№II
BOLETÍN DE NOTICIAS: EL SECTOR DEL HÁBITAT EN LA FEDERACIÓN

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 2º 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.*

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 a la dirección de correo moscu@mcx.es.

SUMARIO

SUMARIO.....3

I. ANÁLISIS DE MERCADO: sector del hábitat en la Federación Rusa.....4

1.1 COYUNTURA: sector de la iluminación decorativa.....4
1.2 NOVEDADES DEL SECTOR.....6

II. OPINIÓN DEL EXPERTO: entrevista con el presidente de "Idalgo-Holding".....8

III. NOTICIAS SECTORIALES DE LAS REGIONES DE RUSIA: mercado del hábitat en Uzbekistán.....10

IV. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN.....12

I. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1 COYUNTURA: continúa el crecimiento del mercado de iluminación decorativa.

La coyuntura en el mercado de la iluminación decorativa en Rusia en el último año se ha caracterizado por un fuerte crecimiento. Las valoraciones que preveían una estabilización en las ventas han sido claramente superadas. No todos los jugadores con presencia en el mercado han sido, sin embargo, capaces de aprovechar la buena coyuntura. Lamentablemente, las importaciones de origen chino han seguido ganando cuota de mercado. España, por su parte, sigue poco a poco aumentando sus operaciones en el mercado, aunque a un ritmo menor que otros competidores.

El mercado de la iluminación decorativa en Rusia se caracteriza por el fuerte peso que tiene la importación, frente a una producción nacional muy pobre y de una calidad muy baja. Esta circunstancia ha sido aprovechada por las empresas extranjeras para hacerse rápidamente con un hueco en el mercado, hasta el punto de que hoy en día, en los principales centros del país, tales como Moscú y San Petersburgo, el peso de las importaciones en el mercado es del 85%-90%. En las regiones, no obstante, dicho peso no es tan alto, y el producto importado que podemos encontrar es básicamente chino, y para el segmento alto alemán o austriaco.

No obstante, a pesar de lo apuntado anteriormente, un estudio del reparto de las importaciones nos lleva a la conclusión de que hoy en día el mercado está prácticamente dominado por los productos provenientes del Sudeste Asiático, principalmente China, que en el año 2003 tenía una participación en el total de las exportaciones del 45,16%. Éstas han crecido de manera ininterrumpida en los últimos años, pasando a dominar de manera clara el mercado, en detrimento de Alemania, cuyas exportaciones han sufrido en los últimos años un enorme retroceso.

EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE IMPORTACIONES 2001 – 2003

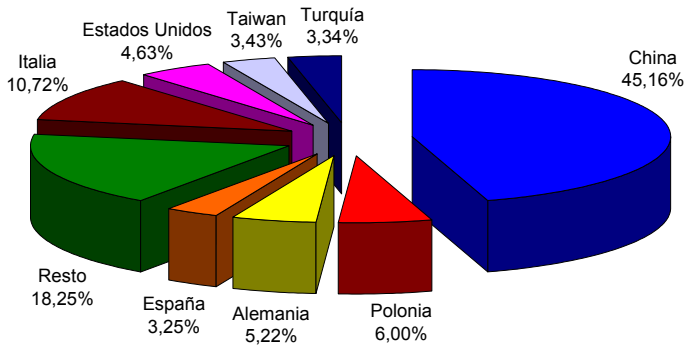
	Valor en mill. USD			% Participación			% Cambio
País	2001	2002	2003	2001	2002	2003	03/02
Total mundial	46,75	47,33	61,73	100	100	100	30,44
China	7,24	16,93	27,88	15,48	35,77	45,16	64,68
Italia	5,25	5,94	6,62	11,23	12,55	10,72	11,43
Polonia	2,45	3,46	3,71	5,24	7,31	6,00	7,15
Alemania	16,42	4,08	3,22	35,13	8,62	5,22	-21,00
Estados Unidos	0,45	0,23	2,86	0,96	0,48	4,63	1161,22
Taiwan	3,64	2,55	2,12	7,78	5,38	3,43	-16,84
Turquía	0,73	1,52	2,06	1,55	3,22	3,34	35,34
España	**1,34**	**1,88**	**2,01**	**2,86**	**3,97**	**3,25**	**6,75**
Austria	1,55	1,54	1,83	3,32	3,26	2,97	18,89
Finlandia	1,81	1,90	1,52	3,87	4,01	2,46	-19,90
República Checa	1,47	2,20	1,24	3,14	4,65	2,01	-43,60
Bélgica	0,93	0,83	1,05	1,99	1,76	1,70	26,25
Francia	0,57	0,58	0,86	1,22	1,23	1,40	47,58
Reino Unido	0,30	1,01	0,47	0,64	2,12	0,77	-52,86
Países Bajos	0,16	0,18	0,38	0,33	0,38	0,62	112,15
Hungría	0,33	0,28	0,37	0,70	0,59	0,61	33,76
Noruega	0,01	0,05	0,36	0,02	0,10	0,59	699,79
Suiza	0,02	0,04	0,35	0,05	0,08	0,56	852,03
Suecia	0,32	0,47	0,34	0,69	1,00	0,55	-28,72
Ucrania	0,40	0,47	0,30	0,86	1,00	0,49	-36,17

