chiffres comblent de satisfaction les organisateurs, ils ne semblent aujourd'hui n'être qu'un hors-d'œuvre par rapport à ce qui va se jouer l'an prochain. En effet, le salon va définitivement jouer dans la cour des grands, avec l'ouverture de bâtiments flambant neufs (*Putra World Trade Center & Malaysian International Trade and Exhibition Center*), lesquels mettront la bagatelle de 100 000 m<sup>2</sup> à la disposition des



exposants et visiteurs. Ce changement marque la fin d'un cycle de plus de 20 ans durant lequel le salon *Miff* s'est forgé une âme, un état d'esprit et une ambiance toute particulière dans ce centre d'exposition si particulier, guère ergonomique, mais si chaleureux, dont nous ne pouvons nous empêcher de penser qu'il a largement contribué au succès du rendez-vous de Kuala Lumpur. Néanmoins, nous ne pouvons que faire confiance aux équipes d'UBM, qui ont plus que leur part dans l'affaire, via leur professionnalisme aimable et chaleureux, la qualité toujours irréprochable de l'organisation, et surtout un accueil unique, sans oublier l'environnement local, ou la gentillesse de la population n'est pas un vain mot.

### Un environnement économique favorable

Sur le plan de l'offre, pas de révolution, mais une offre solide, claire et structurée clairement positionnée sur le créneau moyenne gamme à prix compétitifs destiné à l'export. Le gros des troupes est fourni par les fabricants malais qui profitent à plein d'une double opportunité. Tout d'abord, grâce à une monnaie nationale, le *Ringgit*, maintenue par le gouvernement à une parité avantageuse, et des produits chinois qui subissent les effets de coûts de revient plus élevés, suite à une augmentation des salaires de la main d'œuvre. Cette dualité permet ainsi à la production nationale de proposer une offre sur tous les secteurs du meuble, dotée d'un excellent rapport qualité-prix. Il ne faut pas non plus oublier que la matière première fondamentale du secteur, en l'occurrence le bois, fait partie des richesses naturelles du pays, dont il est en plus un grand producteur de toutes les essences. Cet atout les entreprises locales ont parfaitement su l'optimiser. Des entreprises qui, en plus, sont particulièrement chouchoutées par le gouvernement qui ne ménage pas ses efforts pour rendre son industrie performante sur tous les fronts. Aussi, l'appareil de production est-il à l'unisson. Tout ce cocktail fonctionne parfaitement, à tel point que la Malaisie est aujourd'hui un terrain de chasse pour toutes les grandes entreprises mondiales





de tous les secteurs industriels, qui considèrent le pays comme une des nations de grand avenir dans la région. Ce climat propice à un optimisme réel face à l'avenir, dope les entreprises nationales qui n'hésitent pas à investir dans la recherche et développement, ainsi que dans la modernisation de l'appareil de production. Aussi, et dans un tel contexte, ne faut-il pas s'étonner de la belle tenue de l'offre lors de ce *Miff*, preuve incontestable, que le secteur moyenne gamme n'est pas un parent pauvre, soutenu plus par des besoins que des envies. Et puis comme pour prouver que ce savoir-faire national est capable de s'exprimer, dans tous les domaines du meuble, le design est désormais une des composantes essentielles du salon. Dans ce domaine, les créateurs malais n'ont rien à envier à leurs homologues de tous les pays de la planète. Pour mieux valoriser leur talent, un concours récompense les meilleures réalisations. Enfin, tout ceci n'empêche pas le *Miff* de vivre avec son temps, grâce à des accords de partenariat avec *Ali Baba*, le grand site chinois d'e-commerce.



Ainsi donc en profitant d'un contexte macro-économique favorable, en sachant clairement afficher un positionnement habile, soutenu par une industrie nationale remarquablement dynamique et créatrice, la plateforme malaise est en voie de s'imposer en tête du peloton des salons de printemps qui se tiennent dans la région du Sud-est asiatique, laquelle n'est pas réputée pour être la moins dynamique. Les organisateurs méritent également un grand coup de chapeau pour leur habileté. Ils se sont fort opportunément démarqués de grands rendez-vous chinois, dont ils connaissent au demeurant très bien les atouts, puisqu'*UBM* est également aux commandes du salon Furniture China, qui se tient à Shanghai en septembre, lequel n'est ni plus ni moins que l'un des trois grands rendez-vous mondiaux avec celui de Cologne et de Milan. Conscients qu'ils ne jouaient pas dans la même cour, ils ont tout simplement su tirer le meilleur parti de la production locale, du contexte géographique, et mis en scène une offre cohérente sur un créneau qui reste encore solide sur le plan mondial, preuve que le marché de la consommation n'est pas seulement partagé entre mass market et haut de gamme, comme l'affirment trop « *d'experts* ». Encore faut-il savoir mettre tout ceci en scène, et c'est tout leur mérite. En tout cas, dans la compétition qui l'oppose aux autres rendez-vous de printemps la région, le *Miff* continue de marquer des points et s'inscrit à l'issue de cette édition 2017 au sommet du hit-parade des salons asiatiques dédiés au meuble, à tel point qu'il est à notre avis, le tube de l'année. ■