

Fusta per polir

**La bonança econòmica dels últims anys
ha permès a la indústria del moble avançar
espectacularment en la seva professionalització
i obertura a l'exterior, però encara queden
serrells pendents. El sector continua sense
apostar clarament pel disseny i la diferenciació
de producte, i necessita modernitzar més
un teixit basat en la petita i mitjana empresa.
Problemes estructurals que s'accentuen
en moments de desacceleració, com l'actual.**

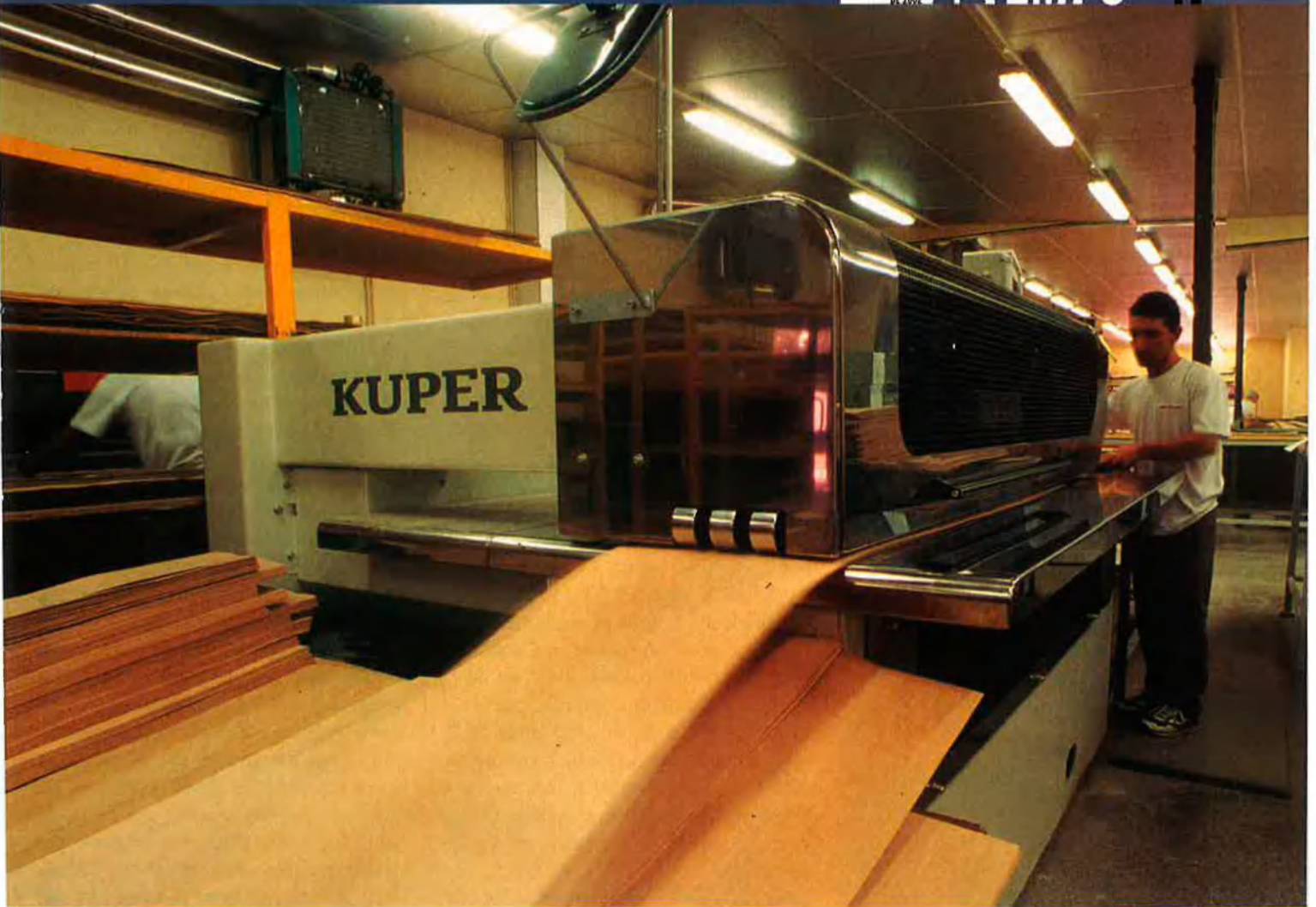
Durant els vuit primers mesos de l'any els fabricants de cotxes han venut 80.000 unitats menys que l'any anterior. Un balanç que posa de manifest la debilitat del consum intern i que constitueix un clar avís per a altres indústries, entre elles les del moble. "Nosaltres sempre anem darrere dels cotxes i si les compres d'aquests baixen, també es venen menys mobles", assegura Roger Passola, gerent de Mobles Maldà. Aquest, però, no és l'únic indicador advers que sospesa la indústria del moble en aquests moments, ja que les previsions en el sector de la construcció també estan empitjorant i els resultats en els mercats exteriors no són gaire optimistes.