Fuente: Comité Estatal Aduanero

En el año 2003 las importaciones de iluminación decorativa crecieron un 30%, lo que supone un cambio importante respecto del año 2002, durante el cual éstas apenas crecieron, e incluso podría considerarse que decrecieron en términos reales. Si lo comparamos con el nivel de exportaciones existente antes de la crisis, éstas han crecido en torno a un 33%, pasando de $46,425 millones en 1997 a $61,73 en 2003.

IMPORTACIONES RUSAS DE ARTÍCULOS DE ILUMINACIÓN 2003

% PARTICIPACIÓN



En lo que al reparto por países se refiere, como ya se ha comentado anteriormente, el principal exportador de iluminación decorativa a Rusia es China. En los últimos años, China se ha convertido en el líder indiscutible del mercado, creciendo por encima de la media, hasta el punto de que hoy en día

más del 45% de las importaciones son chinas. Si lo comparamos con el nivel existente antes de la crisis, vemos que sus exportaciones han crecido un 2822% desde entonces, pasando de $0,954 millones a $27,88 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, es más, siguen perdiendo cuota de mercado. Podemos observar que 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. Parece que Italia está consolidando su posición, mientras que Alemania, como se ha comentado, sigue perdiendo cuota de mercado, a pesar de que controla una parte de la distribución en Rusia. España se mantiene también en un crecimiento estable, sí bien por debajo del crecimiento del mercado. Si comparamos la situación actual con la existente antes de la crisis, comprobamos que las exportaciones españolas aumentaron en torno a un 19,55%, pasando de $1,67 millones en 1997 a $2,006 en 2003. Si lo comparamos con el crecimiento que han experimentado las exportaciones en ese período, que ha sido de aproximadamente un 33%, vemos que la posición española ha tendido a perder cuota de mercado. Esta situación se repite para todas las empresas que compiten en el nivel alto.

El crecimiento global de las exportaciones se ha debido al fuerte aumento de las chinas, muy por encima de la media del mercado, mientras que las exportaciones 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 perdido peso en el total de importaciones. Hay que tener en cuenta, además, que estamos utilizando datos oficiales, con lo que la importación ilegal, que proviene en gran medida de China, hace que su cuota de mercado sea aún mayor que la que indican las estadísticas oficiales.

1.2 NOVEDADES DEL SECTOR

1. El ayuntamiento de Moscú reconstruirá el hotel “Rossia”

El alcalde de Moscú, Jury Luzhkov, ha tomado la decisión de demoler el hotel Rossia, uno de los más grandes de Rusia y Europa, y construir en su lugar un complejo multi-funcional. Las empresas más importantes del sector de la construcción van a participar en el concurso de proyectos para ´rellenar´

este espacio enorme, que está situado en el pleno centro de Moscú.

El hotel "Rossia", construido en el año 1967, está situado muy cerca del Kremlin y ocupa una superficie total de 240,000 m^2. Éste está formado por 4 edificios de 12 plantas cada uno conectados entre sí, contando con un total de 3000 habitaciones.

