VI
BOLETÍN DE NOTICIAS: EL SECTOR DEL HÁBITAT EN LA FEDERACIÓN RUSA

Elaborado por:
Oficina Económica y Comercial de Moscú
Tel.: +7 095 783 9281/2/3/4/5
Fax.: +7 095 783 9291
E-mail.: moscu@mcx.es

Muy Sres. nuestros,

Este es el 6º número que publicamos de este boletín de noticias que tiene como objetivo mantener puntualmente informados a los profesionales españoles acerca de la situación actual y tendencias de los sectores relacionados con el hábitat (mueble, iluminación, textil hogar, complementos de decoración, etc.) en Rusia.

Este boletín, que está editado por la Oficina Económica y Comercial de España en Moscú en formato electrónico y distribuido a las empresas españolas, contiene de forma habitual las siguientes secciones:

1. *Análisis de mercado:*

    1) *Análisis individuales de la situación de distintos sectores económicos relacionados con los productos del hábitat: construcción residencial, superficies comerciales y de oficinas, hostelería, etc.*
    2) *Tendencias del consumo: repaso de artículos aparecidos en la prensa especializada rusa acerca de los gustos del consumidor ruso, tendencias del consumo, novedades y acciones publicitarias y promociónales de otros países competidores en este mercado.*
    3) *Novedades del sector: sección que incluirá información acerca de los proyectos de construcción más importantes, la actualidad empresarial del sector, información sobre ferias y oportunidades comerciales.*

2. *La opinión del experto: entrevista que la Oficina Económica y Comercial realizará a profesionales rusos del sector (distribuidores, diseñadores, arquitectos, periodistas etc..).*

3. *Regiones de Rusia: en cada boletín se tratará la situación de los sectores de hábitat en alguna de las regiones de la Federación Rusa.*

4. *Actualidad de las actividades de promoción: información detallada acerca de las acciones de promoción de ICEX para estos sectores en la Federación Rusa.*

Concretamente este sexto número esta dedicado al sector de la iluminación decorativa, del que se incluye un análisis de coyuntura y una entrevista donde un profesional del sector opina sobre la situación actual, tendencias... Además, se incluyen noticias generales y un análisis específico de la región de Krasnodar.

Esperamos que les resulte de interés. Estaremos encantados de recibir y atender cualquier comentario que les sugiera su lectura, así como sugerencias, preguntas y críticas a su contenido en la dirección de correo electrónico moscu@mcx.es.

SUMARIO

I. ANÁLISIS DE MERCADO 4

COYUNTURA: Análisis de coyuntura. Importaciones de iluminación decorativa 2004. 4

II. NOVEDADES DEL SECTOR.....7

1. CIERRE DEFINITIVO DE "PARTIYA – DOMINO" 7

2. NUEVA BAJADA ARANCELARIA PARA LOS COMPONENTES DE MUEBLES....7

3. "DREAM HOUSE": APERTURA DEL MÁS EXCLUSIVO CENTRO DE DISEÑO DE INTERIORES.....8

4. NUEVOS MOVIMIENTOS EN EL MERCADO HOTELERO. 9

5. CASTORAMA ENTRA EN EL MERCADO RUSO. 10

6. MEBEL 2005: PABELLÓN OFICIAL DE ICEX. 10

7. CONTINÚAN LAS OBRAS EN LOS GRANDES AEROPUERTOS. 11

III. OPINIÓN DEL EXPERTO 12

Entrevista con Yulia Drapezo, compañía ARTE DOMO 12

IV. NOTICIAS SECTORIALES DE LAS REGIONES DE RUSIA: LA REGIÓN DE KRASNODAR. 15

V. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN.....18

I. ANÁLISIS DE MERCADO

COYUNTURA: Análisis de coyuntura. Importaciones de iluminación decorativa 2004.

En el año 2004, se ha producido un considerable crecimiento de las importaciones de iluminación decorativa en la Federación Rusa, donde el valor de las mismas ha crecido a tasas próximas al 29%.

Tal y como pone de manifiesto la siguiente tabla, este crecimiento no ha sido homogéneo, pudiéndose apreciar alteraciones en el reparto de la cuota de mercado por países.

IMPORTACIONES RUSAS DE ILUMINACIÓN DECORATIVA (EN MILLONES USD) EN 2004:

	VALOR EN MILL. USD			% PARTICIPACIÓN			% CAMBIO
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	04/03
-- El Mundo --	47,33	61,73	86,67	100,00	100,00	100,00	28,77%
China	16,93	27,88	41,31	35,77%	45,16%	47,66%	32,51%
Alemania	4,08	3,22	8,01	8,62%	5,22%	9,25%	59,76%
Italia	5,94	6,62	7,35	12,55%	10,72%	8,48%	9,98%
Polonia	3,46	3,71	5,20	7,31%	6,00%	6,00%	28,69%
Estados Unidos	0,23	2,86	5,15	0,48%	4,63%	5,95%	44,56%
Finlandia	1,90	1,52	2,57	4,01%	2,46%	2,96%	40,81%
Austria	1,54	1,83	2,22	3,26%	2,97%	2,57%	17,54%
España	1,88	2,01	1,65	3,97%	3,25%	1,91%	-21,43%
Taiwán	2,55	2,12	1,65	5,38%	3,43%	1,90%	-28,35%
República Checa	2,20	1,24	1,45	4,65%	2,01%	1,68%	14,76%
Bélgica	0,83	1,05	1,38	1,76%	1,70%	1,60%	24,06%
Reino Unido	1,01	0,47	1,05	2,12%	0,77%	1,21%	54,89%

