ÍNDICE

➢ **ANÁLISIS SECTORIAL** ..... Pag. 2 a 5

➢ **INFORME RESULTADOS 2005 ESPAÑA**

Exportación, Importación y Balanza Sectorial ..... Pag. 6

Principales destinos del mueble español..... Pag. 7

Importaciones ..... Pag. 8

Resultados por Comunidades Autónomas ..... Pag. 9

➢ **ANIEME – PLANES DE PROMOCIÓN EXTERIOR**

Plan de Promoción Exterior Mueble Español de Hogar.....Pags. 14-15

Feria de Milán.....Pág. 18

Análisis Sectorial

La **Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Mueble de España** (**ANIEME**) ha hecho público el informe de resultados de comercio exterior del sector del mueble español relativo al ejercicio 2005.

El balance señala un aumento de las exportaciones en (1.505 millones de euros en 2005) del 2'7%, y un crecimiento de las importaciones (2.243. millones de euros en 2005) del 21%.

Estos resultados muestran que a pesar de que las exportaciones han tenido un crecimiento positivo el saldo de la balanza comercial sigue siendo negativo en –738.3 millones de euros, lo que sitúa la tásа de cobertura, deficitaria en un 67'1%.

En lo que se refiere a la Comunidad Valenciana, y a pesar de que las exportaciones sufren un descenso la tasa de cobertura es positiva, alcanzando el153%.

En cuanto a los **países destino de la exportación** española de mobiliario, señalar que se da una fuerte concentración en los países de la UE. Concretamente, Francia, Portugal y Reino Unidos, absorben el 52% del total de la exportación en España.

Análisis sectorial

En el caso de la **importación**, Francia, Italia y Alemania totalizan el 45,1% de las compras de mobiliario realizadas por España. Esto nos lleva a afirmar que nuestros principales proveedores son también países de la U.E., consecuencia lógica de un mercado unido, que crea comercio al mismo tiempo que desvía comercio.

Por otro lado, el **consumo del mueble en España** ha crecido un 8% en el año 2005, mientras que, la **producción** de mobiliario solo lo ha hecho en un 1% y las **exportaciones** un 2,7%. Ello significa que en gran parte el crecimiento del consumo está siendo abastecido por mueble importado que procede de países de la U.E con un producto caro.

Todos estos datos apuntan a la **necesaria reconversión del sector** del mueble. No hay que perder de vista el proceso de concentración que se ha dado, a nivel nacional, en el sector de la distribución de mobiliario. Ocho o diez grupos fuertes dominan la distribución lo que tiene como principal consecuencia, el debilitamiento del sector de la fabricación, formado en su mayoría por pymes.

Análisis sectorial

Con este panorama que hemos dibujado desde ANIEME vemos que la permanencia del sector industrial a nivel exterior pasa por tres opciones:

Producción totalmente personalizada a medida del cliente.

Producción totalmente diferenciada con artículos que disponga de una marca reconocida por el consumidor.

Las alianzas con la distribución.

Sumar esfuerzos junto a las empresas es una obligación de asociaciones sectoriales, así como de las instituciones públicas, ya que la pyme del sector del mueble por sí misma difícilmente podrá asumir los costes de adaptación necesarios para su viabilidad y competitividad.

Por ello es preciso que se refuercen las actuales líneas de apoyo a esta industria, y se establezcan planes de ayuda individualizada que atiendan y respondan a las particularidades de las empresas de cada sector.

La estrategia de ANIEME, en este contexto, es intensificar la actividad promocional en los mercados exteriores a través de los planes sectoriales que desarrolla con el apoyo y la colaboración del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y del Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX), así como con otros organismos de promoción autonómicos.

Análisis sectorial

Las previsiones para el año 2006 en cuanto a exportación apuntan a una tendencia más positiva que en el año 2005.

Esta previsión la apoyamos en dos datos:

•**La cartera de pedidos de mueble destinado a la exportación ha crecido de forma significativa.**

•**Los datos de venta de mobiliario en enero de 2006 han sido positivos, en comparación con el mes de enero del ejercicio anterior.**

Además el ritmo de **crecimiento de las importaciones puede estar llegando a su techo**. Las importaciones no es previsible que disminuyan pero sí que se ralentice su crecimiento.