Moments d'incertesa. La desacceleració econòmica passa factura. Al País Valencià, on es concentra el 26% de la fabricació de mobles de tot l'estat i el 22% de l'ocupació del sector, les exportacions l'any passat van caure un 4,5% respecte el 2000, una brusca ruptura en la tendència alcista dels últims anys. I mal-

grat les bones previsions econòmiques que s'havien realitzat per al 2002, la recuperació no ha arribat. De fet, durant el primer trimestre de l'any les vendes de mobles en el mercat espanyol han caigut un 5% respecte l'any passat i en les exportacions el descens és d'un 11%. Per a Amparo Bertomeu, directora de l'Associació Nacional d'Industrials i Exportadors del Moble d'Espanya (Anieme), és el major retrocés del sector des de la forta crisi de la primera meitat dels 90, tot i que "la situació no és tan preocupant perquè les empreses estan molt més preparades per a afrontar períodes d'incertesa".

L'epicentre de la indústria del moble a l'estat espanyol està ubicat, sense cap mena de dubte, al País Valencià, on 44.143 treballadors es dediquen a aquesta activitat i on es concentra, segons dades de la consultora D&B, el 16,8% del teixit empresarial. Però també és una activitat de gran importància a Catalunya, on es localitza un 17% de la indústria de la fusta i moble de l'estat pel que fa a nombre d'empreses i xifra de negoci, i aproximadament el 16% del total d'ocupats. A certa distància, el moble també és un dels sectors industrials que ha sobreviscut a la monocultura turística de les Illes, especialment a la localitat mallorquina de Manacor, on s'ubiquen la major part de les 524 empreses que es dediquen a la fabricació de mobles a les Balears, segons l'Institut Balear d'Estadística.

"Hem fet passos agegantats en els últims deu anys", assenyala Paco Pons, secretari general de la patronal estatal del moble (Federació Espanyola d'Organitzacions Empresariales de la Indústria del Moble, FEOEIM), "hem avançat en qüestions com les eixides a l'exterior, en la consolidació de les empreses, en la introducció de tecnologia i sobretot en la indústria auxiliar. Però l'estructura productiva del moble en el País Valencià encara s'ha de resituar." El seu procés de modernització no està tancat.



Per a Guillem Campos, cap d'exportació de la fàbrica de mobles Carré Furniture de Torelló (Osona), és evident que en els últims anys de bonança econòmica el sector ha progressat i ha tendit a la professionalització: "Fa deu anys pràcticament tots els fabricants de mobles eren fusters i en canvi, ara, els que engeguen ja fan ús de productes més industrialitzats. Però si ens comparem amb el nord d'Europa encara tenim un mercat excessivament atomitzat, hi ha moltes empreses, molt petites i poc especialitzades en la distribució i la fabricació." Campos afegeix que "la importància del producte fet pel fuster, fet a mida, té un pes molt gran en relació al producte més conceptualitzat i fabricat de forma industrial. I això encara ha de canviar."

