

Comunicado de Imprensa

14 Janeiro 2013

***Sector do Mobiliário e Afins arranca 2013 com 3 ações promocionais na Alemanha, Espanha e França***

***Exportações sobem em 2012, mas o sector ainda não escapou à crise***

A campanha de promoção internacional do mobiliário e atividades relacionadas (colchoaria, iluminação, têxtil-lar, decoração) da Associação Portuguesa da Indústria de Mobiliário e Afins (APIMA), *Interfurniture*, inicia 2013 marcando presença em três eventos dedicados a profissionais do sector.

Ao todo são 33 *empresas*, cobrindo 2.439 m2 de *área total de exposição* dedicada à divulgação do *Made In/By Portugal*, num investimento direto superior a 1 milhão de euros.

A campanha *Interfurniture* inicia o seu percurso dia 14 na Alemanha, na cidade de Colónia, no importante certame *IMM Cologne*, passando de seguida, dia 16, por Madrid, na feira *Intergift*, e terminando, dia 18, no mais importante evento mundial consagrado à decoração de interiores, *Maison & Objet*, em Paris.

Para o Diretor Executivo da APIMA, Hugo Vieira, trata-se de um “feito extraordinário”, demonstrativo da “determinação do tecido empresarial em ultrapassar este momento difícil que continuamos a enfrentar”. “Apesar de a Associação registar com agrado os recentes números da indústria de mobiliário e colchoaria nacional divulgado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), desengane-se quem pensar que tudo corre de feição para o sector e que atingimos *terra firme*, escapando da crise”, afirma Hugo

Vieira. “Trata-se de um sector que, até pouco tempo, estava bastante dependente do mercado interno e, por força das circunstâncias, da conjuntura adversa, viu-se

obrigado a orientar os seus recursos para a internacionalização, um processo penoso e extremamente custoso pois, além-fronteiras, enfrentamos concorrentes de maior dimensão económica e outras vicissitudes (encargos elevados de logística e barreiras aduaneiras, por exemplo) como desafios. A inversão ainda não ocorreu e, conseqüentemente, a quebra de faturação do mercado nacional ainda não foi compensada. Apesar dos bons exemplos observados, sobretudo nos últimos quatro anos, deveremos ter a consciência que um processo de afirmação de uma marca no plano internacional é moroso e absorvedor de bastantes recursos, e estes são poucos. As empresas enfrentam enormes dificuldades de tesouraria e, como tal, as expectativas de parte das empresas que nos acompanham para 2013 é de sobrevivência. Em suma, a Associação, graças à qualidade e excelência do produto e serviços das empresas nacionais, espera que o sector continue a crescer a nível externo, ultrapasse o teste do tempo além-fronteiras e consiga estabilizar”, conclui Hugo Vieira.

Para mais informações sobre as empresas presentes nos eventos da campanha e sobre a campanha promocional consulte os seguintes links:

<http://www.interfurniture.pt/site/?id=9419>

<http://www.interfurniture.pt/site/?id=9439>

<http://www.interfurniture.pt/site/?id=9425>

**Para mais informações contactar:**

Ana Barros

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

Telf.: +351 225 025 872

Tlm.: +351 919 198 323

[www.apima.pt](http://www.apima.pt)

[www.interfurniture.pt](http://www.interfurniture.pt)

Comunicado de Imprensa

11 Janeiro 2013

**Exportações de Janeiro a Novembro de 2012 do sector de mobiliário e colchoaria tiveram um crescimento homólogo de 6%.**

**Apima estima que 2012 seja um ano recorde.**

Segundo dados divulgados pelo INE as exportações de mobiliário e colchoaria cresceram 6% no período de Janeiro a Novembro de 2012 (variação homóloga), ultrapassando os mil milhões de euros (1007 milhões de euros) de vendas para 138 mercados.

A Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins (APIMA) estima que a taxa de crescimento de 6% se mantenha durante o mês de Dezembro, ultrapassando, conseqüentemente, o ano de 2011 e constituindo, dessa forma, o valor mais elevado de sempre verificado nas exportações do sector.

Comparativamente a 2010, o crescimento homólogo é de 17%, evidenciando o reforço de investimento que o tecido empresarial tem vindo a efectuar na promoção externa.

França, com uma quota de 30%, continua a ser o principal mercado de destino das exportações sectoriais, com um volume de facturação na ordem dos 297 milhões de euros, registando um crescimento homólogo de 6%.

Espanha, apesar da queda (decrece 11% face a 2011) que se tem vindo a verificar desde o início do ano, continua a ser o segundo principal parceiro comercial do sector, com uma quota de 28%, correspondente a 278 milhões de euros de vendas.

Angola mantém a terceira posição do *ranking* com uma quota de 13% das exportações (127 milhões de euros) e um crescimento homólogo de 37%, a maior taxa de crescimento observada nos 11 primeiros meses de 2012.

Alemanha, com 77 milhões de euros de facturação, regista o segundo maior crescimento homólogo, 31%, cimentando a quarta posição dos principais parceiros comerciais deste importante sector da economia nacional, com uma quota de 8%.

Os 10 principais mercados de destino das exportações (por ordem de importância, França, Espanha, Angola, Alemanha, Suécia, Holanda, Reino Unido, Bélgica, Itália e República Checa) representaram 89% do total do volume de negócios registado de Janeiro a Novembro.

Saliente-se, a este propósito, a importância do mercado intracomunitário para o sector.

No período de 2005 a 2011, as vendas intracomunitárias representaram 85% do total das exportações.

Pese embora o facto de se ter verificado um decréscimo nos anos de 2008 e 2009, os crescimentos verificados nos 2 anos seguintes (2010 e 2011) permitiram a este mercado aumentar e manter a sua

importância nas exportações, fixando-se nos 82% do volume total de vendas em 2011. Para a Apima este comportamento encontra justificação nos ajustamentos de investimento por parte dos empresários

no início do período da crise, optando, racionalmente, por mercados de proximidade e, por outro lado, resulta também do reconhecimento natural da procura destes mercados da qualidade e excelência do *made in Portugal*.

Apesar do crescimento do mercado de Angola e da queda verificada em Espanha em 2012, a Apima considera que o sector possa ainda continuar a crescer no mercado intracomunitário, suportado pelo aumento da procura dos países do centro e norte da Europa, com claro destaque para a Alemanha, que dobrou as vendas no período de 2005 a 2011.

Uma análise por produto demonstra que a categoria mais dinâmica é a de Mobiliário para Casa e Outros Fins, Cozinha e Escritório, que representa 48% do total das exportações de Janeiro a Novembro, registando um crescimento homólogo de 14%.

A categoria de Colchoaria cresce 17% face a 2011, situando-se nos 8% de quota, somente superada pelo crescimento homólogo da categoria de Mobiliário para Medicina (85%), pese embora o facto de representar apenas 1% do volume total de vendas.

Por último, a categoria de Assentos decresce 4% face a 2011 e perde quota para as categorias de Colchoaria e Mobiliário para Casa e Outros Fins, Cozinha e Escritório, fixando-se nos 43% (48% em 2011).

A taxa de cobertura é de 198%, superando a marca alcançada no mesmo período em 2011 (165%).

Com um saldo superavitário de 499 milhões de euros (aumento homólogo de 34%), a balança comercial sectorial continua a demonstrar sinais de dinamismo, elucidativo do esforço e contributo desta indústria para a economia nacional.

**Para mais informações contactar:**

Ana Barros

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

Telf.: +351 225 025 872

Tlm.: +351 919 198 323

[www.apima.pt](http://www.apima.pt)

[www.interfurniture.pt](http://www.interfurniture.pt)