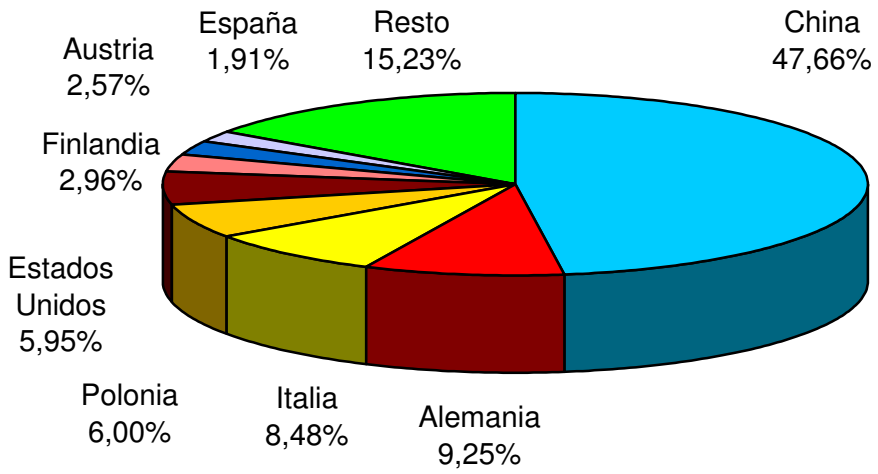
Fuente: World Trade Atlas 2005.

Un análisis más detallado de los datos, nos permite comprobar el gran crecimiento que han experimentado las importaciones provenientes de Alemania, Estados Unidos, Finlandia y China, en detrimento de otros países como Italia o Austria que o bien han crecido de forma inferior al mercado, lo que implica una pérdida relativa de cuota, o bien han decrecido.

Esta tabla muestra la evolución de las importaciones a lo largo de los últimos tres años. En ella se observa un claro predominio de la importación procedente de China, que ha experimentado además un enorme aumento durante los últimos años, pasando a dominar de manera clara el mercado. Asimismo, también es importante la recuperación de Alemania, que tras haber sufrido un fuerte retroceso en sus importaciones durante los últimos años, ha sido el país que ha experimentado un mayor crecimiento en 2004.

En el año 2004 las importaciones de iluminación decorativa crecieron casi un 30%, lo que supone un mantenimiento de la tendencia iniciada en 2003, contrariamente al fenómeno de estancamiento de las importaciones que se había venido produciendo hasta 2002. Si lo comparamos con el nivel de exportaciones existente antes de la crisis, éstas han crecido casi un 90%, pasando de $46,425 millones en 1997 a $86,67 en 2004.

IMPORTACIONES ILUMINACIÓN DECORATIVA 2004 (% PARTICIPACIÓN):



Fuente: World Trade Atlas 2005

Como puede observarse, el principal exportador de iluminación decorativa a Rusia es China, que en los últimos años se ha convertido en líder indiscutible del mercado, creciendo por encima de la media, hasta el punto de que hoy en día más del 47% de las importaciones son chinas. Si lo comparamos con el nivel existente antes de la crisis, se observa un crecimiento de sus exportaciones en más de 4.200% desde entonces, pasando de $0,954 millones a $41,31 millones.

Antes de la crisis, las importaciones rusas estaban mucho más diversificadas, sin que existiera ningún dominador claro. Los líderes del mercado en aquel momento, Alemania y Finlandia, no han logrado recuperar los niveles anteriores a la crisis, llegando incluso, en algunos años, a perder cuota de mercado. El crecimiento que han experimentado las importaciones desde 1997 se debe en gran parte al fuerte crecimiento de las chinas, y en menor medida de las de otros países. Da la impresión, además, de que en este sector la producción china está alcanzando a segmentos de la población más exigentes, y que no sólo se limita a su habitual recurso de competir por precio.

En el segmento de iluminación de calidad destacan Italia, España y Alemania. Contrariamente a la tendencia observada el año pasado, la exportaciones alemanas

han experimentado un fuerte crecimiento, poniendo fin a la acusada tendencia de pérdida de cuota de mercado que habían sufrido hasta 2003. Mientras, las exportaciones italianas han seguido creciendo, pero a un ritmo mucho menor y por debajo del crecimiento global del mercado, perdiendo parte de su cuota relativa. Por lo que respecta a España, se ha invertido la tendencia de crecimiento estable que observábamos hace un año, y en 2004 ha sufrido un grave decrecimiento de sus exportaciones, de un 21,5%. Todo esto hace que la cuota relativa de España también se haya reducido. Comparando la situación actual con la existente antes de la crisis, comprobamos que las exportaciones españolas se han mantenido prácticamente inalteradas, pasando de $1,678 millones en 1997 a $1,65 en 2004, e incluso han sufrido un ligero decremento, contrastando con el crecimiento que han experimentado las importaciones de iluminación en ese período.

