

4.- Actividades del Instituto para 1995

Al margen de continuar y reforzar las actividades de promoción del Instituto para la captación de más empresas, se aprueba que el Instituto busque financiación externa para desarrollar todas aquellas actividades que potencien el contacto, la cooperación y la cualificación empresarial de las empresas adheridas, tales como:

- la convocatoria, durante el primer trimestre de 1995, de un Congreso Nacional del Mueble abierto a todas las empresas del sector, con el objeto de divulgar al máximo el contenido y la realidad del Instituto del Mueble y de la Campaña de Promoción, así como de abordar aquellas cuestiones puramente empresariales que más afectan al sector.
- la organización de encuentros y seminarios regionales sobre publicidad, marketing y comercialización, que potencien el contacto, la cooperación y la

Saldo positivo del mueble tapizado en el comercio exterior europeo

La producción cubrió la demanda interna

En 1993 la producción europea de muebles tapizados fue de 8.800 millones de ECUS a precio franco fábrica (1,3 billones de ptas) que amueblaron un total de 12,3 millones de ambientes. Esta producción cubrió la demanda interna, que fue de 8.500 millones de ECUS y permitió un saldo positivo del comercio exterior. Entre los diversos países de la UE se intercambiaron muebles por valor de 2.100 millones de ECUS, esto es el 25% de los

muebles se vendieron en países distintos de la EU de los que se fabricaron.

El mayor consumidor de muebles tapizados es Alemania, con una cuota del 31% del total, y el mayor exportador Italia con el 44% seguido de Alemania con el 25%. Francia y Alemania son dos grandes importadores.

La producción de los muebles tapizados creció en la UE en los años 1986 al 91 a razón de un 3,4% al año a precios constan-

tes. Holanda, Bélgica e Italia fueron los que presentaron mayor crecimiento. Francia y Reino Unido los de menor crecimiento. En el bienio 1992-93 la crisis fue general, con la excepción del Reino Unido.

La empresa mayor de muebles tapizados es la británica Christie Tyler con casi 300 millones de ECUS de producción, seguida de las alemanas Himilla y Schieder y la italiana Natuzzi que facturan del orden de los 200 millones de ECUS.

cualificación de las empresas adheridas.

- la elaboración de estudios de mercado sobre el consumidor.

- la realización de un Análisis de Coyuntura mensual, siguiendo el

modelo aportado por FECOM, que permita conocer en todo momento cómo evoluciona el mercado del mueble.

- la promoción de ferias regionales de consumo.

- la organización de viajes profesionales al extranjero, para conocer la evolución del comercio en otros países.

En un ambiente más esperanzador

Fim 94

El objetivo es recuperar el mercado interno

La 31ª Feria Internacional del Mueble se celebró en Valencia los días 27 de septiembre al 2 de octubre, este año simultáneamente con la de la Iluminación y la de Cerámica y Elementos Decorativos. El número de expositores de la feria del mueble ha sido de 724, nacionales 681 y extranjeros 43. La superficie ocupada fue de 70 mil m² netos, es por tanto la primera feria de España y una de las más importantes del mundo. La presente edición se celebró en un ambiente más esperanzador

que en los años precedentes. La evolución del comercio exterior permite intuir que la recuperación industrial se avecina. Aun hay que recuperar el consumo interno, pero ya sabemos que éste viene desfasado unos meses. Precisamente para incitar el consumo de muebles y por tanto recuperar la demanda interna, se creó el Instituto para la Promoción del Mueble. Este Instituto ha llevado a buen fin una ilusión del sector que es la puesta en marcha de una campaña de promo-

ción del consumo e imagen del mueble en la que tiene especial relevancia la campaña televisiva.

Durante la exposición se celebraron una serie de actos como el seminario de exportación organizado por ANIEME, la presentación de EURIFI (Asociación de los Institutos tecnológicos del mueble de los distintos países europeos), con la participación de AIDIMA, la presentación de la Campaña Promoción del Mueble, el debate de la «revancha del Consumidor» en el que se analizaron los hábitos de compra.

Cabe destacar la exposición de los muebles que poseen la Etiqueta de Calidad Controlada de AIDIMA, la selección de los proyectos presentados al XI Concurso Nacional de Diseño y la participación de SIDI que este

año celebraba su 10º aniversario.

El concurso de diseño, que este año hacía el nº 12, tuvo tres ganadores «ex aequo» Gonzalo Milá y Juan Carlos Lués, Lievone Asociados y Eduardo Samsó. Gonzalo Milá y Juan Carlos Lués presentaron una tumbona de forma sencilla, curva abierta y sin articulaciones. Liévone Asociados, una mesa extensible de 2 a 2,90 metros de gran simplicidad para su tamaño y Eduard Samsó una silla apilable de aluminio para uso exterior. El jurado estaba compuesto por Gabriel Allende (de AEPD de Madrid), Carlos Lalastra (de EIDE de Bilbao), Conrad Amat de ADI FAD de Barcelona, Nacho Lavernia de ADCV de Valencia, Carmen Llopis de On Diseño, Alvaro Page del Instituto de Biomecánica de Valencia, Mª Teresa Magal de AIDIMA, Amparo Sena de IMPIVA y Fernando Mateu por la Feria.