



Home Textile Fair Hong Kong 2010

Un nouveau dans la famille

Porté par sa volonté créatrice, il n'est pas une année sans que Hong Kong Trade Council Development ne crée un nouveau salon dans ses domaines de prédilection, et notamment l'univers de la maison. C'est chose faite, en cette saison, avec la naissance du salon International Home Textile Fair qui s'est tenu du 20 au 23 avril.

C

es dates resteront dans toutes les mémoires tant du côté des exposants que des visiteurs et des organisateurs. Pourtant sur le papier tout se présentait bien avec 243 exposants dont 202 venus de 9 pays. Quant aux visiteurs potentiels, recrutés selon les méthodes

habituelles des équipes et bureaux internationaux de HKTDC, il était quasiment certain qu'ils répondraient présents en nombre. C'était sans compter sans un invité inattendu qui allait tenir en haleine le monde entier, grâce à un feuilleton quotidien dont chaque épisode semait le doute quant à son dénouement. Le « héros » se nomme Eyjafjöll,

nom imprononçable et célébrissime aujourd'hui d'un volcan Islandais en éruption dont le nuage de cendres a paralysé le trafic aérien mondial pendant une bonne dizaine de jours. On ne pouvait pas faire pire comme configuration. Les vols en provenance d'Europe principalement et du continent Nord-Américain ont été annulés par



milliers. C'est donc dans ce contexte on ne peut plus délicat que le bébé a été porté sur les fonds baptismaux, parrainé par son grand frère Warehouse Fair dédié aux arts de la table, à la décoration intérieure, aux accessoires et ustensiles domestiques, aux produits et outillage pour le jardin. Il va donc sans dire que l'inquiétude a été de mise jusqu'à l'ouverture, où le ciel a commencé à se dégager sur une partie du monde, ce qui n'a pas empêché le salon, à l'instar de toute activité économique, d'être perturbé.

Une lacune comblée

Quoi qu'il en soit, il manquait dans l'offre du salon Warehouse, un espace spécifique réservé aux industriels du textile d'ameublement sous ses formes. Cette lacune a donc été comblée en cette année 2010, où se sont regroupés au sein d'un



même hall, les divers secteurs du métier, répartis selon 7 catégories dans le but premier de faciliter la tâche des acheteurs. Ces secteurs se nommaient hall of glamour, suffisamment explicite, textiles pour la chambre, pour la salle de bains, la cuisine et la table de cuisine, tissus pour la décoration et l'aménagement intérieur, tapis et couverture de sols, et enfin textiles pour chambre d'enfants. Toujours est-il que malgré ces problèmes venus du ciel, les organisateurs ne cachent pas leur satisfaction puisque pour une première, pas moins de 14 305 visiteurs ont fait le déplacement dont 7 722 sont venus de l'étranger puisque c'est la bagatelle de 114 pays et régions qui ont été représentés durant ces journées. Ces chiffres confirment, mais en est-il encore besoin, que les bureaux internationaux de HKTDC constituent une arme d'une efficacité redoutable. C'est cependant le voisin chinois qui a constitué





l'objectif majeur des organisateurs. C'est en tout cas la position de Sophia Chong, directrice des salons HKTDC : « Les produits fabriqués par les entreprises hongkongaises sont essentiellement destinés à l'exportation. Nous avons donc souffert de la récession mondiale. Toutefois, nous voyons enfin le bout du tunnel, et nous allons vers des jours

meilleurs. L'objectif de nos exposants et fabricants reste la Chine continentale et sa formidable croissance de plus de 10 % l'an. Avec l'avènement d'une classe moyenne de plus en plus aisée, les consommateurs sont de plus en plus exigeants en termes de qualité. L'enjeu est de taille, puisque La Chine représente le 2^e plus grand marché d'exportation d'articles ménagers. »

Une offre à la hauteur

Au-delà du discours, l'offre a-t-elle été à la hauteur des exigences des organisateurs ? Pour la production spécifiquement hongkongaise, force est de constater que la qualité a été au rendez-vous. Est-ce un effet d'émulation, mais toujours est-il que celle des exposants de la Chine continentale a suivi le même chemin. C'est tout bénéfice pour les acheteurs internationaux qui se

voient ouvrir une plateforme de produits de qualité et des prix qui restent raisonnables en raison de la concurrence, mais surtout du cahier des charges de plus en plus exigeant des donneurs d'ordre.

Avec 243 exposants, le nouveau-né est encore loin de pouvoir rivaliser avec les grands rendez-vous européens que constituent Domotex ou Heimtextil. En tout cas, ceux-ci semblent une cible privilégiée. Home textile Hong Kong ressemble à un mix des deux foires allemandes. Mais connaissant les ambitions et la maîtrise des marchés de HKTDC, connaissant l'engouement considérable pour l'aménagement de la maison du voisin chinois, il ne paraît pas déraisonnable de penser que le nouveau-né devienne très vite un rendez-vous majeur de la zone Asie Pacifique, voire mondial.

Philippe Méchin