Esta situación se repite para todas las empresas que compiten en el nivel alto. El crecimiento de las exportaciones se ha debido al fuerte aumento de las chinas, muy por encima de la media del mercado, mientras que las importaciones de países que compiten en el segmento alto, a pesar de crecer en términos cuantitativos, lo han hecho muy por debajo de la media del mercado, con lo que igualmente han peso en el total de importaciones. Hay que tener en cuenta que se manejan datos oficiales, con lo que la importación ilegal, que proviene en gran medida de China, no se considera. Su cuota de mercado será pues aún mayor que la que indican las estadísticas oficiales.

Por lo que respecta a la desagregación de los datos por partidas, tenemos lo siguiente:

IMPORTACIONES DE ILUMINACIÓN DECORATIVA POR PARTIDAS (Mill. USD)

		VALOR EN MILL. USD			% PARTICIPACIÓN			% CAMBIO
HS	**Descripción**	**2002**	**2003**	**2004**	**2002**	**2003**	**2004**	**- 04/03 -**
940510	Lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar al techo o a la pared.	38,818	50,539	70,587	50,77	52,64	53,96	39,67
940520	Lámparas eléctricas de cabecera, mesa, oficina o de pie.	8,507	11,191	16,079	11,13	11,66	12,29	43,68

Fuente: World Trade Atlas 2004.

Es importante remarcar, que la mayor parte de la exportación española de mueble se recoge bajo la rúbrica 940510, correspondiente a "*lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado, para colgar o fijar al techo o a la pared*", representando un 75% de nuestras exportaciones de iluminación decorativa. La evolución de las exportaciones españolas a la Federación Rusa ha sido similar, descendiendo en ambos casos en un 17% respecto al año anterior.

II. NOVEDADES DEL SECTOR

1. CIERRE DEFINITIVO DE "PARTIYA – DOMINO"

El pasado mes de diciembre se produjo una reestructuración del grupo .

Nada hacía pensar a finales del pasado mes de diciembre que la reestructuración de negocio anunciada por el grupo Partiya, propietario de la cadena de tiendas de diseño de interiores "Domino", no era más que un paso hacia la liquidación total del mismo.

Así, tras separar en primer lugar las tiendas dedicadas al sector de la alta tecnología de las dedicadas al mueble, en un intento de salvar parte del negocio, los administradores del grupo han considerado más rentable abandonar el comercio minorista y alquilar los inmuebles.

Según la opinión de distintos expertos, pese a que la empresa disponía de grandes superficies comerciales en lugares estratégicos de la ciudad, la rentabilidad de la misma quedó en entredicho, especialmente cuando, tras la crisis de 1998 no fue capaz de reorientar su negocio y quedó como un centro comercial restringido a los clientes de rentas más altas.

El grupo, que hoy tiene sus puertas cerradas, disponía de 28 tiendas dedicadas a los sectores de alta tecnología y el mueble así como otros complementos de hogar, y pese a las adversidades había abierto dos nuevas tiendas en Tatarstán el pasado año y planeaba la apertura de otras nuevas en diferentes ciudades.

2. NUEVA BAJADA ARANCELARIA PARA LOS COMPONENTES DE MUEBLES

Una vez más, el gobierno apoya a los productores locales en detrimento de los extranjeros reduciendo los aranceles de los componentes.

Continuando con las medidas de descarga arancelaria para la importación de componentes de muebles, el pasado mes de agosto entró en vigor la reducción de los aranceles a la importación de entibadores y otros dispositivos análogos utilizados en muebles, que fue aprobada por el Gobierno de M. Fradkov con fecha 04 de Abril de 2004.

Esta medida se suma a la aprobada que entró en vigor el pasado 21 de Enero, y reduce nuevamente los aranceles a los componentes recogidos en la partida

arancelaria 8302 42 9000, dejándolos en un 5% frente al 10% anterior. Sin embargo, como novedad frente a la anterior reforma arancelaria, esta vez han dotado a la misma de carácter temporal, ya que la reducción arancelaria sólo estará vigente durante nueve meses, hasta el 06 de Febrero de 2006.

Una vez más, es preciso indicar que, si bien esta medida actúa en detrimento de los productores extranjeros de mueble, que no ven reducidos sus aranceles, existe una contrapartida positiva que beneficia a los fabricantes de este tipo de dispositivo, quienes si verán abaratados sus costes y mejorado su nivel de competitividad en el mercado ruso.

3. "DREAM HOUSE": APERTURA DEL MÁS EXCLUSIVO CENTRO DE DISEÑO DE INTERIORES.

A finales de este mes tendrá lugar la inauguración del nuevo y elitista centro comercial.

El próximo 29 de septiembre tendrá lugar la apertura al público del centro comercial de cuatro plantas "Dream House", dedicado al mueble y al diseño de interiores de gama alta.

