

Informe Especializado:
Textiles del Hogar en Francia



I. Información del mercado objeto del estudio

Datos generales		Indicadores Macroeconómicos			
Nombre oficial	República Francesa	Año	2015	2016	2017*
Capital	Paris	Crecimiento PBI (%)	1.2	1.3	1.3*
Idioma	Francés	PBI Per cápita (US\$)	37,653	38,536	39,621
Moneda	Euro	Tasa de Inflación (%)	0.0	0.3	1.0
Población (2015)	67 Millones	Tasa de desempleo (%)	10.3	9.8	9.6

Fuente: World FactBook
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

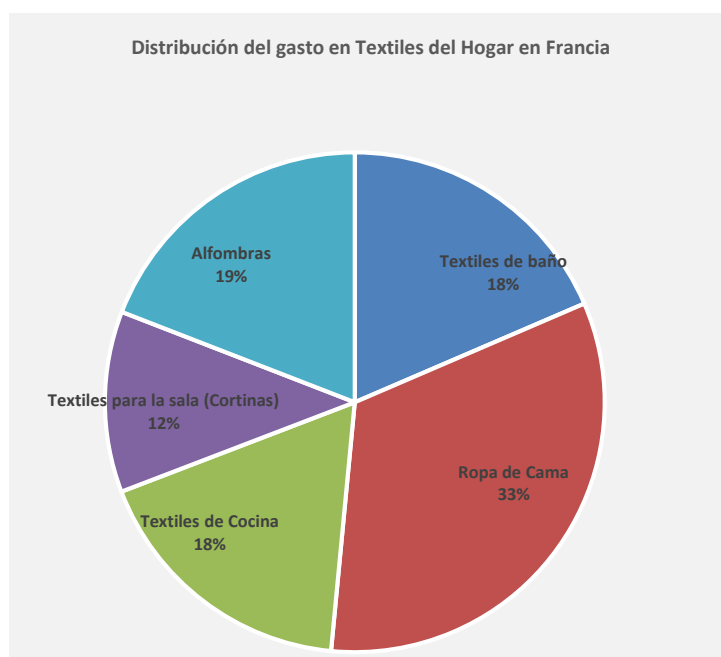
Fuente: FMI
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ
(* Datos estimados)

II. Alcance del informe

- El análisis del presente informe se realizó sobre partidas específicas de los subcapítulos (4303, 5701,5702, 5703, 5704, 5705, 5804, 5805, 5810, 6301, 6302, 6303, 6304) pertenecientes a la línea de textiles del hogar, entre los productos considerados tenemos, alfombras, mantas, ropa de cama, ropa de mesa, ropa de tocador y cocina, cortinas, entre otros.

III. Información de la línea de textiles del hogar en Francia

- El mercado europeo de textiles para el hogar es muy competitivo y se caracteriza por un fuerte poder adquisitivo y un alto grado de rivalidad entre los proveedores. Los aspectos demográficos, económicos y las tendencias de decoración son los principales influenciadores de la línea de textiles del hogar.
- El gasto en textiles del hogar en Francia creció un 1% en 2015, alcanzando US\$2,127 millones aproximadamente. La mayor parte del gasto se destina a ropa de cama (33%), le siguen Alfombras (19%), textiles de cocina y baño con (18%) respectivamente y finalmente textiles para la sala con (12%). Se prevé que para el 2020 la línea de textiles del hogar tenga un crecimiento lento pero continuo alcanzando (1,2%) de incremento, siendo la ropa de cama la categoría de mayor crecimiento (1,9%) seguida de textiles de cocina (1,4%).

