

# El moble valencià aspira a decorar Europa

La 26 edició de la Fira Internacional del Moble, amb seu a València, està obrint als professionals del sector la possibilitat de posar en marxa un pla de promoció integral i el llançament de la marca MEN com a distintiu que garantezca la qualitat dels productes manufacturats a l'estat espanyol.

Albert Vicent

**L**es 1.329 firmes exposidores —1.127 de nacionals i 202 d'estrangeres—, en una superfície total de 270.000 metres quadrats —dels quals 90.000 constitueixen la superfície útil ocupada—, 5.312 estands en funcionament i la previsió i que acudisquen 20.000 compradors professionals —5.000 dels quals són estrangers— són les xifres que configuren el retrat robot de la 26 edició de la Fira Internacional del Moble, (FIM'89), que se celebra a València des del passat 26 de setembre al pròxim 1 d'octubre.

La distribució en vuit grans sectors o categories mobiliàries —rústic, clàssic, modern, disseny, entapissat, jardí, il·luminació i articles complementaris—, com també l'elevada participació de compradors fan d'aquestencontre un esdeveniment de primer ordre a nivell mundial. No en va FIM'89 ha estat precedida de nou missions comercials, 6 de caràcter estatal i 3 d'abast internacional, amb Austràlia, Corea del Sud i Japó com a principals exponents del potencial econòmic de l'Extrem Orient.

Amb un pressupost de 597 milions de pessetes, FIM'89 és molt més que una

fira rutinària. El certamen, presidit per Antoni Baixauli Planells i dirigit per Fernando Mateu, trenca les fronteres del que és estrictament comercial per arribar a convertir-se en un acte social que afegeix 25.000 visitants a la ciutat de València. De fet, ha estat la Fira del Moble la que ha tingut un paper decisiu en l'ampliació del recinte situat en l'Avinguda de les Fires i, coincidint amb la seua celebració, ha quedat inaugurat el nou pavelló sud del complex firal.

El nou edifici, que amplia en 14.000 metres quadrats la superfície total, ha estat construït en el temps rècord de 150



*Trencar les tendències clàssiques és un dels reptes dels fabricants valencians.*

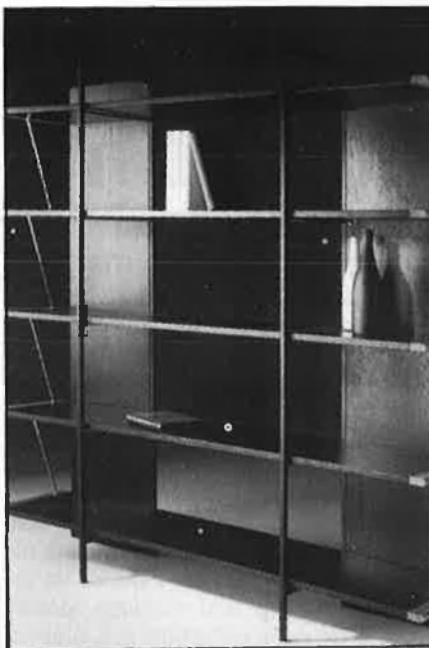
dies i ha comptat amb un pressupost d'obra de mil milions de pessetes, que ha permès la integració d'elements tecnològics pioners en aquest tipus d'edificis, com ara un ascensor panoràmic exterior o l'equip de climatització.

### Importacions: una evolució preocupant

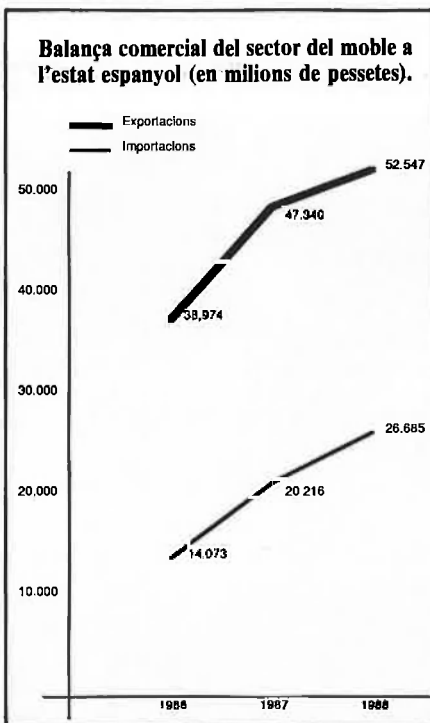
Més enllà de la seua relevància com a punt d'encontre per al sector del moble, aquesta edició de FIM adquireix especial importància per diferents raons: l'aplicació de l'arancel zero per a les exportacions industrials a partir del passat 1 de juliol, el llançament del distintiu MEN (Moble Espanyol Normalitzat), la celebració de la primera assemblea general de FEOEIM (Federació Espanyola d'Organitzacions Empresariales de la Indústria del Moble) i una nova edició del saló del disseny, són factors de pes per a considerar FIM'89 una prova de foc per a la indústria. Aquesta ocupa actualment més de 60.000 treballadors en un total de 13.500 empreses, de les quals un 30% es troben al País Valencià, majoritàriament a l'Horta Sud. El darrer exercici es va saldar amb una facturació de 245.000 milions de pessetes, i un desglossament de 52.547 milions per a l'exportació.