Minifundisme empresarial. Benetússer, Albal, Beniparrell i Sedaví són localitats de la comarca de l'Horta Sud que concentren el 80% de la indústria valenciana del moble i que constitueixen un

exemple clar de com les petites i mitjanes empreses són les que vertebraven econòmicament els pobles de la comarca, amb una espectacular densitat de fàbriques i polígons industrials. També a la Garriga, un dels nuclis de Catalunya amb major tradició en la fabricació del moble, el protagonisme està en mans d'una seixantena de petites i mitjanes fàbriques semiartesans. I a les Balears el 90% de les empreses del sector, moltes de caire familiar, tenen menys de cinc treballadors. Són tots ells exemples d'un minifundisme empresarial que per a Antoni Baixauli, president de la Federació Empresarial del Moble i la Fusta a València (Fevama) suposa un greu inconvenient a l'hora de competir dins del mercat global, si no es fa un esforç per afavorir les aliances estratègiques que permetin al sector disposar d'equips millor formats i realitzar inversions en investigació, disseny i tecnologia.

Les dimensions no són un problema únicament de les empreses que es dedi-

quen a la fabricació, sinó també de les que treballen en la distribució del moble, segons Guillem Campos: "El comerç que predomina és encara majoritàriament independent, de caire familiar, i no especialitzat. I a mitjà o llarg termini haurà de fer una aposta clara per créixer i ser generalista pel que fa a l'oferta, i això vol dir més metres quadrats, o bé tendir a l'especialització si té una superfície petita, llavors només vendrà un determinat tipus de moble. És el que ha passat amb els supermercats."

Apostes més arriscades. La transformació pendent del sector del moble, segons els experts, és encara més important si parlem del producte. En aquest sentit, el gran referent és Itàlia. Segons Paco Pons, el teixit empresarial valencià ha d'adaptar-se a les noves tendències, als nous materials que s'utilitzen: "El moble no té per què ser tot de fusta. L'Institut Tecnològic del Moble i Afins (AIDIMA) ha ajudat molt, però l'empre-



PÀRA GIL / EL TEMPS / JORDI PLAN

Al País Valencià el moble clàssic ha tingut sempre molta tradició, amb empreses de renom internacional com Mariner (dalt, el seu propietari Mario Mariner). Un estil que té força mercat als països emergents però que s'ha vist superat en el mercat internacional pel moble modern i de disseny.

sari d'ací no és tan atrevit com l'italià, que detecta que hi pot haver una tendència i l'accepta. L'alemany, en canvi, opta per la seguretat, igual com el valencià. Ens falta un grau d'atreviment.”

El País Valencià, segons Pons, encara manté una estructura molt forta de moble clàssic (amb empreses de renom internacional com Mariner, Creaciones Giménez, Muebles Canella i Muebles Picó, entre d'altres), quan en aquests moments la tendència és a un major consum del moble modern, a partir de la incorporació al mercat de noves generacions. “També hi ha moble modern al País Valencià, però d'aquest se'n fa més a Catalunya, on les empreses són més joves i el pes de la tradició no és tan important. Avui dia les empreses que es creen ja són per fabricar un tipus de moble modern, modular, com ha passat a Catalunya, Andalusia i el País Basc. Però ací no és tan fàcil passar d'una empresa que fa ara moble clàssic a fer un altre tipus de línia.” Aquest fort arrelament del moble clàssic és el que explica, segons Paco Pons, que les empreses valencianes estiguin acusant més el descens en les exportacions.

Màrius Catalán, president de la Fira del Moble de la Garriga, parla de cicles: “De vegades es ven més el moble clàssic, altres més el modern. Estem supeditats al gust del consumidor final i aquests últims anys s'ha demostrat que es decanta cap al moble modern i de disseny.” Malgrat les modes o tendències, Catalán aposta per un disseny que no perdi els valors, “la simbiosi entre artesanía i moble d'avantguarda”. Creu, a més, que el moble tradicional, d'especialització, no es perdrà mai: “A Catalunya hi ha fàbriques semiartesanals, com és el cas de la Garriga i el seu entorn, on predomina la petita i mitjana empresa. I en canvi hi ha altres àrees que s'han decantat per les grans produccions, les grans empreses, com és la Sènia, que és un dels focus més importants de gran producció, juntament amb Vinaròs i Benicarló. Et pots decantar cap a un costat o cap a l'altre.”

