

INTERFURNITURE

APIMA 
associação portuguesa
das indústrias de mobiliário e afins

2014 / 2015 (1º semestre)

O Projeto

O **INTERFURNITURE** é o projecto de internacionalização da indústria de mobiliário e afins nacional, iniciado em 2008.

Parte integrante do plano estratégico da Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins (APIMA), o **INTERFURNITURE** visa essencialmente dar continuidade ao esforço realizado pela APIMA praticamente desde a sua fundação de, em concertação com a estratégia individual das empresas, possibilitar ao sector penetrar em mercados prioritários, afirmar-se perante a concorrência, desenvolver-se de forma sustentada e, conseqüentemente, aumentar o seu volume de negócios internacional.

Projecto plurianual, mediante os resultados obtidos e o comportamento dos mercados, são revistas anualmente as acções que visam a divulgação da imagem de Portugal enquanto país produtor competitivo e de elevada qualidade, e posicionar o produto *Made In/Made By Portugal* ao nível *Premium*, contando com o apoio do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN).

Esta é a edição referente aos anos de 2014 e 2015 (1º semestre).



Objectivos

O INTERFURNITURE tem por objectivos:

- Estimular o processo de internacionalização do sector de mobiliário e actividades complementares;
- Promover Portugal com base no posicionamento Qualidade, Design e Inovação (Premium);
- Promover a cooperação horizontal e vertical entre os intervenientes do projecto;
- Aumentar o número de empresas exportadoras;
- Aumentar as vendas internacionais;
- Evitar a dispersão dos recursos existentes;
- Concentrar esforços nos principais importadores mundiais e em mercados de proximidade geográfica e cultural;
- Encontrar novos mercados com potencial de crescimento.



Missão

O **INTERFURNITURE** tem como missão:

Estimular a internacionalização da indústria nacional de mobiliário e atividades, promover, além-fronteiras, a imagem de Portugal enquanto país produtor competitivo e de elevada qualidade e posicionar o Made In/By Portugal ao nível Premium.



Marca

INTERFURNITURE é uma marca registada, criada em finais de 2008, pela Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins (APIMA) para dar uma identidade à campanha de promoção internacional do sector.

A palavra é composta pela junção das palavras “*International*” e “*Furniture*”, anunciando o cariz internacional do produto, a sua vocação exportadora.

O logótipo materializa as noções de:

- internacionalizar e o global
- interação e conexão
- dinamismo e novos caminhos
- envolver e o sem limites

Adotou, em 2012, as cores da bandeira nacional (o verde e o vermelho) para complementar a sua assinatura (*Portugal, a Name to Remember*), o elemento que lhe confere, perante a procura mundial, o certificado de origem do bem que representa.

A assinatura *Portugal, a Name to Remember*, parte integrante do logótipo, é o complemento da palavra **INTERFURNITURE** e visa dar enfoque à nacionalidade, a Portugal, como algo a permanecer na memória de quem tem o privilégio de entrar em contacto com o produto.

INTERFURNITURE 2008-2012

Indicadores	Acumulado
Empresas Aderentes	154
Volume Negócios Empresas Aderentes	508.728.510,62 €
Vendas Internacionais Empresas Aderentes	233.521.706,02 €
Investimento Realizado	14.036.580,80 €
Área Exposição Feiras/Mostras Internacionais	43.244 m ²
Ações Promocionais Realizadas	50
Participações das Empresas Aderentes nas Ações	563
Contactos Estabelecidos Empresas Aderentes	24.857

Nota:

2012 Volume Negócios e Vendas Internacionais (estimativa)

2013 (projecto em curso)

Mercados

Alemanha

É o 2º principal mercado de importação de mobiliário e colchoaria a nível mundial (12 mil milhões de dólares /ano, segundo os dados mais atuais), com um consumo aparente, deste género de bens, segundo os últimos dados, avaliado em 24,8 mil milhões de dólares/ano (o que o coloca na 3ª posição a nível mundial), 4º principal parceiro comercial do sector (com 80 milhões de euros em aquisições, em 2012), ocupa a 6ª posição no ranking mundial de países classificados pelo PIB, em paridade de poder de compra (PPC).

Espanha

É o 11º principal mercado de importação do sector a nível mundial (2,6 mil milhões de dólares em aquisições/ano, segundos dados recentes), com um consumo aparente avaliado em 7,4 mil milhões de dólares/ano (13º lugar a nível mundial), 2º principal parceiro comercial do sector (297 milhões de euros em compras, no ano de 2012) e, apesar do clima de contração económica, ocupa o 15º lugar no ranking mundial de países classificados pelo PIB (PPC).

