

**Sans tambour, ni trompettes, le salon Miff acronyme de Malaysian International Furniture Fair a fêté ses vingt-cinq ans d'existence à l'occasion d'une remarquable édition 2019 qui le place désormais dans le peloton des incontournables plateformes internationales dédiées au meuble. Ce succès est d'autant plus remarquable que la concurrence est féroce, notamment sur le continent asiatique devenu au fil des ans le berceau du secteur, avec en toile de fond un colosse chinois qui compte bien y régner de façon »»**



## MALAYSIAN INTERNATIONAL 25 ans

En réalité, il apparaît comme évident qu'il n'y a pas une seule grille de lecture pour analyser, ou du moins tenter d'analyser cette success-story. Celle-ci ne s'est pas construite sur un événement qui a subitement propulsé le salon au rang qu'il occupe aujourd'hui. Il est la résultante de divers paramètres que les équipes aux commandes ont su gérer avec une vision à long terme. Si la configuration de cette édition qui vient de s'achever est éloignée à bien des égards de ce qu'elle était il y a 25 ans, son identité bien spécifique reste la même, nous y reviendrons. Ceci n'est

d'ailleurs pas sans nous rappeler les grands salons allemands, très chatouilleux sur le sujet, ce qui, soit dit en passant, leur a toujours réussi puisque nos amis outre-rhénans restent les maîtres en matière d'organisation de foires et manifestations professionnelles, et ceci depuis la nuit des temps. Fermons cette parenthèse et revenons au sujet qui nous concerne. Sans remonter aussi loin puisqu'il s'agit d'un quart de siècle, en regard de centaines d'années du côté germanique, il est clair que la plateforme malaisienne possède une image bien spécifique, qu'elle s'est forgée au fil du temps en main-

## FURNITURE FAIR déjà

tenant la spécificité de son offre sans jamais y déroger. Elle a également fortement capitalisé sur ses racines nationales, tout en s'appuyant sur le savoir-faire de ses propriétaires, en l'occurrence UBM Asia, groupe de nationalité originellement britannique, lequel est un des acteurs majeurs sur le plan mondial dans l'univers des salons. N'oublions pas que c'est ce même groupe qui préside aux destinées d'un mastodonte nommé Furniture China qui se tient chaque année à Shanghai et qui reste malgré la concurrence terrible qui règne dans ce domaine au sein de l'empire du Mi-

lieu, la plateforme leader. Il faut en effet savoir que se tient en même temps un rendez-vous concurrent aux mêmes dates, dans la même ville, supporté en plus par le gouvernement chinois. Or à ce jour, c'est Furniture China qui mène la danse, et constitue la priorité des exposants et visiteurs internationaux, ce qui en fait une référence mondiale absolue, en la hisant dans le trio planétaire de tête des salons dédiés au secteur du meuble. Cette digression revêt également son importance afin de mieux comprendre combien on connaît la musique chez UBM. C'est donc dans un entourage plutôt favorable que le Miff fut porté sur les fonts baptismaux.

### Une aide précieuse de l'état

Néanmoins tout ceci est bien joli, mais le projet le plus abouti, le plus professionnel n'offre pas forcément, loin s'en faut, une garantie absolue de succès. Il faut aussi un soutien officiel, surtout en Asie, mais également une industrie locale capable et surtout désireuse de jouer le jeu. Ce fut le cas avec les autorités malaisiennes qui ont vu une occasion en or de faire connaître leur pays, autrement qu'affublé de cette image d'exotisme, loin de la grande marche du monde. L'opportunité était d'autant plus conséquente que l'industrie du meuble est un secteur d'activité très performant dans cet état béni des dieux en termes de matière première. En effet le bois reste une de ses grandes ressources, grâce aux immenses fo-

**»» hégémonique, et le fait largement savoir via l'organisation de plateformes géantes sur les villes les plus importantes de l'Empire du Milieu. Pire encore, il existe d'autres pays de la zone positionnés sur le marché, comme le Vietnam, Singapour ou encore l'Indonésie. Malgré cet environnement complexe, le Miff taille sa route depuis un quart de siècle, avec beaucoup d'à-propos. Quelle est donc la clé d'un succès pour le moins étonnant? C'est ce que nous avons voulu comprendre.**