La irrupció del disseny. Es tracti de modes o no, el fet és que el moble “Made in Italy”, “Made in France” i “Made in Germany”, sinònims de disseny, qualitat

i modernitat, s'han convertit en un fort competidor no solament en l'àmbit internacional sinó fins i tot dintre del mercat espanyol, en el qual han irromput amb força aquesta última dècada. Cal recordar que durant el 2001 les importacions de moble a l'estat espanyol van créixer un 14%, impulsades fonamentalment pel consum de moble d'alt disseny i elevat preu que procedeix de productors com Itàlia, França o Alemanya. Sols durant el 2001 aquests tres països van exportar mobles a l'estat espanyol per valor de 575 milions d'euros.

Roger Passola és el gerent de l'empresa Mobles Maldà, que fa cinquanta anys que ven mobles a Barcelona. Passola explica que en aquests moments el 30% del producte que compra el porta d'Itàlia, per una qüestió de diferenciació. “Ens hem de distingir del petit botiguer precisament per tenir una gamma de productes que els altres no tenen, per això busquem un producte exclusiu que ens proporcioni un marge una mica més gran per poder-nos defensar. Això no ho puc fer amb un producte d'aquí, perquè no hi haurà cap fàbrica que em vulgui donar l'exclusiva. En canvi, sí que ho he trobat a Itàlia perquè és un país que ven mobles a tot el món des de fa molts anys. Està preparadíssim i, de fet, hi ha la mateixa distància entre Sevilla i Barcelona que entre Milà i Barcelona.”

Mobles Maldà també es proveeix de productes procedents dels països nòrdics, però el 50% del mobiliari que ven ha estat fabricat en el que Passola considera els “tres punts neuràlgics” de l'estat espanyol: País Valencià, Catalunya i el País Basc. “Si el 50% del moble que venem ho comprem aquí vol dir que funciona”, explica Passola, qui reconeix que la invasió de producte italià ha anat bé per a esperar les fàbriques d'aquí: “Quan una fàbrica s'ha adonat que arribava un producte italià, a igual o millor preu, amb millor tecnologia, seguríssim que s'ha hagut d'espavilar. Des de 1995 fins ara potser han aparegut en aquest país cent fàbriques italianes. Només cal mirar la publicitat en les revistes de decoració: si hi ha cent pàgines de publicitat, 70 de segur que són de producte italià.”

Líders en exportació del moble, els italians han invertit molts esforços a crear

un estil propi i han aconseguit que el consumidor associe els seus productes a un elevat nivell de disseny i sofisticació. "I la nostra resposta ha estat, en lloc de crear el nostre estil propi, ser seguidors de l'estil italià, perquè ha tingut èxit i ens ha influït molt", reconeix Guillem Campos, cap d'exportació de Carré Furniture, especialitzada en la fabricació i distribució de mobiliari per a la llar i fusteria industrial d'alta qualitat. Campos es mostra caut quan parla de les inversions que el sector ha destinat a millorar el disseny aquests últims anys i assegura que "les inversions continuen fent-se més aviat en l'àmbit productiu, més que en la investigació i el desenvolupament de nous productes i nous materials. Cal tenir en compte que les dimensions de les empreses són petites".

Aconseguir una diferenciació del producte mitjançant el disseny és una de les assignatures pendents de la indústria del moble a casa nostra per evitar haver de competir mitjançant el preu. "Els fabricants s'han de mentalitzar que el disseny i la innovació sempre signifiquen un reconeixement i una aprovació del mercat i que es tradueixen en facturació i vendes", assenyala Antoni Baixauli, president de Fevama, Federació Empresarial de la Fusta i el Moble del País Valencià.

Els més escèptics del sector recorden, però, que la recepta no és nova, i que en molts casos ha quedat en una simple declaració de bones intencions que es fa servir en temps de crisi com l'actual.

Entre les iniciatives engegades per pal·liar aquesta mancança hi ha la d'Anieme, que representa més de 800 empresaris exportadors del sector a tot l'estat, i que ha posat en marxa una ambiciosa campanya publicitària per promoure una nova marca en els mercats internacionals sota el nom "Mueble de España". Una iniciativa que ja ha creat recel en alguns empresaris que sostenen que intentar agrupar un sector tan divers com el moble sota una marca única pot crear més confusió en el mercat que altra cosa.

