

Persconferentie Intirio – 2 februari 2015

## Brengt 2015 dan toch een duurzame verbetering van de conjunctuur?

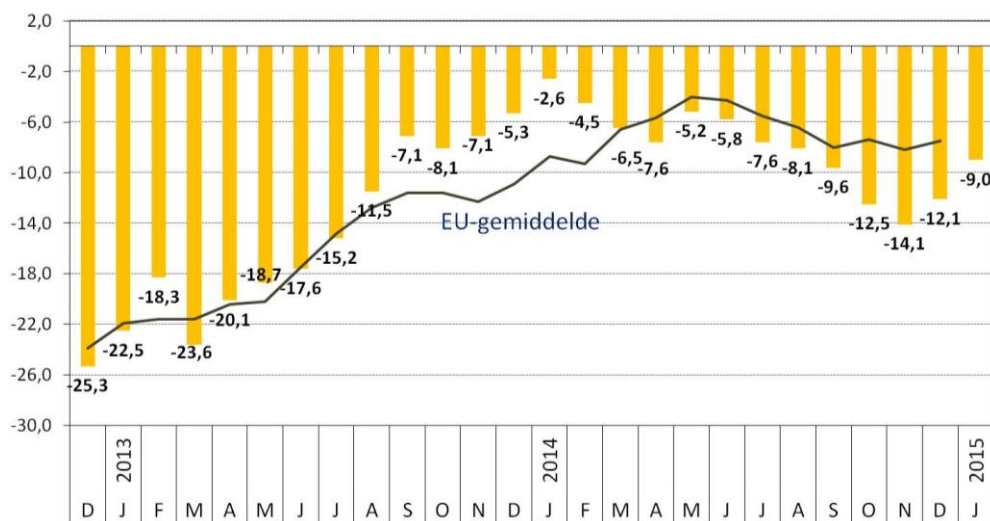
*Fa Quix*  
*Directeur-generaal*  
*Fedustria*

Niets is zo moeilijk als de conjunctuur voorspellen. Exact een jaar geleden gingen we er nog van uit dat 2014 een goed jaar zou worden na het 'kwakkeljaar' 2013. Het is anders uitgedraaid. De goede resultaten van het eerste kwartaal van 2014 werden vanaf Pasen niet meer bevestigd, zodat de economische activiteit in de hele interieurbranche in België zwak bleef. Uiteindelijk is het jaar dan toch op een min of meer status-quo geëindigd (t.o.v. 2013), maar finaal is dit toch eerder een ontgoocheling gebleken.

En wat brengt 2015? Er zijn twee belangrijke factoren die de consumptie van producten voor de woning en het interieur bepalen, en dat is enerzijds het consumentenvertrouwen, en anderzijds de perceptie en de realiteit van beschikbaar inkomen.

Het consumentenvertrouwen is in België en in de EU vanuit een historisch perspectief altijd een betrouwbare indicator gebleken voor de verkoop van interieurtextiel en van meubelen. 2013 bleek daar evenwel van af te wijken, maar in 2014 zien wij dat vanaf het tweede kwartaal 2014 de verslechtering van het consumentenvertrouwen zowel in België als in de EU opnieuw geleid heeft tot lagere bestedingen voor interieurinrichting (zie grafiek consumentenvertrouwen). Men zou kunnen veronderstellen dat de verdere bezuinigingen die de overheden in West-Europa moeten doorvoeren het consumentenvertrouwen verder zouden aantasten. Dit is niet noodzakelijk het geval, vermits een goed geprogrammeerd en doortastend beleid precies het omgekeerde, met name méér vertrouwen, bij de consumenten kan veroorzaken. Er komt dan immers duidelijkheid en zekerheid. In België is in elk geval gebleken dat in januari 2015, het consumentenvertrouwen fors verbeterd is (van -14 in november 2014 naar -9 in januari 2015). Nochtans zijn ook in België verdere bezuinigingsmaatregelen aan de orde.

Synthetische conjunctuurcurve in de meubelhandel



Bron: NBB en Eurostat

(Stafjes: België – Lijn: EU-gemiddelde)

Bovendien evolueert de tweede factor, het besteedbaar inkomen, ook positief. Daar speelt het grote (tijdelijke?) voordeel van de verlaging van de energiekosten voor de gezinnen. Voor België is er sprake van een extra besteedbaar budget van liefst 5 miljard euro in 2015, precies door de lagere elektriciteits- en stookkosten, lagere benzine- en dieselprijzen aan de pomp, ... een extraatje, bij een zo goed als nulinflatie, dus zonder uitholling van de koopkracht. Dat geeft niet alleen vertrouwen maar ook extra besteedbaar budget.

