

Faça crescer
o seu mercado

Icep Portugal 

Iniciamos uma “NewsLetter” dedicada a informações sobre o sector de Têxtil-Lar em França.

» Se tiver alguns comentários ou sugestões, diga-nos : [AQUI](#)

Últimas

» **Fileira casa - Evolução do posicionamento de Portugal no mercado francês em 2005**

Importações francesas provenientes de Portugal em 2005
Fileira casa

Sectores	2004 Milhões E	2005 Milhões E	Variação 2005/04	Quota % 2004	Quota % 2005	Tendência Quota
Têxtil lar	72,9	66,9	- 8,2%	12,5	11,1	↓
Mobiliário	54,2	57,2	+ 5,5%	2,1	2,0	→
Cerâmica	46,4	36,7	- 20,8%	14,2	10,4	↓
Vidro	11,2	7,0	- 37,5%	4,5	2,9	↓

Fonte: Alfandegas francesas

» **Têxtil-Lar – Portugal mantém posição de 3º fornecedor de têxtil lar da França em 2005**

Em 2005 as importações francesas de Roupa de cama, mesa, banho e cozinha provenientes de Portugal totalizaram 66,9 milhões de euros, representando um decréscimo de -8,2% face ao ano anterior. Esta evolução evidencia uma tendência inversa à das importações francesas globais que cresceram 3,4%. Portugal manteve a posição de 3º fornecedor do mercado, embora reduzindo quota para 11%.

	Evolução das importações francesas provenientes de Portugal										
	2003			2004			2005			Taxa Cresc. 05/04	
	Valor	Quota	Pos	Valor	Quota	Pos	Valor	Quota	Pos	Portugal	Imp. Totais
PP 6302 Têxtil lar	74,0	13,19	3º	72,9	12,47	3º	66,9	11,08	3º	-8,15%	+3,37%

Fonte: DNSCE Unidade: Milhões Euros

Portugal manteve tendência, dos últimos anos, para deterioração da posição de mercado nos dois subsectores mais significativos em termos de valor exportado, como mostra o quadro seguinte.

Importações francesas de têxtil lar em 2005 - por tipo de produto

	Total Imp Fr	Var. 2005/04	Imp de Portugal	Var. 2005/04	Quota 2005	Ranking fornecedor
PP 6302 Roupa de casa	604,0	+3,4%	66,9	-8,1%	11,1 % ↓	3º
Roupa cama - Lençóis	332,9	+4,6%	32,3	-7,7%	9,7 % ↓	3º
Roupa toilette e cozinha de felpo	164,1	+2,9%	26,3	-11%	16 % ↓	3º
Roupa mesa	72,9	-0,6%	5,3	-1,2%	7,2 % →	4º
Roupa toilette e cozinha n/felpo	34,1	+2,7%	3,1	+3,5%	9 % ↑	6º

Fonte: DNSCE Unidade: Milhões euros

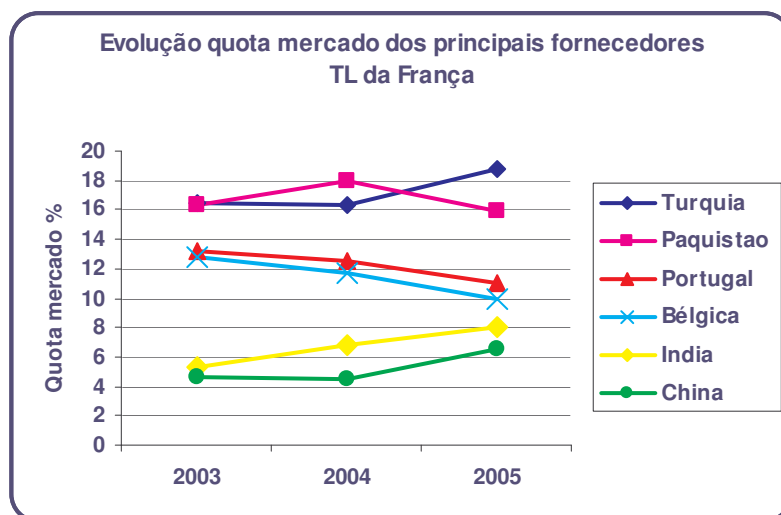
No último ano a França reforçou as compras de têxtil lar essencialmente na Turquia (+18%), Índia (+22%), China (+50%), Polónia (+16%) e Espanha (+8%). Essa evolução deu-se em detrimento dos fornecedores tradicionais, como sejam o Paquistão e Portugal (ambos com -8%), Bélgica (-12%), Tunísia (-1%) e Itália (-19%).