Canvis d'estratègia. D'una forma més discreta, el que sí que es dona en el sector del moble són casos de transformació com el que ha encetat Gamamobel

Internacional. Aquesta empresa valenciana ha decidit fer un gir en la seva línia de producte. Fa set o vuit anys va començar a treballar per a Ikea amb productes poc elaborats i bastant econòmics. Però fa dos anys l'equip directiu va decidir posar en marxa un pla estratègic per apostar per la diferenciació.

"Ha arribat un moment en què disposem d'un equip humà prou preparat -explica Josep Eustaquio, director comercial de l'empresa-, i ens hem adonat que podem avançar cap a un tipus de producte de segment mitjà alt de mercat, sempre pensant en una línia moderna i jove. Hem decidit apostar per la diferenciació que altres fàbriques no tenen." Gamamobel ha decidit buscar aquesta diferenciació a través de la qualitat i el disseny. Això ha significat haver d'abandonar algunes línies de producte, com les que servia a Ikea. "Hem anat abandonant de manera progressiva els compromisos amb Ikea, tot i que estem oberts a continuar col·laborant-hi, però sempre amb unes línies de productes superiors, de més qualitat. Es poden guanyar molts diners amb un producte barat, si tens una bona productivitat. Però si tu prepares una indústria per fer un producte amb més qualitat, més controls, amb millor maquinària... el que vols és que la teua especialització siga aquesta i no anar fent tombs", afirma Eustaquio.

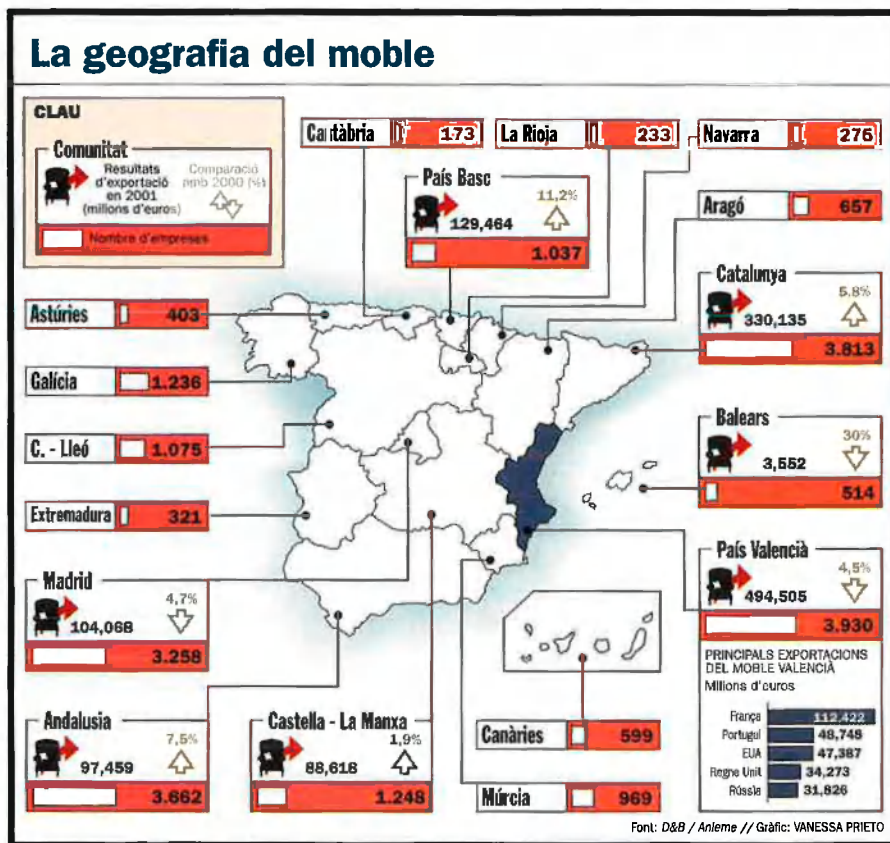
Gamamobel es troba actualment en la primera fase d'implantació del pla estratègic que l'empresa va aprovar a principis de 2000. Està a punt d'aconseguir la certificació de qualitat ISO 9000 per a la secció de tapisseria i també aposta per mobles fabricats amb pi massís escandinau, procedent d'explotacions controlades i, per tant, més respectuosos amb el medi ambient.