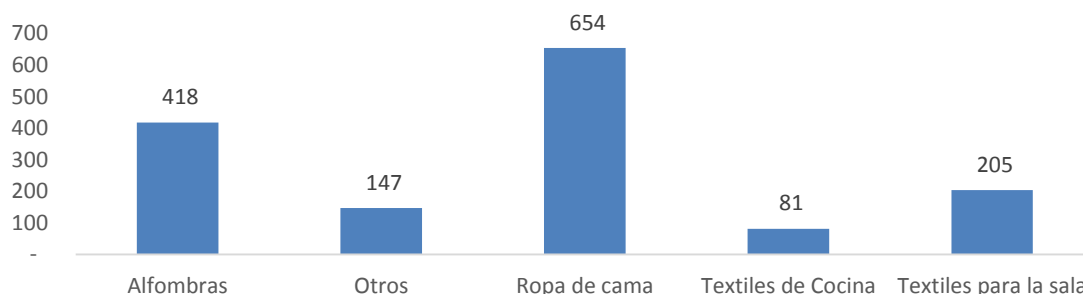


- Se atribuye poca importancia a la marca, tomándose las decisiones de compra en base a las características del producto (Tipo de tela, color, diseño). La calidad es esencial para los segmentos altos, valorándose el uso de materiales exclusivos y el diseño como principales factores de decisión, mientras que para los segmentos medios y bajos, se buscan productos de calidad básica y una gama amplia de colores y diseños

IV. Importación Mundial: Línea de textiles en el hogar en Francia 2015

Francia es el cuarto importador mundial de la línea de textiles del hogar, por detrás de EEUU, Alemania y Reino Unido. Las importaciones Francesas correspondientes a productos de la línea en el 2015 fueron US\$ 1,505 millones, experimentando un decrecimiento de -14,8% en comparación al 2014. Las principales líneas importadas por Francia fueron:

Importaciones de Francia por línea de producto 2015 (US\$ millones)



Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

La línea de mayor demanda por el mercado francés es la de ropa de cama con el 43% de participación, le sigue alfombras (14%), textiles para la sala (14%) y textiles de cocina (5%). Entre los productos más destacados están, ropa de cama de algodón sin estampar (US\$240 millones), ropa de cama de algodón estampada (US\$195 millones), cortinas de fibras sintéticas (US\$ 127 millones), ropa de cama de fibras sintéticas (US\$ 60 millones), ropa de mesa de algodón (US\$ 43 millones).

Ranking de Productos Importados (US\$ millones)

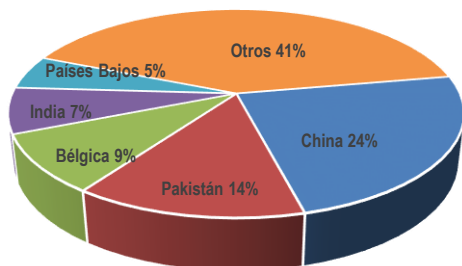
HS 6	Descripción	2013	2014	2015	Var. 15/14%	Part. 15
Total		1,685	1,768	1,505	-14.8	100%
630231	Ropa de cama de algodón (exc. estampada y de punto)	253	268	240	-10.6	16%
630221	Ropa de cama de algodón, estampada (exc. de punto)	198	215	195	-9.2	13%
630392	Visillos y cortinas de fibras sintéticas	130	144	127	-11.7	8%
570320	Alfombras y demás revestimientos de nailon o demás poliamidas	121	127	102	-19.5	7%
570500	Las demás alfombras y revestimientos para el suelo de materia textil	80	85	76	-11.1	5%
630140	Mantas de fibras sintéticas	65	67	68	2.1	5%
570330	Alfombras y demás revestimientos de materia textil sintética	68	73	65	-10.6	4%
630232	Ropa de cama de fibras sintéticas o artificiales	64	82	60	-26.5	4%
630251	Ropa de mesa, de algodón	52	49	43	-12.6	3%
630493	Artículos de moblaje de fibras sintéticas	77	69	34	-50.8	2%