El plan para su reconstrucción se enmarca dentro de la fuerte eclosión que se está produciendo en el sector de la construcción, especialmente hotelera. Proyectos anteriores en el sector hotelero fueron la demolición, para su posterior reconstrucción, de antiguos hoteles de la época soviética: "Moskva", "Inturist", "Minsk" etc. Esta situación va a producir, muy previsiblemente, un aumento de la demanda de equipamiento para la hostelería, desde mobiliario para proyectos de contract, hasta equipamiento para hoteles, textiles para el hogar, etc.

2. GIMÉNEZ abre su primera tienda en Moscú

El día 3 de junio 2004, se inauguró en Moscú la tienda GALERIA GIMÉNEZ, un proyecto conjunto del fabricante de mueble español GIMÉNEZ y la empresa rusa MasterDom, que se dedica a la importación de artículos de iluminación, azulejo y papel pintado.

Situada en la céntrica Komsomolski prospekt, 36, la tienda *GALERIA GIMENEZ* cuenta con una superficie de exposición de más de 600 metros cuadrados y puede convertirse en el referente de la oferta del mueble español en la ciudad de Moscú: gabinetes de Collection GIMENEZ, sofás de Tecni Nova, iluminación de Creval y Almerich, complementos de decoración de Soher, alfombras Peña.

Esta es la primera tienda de mueble español de tipo "boutique" que se abre en Moscú. Según el presidente de la compañía, el Sr. Miguel Ángel Giménez, la apertura de este salón es la culminación de más de 10 años de ventas en el mercado ruso.

Actualmente, los productos de GIMÉNEZ están presentes en las ciudades de Moscú, San Petersburgo, Nizhni Novgorod y Stavropol. Entre los proyectos más interesantes de la empresa en el mercado de la antigua Unión Soviética hay que destacar el despacho y la recepción del presidente de Kazajstán, los despachos de los directores de Gazprom y la residencia del presidente de Letonia.

3. ODALIA: nueva imagen de marca de DIATKOVO

DIATKOVO, unos de los gigantes rusos del mueble, tiene previsto lanzar en otoño una nueva línea de muebles bajo la marca ODALIA. Los nuevos modelos, fabricados con tecnología y diseño alemanes, pretenden hacerse un hueco en el segmento medio-alto, ocupado hasta ahora por los productos de los fabricantes extranjeros.

En agosto de 2003, la empresa Diatkovo inauguró su nueva fábrica, equipada con tecnología alemana y contrató asimismo los servicios del gabinete de diseño *Siegfried Schelbach*. Entre sus planes de expansión prevé, además, la creación de su propia red de tiendas, bien en propiedad, bien bajo el sistema de franquicia. La nueva política de Diatkovo sirve como muestra de los cambios que se están produciendo en la industria del mueble ruso. Este esfuerzo por mejorar la calidad y el diseño del producto pretende ir acompañado de una mejora del servicio al cliente, así como por la creación de una imagen de marca definida.

Durante la última edición de la Feria Evroexpomebel, esta colección fue acogida con entusiasmo tanto por la calidad de los materiales y del acabado, como por su diseño moderno y "europeo". No obstante, los fabricantes rusos siguen encontrándose con el problema de la falta de calidad de los componentes fabricados en Rusia, con lo que tienen que recurrir a los importados, encareciendo la producción.

4. La Semana de la Decoración en Moscú contó con la presencia de Lladró

Durante la 4ª edición de la "Semana de la Decoración" (Nedelya Dekora) que se celebró entre el 9 y el 13 de junio 2004 en el "Moskovsky Dom Khudoszhnika" (La Casa de Artista de Moscú), estuvo presente la empresa española Lladró, con un stand propio.

La Semana de la Decoración está organizada por la revista "Mezonin" y se diferencia de otros acontecimientos feriales por ofrecer a los diseñadores -rusos y extranjeros- un espacio en el que éstos exponen un espacio integral de diseño. La 4ª edición ha supuesto el despegue definitivo de este evento, calificado unánimemente como un éxito por la calidad de los productos expuestos, el público asistente, la organización, etc.

De entre los participantes en esta feria llamaba la atención la exposición del famoso fabricante español Lladró, que presentaba sus productos de porcelana como parte de un espectáculo teatral del siglo XVIII.