Quotas de Mercado (%)
Roupa de cama, mesa, tolete e cozinha (PP 6302)

Mercados	2003	Posição	2004	Posição	2005	Posição
Turquia	16,48	1°	16,39	2°	18,72	1°
Paquistão	16,26	2°	17,93	1°	15,9	2°
Portugal	13,19	3°	12,47	3°	11,08	3°
Bélgica	12,73	4°	11,69	4°	9,96	4°
Índia	5,29	6°	6,76	5°	7,97	5°
China	4,57	8°	4,47	8°	6,49	6°
Tunísia	4,81	7°	4,91	7°	4,68	7°
Itália	6,64	5°	5,38	6°	4,22	8°
Espanha	3,47	9°	2,83	9°	2,98	9°
Polónia	1,64	10°	2,07	10°	2,32	10°

Fonte: DNSCE

- Em 2005 a Turquia voltou a liderar o mercado detendo uma quota de 18,7%, ultrapassando o Paquistão (15,9% quota) que registou tendência inversa.



- Os quatro principais fornecedores extra UE -Turquia, Paquistão, Índia e China - que em 1990 representavam 16% das compras da França no exterior, contribuíram em 2005 para cerca de 49% desse valor, ou seja, um aumento de quota de quase 33 pontos em 15 anos.

» Consumo – Evolução do consumo de têxtil lar em França e perspectivas para 2006

A França constitui o 3º maior consumidor europeu de têxtil lar. Desde 2004 que o consumo de Têxtil lar parece ter recuperado, sustentado pelo vigor do mercado imobiliário e pelo desejo do consumidor francês de melhorar o seu local de habitação, embora se tenha verificado uma baixa de preços, agravada pela multiplicação das promoções (33% do valor das vendas) e pelo aumento das importações.

Segundo dados do Institut Français de la Mode (IFM) o valor das vendas do conjunto do sector Têxtil lar* em França – Roupa de casa (cama, banho, mesa/cozinha) e Têxtil para decoração – situou-se nos 2,66 mil milhões de Euros em 2004 (+1,9% face a 2003 no caso da roupa de casa e +4,3% no caso do têxtil para decoração). Praticamente todas as famílias de produtos registaram evoluções positivas, com especial destaque para a roupa de banho. No segmento acessórios de cama a evolução do consumo foi negativa, com excepção para as almofadas e colchas.

Em 2004 o consumo de roupa de cama continuou a progredir, em parte devido ao facto das tendências de decoração se focalizarem no quarto e casa de banho. No caso do segmento dos acessórios de cama assiste-se a uma forte baixa dos preços no mercado. O segmento de roupa de banho prossegue o crescimento. No segmento da roupa de mesa e cozinha o consumo voltou a crescer mais em valor do que em volume.

Consumo de Têxtil lar* por tipo de produto - 2004

	Valor Milhões euros	Evolução valor 2004/03	% Valor 2004	Quantidade Mil unidades	Evolução volume 2004/03
Roupa de casa					
Roupa cama	921	+1,5%	58,1%	46 884	+8,0%
Roupa banho	470	+2,8%	29,6%	86 078	+3,7%
Roupa mesa e cozinha	195	+2,5%	12,3%	46 850	-2,8%
Têxtil p/decoração					
Acessórios cama (1)	433	-4,2%	40,4%	19 590	+3,2%
Cortinados, tecido a metro	639	+1,0%	59,6%	94 885	+11,9%

Fonte: local Nota: * inclui Roupa de casa + Têxtil p/decoração (1) cobertores, edredões, almofadas

De acordo com os primeiros dados do IFM, em 2005 o consumo no conjunto do sector Têxtil lar terá decrescido em valor -0,9% (e -0,1% no caso da Roupa de casa). As previsões do IFM para 2006 apontam para um crescimento do consumo de roupa de casa da ordem de 1,3%.

» **Distribuição – Evolução da distribuição de têxtil lar em França**

A Grande distribuição generalista [distribuição alimentar e venda por catálogo] domina o mercado francês de Têxtil lar, representando 48% das compras dos consumidores. Verifica-se a progressão das Cadeias de grande difusão, ultrapassando as Cadeias de lojas especializadas, circuito este que perdeu quota de mercado em 2004. As Lojas independentes mantiveram a posição de mercado.