Fuente: TRADEMAP

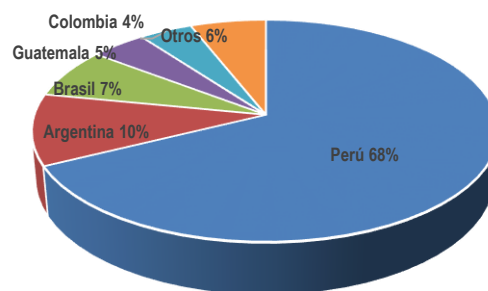
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

China destaca como el principal proveedor de textiles para el hogar en Francia, con un 24% de participación, le siguen Pakistán con 14%, Bélgica 9%, India 7% y Holanda con 5%. Entre los proveedores latinoamericanos, Perú ocupa la primera posición, seguido de Argentina, Brasil y Guatemala.

Francia : Proveedores a nivel mundial para la línea Textiles del hogar 2015



Francia : Proveedores en Latam para la línea Textiles del hogar 2015



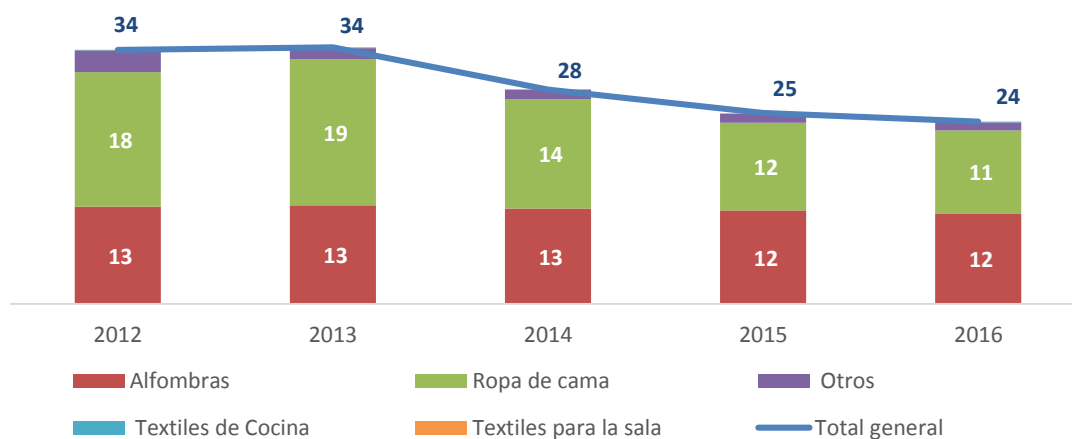
Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Exportaciones Peruanas de la línea Textiles del hogar hacia Francia (US\$ miles)

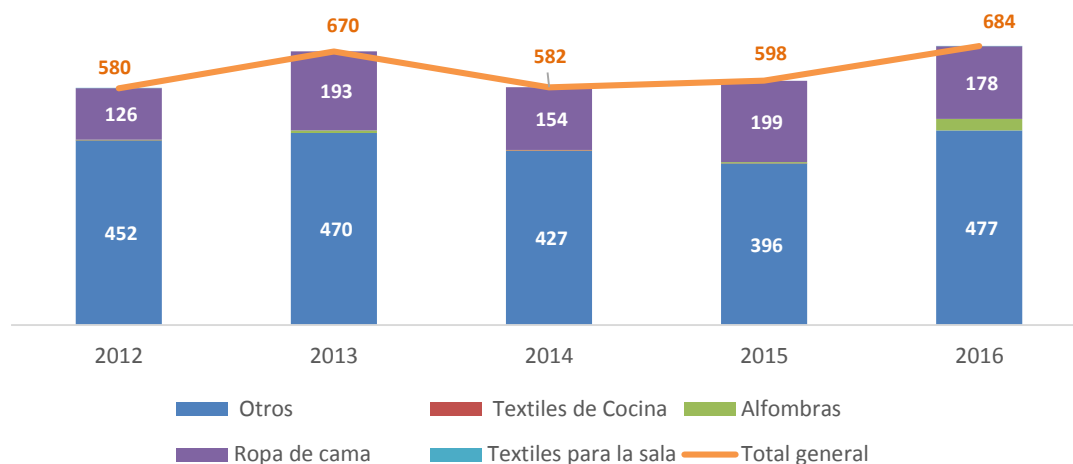
- Las exportaciones peruanas de textiles del hogar al mundo alcanzaron el 2016 los US\$24 millones, decreciendo ligeramente en -4.5%. Nuestros principales destinos fueron, Nueva Zelanda (US\$8 millones/ 33% de participación) principalmente por las exportaciones de alfombras de lana y pelo fino, EEUU (US\$6 millones/ 25% de participación) por las exportaciones de mantas de lana y pelo fino y Australia (US\$2 millones/ 10% de participación) por las exportaciones tanto de alfombras como de mantas de lana y pelo fino.