Los productos de la empresa Lladró tienen mucho éxito en Rusia. Actualmente, la empresa cuenta con dos tiendas en Moscú: una en el centro comercial de lujo Petrovsky Pasaje y otra en Rublevskoye Sh.42/1, otra de las zonas más prestigiosas de la ciudad.

5. Gran afluencia de visitas de los países de la antigua Unión Soviética a FIM-FIAM

Por segundo año consecutivo se ha registrado un gran número de visitantes en la Feria del Mueble de Valencia. Un importante grupo de compradores de Rusia, Ucrania, etc. parece haber incluido en sus agendas a FIM-FIAM como uno de los acontecimientos a tener en cuenta a nivel internacional.

Según la opinión generalizada entre los profesionales tanto Rusia como Ucrania se han convertido en uno de los pocos destinos de las exportaciones españolas que sigue creciendo con fuerza. Parte de los visitantes han sido invitados a iniciativa del Instituto Español de Comercio Exterior y las asociaciones sectoriales (ANIEME y FEDAI), así como de la propia Feria de Valencia.

Además, como viene siendo habitual en las últimas ediciones, entre los invitados había también periodistas de algunas de las más prestigiosas revistas de los sectores de hábitat, para dar cobertura informativa a la feria y a las novedades de las empresas en Rusia. Algunas de las empresas invitadas -líderes en sus respectivos mercados- como por ejemplo Domino, Kraft, Ruslan-Myobel, etc. (mueble) o Pile y Modul (iluminación) manifestaron su sorpresa por la calidad y variedad de la oferta española.

II. OPINIÓN DEL EXPERTO

Foto: M.Lebedev, "Idalgo-Mebel"

El holding comercial e industrial "Idalgo" viene trabajando en el mercado ruso de muebles desde el año 1998. En sus tiendas, la empresa presenta una exposición muy variada de muebles, iluminación y complementos de decoración de unas 50 fábricas españolas: Zaragoza, Taymoble, Canella, Gimenez, Almerich, Aparicio, Danona, Vidal Grau, Royal, Tecni Nova, etc.
Nos hemos entrevistado con el Sr. Maksim Lebedev, director del consorcio "Idalgo-Mebel".

Sr. Lebedev, su empresa lleva muchos años importando mueble de España. ¿Podría comentarnos brevemente la historia y el perfil del consorcio "Idalgo?"

Nuestra empresa se creó en 1998. Hace varios años ya que el consorcio "Idalgo-Mebel" es el distribuidor exclusivo de toda una serie de fábricas españolas en el mercado ruso. Somos mayoristas y minoristas a la vez, porque

vendemos muebles a través de una amplia red de distribución en Moscú y en las regiones. Uno de nuestros objetivos es prestar información a los clientes rusos sobre los fabricantes de mueble españoles que ofrecen la mejor relación calidad-precio.

Desde hace algún tiempo "Idalgo-Mebel" importa mobiliario contemporáneo además del mueble clásico, que sigue estando muy de moda en Rusia. ¿A qué se debe el crecimiento del interés por el estilo moderno?

Desde hace muchos años visito regularmente la Feria de mueble (FIM) en Valencia para observar las nuevas tendencias y traer los modelos más interesantes a Rusia. Hay que señalar que el mueble de estilo clásico supone un 70%-80% del mercado ruso. Lo clásico ofrece una gran variedad, un espectro de estilos que permite a los diseñadores escoger el mobiliario a su gusto, según su carácter, así como según el diseño e interior del edificio.

De este modo, el principio de nuestra actividad está ligado al estilo clásico. En los últimos años, sin embargo se ha ido formando una demanda de mueble contemporáneo. Supongo que esta es una tendencia que responde a unas causas objetivas. Hasta hace poco tiempo, en nuestro país la gente acomodada era de una cierta edad. Es de todos conocido que las personas que tienen más de 40-50 años prefieren el estilo clásico, debido a su gusto conservador, su idiosincrasia, estilo de vida, etc. El mueble clásico era, pues, un "*a priori*" para ellos. El mobiliario contemporáneo por su parte está orientado más bien a personas menores de 35 años, que, hasta hace poco tiempo, no podían permitírselo. En mi opinión, este tipo de mueble no es nada conservador, es bastante extravagante, a veces su diseño puede parecer un poco extraño.