Este centro comercial es el nuevo proyecto de Igor Sosin, quien anteriormente desarrollara con éxito los proyectos de creación de "Stariy Khottabich"; la entrada en Rusia de la multinacional líder europea en el campo de accesorios para la casa alemana "Obi" y, la apertura de una cadena de tiendas dedicadas a la comercialización de textil hogar, bajo la famosa marca francesa Linvoges.

Esta tienda, que se situará en las proximidades de Rublevo, la más elitista urbanización de la capital rusa, estará claramente orientada hacia los clientes de mayor poder adquisitivo, y pretende ser una alternativa para aquellos, que prefieran la exclusividad de una "pequeña" boutique frente a los grandes centros comerciales como Grand o Tri Kita. Posteriormente, según informa Business Press, está prevista la apertura de un segundo establecimiento en Olimpiiskiy Prospekt, para a continuación entrar en el mercado de San Petersburgo y, posteriormente en otras regiones de la Federación.

En Dream House, de acuerdo con sus intenciones de exclusividad, estarán presentes algunas de las más elitistas marcas dedicadas al diseño de interiores, como Hermes, Villeroy Boch, Yves Delorme, Maitland Smith, Pozzoli, Lalique, Christofle, Roche Bobois, Ralph Lauren, Provazi, Minotti, Sawaya&Moroni, Flos, Giorgetti. Asimismo, el centro comercial ofrecerá la posibilidad de arrendar superficie comercial a otras empresas, de otros sectores no relacionados con la decoración de interiores como "Bookberry", "Azbuka Vkusa", "Mir Barbi", y "Beliy Veter".

4. NUEVOS MOVIMIENTOS EN EL MERCADO HOTELERO.

Luzhkov anuncia la venta del Hotel Ukrania.

El alcalde de Moscú, Yuri Luzhkov anunció este mes la venta del total de las acciones del hotel Ukrania, que era propiedad del departamento de propiedad inmobiliaria del ayuntamiento moscovita.

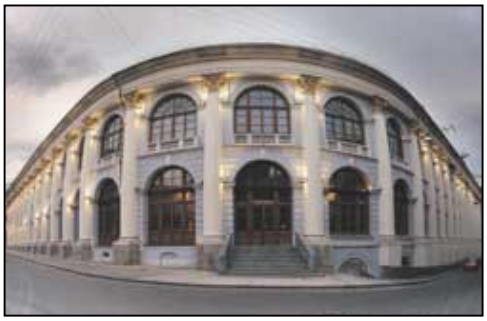
Este hotel, situado en Kutuzovskiy Prospekt, es uno de los más famosos de Moscú, pero, pese a que el hotel estaba catalogado como de 4 estrellas, no había sido reformado en los últimos 50 años.

Así, se espera que con la apertura del concurso público el ayuntamiento encuentre comprador interesado en la adquisición y consiguiente reforma del hotel, que al estar catalogado como monumento arquitectónico no puede ser derribado.

Esta circunstancia puede constituir un problema serio para el desarrollo exitoso del concurso público, ya que sumando el coste de la reconstrucción al valor total del 100% de las acciones, la inversión total se podría cifrar en 250 millones de dólares. Esto implicaría, siempre según especialistas del sector, un período mínimo de amortización de la inversión de doce años, cuando la media del sector en Moscú está entre seis y ocho años.

Nuevo hotel de la cadena NOVOTEL en el Gostinny Dvor

Así mismo, otro emblemático edificio de Moscú está a punto de convertirse en un hotel gestionado por la cadena Accor bajo la marca Novotel. El Gostinny Dvor, que habitualmente acoge distintas ferias, será el tercer hotel de la marca en Moscú, tras los de Sheremetyevo y Novoslabodskaya. Según los planes iniciales el hotel tendrá una superficie de 15.500 m2 que se repartirán en 218 habitaciones.



5. CASTORAMA ENTRA EN EL MERCADO RUSO.

La compañía británica Kingfisher prevé comenzar su entrada por Samara, San Petersburgo y Rostov.

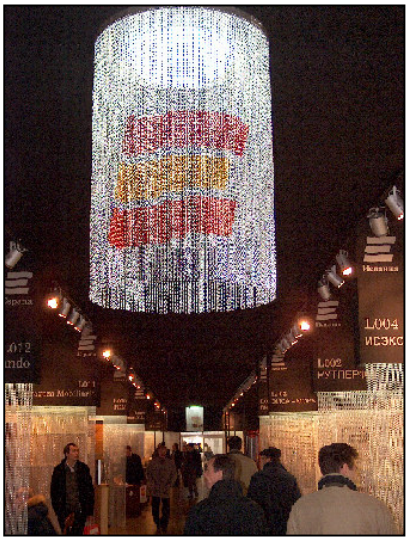
Según informa Vedomosti en su edición de 15 de Julio DE 2005, la compañía británica que posee más de 600 tiendas en Europa y Asia bajo las marcas BBQ, Castorama, Brico Deport y Screwfix Direct, prevé abrir su primer gran almacén en Rusia en Febrero de 2006.