Repensar el mercat exterior. Qualitat i disseny són les claus que han de garantir en el futur una presència internacional a les empreses del sector del moble, que tot i que ja han fet esforços importants per sortir a l'exterior, encara tenen molt de camí per recórrer. "Itàlia exporta el que Espanya produeix en mobles", apunta Paco Pons. En els últims quatre anys, les exportacions de moble a l'estat espanyol s'han incrementat en un



Guillem Campos, cap d'exportació de Carré Furniture, reconeix que, a diferència dels italians, la indústria del moble als nostres territoris no ha estat capaç de crear un estil propi, que la diferenciï clarament dels seus competidors a nivell internacional.

La geografia del moble



El 80% de les exportacions de mobles de l'estat espanyol té com a destinació la Unió Europea. Aquesta excessiva dependència, segons els experts, fa més vulnerable el nostre teixit productiu a qualsevol canvi de conjuntura, com és l'actual recessió econòmica.

24%, i l'any passat han arribat a la xifra de 1.639,46 milions d'euros. D'aquests, un 30% procedia del País Valencià i un 20% de Catalunya, mentre que les exportacions balears representaven un escàs 0,21%, és a dir, un total de 3,5 milions d'euros.

Però el mercat exterior nota també els efectes de la desacceleració: l'any passat el creixement de les exportacions del moble procedent de l'estat espanyol va ser d'un discret 3,9%, en contrast amb l'increment de més d'un 15% en l'anterior exercici. Al País Valencià les xifres van ser fins i tot negatives. El descens de les exportacions es pot explicar, en part, per la crisi d'alguns mercats com el dels Estats Units, països àrabs o Alemanya. Aquest últim ha reduït durant el darrer any les importacions del moble valencià en un 8%. Però les causes no es troben únicament en la crisi econòmica internacional i en l'estancament del consum. Per a Amparo Bertomeu, directora d'Anleme, "cada volta existeix una major competitivitat, la demanda mundial no ha augmentat però hi han sorgit nous productors com la Xina, Mèxic o Polònia,

que es van fent un lloc en el mercat". El pastís a repartir és el mateix, però cada cop hi ha més comensals que se'l disputen.

Als ulls d'Antoni Baixauli, president de la Fevama, cal tenir present un altre punt feble del nostre teixit exportador, i és que el 80% de les exportacions de mobles es dirigeix a la Unió Europea (principalment a França i Portugal, seguits per Alemanya, el Regne Unit i Itàlia). "L'excessiva dependència de les nostres exportacions dels mercats de la UE ens fa molt vulnerables a qualsevol canvi de conjuntura, com és l'actual recessió econòmica", adverteix Baixauli; "per tant, hem de diversificar mercats per disminuir els riscos".

Fent cas d'aquestes advertències, les associacions del sector del moble treballen a un ritme frenètic per assolir acords i aliances estratègiques en el mercat mexicà, per exemple, com a porta d'entrada als Estats Units, sense descuidar els mercats de l'Europa de l'Est i els països de l'Orient Mitjà, excel·lents clients del moble clàssic valencià.

Una altra notícia preocupant per al sector exportador del moble als nostres territoris arribava amb la devaluació del dòlar davant de l'euro, que va arribar al seu punt màxim a mitjan juliol. I és que, encara que bona part de la producció es destina a la Unió Europea, els mercats nord-mericà, rus i dels països àrabs també tenen una gran importància en el percentatge de vendes a l'exterior. En una situació d'inquietud com l'actual, la fortalesa de l'euro davant el dòlar no va ajudar a calmar els ànims dels exportadors. Tal i com assenyala el president de Fevama, Antoni Baixauli, "en un temps d'auge assimilaríem millor la revalorització de l'euro, però en aquests moments el que necessitem és una moneda més feble per estimular les vendes a l'exterior".