Hoy en día, sin embargo, se puede observar el crecimiento de la demanda de mueble contemporáneo gracias a la aparición de un nuevo auditorio de gente joven con un gran poder adquisitivo que le permite comprar mueble español de marca.

No podemos olvidar que los fabricantes italianos fueron "los pioneros" en el mercado ruso. No obstante, las empresas españolas también fabrican colecciones de estilo moderno que llaman la atención por su alta calidad. En particular, los españoles no suelen reducir el grosor de la chapa a diferencia de los italianos.

III. NOTICIAS SECTORIALES DE LAS REGIONES DE RUSIA: REPÚBLICA DE UZBEKISTÁN

La República de Uzbekistán constituye el centro geográfico y el principal mercado (25 millones de habitantes aprox.) de una región, Asia Central, sobre la que actualmente confluyen muchos intereses económicos y políticos y en la que los países occidentales están cada vez más presentes.

Uzbekistán es un país con un nivel de ingresos bajos (renta per cápita anual de 460 dólares) que basa principalmente su economía en la agricultura, concretamente en las exportaciones de algodón, al ser uno de los principales productores mundiales. La política económica puesta en práctica desde su independencia de la Unión Soviética ha lastrado su crecimiento económico. Se optó por una política proteccionista de sustitución de importaciones para favorecer una industria nacional que era ineficiente y generadora de una ingente deuda externa. Una divisa no convertible y una pesada burocracia han restringido la inversión extranjera hasta el momento.

Del mismo modo que los países de la región, Uzbekistán se ha caracterizado por un modelo económico altamente centralizado, en el que el Estado ha estado presente en todas las áreas de la vida económica. Tashkent, la capital (2 millones de habitantes), acapara todo el protagonismo económico y comercial del país. Otras ciudades importantes son Namagan, ciudad industrial de 420.000 hab. y Samarcanda, ciudad de 370.000 hab. que cuenta con un importante legado cultural y que está desarrollando una creciente industria turística.

Sin embargo, las perspectivas para el medio y largo plazo tienden a mejorar. La economía creció a una tasa equivalente al 4,4% en 2003, siguiendo la tendencia creciente de los últimos años. Una medida fundamental para el

crecimiento de la economía ha sido la introducción de la plena convertibilidad de la divisa nacional, el Sum, desde noviembre de 2003. También se empieza a constatar el seguimiento, por parte del Gobierno, de las recomendaciones de política económica de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.

La serie de medidas liberalizadoras llevadas a cabo por el Gobierno en 2003 comienza a dar resultados. El año pasado se registró un crecimiento del nivel de ingresos reales y del nivel de gasto de la población.

Situación del mercado del mueble en Uzbekistán

La demanda de mueble y otros artículos para el hábitat de importación de calidad es todavía baja, debido a bajo poder adquisitivo de los consumidores y a los altos aranceles. La demanda se concentra únicamente en la capital, Tashkent, y el mueble es de origen español e italiano. La industria local es de escasa importancia y produce mueble de baja calidad destinado al mercado interno.

Tashkent cuenta con un número muy limitado de comercios que venden mueble de importación de calidad. Su clientela es una minoría de alto poder adquisitivo, frecuentemente relacionada con el poder gubernamental. Respecto a las preferencias, hay un predominio claro del mueble clásico.

La principal empresa que comercializa mueble importado de calidad es MAKSIMA PLUS. La tienda se encuentra ubicada a 15 minutos del centro de Tashkent, y constituye el establecimiento líder en el sector del mueble en Uzbekistán.

La tienda ocupa todo un edificio de dos plantas, construido recientemente con un diseño moderno, lo que contrasta con los edificios de la zona colindantes, que fueron construidos durante la época soviética. En la segunda planta es dónde se ubican los muebles españoles que, junto a los italianos, constituyen la gama de calidad alta que ofrece la tienda a sus clientes. Todos los muebles se encuentran expuestos conjuntamente en un amplio salón.