Así, la firma, que prevé abrir hasta 50 tiendas en la Federación Rusa considera que la estrategia más adecuada de entrada en el país comienza por las regiones, y prueba de ello es que su primer establecimiento se encontrará en Samara, para continuar con San Petersburgo y Rostov na Don, para después entrar en el mercado moscovita.

Castorama se dedica principalmente a la venta de artículos para el diseño y la construcción de interiores, mercado que según expertos independientes de la compañía OBI podría cifrarse en aproximadamente entre 5.000 y 6.000 millones de dólares.

6. MEBEL 2005: PABELLÓN OFICIAL DE ICEX.

Como viene siendo habitual durante los últimos años el Instituto de Comercio Exterior estará presente en la Feria Mebel con un Pabellón Oficial formado por 40 empresas.



Como cada año, en noviembre tendrá lugar la celebración de Mebel, la feria más importante del sector del hábitat en Rusia.

El Instituto de Comercio Exterior, conforme viene haciendo desde hace 10 años, participará en esta edición bajo la modalidad de un Pabellón Agrupado, formado por empresas españolas fabricantes de mueble, textil hogar e iluminación decorativa. En esta ocasión, el Pabellón español ocupará una superficie de 1850 m^2 y contará con la presencia de 40 empresas.

Como novedad, en esta decimoséptima edición de la Feria, está previsto el desarrollo de parte de la misma en

el renovado recinto ferial de Manezh. En este recinto, situado en pleno centro de Moscú, junto al Kremlin, estarán distintos pabellones de imagen, entre los que se encontrará el del Instituto Español de Comercio Exterior.

Asimismo, continuando con la política de promoción del mueble español en la Federación Rusa, esta Oficina Comercial llevará a cabo en Septiembre una misión inversa de empresarios a las ferias FIM/FIAM de Valencia, a las que acudirá un grupo de empresarios y periodistas rusos. En esta ocasión, cabe destacar como novedad la procedencia regional de los empresarios rusos, de acuerdo con el cada vez más evidente desarrollo de las regiones rusas.

7. CONTINÚAN LAS OBRAS EN LOS GRANDES AEROPUERTOS.

Mientras Domodedovo continúa con sus obras y Sheremetyevo planea su tercera terminal, les toca el turno a Vnukovo y Pulkovo.

Es evidente que todos los grandes aeropuertos de Moscú y San Petersburgo están necesitados de grandes obras y reformas que los modernicen y adapten a los estándares internacionales.

Así, si en anteriores boletines hablábamos de la reconstrucción de Sheremetyevo, el principal aeropuerto moscovita, ahora será en el aeropuerto de Vnukovo donde se construya una nueva terminal que permita al aeródromo de Vnukovo acoger hasta 15 millones de pasajeros al año y competir con Sheremetyevo y Domodedovo en número de vuelos internacionales.

Por otra parte, en la ciudad del Báltico se prevé asimismo la reconstrucción del aeropuerto de Pulkovo con la ampliación de las pistas y terminales que permitan al aeródromo obtener la certificación necesaria para acoger aviones de nueva generación, certificación que hasta el momento sólo tiene una de las pistas de Sheremetyevo en toda la Federación Rusa.

III. OPINIÓN DEL EXPERTO

Entrevista con Yulia Drapezo, compañía ARTE DOMO

A pesar de ser este un número dedicado a la iluminación decorativa, en este caso, por su interés, dedicamos nuestra sección de entrevistas a expertos a la empresa ARTE DOMO, una de las principales compañías rusas especializadas en la importación y venta directa de textil para hogar, de los segmentos medio y alto.

La empresa "ARTE DOMO" trabaja exitosamente en el mercado ruso de textil para hogar desde hace tiempo. ¿Cómo determinarían ustedes este nicho de mercado? ¿Qué segmento del textil hogar se considera el más importante? ¿Quiénes son sus clientes potenciales?

El nicho de mercado, en el que la empresa Arte Domo lleva más de siete años trabajando, es el de los tejidos y textiles de decoración de alto nivel. Hace cuatro años decidimos trabajar como distribuidores y representantes de los productores de más alta gama.

El segmento en el que Arte Domo hace su más firme apuesta, es el de las cortinas. Los tejidos para el tapizado de muebles ocupan, por su parte, el 20% del volumen de negocio de la empresa.

Los principales participantes en este segmento de mercado son los creadores de colecciones de tejidos para la decoración y sus distribuidores en el mercado ruso. Asimismo, los principales clientes son los salones distribuidores de cortinas, estudios de diseño y decoración, arquitectos y, ya en un segmento diferenciado, hoteles.

¿Con qué fabricantes españoles trabajan? ¿Cuáles son las ventajas y defectos de los mismos en comparación con sus principales competidores (italianos, alemanes y demás)? ¿Con qué criterio seleccionan sus importaciones de nuevas colecciones?