Exportaciones Peruanas al mundo por línea de producto (US\$ millones)



- Las exportaciones peruanas de textiles del hogar a Francia en el 2016 ascendieron a US\$684 mil, creciendo en 14,2% en relación al 2015. Son dos líneas las que destacan según el monto de exportación, la línea de otros¹ (en su mayoría correspondiente a la partida HS6 581091, Bordados de algodón) US\$ 477 mil, y la línea de ropa de Cama que alcanzó los US\$178 mil.

Exportaciones Peruanas al mundo por línea de producto (US\$ millones)



- El 70% de nuestras exportaciones al mercado francés corresponden a la partida HS6 581091 (Bordados de algodón), mientras que el 25% son de mantas de lana o pelo fino, producto que registra un decrecimiento de -13,0% en el periodo 2015/2016. Destaca como producto dinámico las alfombras de lana o pelo fino y la ropa de cama de Algodón.

Exportaciones Peruanas a Francia (US\$ miles)

Partida Nacional - Descripción	2014	2015	2016	Var. 15/14	Part. 15
Total	582	598	684	14.2%	100%
581091 - bordados de algodón	420	393	475	20.9%	70%
630120 - mantas de lana o pelo fino	117	196	171	-13.0%	25%
430390 - artículos de peletería	0	0	17	-	3%
570310 - alfombras de lana o pelo fino	0	0	11	-	2%
630231 - ropa de cama de algodón (exc. estampada y de punto)	0	0	4	-	1%

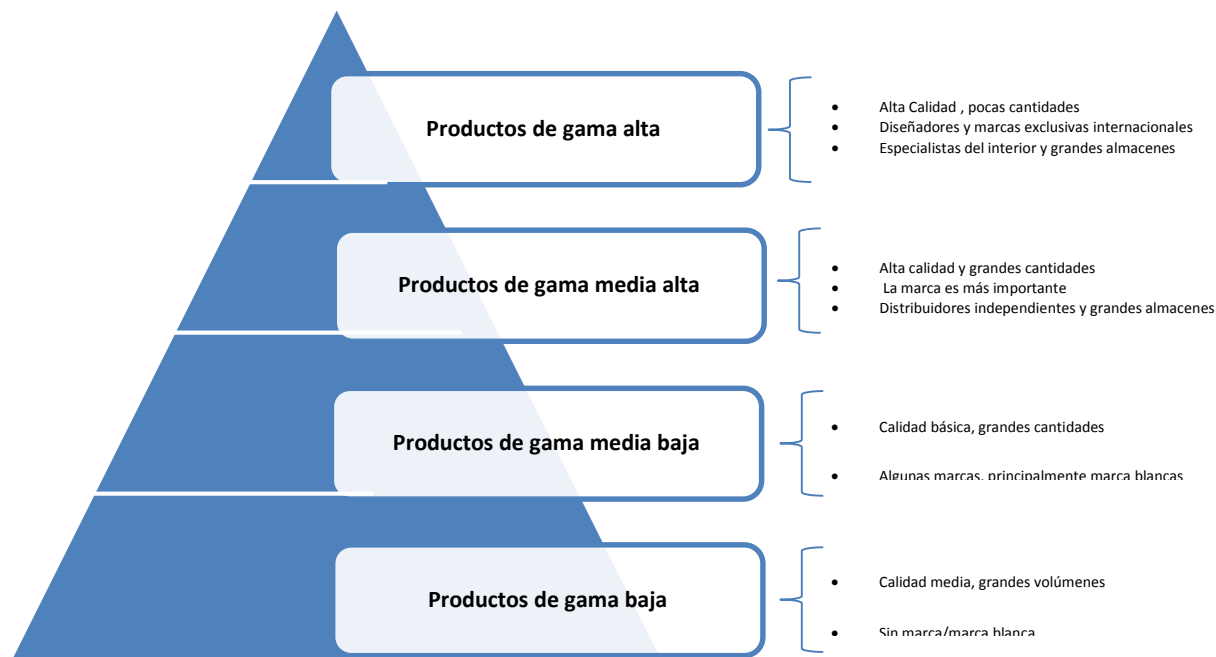
Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹En la partida otros se incluyen productos como, artículos de mobiliario de algodón y fibras sintéticas, bordados de algodón y fibras sintéticas, tapicería tejida a mano)