A proximidade geográfica e cultural a Portugal e ao sector, bem como o historial entre os países, são igualmente determinantes para a decisão relativamente a este mercado.

Mercados

Estados Unidos da América

Principal mercado de importação de mobiliário e colchoaria a nível mundial (dados mais recentes apontam para 23 mil milhões de dólares/ano), 64 mil milhões de dólares/ano de consumo aparente

(ocupa a 2ª posição mundial), 8º principal destino das vendas internacionais do sector (16 milhões de euros em 2012), ocupa a 2ª posição no ranking mundial do PIB (PPC).

Federação Russa

Ocupa a 9ª posição no ranking mundial de importação do sector (3 mil milhões de dólares/ano, segundo a última estimativa), possui um consumo aparente avaliado em 9 mil milhões de dólares/ano (coloca este mercado na 11ª posição mundial), ocupa a 7ª posição mundial do ranking do PIB (PPC). Ainda não possui trocas comerciais relevantes com Portugal a nível sectorial.

França

É o 3º principal mercado mundial de importação de mobiliário e colchoaria (estimado em 7,6 mil milhões dólares/ano), com um consumo aparente de 15 mil milhões de dólares/ano (colocando-o na 5ª posição a nível mundial), principal mercado de destino dos bens e serviços sectoriais (320 milhões de euros em 2012), ocupa a 10ª posição no ranking mundial do PIB (PPC).

Mercados

Itália

Constitui o 14º principal mercado mundial de importação do sector (segundo dados recentes, representa 2 mil milhões de dólares/ano), com um consumo aparente avaliado em 14,7 mil milhões de dólares/ano (6º posição no ranking mundial), 10º destino das vendas internacionais do sector (11 milhões de euros em 2012), ocupa a 11ª posição no ranking mundial do PIB (PPC). No caso de Itália, a escolha do mercado recai no facto de ser *anfitriã* da mais valorizada feira internacional do sector, facto este que se sobrepõe às razões de índole económica.

Reino Unido

É o 4º principal mercado mundial de importação de mobiliário e colchoaria (representa, segundo a mais recente estimativa, 6 mil milhões de dólares/ano), com consumo aparente avaliado em 13,4 mil milhões de dólares/ano (8ª principal mercado do mundo), 7º principal mercado de destino sectorial (18 milhões de euros em 2012), ocupa a 9ª posição no ranking mundial do PIB (PPC).

Mercados

Singapura

Ocupa a 28ª posição mundial no ranking de importação destes bens de consumo duradouro (700 milhões de dólares/ano, segundo a estimativa mais recente), um consumo aparente avaliado em 980 milhões de dólares/ano (42ª posição mundial) e ocupa a 41ª posição do ranking de países classificados pelo PIB (PPC).

Ainda não possui trocas comerciais com o sector relevantes.

Apesar de ser um dos “tigres asiáticos” (i.e., países com elevadas taxas de crescimento e rápida industrialização, com um modelo de desenvolvimento económico assente, predominantemente, na exportação), a escolha por este mercado recai também pelo seu valor geoestratégico.

Ucrânia

Ocupa a 34ª posição mundial no ranking mundial de importações do sector (estimado em 460 milhões de dólares/ano), um consumo aparente estimado em 980 milhões de dólares/ano (41ª posição mundial) e ocupa a 39ª posição do ranking mundial do PIB (PPC).

Plano de Acções Promocionais 2014 (calendário)

IMM Cologne Maison & Objet (janeiro) Feria del Mueble Zaragoza	Alemanha Colónia 13 a 19 Janeiro França Paris 25 a 29 Janeiro Espanha Zaragoza 23 a 26 Janeiro
Salon du Mobilier Nantes Intergift (fevereiro) Interior Mebel Kiev	França Paris 02 a 04 Fevereiro Espanha Madrid 05 a 09 Fevereiro Ucrânia Kiev 20 a 23 Fevereiro
Maison & Objet Asia	Singapura Singapura 10 a 13 Março
ISaloni Milão	Itália Milão 10 a 16 Abril
Foire de Paris ICFF	França Paris 01 a 13 Maio E.U.A. Nova Iorque 17 a 20 Maio
Maison & Objet (setembro) Intergift (setembro) 100% Design	França Paris 07 a 11 Setembro Espanha Madrid 12 a 16 Setembro Reino Unido Londres 17 a 20 Setembro
ISaloni Moscow	Rússia Moscovo 17 a 20 Outubro
Esprit Meuble	França Paris 17 a 20 Novembro