Para nosotros, nuestros proveedores son nuestros socios - colaboradores, desde el momento en que nosotros representamos sus intereses en el mercado ruso. La superación de la simple compra a los exportadores y productores, tuvo lugar hace unos años, cuando la empresa abandonó el comercio minorista y dejó de posicionarse como un simple salón de decoración para pasar a convertirse en un showroom especializado en la distribución. Así, nuestro principal objetivo no sólo es comprar y vender tejidos, sino la promoción de nuevas colecciones en Moscú y el resto de regiones de Rusia.

Uno de los principales defectos de todos los productores y creadores europeos, además del desconocimiento y falta de entendimiento del mercado ruso, es el miedo a confiar su colección y sus operaciones en este mercado a una sola empresa, lo cual, desde un punto de vista psicológico, es bastante fácil de entender con tan sólo observar el mapa de Rusia, con un territorio tan extenso, prácticamente sin conquistar en todas las direcciones. Sin embargo, son pocos los que reflexionan y entienden que, los criterios y las decisiones de compra en el mercado de los textiles para interior sólo ahora empiezan a equipararse a los estándares europeos, y que los clientes potenciales, capacitados para entender el mercado y pagar, cabrían en cualquier pequeño país europeo.

Por lo que respecta a los españoles, a diferencia de los italianos y alemanes, están menos adaptados al mercado desde el punto de vista de diseño de sus colecciones. Por ejemplo, la tradición española, conocida como "visilleria", con tejidos semitransparentes, no es bien recibida en nuestro mercado. En Rusia no se utilizan persianas exteriores para defenderse del sol, por lo que en las ventanas habitualmente se colocan dos o tres capas de tejidos, de los cuales el "tul" debe ser translucido.

Por lo que respecta a los criterios de selección de exportadores y colaboradores, los más importantes son el nivel de calidad de sus colecciones, su diseño, la presencia en sus de sus colecciones de todos los principales tipos de tejidos decorativos, la calidad en el acabado de sus trabajos y por último, la posibilidad de establecer una adecuada relación personal.

¿Cuáles son los principales problemas con que se enfrentan los fabricantes europeos de textil hogar en el mercado ruso? ¿Es posible evitar estos problemas de algún modo?

En nuestra área de trabajo, con textiles de altas colecciones, el principal problema de los exportadores europeos es la ausencia de representaciones y distribuidores en Rusia. Igualmente, es problemática la carencia de colaboradores, con amplio conocimiento de sus colecciones e interesados en promocionarlas y distribuirlas, en quien sea posible confiar, y con quien se pueda hablar en una lengua común. En las actuales condiciones rusas, este factor se pone de manifiesto negativamente en la imagen (la colección aparece y se distribuye en lugares inadecuados) y en el aspecto financiero (se produce un fenómeno de dumping entre los operadores minoristas).

¿Existen especificidades regionales en este mercado?

Los conocimientos y experiencia acumulados en los distintos países durante varias décadas, en Rusia se están adquiriendo en unos pocos años. Tal velocidad de adaptación y entendimiento de lo nuevo contrasta con la velocidad de trabajo de nuestros socios. Nuestros clientes no están preparados para esperar tejidos durante dos meses. Nosotros tampoco podemos mantener en los almacenes moscovitas tejidos de colecciones de alto diseño durante largos períodos de tiempo, al igual que queremos ir a la moda en otros aspectos.

Además, a esto se añade un bajo nivel de profesionalismo, que sólo permite pensar en proyectos muy limitados y que no admiten ninguna adaptación a las necesidades actuales.

Por ello, la principal especificidad de este mercado es la necesidad de rapidez de respuesta: “se necesita todo para ayer”. Sin embargo, también es cierto que existe una tendencia hacia unas decisiones de compra más avanzadas y un crecimiento del nivel de profesionalismo.

Desde su punto de vista, comente, por favor, cuáles son las principales tendencias, direcciones y perspectivas de desarrollo del mercado del textil hogar en Rusia.

En mi opinión, una de las principales tendencias, es el cambio en la distribución de fuerzas relacionada con el crecimiento de la producción en China. Aun así, me inclino a pensar que la situación actual puede ser positiva, ya que aquellos que determinaron correctamente sus actividades y se enfocaron hacia la distribución de productos de diseño de alta calidad, gozan de unas altas posibilidades de desarrollo.

En Rusia la primera época de acumulación de experiencia y conocimientos relativos a la calidad ya pasó. Ahora nos toca explicar que los altos niveles de calidad no pueden ser baratos. Todo esto crea un campo favorable para nuevos trabajos.

IV. NOTICIAS SECTORIALES DE LAS REGIONES DE RUSIA: LA REGIÓN DE KRASNODAR.

La región de Krasnodar, la más meridional de la Federación Rusa, situada junto a los mares Negro y de Azov, cuenta con una población ligeramente superior a los cinco millones de habitantes, concentrados principalmente en las ciudades de Krasnodar, Novorosiisk y Sochi.

La Economía de la región se encuentra ampliamente diversificada, y en ella aparecen representados los sectores agrícola, forestal, industrial, así como el sector servicios.

Por lo que respecta al sector agrícola cabe destacar que su volumen representa el 2.2% de la producción agrícola de la Federación Rusa, concentrando, entre otras, la mayor parte de la producción vinícola rusa.