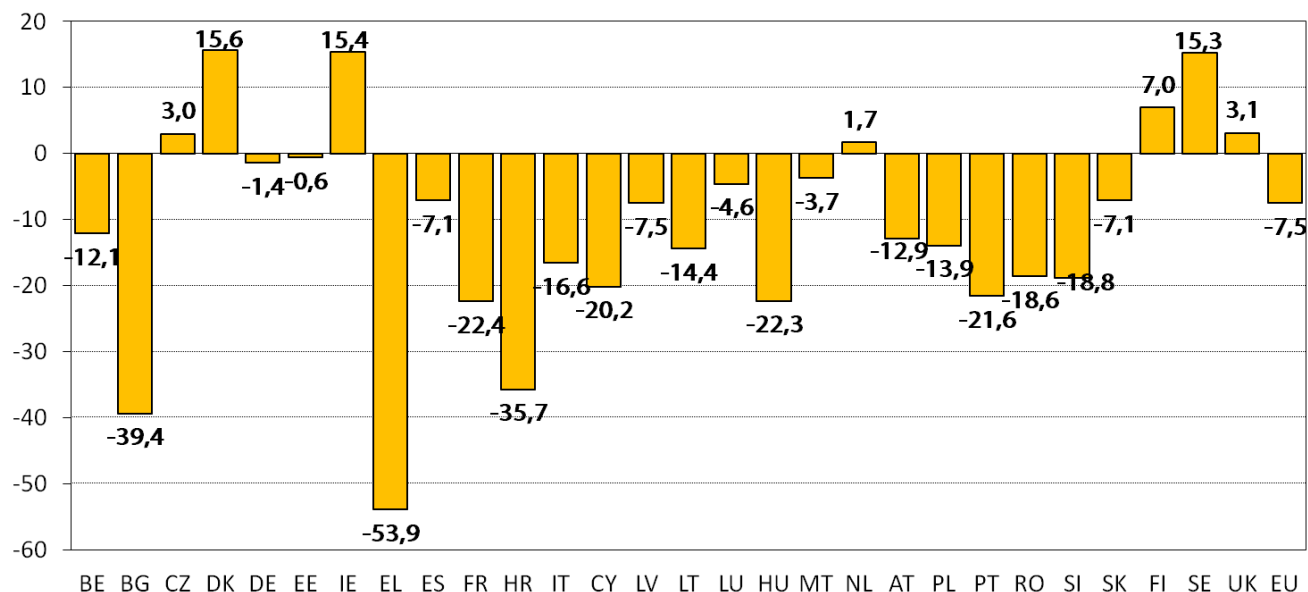
Tijdens de grote internationale vakbeurzen Heimtextil in Frankfurt (14-17 januari 2015), Domotex in Hannover (17-20 januari 2015), en de internationale meubelbeurs IMM in Keulen (19-25 januari 2015) is gebleken dat de Belgische standhouders tevreden tot zeer tevreden waren over de contacten. Hogergenoemde factoren van verbeterd consumentenvertrouwen en hoger besteedbaar inkomen van de gezinnen kregen bovendien ook hulp van de goedkopere euro.

Sinds zomer 2014 is de koers van de euro t.o.v. de dollar, en ook t.o.v. het Britse pond, immers gevoelig gedaald zodat de concurrentiepositie van de producenten uit euroland alleen al door het valuta-effect flink goedkoper geworden zijn. En daar staat tegenover dat de concurrenten uit de dollargebonden zone, o.a. Turkije en een aantal landen uit het Midden- en het Verre-Oosten, duurder geworden zijn, zodat de concurrentiedruk vanuit die kant wat verkleint.

"De fors goedkopere euro van de jongste maanden treedt hierbij eerder op als katalysator bij het cliënteel om effectief over te gaan tot het bestellen van onze innovatieve collecties", zo stelde een Vlaamse fabrikant het. "Vooral de lagere euro t.o.v. het Britse pond gekoppeld aan een sterke heropleving van de Britse economie en consumptie zorgen ervoor dat de afzet aldaar fors is gegroeid en gunstig blijft evolueren. Ook de VS draaien goed, en de concurrentie uit de dollargebonden zones krijgt het door de dure dollar moeilijker."