El director de la tienda, Sr. Oleg Kolesov, mostró una alta consideración hacia el mueble español y recalcó las buenas perspectivas de ventas que tiene en Uzbekistán y en Asia Central. Señaló como anécdota, que el Palacio Presidencial del Presidente de la República, Islam Karimov, ha sido decorado recientemente con mueble procedentes de España.

Los muebles que predominan en la tienda son de corte clásico. Se pueden encontrar muebles de Vicente Zaragoza, Soher, etc.

En resumen, Uzbekistán se configura como el mayor mercado de una región emergente en la que las perspectivas son de continuo crecimiento, y cuya capital, Tashkent, es la cuarta ciudad más grande dentro de la CEI (Comunidad de Estados Independientes). A la hora de aproximarse a este país, también debe recordarse la importancia de las relaciones que mantiene con Rusia, su

principal socio comercial y político, además de su dependencia logística, al carecer Uzbekistán de acceso directos al mar.

IV. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Durante el año 2004 se llevaron a cabo las siguientes actividades de promoción:

*__Misión inversa de importadores y distribuidores rusos de muebles e iluminación__ a las ferias FIM y FIAM en Valencia en septiembre 2004.

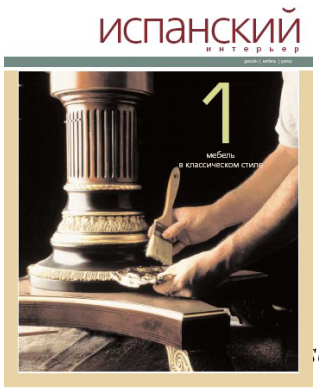
*** Misión Inversa de periodistas a España** (Valencia, País Vasco): las revistas rusas: Taburet, Salón Interior, Mezonin, Interior+Design, Archidom, Luchshiye Interiery visitaron en Mayo 2004 las fabricas españolas de mueble situadas en Valencia y País Vasco.

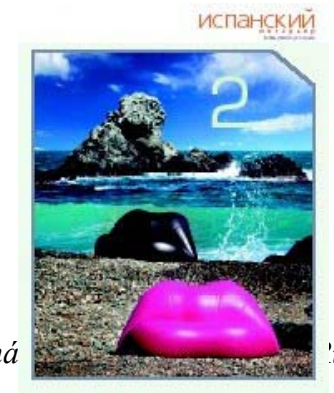
*** Misión Inversa a OFITEC**: se invitó a importadores y distribuidores rusos de mueble de oficina a la Feria OFITEC, celebrada en Madrid del 24 al 28 de febrero.

*** Misión Inversa al III Encuentro de mueble de Córdoba, celebrado en Lucena durante los días 16 a 20 de mayo.**

*** Mailing directo de la Guía de Textil Hogar de España**: el mailing directo fue realizado a finales de Mayo 2004 para informar a los clientes potenciales sobre las novedades del sector de textil hogar español.

*** Mailing directo de 2 números de la Newsletter "Ispansky Interier"** (El Interior Español) editado en ruso con una circulación aproximada de 15.000 ejemplares por número. El mailing directo fue realizado a principios de Julio y principios de Septiembre 2004 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 3 inserciones publicitarias en revistas, dedicadas a la arquitectura y diseño de interior, como Taburet, Salón Interior, Mezonin.

* **Misiones directas:** durante la primera mitad de año, se organizaron un total de seis misiones directas en los sectores de mueble de hogar, diseño, cocina, oficina, textil hogar e iluminación.

Acciones previstas para último trimestre de 2004:

* **Presentación y distribución de la versión rusa de la Guía de Diseño Español:** se realizará antes o durante la feria sectorial "Mebel", que se celebrará en el recinto ferial de Expocentr (Moscú) en noviembre 2004.

* **Edición y distribución de 2 números de la Newsletter "Ispansky Interier"** (El Interior Español) editado en ruso: se pondrán en circulación aproximadamente 12.000 ejemplares de cada número, los cuales serán enviados directamente a los profesionales del sector de hábitat ruso: diseñadores, arquitectos, importadores y distribuidores.

***Campaña de publicidad en la prensa especializada:** se realizarán 3 inserciones publicitarias más en revistas, dedicadas a la arquitectura y diseño de interior: SALON INTERIOR, MATERIAL MAGAZINE y TEKHNOLOGUII STROITELSTVA.

* **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.