En cuanto a los sectores energéticos e industrial, estos están claramente concentrados en torno al transporte y refino de petróleo y derivados, ocupando un segundo lugar la manufactura de equipamiento pesado y de materiales de construcción. Asimismo, hay una creciente industria textil y peletera en la región, localizada en la capital de la región, Krasnodar.

Por último, y en lo que se refiere al sector servicios, la región de Krasnodar es una de las más turísticas de Rusia, gracias a su situación junto a la costa del Mar Negro. Así, se encuentran muy desarrolladas las industrias turística (especialmente en la ciudad de Sochi – una estación popular con clima subtropical y un famoso balneario, se sitúa en la costa este del Mar Negro, debajo de las impresionantes montañas del Cáucaso) y de transportes: la región cuenta con los aeropuertos internacionales de Krasnodar, Sochi-Adler y Anapa así como con 8 puertos marítimos con tráfico internacional, siendo el más destacado el de Novorosiisk. Asimismo, la situación estratégica de la Región hace que sea tránsito obligado para gran parte del crudo del Mar Caspio en su salida hacia el Mar Negro.

Por otra parte, la región ocupa el sexto puesto en la Federación Rusa por volumen de inversiones en su economía. Principalmente estas inversiones están orientadas hacia los sectores energético, de transportes y telecomunicaciones, la construcción, la agricultura y los sectores manufactureros. Gran parte de estas inversiones tienen como protagonistas a empresas extranjeras, entre las que destacan Philip Morris, Chevron, Nestlé, Bonduelle, Radisson, Pepsi Cola y Tetra Pak. Así, según la administración regional, son más de 60 los países con los que la región mantiene relaciones comerciales, siendo sus mayores socios EEUU, Gran Bretaña, Italia, Alemania Austria, China y las repúblicas ex soviéticas.

En 2002 la contribución de la Región de Krasnodar al PIB nacional fue del 2.4%, cifra que, a efectos comparativos supone el 75% de lo aportado por San Petersburgo, y se debe, entre otras causas, a la ya citada posición geográfica favorable, que actúa como factor atrayente de las inversiones extranjeras.

Por último, en lo que respecta al reparto de la riqueza en Krasnodar, los niveles de renta son muy inferiores a los de las dos grandes ciudades de Rusia -Moscú y San Petersburgo-. Así, puede observarse una situación de gran disparidad de rentas, donde están presentes tanto rentas muy altas como muy bajas, siendo evidente que en esta región, el fenómeno que ya aparece en Moscú y San Petersburgo de surgimiento de una clase media, es aun muy incipiente.

Si el análisis desciende al sector del hábitat, en las ciudades de Krasnodar y Sochi, al igual que en el resto de la Federación Rusa, observamos que este se encuentra dividido en dos grandes grupos. En primer lugar, aparecen aquellos salones dedicados al segmento de mueble de lujo y que importan sus productos principalmente de Italia, Alemania, Francia y en menor medida de España. También es perceptible una cierta especialización hacia el mueble del sector contract y la elaboración de proyectos en Sochi, debido a la gran importancia de la industria hotelera existente en la ciudad.

El resto del mercado ocupado por los segmentos de precio medio y medio bajo, se encuentra cubierto por grandes tiendas de estilo soviético y cuyo producto es principalmente ruso o procedente de China y otros países asiáticos.

Así, los almacenes del primer sector, dedicados al mueble de gama alta y de lujo, disponen de amplios salones que podrían perfectamente satisfacer los estándares europeos. El resto se caracteriza por sus bajos niveles de calidad, su mezcla de gamas, estilos y diseños y sus infraestructuras obsoletas.

Por lo que se refiere a las distintas empresas, hay que destacar a "Prestige Furniture" y a "Arkas" en Krasnodar. La primera, dispone de tres tiendas de mueble de gama alta (Exclusive y Prestige – Interior, dedicados ambos al mueble clásico y Venetsia, salón orientado hacia el mueble contemporáneo). Trabajan directamente con Italia, de donde importan marcas como Selva, Fendi, Moroso... Su espectro abarca distintos tipos de mobiliario, dedicándose además al mueble de oficina, mueble de cocina, y al diseño de interiores.

Por su parte,"Arkas" importa mueble de gama alta de Italia, trabajando directamente con más de 300 fábricas de este país. Además del mueble de hogar, "Arkas" comercializa aparatos de iluminación, artículos de decoración, textil hogar, mueble contract... También realiza servicios de consultoría, de gestión de proyectos y de diseño de interiores. La empresa lleva muchos proyectos para el mercado local de contract.

Respecto a las importaciones de España, en la ciudad está presente la empresa "Discom" con su exposición de unos 500 m^2 en un centro comercial.

Ya en un segmento intermedio, en Krasnodar está presente la empresa SBS Firm. Es el fabricante y distribuidor más grande del Sur de Rusia, y dispone de una red de centros comerciales dedicados al mueble de gama media-baja ("supermercados de muebles"). Además del mueble de hogar comercializan mueble de oficina, mueble para hostelería, mueble modular, artículos de decoración de vidrio, cristal, azulejos y cerámica, aparatos de iluminación. Trabajan con Bielorrusia, España, Italia, Bélgica.

