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

Elaborado por:
Oficina Económica y Comercial de Moscú
Tel.: +7 495 783 9281/2/3/4/5
Fax.: +7 495 783 9291
E-mail.: moscu@mcx.es

Muy Sres. nuestros,

Este es el 8º 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 promocionales 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. *Análisis regional: en cada boletín se tratará la situación de los sectores de hábitat en alguna de las regiones de la actual Federación Rusa o CEI.*

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 octavo número esta dedicado al sector del mueble de hogar, 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 algunas noticias generales relacionadas con el sector.

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

ANÁLISIS DE COYUNTURA. IMPORTACIONES DE MUEBLE DE HOGAR EN 2005 4

II. NOVEDADES DEL SECTOR 7

1. KA INTERNATIONAL ABRE SU PRIMERA TIENDA EN MOSCÚ 7

2. NORMAN FOSTER CONSTRUIRÁ UN COMPLEJO CULTURAL EN SAN PETERSBURGO 7

3. SE CELEBRÓ EN MOSCÚ EL "VIII BIENAL DE ARQUITECTURA ESPAÑOLA" .. 8

4. LA ZONA DE PUSHKINSKAYA ALBERGARÁ UN CENTRO COMERCIAL SUBTERRÁNEO 8

5. CONSTRUCCIÓN DE UNA NUEVA TERMINAL EN EL AEROPUERTO DE VNUKOVO (MOSCÚ) 8

6. EL SERVICIO FEDERAL DE ADUANAS DE RUSIA ENCARGARÁ A UNA CONSULTORA EXTRANJERA LA VALORACIÓN DE LAS IMPORTACIONES 9

7. PRIMER NÚMERO DE LA REVISTA "LA COSTA ESPAÑOLA", EN MOSCÚ 9

III. OPINIÓN DEL EXPERTO 10

IV. REPÚBLICA DE GEORGIA: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL 12

SECTORES ECONÓMICOS 12

RENTA PER CÁPITA Y NIVEL DE VIDA. EL SECTOR DE LOS BIENES DE CONSUMO 13

V. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN 15

I. ANÁLISIS DE MERCADO

ANÁLISIS DE COYUNTURA. IMPORTACIONES DE MUEBLE DE HOGAR EN 2005[1]

En el año 2005 continuó creciendo el volumen de las importaciones de mueble de hogar en la Federación Rusa. Tomando como referencia para la comparación los nueve primeros meses de cada año, se produjo un crecimiento porcentual del 24,23% en 2005 respecto al año anterior, -según los datos del Servicio Federal de Aduanas ruso- si bien el crecimiento en 2004 respecto a 2003 había sido algo mayor (casi del 31%).

En la siguiente tabla se observa rápidamente que este crecimiento no ha sido homogéneo, sino que se ha producido de forma desigual según los países exportadores. Tomando los diez con un mayor volumen de exportaciones, podemos apreciar que por lo general todos han aumentado sus exportaciones brutas –con la única excepción de Suecia-.

IMPORTACIONES RUSAS DE ILUMINACIÓN DECORATIVA (EN MILLONES USD) EN LOS TRES PRIMEROS TRIMESTRES DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS

País	Valor en millones de USD			% Participación			% Crecimiento	
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 04/03 -	- 05/04 -
-- El Mundo --	186,12	243,64	302,68	100	100	100	30,90	24,23
1. Italia	64,84	81,07	84,70	34,84	33,27	27,98	25,04	4,47
2. China	11,62	21,78	42,14	6,24	8,94	13,92	87,54	93,44
3. Polonia	17,39	24,70	31,82	9,35	10,14	10,51	42,01	28,81
4. Ucrania	11,60	16,12	20,62	6,23	6,61	6,81	38,97	27,96
5. Alemania	15,14	16,98	20,18	8,13	6,97	6,67	12,21	18,82
6. España	11,59	11,78	12,30	6,23	4,84	4,06	1,65	4,37
7. Turquía	2,95	4,91	10,73	1,59	2,02	3,55	66,43	118,65
8. Rumanía	4,65	5,77	7,03	2,50	2,37	2,32	24,13	21,77
9. Malasia	4,56	6,19	7,01	2,45	2,54	2,32	35,63	13,32
10. Suecia	4,75	4,94	6,84	2,55	2,03	2,26	4,10	38,39