VI. Productos peruanos con potencial en el mercado Francés

- Según CBI, el mercado de textiles del hogar se divide en 4 segmentos claramente identificables



- En cuanto el segmento de productos de gama baja, destacan entre los principales competidores China, India, Pakistán y Bangladesh que se benefician de economías de escala y logística. Competir en el segmento de productos de gama media y baja podría implicar aceptar márgenes más bajos a consecuencia de la fuerte competencia. En cuanto al segmento medio-alto y alto es importante lograr una diferenciación por medio de diseños únicos y una alta calidad, resaltando las cualidades del algodón peruano, entre las cuales están su gran calidad, resistencia y color que puede ser teñido con mucha facilidad.
- Las oportunidades comerciales para productos peruanos se encuentran en el segmento de gama media alta y alta, son los nichos de mercados los que valoran la alta calidad y demandan productos de lujo y gran valor agregado. Se han identificado tres productos que cumplen con estas características y en los que el Perú tiene una ventaja competitiva frente a otros competidores
 - Ropa de cama de algodón**, Francia importó el 2015 US\$654 millones de la línea de ropa de cama, representando la ropa de cama de algodón el 66% de la demanda (US\$434 millones). Los tres países que proveen el 54% de lo importado por Francia son, Pakistán, Bangladesh y Turquía. Cabe resaltar que la variedad de algodón producida en países asiáticos es distinta al Algodón peruano, el cual se caracteriza por tener una fibra mucho más larga y fuerte².
 - Por otro lado, al 2016 veinticinco empresas peruanas exportaron US\$699 mil en ropa de cama de algodón al mundo, incrementándose las exportaciones en 13,1%. siendo los principales mercados Ecuador, Chile y EEUU. Sin embargo, no se registra exportaciones de ropa de cama de Algodón a Francia en 2015. Para el 2016, solo una empresa peruana registro exportaciones al mercado francés por US\$3,556.
 - Mantas de lana y pelo fino**, Otro producto que encaja en el segmento medio alto y alto son los productos de lana y pelo fino. La fibra de alpaca es altamente valorada como un producto

de lujo. Francia es el segundo importador mundial de mantas de lana o pelo fino, por detrás de EEUU, al 2015 Francia importó US\$11 millones, principalmente de Reino Unido e Italia, ubicándose el Perú como el proveedor N°13.