Plano de Acções Promocionais 2015 (calendário)

IMM Cologne
Maison & Objet

Alemanha | **Colónia** Janeiro
França | **Paris** Janeiro

Salon du Mobilier Nantes
Intergift
Interior Mebel Kiev

França | **Paris** Fevereiro
Espanha | **Madrid** Fevereiro
Ucrânia | **Kiev** Fevereiro

Maison & Objet Asia

Singapura | **Singapura** Março

Isaloni Milão

Itália | **Milão** Abril

Foire de Paris
ICFF

França | **Paris** Maio
E.U.A. | **Nova Iorque** Maio

Missão inversa Junho**

IMM Cologne – ALEMANHA

Há cerca de uma década este evento era uma das referências mundiais do sector, líder na Europa, numa posição de destaque que partilhava com a Feira de Mobiliário de Valência e Milão.

Seguiu-se um período alongado de declínio até ao ano de 2010. A edição de 2011 constituiu um ponto de viragem, ano em que surpreendeu expositores, visitantes e até a própria entidade organizadora. A edição de 2012 e 2013 veio confirmar a tendência.

Este evento é marcadamente destinado a mobiliário moderno.

Análise feira

A IMM Cologne é um evento B2B, de plataforma (ou seja, com um elevado índice de visitantes de outros mercados), de grande dimensão e importância estratégica (evento âncora) e com um nível de especialização sectorial elevado (ou seja, dedicado ao sector de mobiliário e colchoaria).

Perfil do visitante

Do pequeno retalho não organizado a grandes cadeias retalhistas, grossistas especializados, designers de interiores, arquitetos, centrais de compras para hotelaria e restauração, prescritores.

Dados 2013

- 142.000 Visitantes de 137 países;
- 42% de visitantes estrangeiros, essencialmente da Fed. Russa, Países Baixos, Bélgica, Áustria, Itália Suíça e China.
- 43.000 Visitantes Não-Profissionais;
- 1.250 Empresas expositoras de mais de 50 países.

Maison & Objet – FRANÇA

É tida no sector como a principal feira de decoração de interiores do mundo. Trata-se de um evento com duas edições, onde se sente o efeito da sazonalidade, com vantagem para a edição de Janeiro. Expositores, produto, stands, visitantes, todos contribuem para uma atmosfera sofisticada. O comprador visita o evento na expectativa de se surpreender. Para este facto contribui de forma decisiva o grau de exigência da entidade organizadora na selecção de empresas (no que ao produto e forma de apresentar diz respeito). É o evento mais representativo para o sector no plano internacional, onde o *Interfurniture* se tem destacado. Os números da última edição de Janeiro de 2013 são elucidativos dos resultados da comitiva Apima: 27 empresas expositoras (crescimento de 8% face à edição de 2012) e 1.592 m² de área de exposição (aumento de 11% face à edição de 2012).

Análise feira

A Maison & Objet é uma feira B2B de plataforma (i.e., comunica com vários mercados), um evento âncora (i.e., de grande dimensão e importância estratégica para o sector) e com um grau de especialização sectorial médio (para além do mobiliário e da colchoaria, destina-se de igual forma a actividades complementares e inseridas na Fileira Casa – Iluminação, Têxtil-lar, Decoração).

Perfil do visitante

2/3 compradores (retalho organizado e não organizado, distribuidores) e 1/3 prescritores (arquitetos e designers de interiores, diretores de centrais de compras, diretores de hotéis).

Dados 2013

- 76,149 Visitantes profissionais;
- 38,560 Franceses;
- 37,589 Internacionais, de países como: Itália (15%), Bélgica (8%), Reino Unido (8%), Alemanha (7%), Rússia (5%), Suíça (5%), Japão (5%), E.U.A. (5%), Espanha (4%) e Holanda (4%);
- Imprensa, 2.936 jornalistas: Franceses 1.647 e Internacionais 1.289 .

Feria del Mueble Zaragoza - ESPANHA

A Feira de Saragoça, certame bienal, afirmou-se como o maior evento regional profissional de mobiliário no mercado Espanhol, o segundo principal destino das vendas internacionais do sector.

A Feira realiza-se numa cidade que goza de uma posição privilegiada, no centro dos eixos de desenvolvimento mais dinâmicos de Espanha, numa região onde se localizam algumas das cidades mais importantes do Sul da Europa: Madrid, Barcelona, Bilbao, Valência e Toulouse. Importa neste capítulo referir que num raio de 300 quilómetros residem 30 milhões de consumidores.