Fuente: Servicio Federal de Aduanas

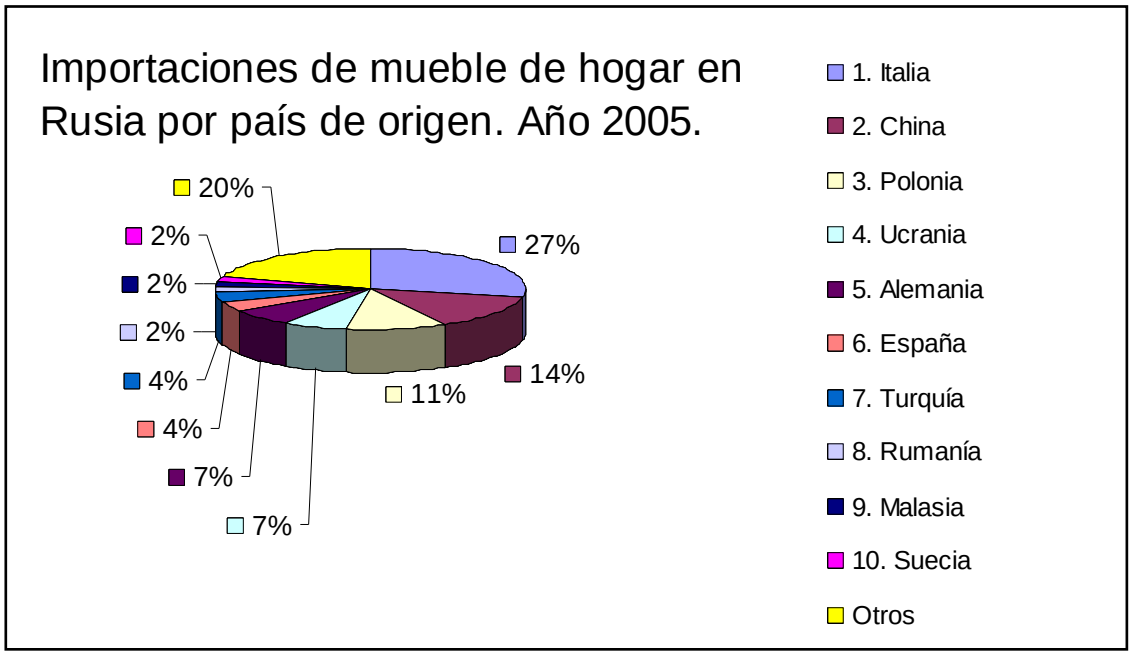
Sin embargo, este aumento ha sido muy desigual, generando un nuevo reparto en las cuotas del mercado total, cuyas tendencias son fáciles de apreciar.

[1] La información del último trimestre de 2005 no será publicada por la administración rusa hasta mayo, por lo que, para poder realizar una comparación homogénea, se han considerado en el análisis sólo los tres primeros trimestres de los años 2003, 2004 y 2005.

Por un lado están los países cuya oferta se caracteriza por los precios bajos y la calidad baja o media -China, Polonia, Turquía-, que han aumentado considerablemente sus exportaciones en el último año, y también sus cuotas de participación en el total.

Por otro lado están los países cuyos muebles son de mayor calidad y precio -Italia, Alemania, España-, que han crecido de forma inferior al mercado, lo que implica, un año más –sucedió igual en 2004-, una pérdida relativa de cuota.

El reparto actual de las cuotas entre los diez principales exportadores puede apreciarse en el siguiente gráfico.



Fuente: Servicio Federal de Aduanas

A pesar de ser el que más cuota ha perdido, Italia sigue siendo el primero de los exportadores de muebles a Rusia. China, con un aumento de cuota de un 5% -el mayor con gran diferencia-, arrebata el segundo puesto a Polonia y se consolida en él, confirmando la opinión de los expertos que la sitúan como la gran potencia del futuro en el sector[2].

Además, hay que tener en cuenta que se manejan datos oficiales. Esto quiere decir que no se considera la importación ilegal, que aumentaría las estadísticas de las importaciones rusas. China es el país que más crece en la actualidad, y es lógico pensar que es también el que exporta más de manera no oficial, por lo que su cuota de mercado real podría ser algo mayor que la oficial.

[2] Ver, por ejemplo, entrevista a UA MEBEL, en este mismo número del Boletín.