L'efecte insularitat. Tot i que les problemàtiques del sector siguin força comunes arreu dels nostres territoris, cal tenir present les especificitats pròpies que presenta sempre la indústria balear, per un factor clar d'insularitat. Marta Mesquida dirigeix el Centre Tecnològic Balear de la Fusta (CETEBAL), que funciona a Manacor des de fa escassament un any

i mig, i que realitza una auditoria tecnològica del sector fusta-moble a les Balears, en col·laboració amb l'Institut del Moble al País Valencià (AIDIMA). Els resultats es presentaran el pròxim mes d'octubre, però Mesquida avança alguns trets que s'han observat: "L'estudi detecta com les empreses del moble balear han fet inversions en maquinària força importants els últims anys i que treballen en un mercat bàsicament local, a excepció d'algunes empreses que venen a la resta de l'estat i algunes que hi exporten."

Segons Mesquida, aquesta focalització en el mercat local ha vingut donada per la forta empena dels sectors de la construcció i de l'hostaleria. L'estudi també detecta la falta d'una certa especialització i la necessitat que les empreses defineixin processos molt més concrets de fabricació. "Si les empreses petites s'especialitzen, llavors hi hauria bastant marge per a subcontractar determinats processos."

Peça a peça. De fet, l'escàs nivell de subcontractació de la indústria del moble balear és una de les diferències més importants respecte a Catalunya i el País Valencià. Miquel Serra és propietari de Mobles Diserm, una fàbrica de Manacor creada el 1992, que dona feina a quatre persones, i que treballa en moble fet a mesura i també en petites sèries d'unes 50 peces. Distribueix únicament en el mercat balear i assenyala que, ara per ara, el que millor li funciona és el moble fet a mida, concretament d'estil rústic.

Serra es queixa que per culpa del transport, els mobles balears es poden arribar a encarir fins a un 35% o un 40% més que els fabricats a la península. I que si bé el transport de matèria primera sense obrar està subvencionat pel Govern balear, no és així quan el producte està totalment acabat. Un entrebanc, els dels costos, al qual cal afegir, segons Serra, la falta d'especialització del mercat balear del moble i l'elevat individualisme: "Aquí es fabrica tota la peça en la mateixa empresa, no se subcontracta tant com en altres nuclis industrials, i això encareix el producte. S'han mirat de fer cooperatives però al final no han funcionat. És molt difícil poder distribuir la feina i això fa que no hi hagi empresa auxiliar, especialitzada a fer determinades fases del producte.

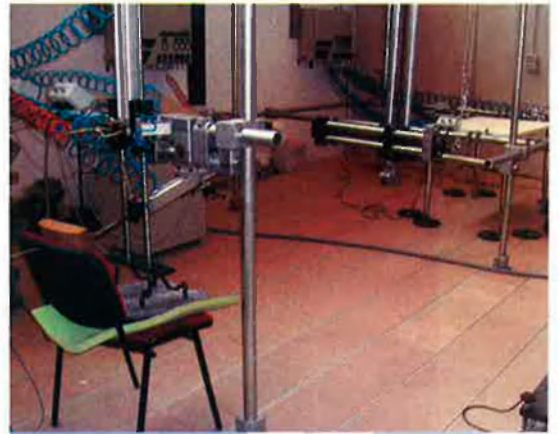
El primer que s'hauria de canviar és la mentalitat."

La situació del mercat balear contrasta tant amb la que es dona a Catalunya i al País Valencià, on l'ús freqüent d'activitats de subcontractació ha afavorit la creació d'una àmplia xarxa de firmes auxiliars, petites i mitjanes, i fortament especialitzades. El País Valencià, explica Paco Pons, "és el territori on hi ha més subcontractació de l'estat. Hi ha gent que ve ací de la resta de l'estat a encarregar parts del procés productiu". El mateix Paco Pons assegura que des de Galícia, que és on més fusta es produeix de l'estat espanyol, surt la fusta en taulons en direcció al País Valencià, on es transforma i després torna a Galícia, on s'acaba de produir el moble.