Estrutura da Distribuição de Têxtil lar* [em % das despesas]

	2002	2003	2004
Hipermercados e supermercados	25,3%	24,8%	25,4%
Venda por catálogo (VPC)	22,3%	22,7%	22,5%
Lojas Independentes	11,3%	11,2%	11,5%
Cadeias de grande difusão	8,9%	9,4%	9,7%
Cadeias lojas especializadas	9,3%	8,9%	7,5%
Grandes Armazéns e armazéns populares	8,2%	7,6%	7,4%
Outros	14,7%	15,3%	16,0%

Fonte: local Nota: * inclui Roupa de casa + Têxtil p/decoração

Em 2005 os circuitos de distribuição que registaram maior progressão de vendas de Roupa de casa foram: as Cadeias de lojas especializadas (+7,9%), os Grandes armazéns (+4,8%) e os Armazéns populares (+3,6%). Registaram decréscimos de vendas os Hiper e supermercados (-3,5%), as Lojas independentes (-3%) bem como a Venda por correspondência (-1,4%).

Os circuitos de distribuição não especializados representam 16% do mercado. Entre estes, convém destacar o surgimento e progressão de um novo circuito, o das marcas de mobiliário e decoração “Jeune habitat” (ex. Conforama, Ikea, Alínea, Fly), o qual detém já 4,1% das vendas de têxtil lar.

O principal período de vendas - Janeiro (“mois du blanc”) - representa cerca de 16% do volume de negócios anual do sector.

As regiões parisiense, sudeste e do mediterrânico são as que mais consomem Roupa de casa (cerca de 50% do valor das vendas). As despesas são especialmente relevantes nas faixas etárias dos 35-44 anos e 55-64 anos, que apresentam um orçamento médio per capita da ordem dos 70 euros, superior à média dos franceses. É esta geração que dá também maior importância às inovações e às marcas. O consumidor alvo a “seduzir” permanece essencialmente feminino [90% das compras]. O orçamento anual médio dispendido no mercado francês, por habitante, rondará os 55-65 euros, consoante as fontes de informação consideradas.

» Recortes de imprensa

Grupo ZUCCHI terminou plano de reestruturação industrial (*Journal du Textile 3/4/06*)

Nos dois últimos anos o grupo italiano Zucchi encerrou 8 unidades fabris em França e Itália. Em França a fábrica de Noyelles-sur-Seine, situada na região norte (163 empregados), encerrou a actividade no passado mês de Fevereiro. Em termos industriais o grupo mantém 7 fábricas com produção posicionada no segmento alta gama. Em França a unidade fabril de Regny (especializada na tecelagem, acabamentos têxtil e confecção de felpo) prosseguirá a actividade destinada a marcas do grupo, em particular à Descamps. O pólo logístico de Vendin foi mantido. O grupo vai abandonar totalmente o papel de fornecedor de produtos “*ecrus*”, actividade que representou 15 milhões euros nas vendas 2005. As 7 unidades fabris cobrirão 50% das necessidades do grupo, sendo os restantes provenientes de fornecedores mundiais (destaque para o Paquistão e China), através de parceria/joint-ventures locais. Foi redimensionado o número de marcas e licenças, concentrando apenas em marcas de alto potencial (ex. Warner Bros, Laura Ashley, ou do segmento luxo G. Armani). Também o posicionamento e organização comercial de cada marca estão a ser alterados. O grupo pretende abranger todos os segmentos de mercado, desde os *private labels* destinados à grande distribuição, até aos produtos de luxo propostos por Descamps. A distribuição directa do grupo Zucchi vai ser reestruturada, prevendo-se que o número de lojas não aumente significativamente (de 370 lojas para 379 nos próximos três anos). A Descamps será a única marca a aumentar o número de pontos de venda, passando de 126 para 142. Tendência inversa deverá registar-se nos pontos de venda que praticam preços reduzidos – Texaffaires, Zucchi e Bassetti – prevendo-se que estes diminuam de 48 para 33 (10 das lojas a suprimir deverão pertencer à Texaffaires). Encontra-se em fase de estudo um espaço multimarca que reunirá o conjunto da oferta Zucchi, bem como novos produtos complementares (objectos de decoração, linha produtos de “*bien être*”, ...). O responsável do grupo Zucchi prevê uma retoma dos lucros em 2008, estimando atingir um volume de negócios de 315 milhões euros e um resultado operacional de 33 milhões de euros. Em 2005 o grupo realizou um v.n. de 330,3 milhões de euros, menos 6,9% face ao ano anterior, em parte devido aos custos ligados ao encerramento das unidades fabris. No que respeita à França, o v.n. do grupo Descamps está de novo a crescer, após vários anos de redução das vendas, tendo registado 93 milhões de euros em 2005, contra 85 milhões em 2004. Nos dois primeiros meses de 2006 o v.n. da empresa cresceu 16%, atingindo 11,4 milhões de euros. No entanto, a retoma dos lucros apenas é esperada em 2008.