- En 2016, las exportaciones Peruanas mundiales de mantas de lana y pelo fino alcanzaron los US\$ 7 millones, con un crecimiento de 4,6% en comparación al 2015. Nuestro principal mercado destino fue EEUU, país al que se destinaron el 46% de nuestros envíos, seguido de Lituania (9%), Alemania (6%) y Dinamarca (6%). Francia ocupa la posición N°9 como mercado destino con envíos que alcanzaron los US\$171 mil.
- Las mantas de lana o pelo fino constituyen el 25% de nuestras exportaciones de textiles del hogar a Francia. Las exportaciones de mantas de lana o pelo fino a Francia en 2016 fueron de US\$171 mil, decreciendo en relación al 2015 en -13,0%. Fueron 25 empresas las que exportaron este producto, ocho empresas más que en 2015.
- **Alfombras de lana y pelo fino**, las importaciones francesas mundiales de Alfombras de lana y pelo fino alcanzaron los US\$47 millones, siendo India su principal proveedor, seguido de Bélgica y Países Bajos. Perú ocupa la posición N° 56 como proveedor.
- Las exportaciones peruanas de alfombras de lana y pelo fino² al mundo totalizaron los US\$2 millones, siendo nuestros principales mercados, Nueva Zelanda con 61% de participación, Australia y Estados Unidos con 22% y 12% respectivamente. Francia ocupa la posición N°8 como mercado destino.

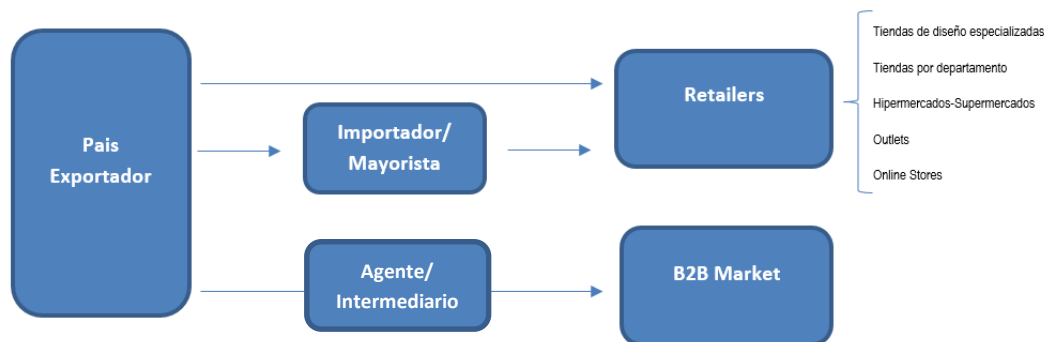
VII. Acceso al Mercado

Acuerdos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • El Perú cuenta actualmente con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea, el cual entró en vigencia en marzo de 2013 [Ver aquí]
Aranceles	<ul style="list-style-type: none"> • Puede consultar los aranceles para cada partida en el siguiente link
Otros Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> • IVA 20%
Estándares	<ul style="list-style-type: none"> • Consultar el website de Export Help Desk [Ver aquí]

VIII. Canales de Comercialización

- Los retailers minoristas controlan la cadena de textiles para el hogar, ofreciendo artículos textiles caseros de moda a precios razonables. La creación de puntos de venta de especializados en decoración por parte de las marcas de moda, como Esprit, Sisley, Zara Home han sido ganando rápidamente cuota de mercado. Por otro lado, los supermercados e hipermercados son responsables de la venta de gran parte de los artículos de textiles del hogar consumidos en Francia, este canal está especializado en los productos de gama media-baja.