España, como Italia y Alemania –sus competidores más directos-, ha experimentado un aumento en las exportaciones –algo más leve que los otros dos países- a nivel cuantitativo, si bien ese crecimiento ha sido bastante inferior al del mercado. El resultado sigue siendo el mismo que en años anteriores: una pérdida paulatina de cuota de participación. El único futuro posible imaginable pasa por el logro de una imagen consolidada en el segmento de alta calidad, pues en los de media y baja la competencia de China y países del este -como Polonia y Ucrania- está desplazando casi por completo a todos los demás países.

A pesar de todo, el sector del mueble sigue siendo uno de los principales en las exportaciones a españolas Rusia, junto al de maquinaria industrial.

Como conclusión final, podemos decir que el crecimiento de las importaciones rusas en el sector del mueble de hogar se debe fundamentalmente a China, que ha crecido 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 han perdido cuota.

II. NOVEDADES DEL SECTOR

1. KA INTERNATIONAL ABRE SU PRIMERA TIENDA EN MOSCÚ

La firma española de textil para el hogar y mueble tapizado, KA International, prevé la apertura de su primera tienda franquiciada en Rusia para mediados de marzo de 2006. La tienda se ubicará en el centro de Moscú, en una de las zonas con más afluencia comercial.

Si con esta apertura se logran establecer unas buenas bases comerciales y un correcto posicionamiento, la compañía se plantea la posibilidad de poner en marcha un plan de expansión para desarrollar la marca en todo el territorio ruso.

KA International quiere seguir los pasos de otras firmas españolas como Mango y Zara, que actualmente cuentan con 6 y 7 tiendas respectivamente en la capital de Rusia y algunas otras en diferentes ciudades de Rusia.

2. NORMAN FOSTER CONSTRUIRÁ UN COMPLEJO CULTURAL EN SAN PETERSBURGO

La isla de Nueva Holanda, en San Petersburgo, es un territorio de 7,8 hectáreas donde se alzan varios edificios históricos protegidos por la UNESCO.

El arquitecto británico Norman Foster resultó seleccionado el pasado 14 de febrero como ganador del concurso convocado para el desarrollo de la isla, en paulatina decadencia en las últimas décadas.

El proyecto de Foster incluye un anfiteatro para 3.000 personas, además de una sala de conciertos, un museo de bellas artes, tres hoteles, otro hotel de apartamentos, dos aparcamientos y un centro comercial.

La empresa encargada de la ejecución del proyecto será *Novaya Gollandiya Ko*, que invertirá 320 millones de dólares.

3. SE CELEBRÓ EN MOSCÚ EL “VIII BIENAL DE ARQUITECTURA ESPAÑOLA”

El martes 21 de febrero se inauguró en Moscú la exposición "VIII Bienal de Arquitectura Española" y la mesa redonda "Diálogo sobre la arquitectura actual" con la participación de los arquitectos españoles Daniel Díaz Font, Lorenzo Fernández-Ordóñez Hernández y Javier Peña Galiano y de los arquitectos rusos Evgueni Asse y Alexander Brodski.

La exposición se prolongó hasta el pasado 5 de marzo. En ella fueron presentados treinta y cuatro proyectos seleccionados de entre casi cuatrocientos candidatos.

4. LA ZONA DE PUSHKINSKAYA ALBERGARÁ UN CENTRO COMERCIAL SUBTERRÁNEO

Las autoridades de Moscú anunciaron el pasado mes de febrero la próxima construcción de un nuevo centro comercial subterráneo en la zona de Pushkinskaya, en el centro de la capital rusa.

La superficie total de la edificación será de 96.500 m^2, de los cuales al menos un tercio se destinará al centro comercial, de cuatro pisos. También está prevista la construcción de un aparcamiento para vehículos.

Se estima que el coste total del proyecto será de 156 millones de dólares, y la duración de las obras de 21 meses, a partir de otoño de 2006.

Se encargará de la ejecución la empresa rusa OAO TDTSE “TVERSKOY”.

5. CONSTRUCCIÓN DE UNA NUEVA TERMINAL EN EL AEROPUERTO DE VNUKOVO (MOSCÚ)

Al proceso de renovación de la red de aeropuertos de la Federación Rusa se añadirá próximamente la modernización de Vnukovo, uno de los aeropuertos más importantes de Moscú, en el cual será construida una nueva terminal.

Se espera que ésta esté terminada para otoño de 2007. Tendrá una superficie de 170.000 m^2, y se estima un tráfico anual de 15 millones de pasajeros. El coste del proyecto se estima en unos 139 millones de dólares.

