

## Muebles de oficina en Francia

En 1996 el consumo de mobiliario de oficina en Francia fue de 200 mil millones de pta, habiendo acusado una baja del 2% con respecto a 95. El 74% es de producción nacional. La industria francesa produce 175 mil millones de pta: 148 mil van al mercado interior y 27 mil se exportan. Precisamente ha sido la exportación, que aumentó un 5% en 1996, la que ha salvado de una crisis al sector.

Se destaca el aumento del mueble de oficina para el hogar, destinado fundamentalmente a los jóvenes y estudiantes. Aún siendo de una gama baja de precios reducidos, presenta una tendencia de crecimiento hacia productos de mayor calidad y con mayores prestaciones para responder a las necesidades de una nueva generación de teletrabajadores, entre los que se encuentran los profesionales liberales, cada vez están más informatizados. Estas ventas han supuesto 14 mil millones

de pta, unas 420 mil piezas. El mobiliario de oficina se distribuye por cuatro circuitos: las tiendas especializadas que representan el 52% del mercado y con tendencia a disminuir (en 1996, lo hicieron en un 7%), las ventas directas, que representan el 20% del mercado también con tendencia a la baja (decrecieron el 2%), las ventas directas de negocio a negocio, que representan el 22% y tuvieron un crecimiento del 3% y las ventas de grandes almacenes de jóvenes, grandes superficies de muebles y grandes almacenes, que representan el 6% pero con una tendencia muy fuerte a crecer: el 12%.

En consumo de mesas de despacho está en regresión orientándose hacia puestos de trabajo con varios planos, y los informáticos. Los puestos de trabajo clásicos están en regresión (-10%) al igual que los sistemas. Los archivadores, que constituyen el 25% del mercado, también han sufrido un re-

troceso, del 7%. También los sistemas de separación a base de tabiques móviles han sufrido un retroceso en beneficio de los separadores de media altura. En los asientos, que suponen el 27% de las ventas, se observa una disminución de los tradicionales en beneficio de los productos más elaborados que podrían denominarse "de contacto permanente".

## Las ventas de muebles de cocina

La distribución de las ventas por tipo de acabado de los muebles de cocina de 18 de las mayores empresas de AMC en los 6 primeros meses de 1997 fueron:

- Estratificado - 74,5%.
- Madera - 15,5%.
- Lacado - 12%.

Con respecto al mismo periodo de 1996 se puede observar un crecimiento de los acabados en estratificado y un decrecimiento de los lacados, los de madera se mantienen en la misma cuota.

La facturación del primer semestre de 1997 fue un 15% superior a la del año anterior. El 31% de los muebles va a directamente a la construcción mientras que el resto se vende a través de distribuidores.