*Par Philippe Méchin*





rêts tropicales, si riches en essences précieuses d'une variété et d'une qualité qui les situent parmi les meilleures au monde. Ce trésor inépuisable, car préservé avec intelligence, ce qui n'est pas le cas d'autres contrées à l'exemple de l'Amazonie, a permis à des centaines d'entreprises de se développer, tout d'abord dans la sous-traitance, puis dans la création et la fabrication de produits finis. C'est ainsi qu'en l'espace à peine d'une décennie est apparue sur le marché une offre nationale de qualité, laquelle n'avait rien à envier à celle de ses concurrents et voisins. C'est tout d'abord sur le plan national que celle-ci s'est développée, devenant ainsi une source importante d'emplois locaux. Puis, toujours avec l'aide de l'état, nombre d'entre elles se sont attaquées à l'export. Leurs services de recherche et développement, mais aussi de design et de création n'ont pas ménagé leurs efforts en positionnant nouveau-



tés et innovations sur le créneau de la qualité sur un segment moyenne/haut de gamme. La greffe a pris rapidement tant et si bien que la Malaisie est devenue un des acteurs majeurs de l'industrie du meuble. Bien évidemment, s'est rapidement posé le problème de la communication, et c'est ainsi que le meilleur outil en la matière, en l'occurrence un salon professionnel, a tout naturellement trouvé sa place. Il n'en reste cependant pas moins vrai qu'il y avait loin de la coupe aux lèvres, à fortiori, dans un pays où les infrastructures étaient très limitées. Mais comme toujours la foi peut soulever des montagnes, une solution fut trouvée. C'est à proximité d'un grand hôtel sur un site un peu baroque, fait d'un dédale de salles en tous genres que naquit le Miff, et sans grande surprise, ce fut un succès. L'atypisme de cet étrange parc des expositions a fini par jouer en sa faveur. Bien qu'au fil des ans, le problème de son exigüité s'est très vite posé, cet endroit hors normes dégageait une convivialité qui ne s'est jamais démentie. Et c'est avec beaucoup d'intelligence que les organisateurs ont su en jouer. A tel point que le Miff est à coup sûr la plateforme la plus chaleureuse, comparée à ses concurrentes, sur le continent asiatique, mais aussi une des plus accueillantes de toute la planète. Ce mélange de gentillesse, mixée à une efficacité et un professionnalisme sans faille a fonctionné et continue de fonctionner à merveille. De plus les organisateurs ont très rapidement su s'attirer les faveurs de la presse du monde entier, avec une qualité d'accueil et d'efficacité qui a grandement contribué à accélérer la notoriété du salon sur le plan inter-

national. Il est vrai que l'on se sent bien sur le MIFF. Il y règne une ambiance unique. Si l'on peut dresser une comparaison avec un rendez-vous européen, il est permis d'affirmer que ce l'on retrouve à Kuala Lumpur, ce que l'on connaît à Cologne, lors des événements organisés par Koelnmesse toutes proportions gardées. Il n'en reste pas moins vrai que ces deux plateformes possèdent un point commun : on s'y rend toujours avec plaisir. Si tout les éloigne en termes géographiques, ils possèdent bien des points communs en termes d'accueil et de convivialité.

### Rendre visiteurs et exposants heureux

Cette réflexion à propos de l'accueil s'applique également pour les visiteurs. Tout y est conçu, pensé pour leur confort, et pour faciliter les échanges, ce qui reste le fil conducteur de ce type de rendez-vous. Résultat, les commandes se traitent à l'ancienne, sur place, dans une atmosphère de confiance réciproque. Il s'y crée une intimité tout à fait particulière sur ce site pourtant d'un autre âge, et pourtant si attachant où chacun semble s'y trouver si bien. Mais est advenu un changement d'envergure à propos duquel on pouvait craindre un possible rejet de la part des visiteurs. En effet, aussi chaleureux, sympathique et convivial est ce site, force est de constater qu'il n'est plus adapté aux exposants qui réclamaient plus de place. Aussi fut-il décidé, il y a un an, d'ou-