Aquesta indústria auxiliar valenciana té els seus orígens en un seguit d'empreses petites que fa 30 o 35 anys treballaven en el sector sense marca pròpia. "Això no es podia mantenir i es van dedicar a proveir les empreses veïnes de parts dels mobles. La subcontractació és un dels elements de futur del sector; dona molta flexibilitat, abarateix els processos i aguanta millor les èpoques de crisi. En aquests moments de recessió no hi ha gran acomiadament de treballadors perquè l'estructura d'indústria auxiliar pot resistir millor. Carrega una mica més els treballadors que ja té i espera un millor moment per tornar a contractar gent eventual", explica Paco Pons.

Mentre les empreses del moble balear han optat pel model alemany, consistent a produir tot el moble sota un mateix sostre, a la resta dels nostres territoris l'exemple és un cop més l'italià, més donat a reparar la feina i a externalitzar una part del procés productiu. Això explica també perquè a Alemanya les empreses del moble tenen una mitjana de cent treballadors, mentre que a l'estat espanyol és de set.

Però competir en dimensions tampoc és una opció que pugui abraçar el moble balear, com assenyala el mateix Antoni Montserrat, director general d'Economia del Govern Balear, qui recorda que el 90% de les empreses del moble a les Illes tenen menys de cinc treballadors: "En canvi, és més fàcil que tinguem equips creatius, que es dediquin al disseny i al producte de gran qualitat", afegeix Montserrat, "on el preu no sigui l'element de-



El Centre Tecnològic Balear de la Fusta (CETEBAL), creat fa escassament un any i mig a Manacor, ha engegat una auditoria tecnològica del sector fusta-moble a les Balears. L'estudi detecta una escassa utilització de la subcontractació per part de les empreses i una excessiva dependència del mercat local.

Préstec Personal

The logo consists of a white circle containing the letter 'B' and a white letter 'S' to its right, both set against a dark blue background.

Converteixi els seus somnis en realitat

Posi en marxa els seus projectes amb el Préstec Personal del Banc Sabadell. Amb una sola quota mensual podrà fer realitat tots els seus somnis.

Informi-se'n a qualsevol oficina, trucant al **902 323 666** o bé per Internet a **www.bancsabadell.com**.

En només 2 hores tindrà la resposta.

BancSabadell

cisiu", seguint l'exemple d'altres sectors com el del calçat. Montserrat reconeix que el sector necessita encara d'una forta reconversió: "Cal aconseguir que la matèria primera ens arribi a un cost acceptable i aconseguir donar un diferencial al nostre producte, per evitar que les empreses del moble desapareguin com a creadores de producte i es converteixin en meres auxiliars de la construcció. Mai competirem amb les grans produccions i preu baix que facin els suecs amb Ikea, però sí que sabem que podem competir adreçant-nos a petits mercats de qualitat, mantenint la capacitat artesanal, de fer bona feina, que hem tingut històricament dins el sector de la fusta."

Tot i les dificultats per arribar a ser competitiu, el moble balear viu una època de cert ressorgiment. S'ha creat el Centre Tecnològic Balear de la Fusta; el passat mes de maig Manacor va celebrar la primera fira professional dedicada al sector, Tecnofusta. El sector que rep més ajuts del Govern balear destinats a promoció industrial, darrere del calçat i la joieria i bijuteria. En total, 700.000 euros el passat 2001, el 55% dels quals van recaure en les empreses de Manacor.

Un entorn econòmic desfavorable, un teixit empresarial de petites dimensions, una escassa incorporació del disseny al producte i una excessiva oferta de mobiliari internacional. Els representants del sector coincideixen a assenyalar que aquests són els principals problemes que hauran d'afrontar les empreses del moble en els pròxims anys. "Estem en un moment estrany, i és precisament ara quan ens hem d'esforçar a treure producte bo i diferenciat", aconsella Màrius Catalán, gran coneixedor de les empreses del moble de la Garriga; "en aquests moments s'ha de tenir el cap molt fred." Segurament les empreses del moble esperaran a veure els resultats de la 39a edició de la Fira Internacional del Moble de València (FIM), que té lloc del 23 al 28 de setembre. FIM continua essent una de les grans cites anuals del sector i, com a tal, segons els organitzadors, ja té confirmada la presència d'un 20% més de compradors internacionals que l'any passat.

*Bàrbara Amorós
Alexandre Carbó*