ZARA HOME instala-se no mercado francês (*Journal du Textile 2/5/06*)

A Zara Home inaugurou a primeira loja em França no final do passado mês de Abril. A loja ocupa 250 m², dos quais 170 m² de superfície de venda, e encontra-se situada no centro comercial Les Passages de l' Hôtel de Ville em Boulogne-Billancourt, na zona oeste de Paris. A marca visa os consumidores de 30-40 anos e mais, com bom poder de compra, particulares e escritórios. A estratégia comercial do grupo para o mercado francês prevê a abertura de mais três lojas até ao final de 2006: no centro comercial Val d'Europe (na região Ile-de-France) em Setembro, em Lyon (Rue de la République) em Outubro e no Bld de la Madeleine em Paris (500 m² - perto da loja Habitat) em Novembro. Para os próximos três anos o grupo prevê abrir entre 40-50 pontos de venda nas principais cidades francesas (ex. Toulouse, Bordeaux, Marseille, Aix-en-Provence, Toulon, Nantes, ...), caso os primeiros testes no mercado francês venham a ser validados. Em termos de política de compras o Director Comercial Internacional do grupo considera que a Índia têm cada vez maior peso no caso do têxtil lar, assim como a China e o Sudeste Asiático no caso dos objectos de decoração ou ainda a Turquia e Espanha no caso da louça e cutelaria.

CAMIF aumenta oferta de roupa da casa (*Journal du Textile 8/5/06*)

O sector têxtil concentra actualmente ¼ do volume de negócios da Camif (Venda por catálogo), dos quais 30% são roupa de casa. A empresa desenvolveu a oferta de roupa de casa, o catálogo “blanc” foi aumentado e todos os armazéns da rede (12 em França) passaram a integrar a mesma. Esta família de produtos foi colocada em valor no novo conceito de ponto de venda de equipamento para casa da marca - “Camif Imag'in” – criada no final de 2005 em Plaisir (na região de Yvelines), o qual ocupa 2.000 m². Dois outros pontos de venda da rede Camif deverão ser renovados nesse espírito, até ao final do corrente ano, em Tours e em Lyon. Para 2006 a Camif vai desenvolver duas grandes áreas no sector da casa: o universo do quarto (maior área destinada a produtos como colchas do tipo “*bouties*”, cobertores, edredons, lençóis, cobertura de protecção para colchões, cama), bem como da decoração (em particular mesa e objectos decoração). Relativamente às compras de roupa de casa, 80% serão efectuadas na Europa, “maioritariamente em França”, contra 20% de verdadeira importação. Entre os principais fornecedores são referidos: para a roupa de cama Hacoit&Colombier, Vanderschooten, Descamps ou Jalla (embora estes se aprovisionem em diversas origens); para os acessórios de cama Dodo, Abeil, Lestra; para a roupa de mesa Nydel; para as colchas fornecedores essencialmente da Índia e China; e para a roupa de banho sobretudo fornecedores europeus próximos, em particular de Portugal.

» Estudos de mercado - França

Estudos de interesse sobre o mercado francês de têxtil-lar e sectores afins publicados recentemente:

- «Les Textiles de Maison 2005» - Institut Français de la Mode (IFM)

Dezembro 2005 – 861,12 Euros

IFM Tel. +33.1/01 56 59 22 22 Fax + 33.1/01 56 59 22 00 E- mail etudes.conseil@ifm-paris.org

www.ifm-paris.org

- “Linge de maison et articles d’ameublement » - Xerfi

Abril 2006 - 400,90 euros

Xerfi Tel. +33.1/01 53 21 81 51 Fax + 33.1/01 42 81 42 14 E- mail xerfi@xerfi.fr

www.xerfi.com

- “Les stratégies de croissance dans la distribution des arts de maison” – Precepta

Novembro 2005 - 1 477,00 Euros

Precepta - Xerfi Tel. +33.1/01 51 21 81 51 Fax +33.1/01 42 81 42 14 E-mail lmarty@precepta.fr

www.xerfi.com

Fonte: Análise Delegação ICEP Paris

Maio 2006

() Nota – “Roupa de casa “ inclui roupa de cama, banho, mesa/cozinha e “Têxtil para decoração” inclui cobertores, edredões, almofadas, colchas, cortinas, cortinados, tecido a metro e fio para tricotar.*

Contactos Icep Portugal : Icep.pt | [Delegação de Paris](#) | [Email](#) |

Margarida Matos - Icep | Portugal - Embaixada de Portugal
3, rue de Noisiel 75116 Paris - Tel: 01.45.05.44.10 - Fax: 01.45.05.17.25