Se encargará de la construcción la empresa rusa OAO “KORPORATSYA TRANSSTROY”, que resultó elegida el pasado 26 de febrero, tras un concurso en el que terminó siendo la única participante. Otros dos participantes de Alemania y Austria se retiraron debido al elevado coste del proyecto.

La compañía “KORPORATSYA TRANSSTROY”, ganó también el concurso para reconstruir una de las pistas de aterrizaje del aeropuerto internacional Sheremetievo-2 en 2005.

6. EL SERVICIO FEDERAL DE ADUANAS DE RUSIA ENCARGARÁ A UNA CONSULTORA EXTRANJERA LA VALORACIÓN DE LAS IMPORTACIONES

Guerman Gref, el Ministro de desarrollo económico y comercio de la Federación Rusa, ha solicitado al Servicio Federal de Aduanas la puesta en marcha del nuevo plan de valoración de las importaciones al país.

A partir de la segunda mitad de 2006, se encargará a una consultora extranjera la estimación del valor real de los bienes importados, para poder compararla con el valor declarado de las mercancías.

Este plan se pone en marcha con el objetivo de acabar con la extendidísima práctica de subfacturar las mercancías que se importan en Rusia.

7. PRIMER NÚMERO DE LA REVISTA “LA COSTA ESPAÑOLA”, EN MOSCÚ

Recientemente ha aparecido en Moscú la revista de *Lifestyle* español “La costa española” –*Ispanskii Bereg*-, dirigida a lectores rusos que tengan algún interés en España.

En su primer número, la revista dedica dos páginas a los diseños de algunos de los más destacados fabricantes españoles del sector de hábitat, como Nani Marquina, Santa & Cole o Soher.

El primer número de la revista ha sido editado íntegramente en ruso, aunque se prevé que los próximos incluyan también una traducción al español.

La publicación se distribuirá de forma gratuita en puntos de España o Rusia en los que pueda encontrarse el público objetivo de “La Costa”, como algunos aeropuertos, centros culturales o de idiomas o ferias comerciales en las que haya intereses entre ambos países.

III. OPINIÓN DEL EXPERTO

Entrevista con Larisa Iliushenko, de la compañía UA MEBEL.

En este número dedicaremos nuestra atención a la empresa UA MEBEL, un salón de mueble de hogar de Moscú que opera en el segmento alto.

UA MEBEL trabaja con éxito en el sector del diseño de interiores de alta calidad desde el año 1995. Su actividad abarca el diseño de casas, apartamentos, chalés, oficinas, bares, restaurantes, hoteles, o cualquier otro tipo de local. Su gama de productos es amplia, y abarca todo tipo de estilos: rústico, clásico, moderno...

¿Con qué fabricantes españoles trabajan? ¿Con qué criterio seleccionan sus importaciones de nuevas colecciones?

En los últimos diez años hemos trabajado con éxito y con gran satisfacción con productores españoles como Tecninova, Alpuch, Creaciones Giménez, Época, Eduardo Terrados, Pico, Arte-moble, Ofifran, Mariner, Solomando, Mogart, Ibax, Casanova, Renato Costa, Hurtado, Moblesa y muchos otros. Los nombres de estas compañías hablan por sí solos. Todas ellas ofrecen productos de alta calidad y comodidad, y son conscientes de la importancia del diseño.

A este respecto, un aspecto que tenemos muy en cuenta es la moda. Somos bien conscientes de que la moda es muy dinámica y de que los gustos varían en cortos periodos de tiempo. Por esta razón acudimos con frecuencia a las grandes ferias del sector: para estar al tanto de las últimas novedades que se producen y no quedarnos al margen de las últimas tendencias. Cada año se celebran en Valencia y Madrid ferias del sector que se distinguen por su originalidad y exclusividad, y cada año traemos de allí las últimas novedades.

¿Cuáles son las ventajas y defectos de sus proveedores españoles en comparación con sus principales competidores (italianos, alemanes y demás)?

El mercado ruso es muy dinámico, cambia a gran velocidad. El consumidor de este mercado sabe diferenciar perfectamente lo vulgar de lo que es exclusivo y con estilo propio. Además, lejos de lo que dicen algunos, es un mercado bastante homogéneo, es decir, los gustos y preferencias, y por consiguiente, la demanda de los consumidores, son similares en todo el país. No hay grandes diferencias entre Moscú y las regiones en este aspecto.