Junto a China que aparece en el ranking como 2º proveedor de muebles en España, destacar el importante crecimiento experimentado por Vietnam ya que, aunque el porcentaje sobre el total de importaciones sea de un 2'2%, el crecimiento sufrido en 2005 ha sido de 36'4%. A Vietnam se le denomina el "hermano pequeño de China" con las consecuencias que de ello se derivan.

INFORME RESULTADOS 2005

Exportación, Importación y Balanza Sectorial

El sector del mueble español ha cerrado el ejercicio 2005 con un volumen total de **ventas al exterior** por valor de 1.505 millones de euros, cifra que representa un aumento de 2,7% respecto al balance del año anterior.

Evolución Exportación Mueble Español

Ejercicio	2004	2005	Variación 2004/2005
Volumen	1.465	1.505	2'7%

*Cifras facilitadas en millones de euros

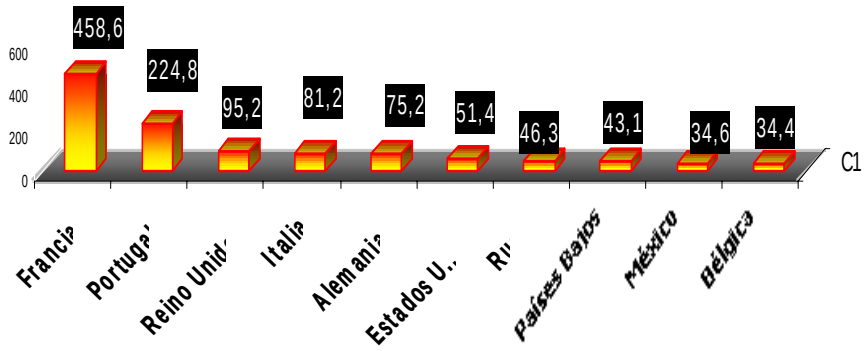
Asimismo, en el ejercicio 2005 la **importación** de muebles en España (2.243 millones de euros) mantiene un destacado ritmo de crecimiento que se sitúa en un 21'3% respecto al ejercicio 2004.

Los resultados de exportación e importación registrados en 2005, reflejan un saldo negativo en la **balanza comercial** española del sector del mueble de –738,3 millones de euros y sitúan la tasa de cobertura en un 67,1%.

INFORME RESULTADOS 2005

Principales destinos del mueble español

Los resultados alcanzados en el ejercicio 2005 posicionan a **Francia como primer destino del mueble español**. Las ventas a este mercado se han situado en 458,6 millones de euros, un 2,4% más que en 2003. **Seguidamente se sitúan Portugal, Reino Unido, Italia e Alemania**.



PAÍS	EXPORTACIÓN MUEBLE ESPAÑOL	VARIACIÓN 2004-2005
FRANCIA	458'6	2,4%
PORTUGAL	224,8	2,2%
REINO UNIDO	95'2	-3'5%
ITALIA	81'2	6,3%
ALEMANIA	75,2	-7,7%

*Cifras facilitadas en millones de euros

INFORME RESULTADOS 2005

Importaciones

En el ejercicio 2005 España ha **importado** muebles por valor de **2.243** millones de euros, un 21'3% más que en 2003.