Análise feira

Evento B2B de âmbito regional, é chave, em termos estratégicos, pela importância económica, geográfica e cultural do mercado onde se insere.

Possui um nível de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Profissionais que negociam mobiliário do segmento médio, médio-alto. Essencialmente decisores de centrais de compras de cadeias de retalho organizado e de retalho não organizado.

Dados 2012

- 90.700m² área de exposição;
- 33.647 Visitantes, divididos por: lojas, decoradores, designers de interiores, designers, hotéis e restaurantes.

Salon du Mobilier Nantes – FRANÇA

Esta feira é considerada um dos principais eventos regionais franceses.

Está situada na principal região produtora de mobiliário, constituindo por si só uma referência no sector. Trata-se de um evento que proporciona grande proximidade com o cliente. Esta característica acaba por resultar no estabelecimento de relações de confiança e, por essa via, funcionar como um acelerador na decisão de compra. Expositores de edições passadas confirmam a eficácia dos contactos estabelecidos.

Análise feira

Evento B2B de carácter regional (i.e., comunica exclusivamente com o mercado local), chave em termos estratégicos (pela importância económica e geográfica do mercado onde se insere) e possui um grau de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Profissionais que negociam mobiliário do segmento médio, médio-alto. Essencialmente decisores de centrais de compras de cadeias de retalho organizado e de retalho não organizado.

Dados 2013

- 145 Expositores;
- 20.000m² área de exposição;
- 4.000 Visitantes.

Intergift - ESPANHA

Principal evento da Península Ibérica centrado na decoração de interiores.

Ocorre em paralelo com a *Bijutex* e a *Iberjoia*.

Não obstante a crise que a Espanha atravessa, a significativa perda de visitantes e de muitos expositores, a Intergift mantém-se um evento central para os complementos decorativos na Península Ibérica.

Análise feira

Evento B2B de carácter regional, chave em termos estratégicos (pela importância económica, geográfica e cultural do mercado) e com um nível de especialização sectorial médio.

Perfil do visitante

Pequeno retalho, gerentes e diretores gerais, agentes comerciais, diretores comerciais e responsáveis de compras.

Dados 2013

- 86.400m² área de exposição;
- 22.826 Visitantes profissionais: retalhistas 38,75%, designers de interiores 14,39%, distribuidores 10,39%, designers 8,67%, grandes lojas 8,50%, produtores 8,09%, importadores 6,78%, exportadores 4,42%;
- 1.806 Visitantes internacionais;
- 71 Países.

Interior Mebel Kiev - UCRÂNIA

A Interior Mebel é um ponto central dedicado ao mobiliário e à decoração, sendo um veículo preferencial de entrada neste mercado.

Conta ainda com duas importante parcerias de entidades de referência do setor: o IED Instituto Europeu do Design.

Análise feira

Evento B2B e B2C de carácter regional (i.e., comunica exclusivamente com o mercado local), chave em termos de inserção num novo mercado emergente, possui um grau de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Essencialmente decisores ligados ao retalho organizado e não organizado e prescritores.

Dados 2013

- 206 Expositores;
- 17.482 Visitantes profissionais e privados: compradores, Showrooms 32%, designers, arquitetos 35%, empresas construção 12%, consumidor final 11% e canal Horeca 10%.



Maison & Objet Asia - SINGAPURA

A organização da Maison & Objet, através deste evento, pretende dar visibilidade a talentos e a marcas numa das mais dinâmicas regiões da Ásia.

A ambição passa por realizar, anualmente, uma mostra para profissionais asiáticos, com uma seleção criteriosa de 150 expositores, que representem o espírito único que tem sido o ponto central do sucesso da Maison & Objet Paris.

Análise feira

Evento B2B, regional, chave em termos estratégicos (pela importância económica e geográfica do mercado onde se insere) e possui um grau de especialização sectorial médio.

Perfil do visitante

Profissionais do retalho organizado e não organizado e prescritores.

Dados

- 1ª edição em 2014.

ISaloni Milão - ITÁLIA

A mais internacional e valorizada feira de mobiliário do Mundo tem lugar em Milão.

Assim acontece desde a década de 90, altura em que se afirmou como líder incontestado.

Uma das maiores feiras no que ao número de expositores diz respeito, mas com uma triagem exigente, mantendo um nível elevado em termos de exposição.