Otro aspecto destacable en este sector es el importante papel que juega la capacidad del salón para ofrecer una óptima relación calidad-precio. Y precisamente ahí es donde los productores españoles –en comparación, por ejemplo, con los italianos, que venden

a precios superiores- se distinguen. El productor español destaca especialmente en el cuidado y elegancia de los estilos tradicional y clásico.

Sin embargo, a veces se percibe en el fabricante español una escasez de diseños atrevidos, con colores vivos, o tapizados con un toque personal que sepa combinar la elegancia con el lujo. En este campo, los italianos son quienes mejor trabajan, quienes más arriesgan con sus diseños originales y rompedores. Es ésta la característica que los diseñadores italianos han sabido explotar mejor a su favor.

En cuanto a mueble de cocina, merece la pena observar la calidad de los productores alemanes, cuya producción sobresale por su funcionalidad y resistencia.

¿Cuáles son los principales problemas con que se enfrentan los fabricantes españoles de mueble en el mercado ruso?

El gran peligro para el sector del mueble español, y en general el de toda Europa, es la amenaza que, a medio y largo plazo, llegará de China. Los productores chinos son capaces de ofrecer diseños inspirados en las colecciones europeas a precios inalcanzables para Occidente, lo cual daña el mercado del mueble europeo de forma irreversible. Este riesgo hace especialmente importante la necesidad del diseñador español de insistir en mejorar sus precios. Aunque por supuesto, esta labor es imposible si no la acompaña una labor de protección gubernamental.

Para nosotros supone un gran esfuerzo justificar ante nuestros clientes la gran diferencia que hay entre los muebles españoles y los chinos. Sin embargo, estamos interesados en mantener con nuestros socios españoles unas relaciones que, además de ser profesionalmente estables, son de amistad y confianza.

La empresa UA MEBEL trabaja dentro del segmento de alta calidad. ¿Qué hacen para transmitir esa idea?

Siempre hemos prestado mucha atención a nuestras relaciones públicas. Creemos importante para la promoción de nuestro negocio contar con el apoyo de expertos en el sector, así como de otros partícipes que tengan alguna relación con él, como diseñadores o restauradores. Hemos insistido en este aspecto en los últimos años, tratando de dar a conocer nuestra empresa a los agentes cuya opinión es más valiosa. Como prueba de lo anterior, algunos interiores diseñados por UA MEBEL han sido galardonados con diversos premios y diplomas en varias ferias internacionales en los últimos años.

Evidentemente, nunca habríamos logrado este apoyo si no hubiéramos aplicado antes un exigente criterio de selección de nuestros productos.

Esperamos que nos visiten en nuestro salón “Muebles artísticos”, donde España les habla en ruso.

IV. REPÚBLICA DE GEORGIA: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL

La República de Georgia, con casi cinco millones de habitantes, se encuentra situada en la costa del Mar Negro, al sur del Cáucaso. Antigua república de la ex Unión Soviética, comparte fronteras con Rusia al norte, y con Turquía, Armenia y Azerbaiyán al sur. Su capital es Tiflis.

Durante la época soviética era una de las repúblicas con un mayor nivel de vida. Sin embargo, tras la independencia de la URSS, en 1991, pasó a convertirse en un país con más del cincuenta por ciento de la población viviendo bajo el umbral de la pobreza.

No obstante, desde el año 2000 la economía georgiana ha crecido de forma continua y sostenida, con tasas anuales que oscilan entre el 5 y el 10% .

SECTORES ECONÓMICOS

La economía nacional se ha beneficiado tradicionalmente del turismo en el Mar Negro. En la década de los ochenta, Georgia recibía cerca de dos millones de visitantes al año. Sin embargo, la inestabilidad política y los conflictos internos de principios de los años noventa hicieron que el turismo casi desapareciera. Ahora comienza a recuperarse paulatinamente el sector y ha vuelto a crecer en los últimos años. Aproximadamente la mitad de los turistas provienen de de la Federación Rusa o de otros países que formaron parte de la antigua Unión Soviética.

Actualmente, dos de los sectores que más rápidamente están creciendo son las telecomunicaciones y la hostelería, que se encontraban hasta hace pocos años en un estado muy incipiente de desarrollo. En la actualidad, el sector servicio genera el 57% del PIB nacional.

