

Comunicado de Imprensa

***Vinte e cinco empresas integram a campanha de promoção internacional da Apima em Paris***

A campanha de promoção internacional da Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins (Apima), *Interfurniture – Portugal a Name to Remember*, estará presente na principal feira internacional de decoração de interiores, a *Maison & Objet Paris*, que decorre de 7 a 11 de Setembro, com 25 empresas.

Segundo o Director Executivo da Apima, Hugo Vieira, “para se entender melhor a importância deste número, temos de ter em atenção dois factores: a evolução do número de empresas, desde o início da campanha, e a crise, sinónimos de qualidade e perseverança das empresas nacionais.”

Quando o projecto da associação arrancou em 2008, a então edição de Setembro deste importante certame contava com 12 empresas expositoras na comitiva do *Interfurniture*. Este ano serão 25, um aumento de 108% (face a 2008) que, nas palavras de Hugo Vieira, “atendendo aos rigorosos critérios de selecção da *Maison & Objet*, certifica a qualidade do tecido empresarial português e o seu potencial. Se tivermos em atenção os valores das duas edições anuais (Janeiro e Setembro), então a evolução é mais significativa: de 16 empresas expositoras em 2008, passamos para 50 que, em 2012, ajudaram a divulgar o nome de Portugal além-fronteiras.”

“A estes dados acrescem as dificuldades que as empresas estão a passar neste momento, sobretudo as de tesouraria”, refere Hugo Vieira. “É de enaltecer, perante o investimento que é necessário realizar para estar presente neste certame, a entrega destes empresários, que cumprem, à risca, um dos actuais desígnios da nação: o aumento das exportações e, conseqüente, contributo para a diminuição do défice externo.”

A *Maison & Objet* de Setembro em números:

25 empresas expositoras do *Interfurniture* na edição de Setembro: 108% face a 2008 (12); 79% face a 2011 (14).

50 empresas expositoras do *Interfurniture* nas duas edições do ano: 213% face 2008 (16); 28% face a 2011 (39).

1.481 m<sup>2</sup> de área de exposição do *Interfurniture* na edição de Setembro: 66% face a 2008 (895 m<sup>2</sup>); 76% face a 2011 (841 m<sup>2</sup>).

2.907 m<sup>2</sup> de área de exposição do *Interfurniture* nas duas edições do ano: 140% face a 2008 (1.214 m<sup>2</sup>); 30% face a 2011 (2.237 m<sup>2</sup>).

Investimento directo (custos directos: aluguer de espaço + construção de stand + transporte de mostruário + viagem e alojamento + promoção) superior a 610 mil euros, o que corresponde a 412€/m<sup>2</sup>.

Sétimo expositor no *ranking* de nacionalidades.

70.000 visitantes profissionais (estimativa da organização do evento).

2.000 jornalistas de todo o mundo (estimativa da organização do evento).

A campanha prossegue até Novembro, marcando presença em 8 certames internacionais em mercados estratégicos, divulgando os atributos do *Made In / Made By Portugal* ao mundo.

Lançada em 2008 com o apoio do QREN/Compete, a campanha *Interfurniture* visa estimular a internacionalização do sector de mobiliário e actividades complementares integradas na Fileira Casa.

**Para mais informações contactar:**

Ana Barros

[ana.barros@apima.pt](mailto:ana.barros@apima.pt)

Tlm.: +351 919 198 323