Més enllà de les xifres, el sector es re-situa en una difícil posició a nivell europeu, on els fabricants van facturar en conjunt un total de 500.000 milions de pessetes. De fet, una productivitat baixa en comparació a la registrada a la CE i la manca de polítiques de comercialització i, sobretot, de marca, han desequilibrat en els darrers tres anys la balança comercial del sector. Així, mentre les exportacions de moble confeccionat a l'estat espanyol han augmentat una mitjana del 15% en el darrer trienni, les importacions ho han fet més del doble, entre el 30 i el 35%. Els grans beneficiaris han estat els fabricants de països com Dinamarca, Itàlia, Alemanya o Països Baixos. També és cert, però, que la tendència de les importacions és d'alentir-ne el creixement, mentre que les exportacions comencen a prendre el vol.

Davant aquesta situació el Ministeri d'Indústria ha elaborat un primer pla d'actuació, aprovat pel juny del 1988, dirigit a modernitzar la capacitat industrial del sector. La iniciativa de l'administració s'emmarca en el Pla Nacional de Promoció, Qualitat, Disseny i Moda per a la Petita i Mitjana Indústria Manufacturera i planteja quatre objectius puntuals: 1) millorar l'equipament productiu mitjançant la incorporació de tecnologia punta, increment de la inves-



Normalitzar el sector requereix 3.000 milions de pessetes d'inversions.



tigació i difusió de noves tecnologies; 2) millorar la gestió industrial racionalitzant processos productius; 3) normalitzar el concepte de qualitat, i 4) potenciar els sistemes de comercialització del producte.

Traslladar aquest pla a la xarxa industrial del sector, tan sols serà possible si la recentment configurada Federació Espanyola de Organitzacions Empresariales de la Indústria del Moble (FEOEIM), constituïda el passat 27 de juny, assumeix el compromís com única via possible per a arribar al Mercat Únic amb garanties. De moment,

FEOEIM ha acceptat el repte i ha presentat una proposta del Pla de Promoció de Marca de Qualitat i Desenvolupament Tecnològic de la Indústria del Moble.

### MEN, un catalitzador per a quatre objectius

Els quatre objectius abans apuntats conflueixen en una proposta batejada com a MEN (Moble Espanyol Normalitzat). MEN és una marca destinada a distingir aquells productes que reunesquen, segons criteris d'avaluació dels instituts d'investigació tecnològica especialitzada en la indústria del moble, almenys quatre requisits que l'avalen tant per al consumidor interior com per al comprador estranger. Així, perquè una empresa pugui gaudir del distintiu MEN haurà de: 1) acreditar en les seues produccions l'existència del component de disseny i una correlació escaient entre forma i funció; 2) garantir tant en el producte final com en les peces i matèries primeres que el conformen, una qualitat constant; 3) posseir el certificat expedit per l'Associació Espanyola de Normalització (AENOR), referit a aspectes tècnics com ara l'estabilitat o la resistència; i 4) oferir a l'usuari una garantia postvenda.

En conseqüència, del que es tracta és que els productes distingits amb l'emblema MEN garanteixen una sèrie de prestacions i qualitats que el facin atractiu per al comprador.

Arribar a la implantació de MEN d'un manera sistemàtica comportarà, segons previsions de FEOEIM, una inversió conjunta de 3.000 milions de pessetes per als pròxims tres anys, ja que comporta implicar un ampli ventall de professionals que va des d'industrials, dissenyadors i decoradors a majoristes, publicistes i, fins i tot, consumidors. Segons les estimacions de la mateixa FEOEIM, els diners públics implicats en aquest projecte ascendirien a uns 1.600 milions de pessetes.

En aquest context, i amb el factor afegit que suposa que des del passat 1 de juliol les exportacions espanyoles de mobles no estiguen penalitzades amb cap tipus d'arancel, la FIM apareix com un punt de reflexió en el qual els fabricants han d'optar entre mantenir preus i, per tant, augmentar beneficis momentàniament, o abaixar els preus mantenint el percentatge de benefici per peça i, com a compensació, augmentar les vendes en ser més competitius. És el ser o no ser d'un sector que es troba encara massa condicionat pel bon funcionament del moble clàssic i que es resisteix a incorporar dissenys més avançats. □