A participação agrupada Apima tem ganho relevância ano após ano, com o recorde de participações atingido no ano anterior, e expectativas de ser novamente ultrapassado na próxima edição.

Análise feira

A ISaloni Milão é uma feira predominantemente B2B, de plataforma (i.e., comunica com vários mercados), um evento âncora (i.e., de grande dimensão e importância estratégica para o sector) e com um grau de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Retalho não organizado e retalho organizado, distribuidores, agentes, arquitetos, decoradores de interiores, centrais de compras do segmento contract.

Dados 2013

- 1.269 Expositores
 - 953 Italianos
 - 316 Internacionais
- 142.209m² área de exposição
- 285.698 Visitantes
 - 92.674 Italianos
 - 193.024 Internacionais
 - 38.395 Publico



Foire de Paris - FRANÇA

Este evento, que contou com a primeira participação do Interfurniture em 2013, é considerado o principal evento dedicado ao consumidor a nível mundial. A sua atratividade para o sector encontra sustentabilidade na importância e dimensão económica do mercado francês, bem como na proximidade permitida para com o consumidor final.

Análise feira

Evento B2C, de carácter regional, chave em termos estratégicos (pela importância económica, geográfica e cultural do mercado) e com um nível de especialização sectorial baixo.

Perfil do visitante

Consumidor final, pequeno retalho.

Dados 2013

- 620.000 Visitantes
- 3.500 Expositores
- 200.000m2 área de exposição
- 17 Setores

ICFF – ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Evento de pequena dimensão mas com elevada capacidade de projeção comercial nacional.

Proporciona ao visitante uma oferta sofisticada (essencialmente de mobiliário de design).

Tem registado um contínuo incremento do número de visitantes.

Análise feira

Evento B2B, de e carácter regional, chave em termos estratégicos (pela importância económica do mercado) e possui um grau de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Arquitetos e designers de interiores, retalho especializado, distribuidores.

Dados 2013

- 570 Expositores
- 31 Países
- 15.300m² área de exposição
- 29.642 Visitantes; designers de interiores, arquitetos 57%, retalhistas 15%, representantes, distribuidores 10%, produtores 7%, hotéis, restaurantes 6%, designers de lojas 5%



100% Design – REINO UNIDO

À semelhança da ICFF, é um evento de pequena dimensão mas capaz de comunicar com todo o mercado do Reino Unido.

É considerado o maior e mais prestigiado evento comercial, dedicado ao design, para o mercado Britânico.

Promovendo as mais recentes novidades nos últimos 18 anos, a 100% design é a melhor *vitrine* do design contemporâneo.

Análise feira

Evento B2B, de carácter regional, chave em termos estratégicos (pela importância económica e geográfica do mercado) e com um nível de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Essencialmente prescritores (arquitetos, designers, decoradores) e lojistas (retalho organizado e não organizado).

Dados 2013

- 25.099 Visitantes
- 16.644 Designers de interiores e Arquitetos
- 1.549 Imprensa

ISaloni Moscovo – FEDERAÇÃO RUSSA

Trata-se da internacionalização do célebre evento ISaloni, com um âmbito mais restrito e selectivo, que encontra sustentabilidade na sua pequena dimensão.

O mercado da prescrição Russo têm sido unânime em afirmar a atractividade crescente deste evento, tornando-o numa porta de entrada para este mercado.

Análise feira

Feira B2B, regional (i.e., comunica exclusivamente com o mercado local), chave em termos estratégicos (pela importância económica e geográfica do mercado onde se insere) e possui um grau de especialização sectorial elevado.

Perfil do visitante

Essencialmente prescritores (arquitetos, designers e decoradores).

Dados 2013

- 18.000m² área de exposição
- 41.669 Visitantes



Esprit Meuble - FRANÇA

Este é um projeto que pretende fazer renascer a antiga *Salón du Meuble*.

Na sua segunda edição, a opinião dos primeiros expositores é de que se trata de uma solução atractiva para os canais de distribuição locais de mobiliário, com potencial para crescer em termos de dimensão e importância.

Análise feira

Evento B2B, de carácter regional (i.e., comunica exclusivamente com o mercado local), chave em termos estratégicos (pela importância económica e geográfica do mercado onde se insere) e possui um grau de especialização sectorial médio.

Perfil do visitante

Essencialmente prescritores (arquitetos, designers e decoradores).

Dados 2013

- 150 Expositores
- 30.000m² área de exposição
- 6.000 Visitantes profissionais

Mais informações em:

www.apima.pt

www.interfurniture.pt

www.facebook.com/pages/APIMA