Por lo que respecta a Sochi, cabe hacer mención a la empresa "Softline" y "Kalipso". Softline se dedica en exclusiva a la elaboración de proyectos de gama alta y al mueble contract y para colectividades. No obstante, en la actualidad sólo importa productos de Italia. Por su parte, Kalipso se especializa en el mueble para hogar y el mueble de cocina procedente de Italia, de donde lleva más de 10 años importando sus productos. Entre otras empresas que comercializan mueble de gama alta, hay que destacar show-room de mueble italiano "Pitty" (Fendi, Moroso, Flexform) que forma parte del grupo italiano "Pitty" con su oficina central en Moscú.

Finalmente, tanto en Krasnodar como en Sochi existen otro tipo de tiendas que comercializan productos de una calidad inferior, a unos precios mucho menores y cuya procedencia es principalmente rusa y china. Ejemplo de este sector es el centro comercial "Centro Comercial Rojo", establecido a modo de supermercado y centrado principalmente en el mueble de hogar de gamas media y media baja.

V. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Durante los años 2004 y 2005 se llevaron a cabo las siguientes actividades de promoción:

* **Misión Inversa de empresarios** del sector Textil Hogar a la Feria de Textil Hogar de Valencia en Enero de 2005.

* **Seminario del sector "Textil Hogar"** en Onteniente, Alicante en Mayo de 2005. Se contó con la presencia de 70 empresas del sector y con la participación de tres ponentes rusos, representantes de las empresas Arte Domo, Ametist y Bk Tex).

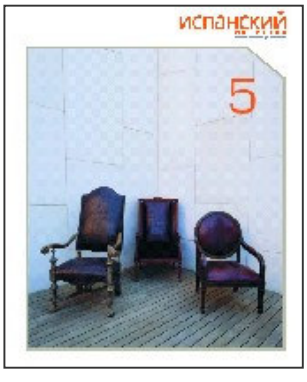
* **Viaje de prospección a la región de Rostov-na-Don** en Febrero de 2005. (Ver boletín Nº 4).

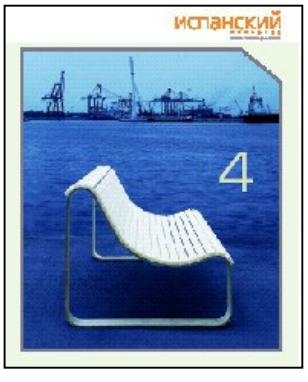
* **Viaje de prospección a la región de Samara** en Marzo de 2005. (Ver boletín Nº 5).

* **Viaje de prospección a Bielorrusia (Minsk)** en Abril de 2005.

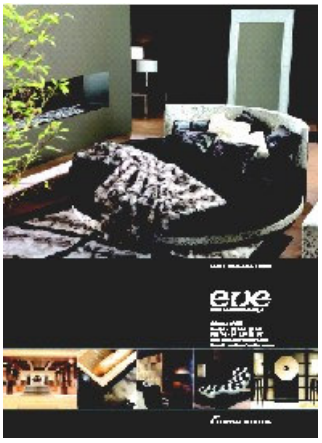
* **Viaje de prospección a la región de Krasnodar** en Junio de 2005.

*** Mailing directo de 6 números de la Newsletter "Ispansky Interier"** (El Interior Español) editado en ruso con una circulación aproximada de 12.000 ejemplares por número. El mailing directo fue realizado a principios de Julio, principios de Septiembre, finales de Noviembre de 2004, principios de Enero, Junio 2005 y Septiembre de 2005 para informar a los clientes potenciales y a los profesionales del sector de hábitat ruso: diseñadores, arquitectos, importadores y distribuidores sobre las novedades del sector de hábitat español.





*** Campaña de publicidad en la prensa especializada:** fueron realizadas varias inserciones publicitarias en revistas, dedicadas a la arquitectura y diseño de interior, como *Taburet*, *Salón Interior*, *Mezonin*, *Material Magazine* y *Tekhnologuii Stroitelstva.*



* **Pabellón informativo de ICEX en la feria Euroexpomebel:** el Instituto Español de Comercio Exterior estuvo presente en esta feria, que tuvo en "*Krokus Expo"* entre los días 16 y 20 de mayo, con un pabellón informativo, en el que se dio a conocer la oferta española de mueble y textil hogar (Ver boletín Nº5).

*** Presentación y distribución de la versión rusa de la Guía de Diseño Español:** se realizó durante la ceremonia de entrega de premios a los mejores arquitectos rusos, que tuvo lugar el 17 de noviembre. Asimismo, se distribuyeron más ejemplares de esta guía en las ferias *100% Design Moscow*, y *Euroexpomebel* (Ver boletín Nº3) .

* **Servicio de Prensa**: continuará funcionando un servicio de agencia de noticias, que informa de las novedades del sector de hábitat español a los medios de comunicación rusos, con el objetivo de conseguir espacio redaccional gratuito en los medios especializados y de decoración.