Los principales mercados de origen de la importación de muebles en España son **Francia, China, Italia y Alemania.**

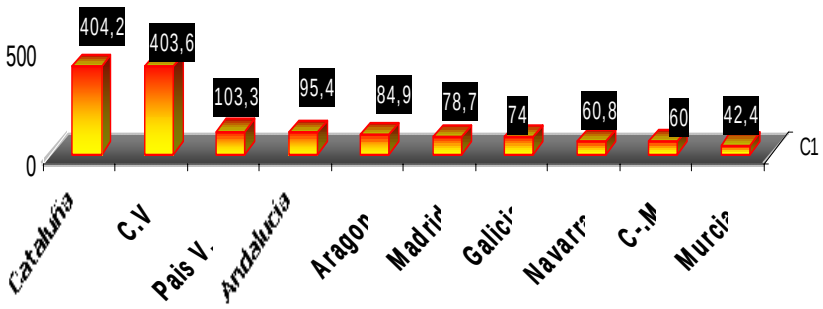
	VOLUMEN IMPORT. ESPAÑA	% SOBRE TOTAL	Variación 2004-2005
FRANCIA	407,3	18'2%	31,9'%
CHINA	381,6	17%	49'4%
ITALIA	332,4	14'8%	6%
ALEMANIA	271,6%	12'1%	10,3%
PORTUGAL	169,4'3	7'6%	-5%
INDONESIA	90,1	4'1%	8,6%
POLONIA	63,8	2'8%	36,4%

*Cifras facilitadas en millones de euros

Estos datos reflejan que más del 45% de la importación española de mobiliario procede de 3 países europeos, caracterizados por una elevada productividad y elevado precio de sus fabricados.