Is alles positief? Neen. Meer dan één Belgische fabrikant maakt zich zorgen over de Oekraïne-crisis en de daaraan gekoppelde problemen met Rusland. Vooral de dramatische terugval van de Russische roebel zorgt ervoor dat het Russische cliënteel het steeds moeilijker heeft om haar potentiële interesse in realiteit om te zetten. Voor de Russische consument is eenzelfde product in prijs quasi verdubbeld sinds de scherpe terugval van de Russische munt.

**Consumentenvertrouwen in de Europese Unie  
(december 2014)**



Bron: Eurostat

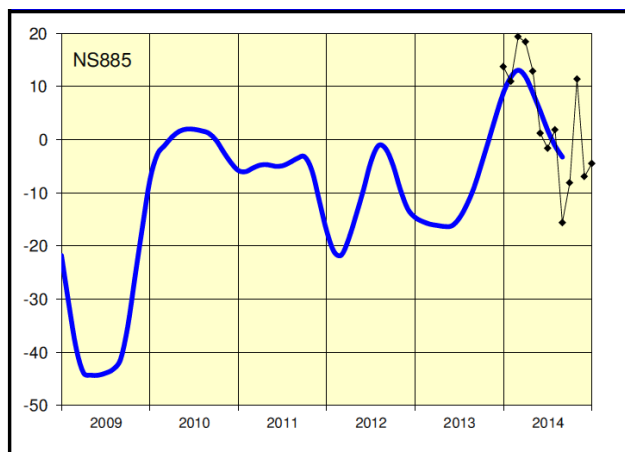
Basisvoorwaarde voor de toekomst blijft uiteraard de noodzaak dat de bedrijven de interesse van de potentiële en bestaande klanten kunnen opwekken met nieuwe producten en met troeven zoals leverbetrouwbaarheid, kwaliteit, flexibele service... De tijd dat 'de Belgen' bekend stonden voor volume en prijs heeft plaats geruimd voor een meer kwalitatief en innovatief aanbod, alhoewel dit ook kostencompetitief moet kunnen worden geproduceerd want 'prijs' blijft altijd een thema.

Dat het met het innovatieve karakter goed zit, bleek o.a. bij belangrijke Belgische producenten die opmerkten dat het aantal referenties dat op de Domotex-beurs aan de klanten werd aangeboden op vijf jaar tijd vertienvoudigd is.

Finaal zal de consument zijn geldbeugel moeten opentrekken voor de aankoop van interieurproducten. In Nederland is de opgaande lijn na de zware crisisperiode alvast ingezet. De Nederlandse woninginrichtingsbranche blijft de weg omhoog volgen. De winkels in woninginrichtingsartikelen noteerden een duidelijke omzetstijging (+2,5 % in november 2014). Voor de vijfde maand op rij verkochten ze meer dan in dezelfde maand van het jaar voordien. Aldus de gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek in Nederland. En het positieve consumentenvertrouwen in Nederland (+1,7 % in december 2014) wettigt het optimisme voor de toekomst.

In België is de meubelhandel na een dieptepunt in augustus 2014, ook opnieuw wat optimistischer gestemd. Slotsom, de kaarten liggen goed voor een heropleving van de wooninrichtingsbranche in 2015.

### Synthetische conjunctuurcurve in de meubelhandel



— Seizoengezuiverde en afgevlakte reeks

◆ Seizoengezuiverde brutoreeks

Bron: NBB

*De productiesector van het interieurtextiel in België telt nog 170 productiebedrijven of -afdelingen die samen ruim 10.000 directe jobs aanbieden en instaan voor een omzet van 2 miljard euro waarvan liefst 94 % wordt gerealiseerd via uitvoer buiten België. Het belang van de interieurtextielsector voor de globale Belgische textielsector bedraagt liefst 42 % van het totaal en is meteen het belangrijkste segment van de industrietak 'textiel'. 'Tapijt' is hierin het grootste productsegment.*

① Fedustria, Fa Quix, tel. 02 528 58 35, gsm 0475 287 082, e-mail [fa.quix@fedustria.be](mailto:fa.quix@fedustria.be)



@FaQuix



[www.linkedin.com/company/fedustria](http://www.linkedin.com/company/fedustria)

**Fedustria** is de beroepsorganisatie van de Belgische textiel-, hout- en meubelfabrikanten en vertegenwoordigt in België een 2.030 ondernemingen (vooral kmo's), die samen ruim 40.320 directe jobs creëren en een omzet halen van 10,3 miljard euro, waarvan ca. 70% uit export. Textiel haalt 5,5 miljard euro omzet met ca. 700 bedrijven. De hout- en meubelbedrijven halen een omzet van 4,8 miljard euro met ca. 1.330 bedrijven.