vrir une seconde plateforme. Ce nouveau site flamboyant se nomme Mitec, acronyme de Malaysian International Exhibition Center et dispose d'une surface de 100 000 m<sup>2</sup>, ce qui change tout. Toutefois, les organisateurs bien conscients de l'attachement des visiteurs ont été suffisamment avisés de ne pas mettre tous leurs œufs dans le même panier. Ainsi ont-ils réparti les exposants entre le site originel et le nouveau prenant le risque de rebuter les visiteurs en les obligeant à se déplacer sur les deux plateformes. Ils ont donc mis le paquet afin que ce problème n'en soit pas un, grâce à un service de navette le plus performant possible. Pari réussi, puisque celui-ci a fonctionné à merveille, et les acheteurs venus de 120 pays ont suivi. En réalité, ce fut tout bénéfique pour tout le monde, car la présence de 2 sites a permis à 600 exposants, de profiter d'espaces considérablement agrandis, dans lesquels ils ont pu proposer leurs nouveautés et innovations dans les meilleures conditions possibles. Ce confort de visite amélioré a également reçu l'adhésion des visiteurs qui n'ont vu aucun inconvénient à se déplacer sur deux plateformes dans de telles conditions de confort. Ils ont ainsi pu profiter de l'offre dans les meilleures conditions et par conséquent apprécier, son positionnement. Celui-ci tend d'année en année vers la qualité, ou pour être plus exact vers le meilleur rapport qualité prix. Il est clair que le low cost face à la production chinoise sur ce secteur est un combat perdu d'avance. Il s'agit



donc pour les fabricants nationaux de proposer des gammes de produits plus élaborés, bien finis, en profitant de la qualité des ressources naturelles du pays dans les essences. D'autre part le design est également rentré dans la danse, et les jeunes créateurs ont pu exprimer leur talent en se voyant offrir une visibilité accrue sur un espace spécifiquement dédié.

### Séduire les millenials

Le but clairement défini est de séduire les millenials, ces nouvelles générations de consommateurs, dont les comportements d'achat et leurs exigences imposent de nouveaux challenges aux fabricants. Ces mêmes fabricants et industriels ont également fait de gros efforts, dans l'aménagement et la présentation des stands, en mettant en scène leur production, laquelle tend à se standardiser, en raison de la mondialisation des tendances et de la demande. Qu'on le regrette ou non, l'exotisme est voué à disparaître dans le domaine esthétique identitaire. Reste cependant une spécificité nationale, celle de la qualité des matériaux conséquence



de l'utilisation des bois venant du pays, et ceci personne ne peut le contester. Est-ce suffisant pour séduire une clientèle internationale? Au risque de nous répéter, nous sommes persuadés que oui. Le made in Malaysia est en passe d'être reconnu par les acheteurs du monde entier pour son excellent rapport qualité/prix. Sera-ce suffisant pour résister au « *Made in China* »? Difficile d'avoir une visibilité sur le long terme sachant que les dirigeants de l'Empire du Milieu, ont fait de la montée en gamme de tous les produits qu'ils soient ou non destinés à l'exportation la grande priorité des années à venir. Il n'en reste cependant pas moins vrai que la Chine est confrontée à une augmentation des salaires, et que leur compétitivité s'en ressentira à plus ou moins long terme. Enfin, puisque nous sommes dans le domaine de la bataille des prix, il ne faut pas oublier que le gouvernement malaisien a baissé de façon significative le cours de la monnaie nationale, le Ringgit, et qu'il n'est pas près d'en rehausser la parité. Ceci est déterminant dans un monde où la compétition planétaire est à son paroxysme.

Quoi qu'il en soit, cette édition des 25 ans du Miff vient couronner un quart de siècle d'efforts ininterrompus pour faire de la Malaisie un lieu de rendez-vous référence en matière de salons professionnels dédiés au secteur du meuble. A l'issue de cette session anniversaire, tout porte à croire que le pari est gagné, et que celui-ci a définitivement pris ses distances avec la concurrence sur la zone Asie, la Chine étant hors concours. Le Miff est donc lancé à toute vapeur vers de nouvelles décennies, mais ceci c'est une autre histoire que les générations du futur se plairont à narrer. ■