INFORME RESULTADOS 2005

Resultados por Comunidades Autónomas

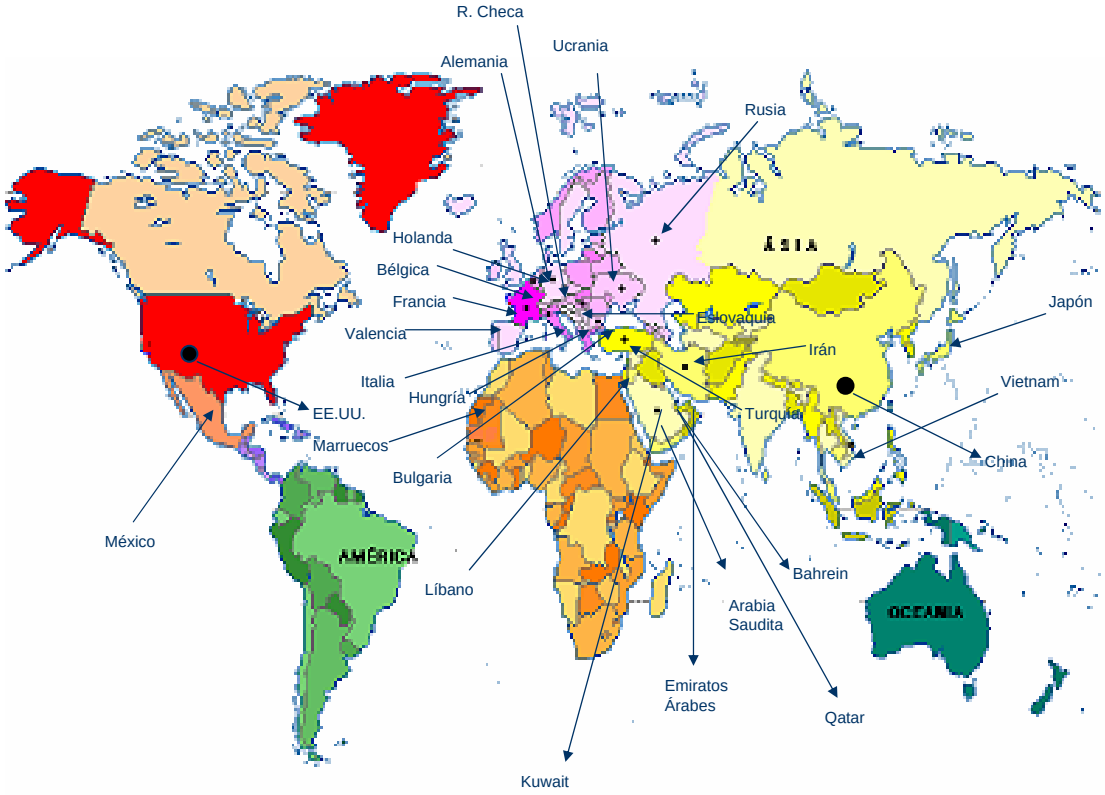


	Volumen Export. 2004	% Sobre total	Variación 2004-2005
Cataluña	404,2	26'9%	12,8'%
Comunidad Valenciana	403,6	26'8%	-4,4%
País Vasco	103'3	6'9%	-0'1%
Andalucía	95'4	6'3%	-1,0%
Aragón	84,9	5'6%	20,79%
Madrid	78,7	5,2%	-14'%
Galicia	74	4,9%	34,6%
Navarra	60,8	4%	1,4%
Castilla La Mancha	60	4%	-12'4%
Murcia	42'4	2'8%	-1,7%

*Cifras facilitadas en millones de euros

ANIEME- PLANES DE PROMOCIÓN EXTERIOR 2006

ANIEME realizará durante este año 2005 un tremendo esfuerzo de promoción del mueble español que se va a materializar en más de 43 **acciones distintas** que tendrán lugar en **26 países de todo el mundo**.



ANIEME- PLANES DE PROMOCIÓN EXTERIOR 2006

Plan de Promoción Exterior e Información del Mueble Español de Hogar 2006

La **Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España** (**ANIEME**) ha presentado las acciones definitivas enmarcadas en el Plan de Promoción Exterior e Información del Mueble Español de Hogar para el ejercicio 2005, en cuyo desarrollo cuenta con el apoyo y la colaboración del **Instituto Español de Comercio Exterior** (**ICEX**).

El Plan prevé acciones en más de una veintena de países y contempla la realización de **una acción de cooperación en Vietnam**, con el objetivo de promover acuerdos entre empresas españolas e industrias de este mercado.

Igualmente, según consta en este programa de acciones, ANIEME coordinará participaciones agrupadas de empresas españolas en dos de las ferias de mayor carácter internacional: **Maison & Objet**, y **Planète Mueble** (celebradas en enero en París), **y el Salón Internacional del Mueble de Milán.**

Por otro lado, ANIEME organizará misiones comerciales directas con empresarios españoles a **Hungria y Bulgaría, Turquía e Irán, Kazajastán, Rusia y Ucrania.** Asimismo, en **Emiratos Arabes y Qatar** se desarrollarán misiones comerciales específicas para amueblamiento de proyectos (hoteles, restaurantes, palacios, etc.).

ANIEME- PLANES DE PROMOCIÓN EXTERIOR 2006

En el marco de este Plan Sectorial del Mueble Español, se establece la organización de misiones estudio para la prospección de mercados en **Oriente Medio** (Kuwait, Bahrein, Arabia Saudita)o (celebrada en enero) así como en **Irán y Ucrania**. Los **encuentros con representantes -acción encaminada a la creación y consolidación de redes comerciales-, tendrán como destino en 2005 Francia, Bélgica, Holanda y Alemania.**

En el área de misiones inversas se llevarán a cabo **las de importadores y medios de comunicación internacionales a la Feria Internacional de Mueble de Valencia (FIM), así como misiones inversas con prescriptores de Francia y EEUU.**

ANIEME EN LA FERIA DE MILÁN

ANIEME **coordina la participación agrupada de las empresas españolas en Milán**. Este año son **45** las empresas que expondrán en la próxima edición de este certamen bajo el paraguas de **"Mueble de España".**

Este año la Feria de Milán se celebra en un nuevo recinto ferial y uno de los principales retos de la campaña de ANIEME para este año ha sido comunicar a las empresas las nuevas posibilidades del recinto.

ANIEME ha preparado gran cantidad de material promocional y publicitario para esta feria más de 5.000 invitaciones- plano guía (tríptico) y 1.000 planos invitación plano personalizados además de soporte para expositores y un encarte del catálogo de la feria de Milán.

Bolsas, press-kit y como novedad publicidad in situ en Milán. Teniendo en cuenta la nueva ubicación del recinto ferial y que el metro es el medio más utilizado se incorporará soporte publicitario que aparecerá en la línea del metro, desde el que se accede al recinto ferial.