En lo que respecta al sector secundario, durante la época soviética Georgia fue receptora masiva de inversión industrial, con lo que su economía pasó de ser de subsistencia agraria a estar basada en una industria pesada ineficiente. Con la caída de la URSS se hizo patente esta situación artificialmente creada, pasando la mayor parte de las plantas industriales a resultar obsoletas con el paso a la economía de mercado.

En la actualidad, la industria tiene una cuota del 27% del PIB, y se centra principalmente en la producción de vino, metales, maquinaria, componentes químicos y textiles. Una de sus mayores esperanzas reside en los grandes proyectos de infraestructuras que se están planteando, entre los que destaca la construcción de gaseoductos.

En cuanto al sector energético, el país importa la gran mayoría de la energía que requiere, incluyendo gas natural y petróleo. Georgia sólo produce energía hidroeléctrica.

El sector agrícola, es el de menor peso en la economía nacional (16% del PIB) destacando el cultivo de cítricos, té y uvas, además de la minería extractiva de manganeso y cobre.

RENTA PER CÁPITA Y NIVEL DE VIDA. EL SECTOR DE LOS BIENES DE CONSUMO

Según los daros publicados por los organismos internacionales, Georgia ocupa el puesto 153 de un total de 232 países por nivel de renta per cápita: 3.400 $/año frente a 10.700 $ en Rusia o 25.100 $ en España.

Si bien es cierto que la renta está distribuida de forma bastante equitativa, con índices semejantes a los de países de la UE, también lo es el que más de un 50% de la población vive por debajo del umbral de la pobreza.

Además, una gran mayoría de la población está vinculada al campo, tecnológicamente muy retrasado y que aún arrastra las ineficiencias de la época soviética. En total, un 40% de la población trabaja en el sector primario (frente al 5% en España o el 10% en Rusia).

Al contrario de lo que está ocurriendo en los últimos años con varios países de la antigua Unión Soviética (Federación Rusa, Ucrania, Kazajstán), y a pesar de estar creciendo a tasas aceptables de forma continuada durante los últimos cinco años, en Georgia todavía no puede observarse un crecimiento significativo de los niveles de

renta disponible de la población. La mayor parte de los habitantes, en estas condiciones, no tiene acceso a los bienes de consumo de calidad, generalmente importados. Esto incide negativamente en el desarrollo de las estructuras comerciales del país, al tiempo que no genera tampoco interés por desarrollasr la producción y comercialización de bienes de consumo distintos de los que actualmente se producen en el mercado interior, de escasa calidad y bajo precio. Son pocos, todavía, los actores que operan por tanto en este mercado, en cuanto a este sector se refiere.

V. ACTUALIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Durante los años 2005-2006 se llevaron a cabo las siguientes actividades de promoción:

* Misión Inversa de empresarios y prensa del sector Textil Hogar a la Feria de Textil Hogar de Valencia en Enero de 2006. Viajaron desde Rusia doce compradores locales y las revistas del sector *Mezonin* y *Elle Decor.*

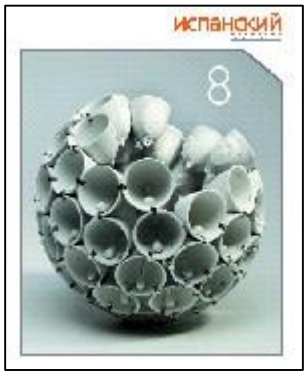
* Misión Inversa de empresarios y prensa del sector Mueble Oficina a la Feria de OFITEC de Madrid en Febrero de 2006.

* Visita a Feria Expodomus, en San Petersburgo, entre el 19 y el 23 de abril de 2006.

* Misión Directa de ANIEME a Mosú, entre el 29 de mayo y el 2 de junio de 2006.

* Misión Directa de ANIEME a Rostov y Kransodar, entre el 3 y el 7 de julio de 2006.

* Mailing directo de 5 números de la Newsletter "Ispansky Interier" (El Interior Español) editado en ruso con una circulación aproximada de 8.000 ejemplares por número. El mailing directo fue realizado a finales de Mayo de 2005, a principios de Julio de 2005, a principios de Noviembre y a finales Diciembre de 2005, a principios de Enero de 2006 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 por ejemplo *Salón Interior.*

* Misión Inversa de empresarios y prensa del sector Mueble Hogar a la Feria de FIM de Valencia en Septiembre de 2005.

* Misión Inversa de empresarios y prensa del sector Mueble Cocina a la Feria de SICI de Madird en Octubre de 2005.

* 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.