² <http://www.spoerry1866textiles.ch/1866-The-best-from-five-cont.78.0.html?&L=1>



Fuente : CBI Elaboración: Promperu

IX. Empresas con Presencia en el Mercado

	Tienda especializada	Tienda por departamento	Mayorista	Supermercado/Hipermercado
Gama Alta	<u>LE JACQUARD</u> <u>FISBACHER</u>			
Gama Media Alta	<u>MAISONS DU MONDE</u>	<u>MARIMEKO</u>		
Gama media baja	<u>LINVOSGES</u> <u>DODO</u>	<u>ZARA HOME</u>		
Gama Baja		<u>IKEA</u> <u>CONFORAMA</u> <u>BUT INTERNATIONAL</u>		<u>CARREFOUR</u>

X. Tendencias y Perspectivas del Sector

- Según el informe de CBI “Artículos de decoración y textiles del hogar en el mercado Europeo”, esta línea se ha venido recuperando de la crisis económica que experimento la región. Luego de una reducción del gasto en artículos pertenecientes a esta línea, las perspectivas de recuperación son positivas, ya que el PIB y el gasto en consumo privado aumentan. Tanto en Europa occidental como en Europa del este es donde se espera el mayor crecimiento del mercado. Entre las principales tendencias para el sector encontramos :
 - *Productos con historia*, se prefieren productos que cuenten una historia y expresen su identidad con un sentido de estilo.
 - *Diseños adaptables y personalizables*, es importante que los consumidores pueden personalizar y personalizar productos basados en sus propias ideas y deseos

- *Productos que ofrezcan bienestar*, se busca tejidos cómodos y bien diseñados, Por ejemplo, tener muebles con un diseño funcional, natural, limpio o ropa de cama orgánica.
- *Diseño, estilo y técnica*, los consumidores de Europa Occidental viven en un mercado que ofrece muchas opciones de decoración. Se valora el diseño, estilo y técnica de cada producto, y se está dispuesto a pagar por un producto de calidad.

XI. Perfil del consumidor

- De acuerdo al portal CBI, los consumidores europeos prefieren productos únicos y diferentes, productos que cuenten una historia y expresen a través de su identidad un sentido de estilo.
- La demanda de productos sostenibles y socialmente responsables también está aumentando. Es importante considerar el uso de materiales sostenibles y procesos de producción socialmente responsables.
- Según el portal Santander Trade, el precio ha sido tradicionalmente un factor decisivo en el proceso de compra de los consumidores franceses. Sin embargo, la calidad tiene cada vez más importancia. Las principales exigencias del consumidor medio, al lado de precio, son la calidad, el confort y la seguridad. Para los consumidores europeos, es común combinar productos de alto y bajo precio de hogar en sus hogares.
- Francia se caracteriza por un consumo elevado de productos de ocio, cultura y regalos. El consumidor francés, relativamente acomodado, es impulsivo, compra frecuentemente y le gusta probar productos nuevos e innovadores.
- El *made in France* es otra tendencia en boga, pues brinda cierta tranquilidad da los consumidores, dado que proporciona seguridad sobre la procedencia de los productos.
- El 55% de los franceses opina que decorar su casa constituye una de las mejores maneras de gastar el dinero. Frente al stress, la vivienda constituye un refugio, por lo que busca su casa ideal como una búsqueda de su propia identidad.

XII. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Part .de PROMPERU
Texworld Paris	Paris	Febrero 2018 Septiembre 2018	http://texworld.fr.messefrankfurt.com/paris/en/visitors/welcome.html	
CTCO - Promotional Garments and Gifts	Lyon	Febrero 2017	salon-ctco.com/en/	
Printemps de la Maison 2017	Estrasburgo	marzo 2017	http://www.printemps-maison.com/	

Fuente: AUMA, NFerias

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

XIII. OCEX

Oficina Comercial de Perú en Francia	Sr. Aldo Alfredo Parodi Revoredo
Dirección	120, Avenue des Champs Elysées 75008, Paris
E-Mail	aparodi@mincetur.gob.pe

XIV. Links de interés

Entidad	Enlace
Ministerio de Relaciones Exteriores de Francia	http://www.diplomatie.gouv.fr/
Cámaras de Comercio e Industria Francesas en el Extranjero	www.ccife.org
Banco Central de Francia	www.banque-france.fr
Comisión Europea	http://ec.europa.eu/index_en.htm