

FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

TIPO DE PRODUTO	Madeira/Mobiliário (v03.05.2017)
MERCADO ALVO	Polónia

RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência 2016

Valores em euros

Tendência

↗ → ↘

1	Valor total das importações de bens	170.337.791.000€
2	Valor total das importações de mobiliário	1.739.854.000€
3	Valor total das importações de mobiliário de Portugal	10.022.000€
4	Valor total das importações de madeira para construção	910.626.000€
5	Valor total das importações de madeira p/ construção de Portugal	1.449.000€

X		
X		
X		
X		
		X

Porcentagem

6	Valor das importações de mobiliário / valor total das importações de bens	1,02%
7	Valor das importações de mobiliário de Portugal / valor das importações de mobiliário	0,58%
8	Valor das importações de madeira para construção / valor total das importações de bens	0,53%
9	Valor das importações de madeira para construção de Portugal / valor das importações de madeira para construção	0,16%

PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

I. LINHAS ESTRATÉGICAS

A Polónia é o 3º maior exportador de mobiliário da União Europeia, sendo esta uma das indústrias de mais rápido crescimento no país.

O rápido crescimento da procura de madeira verificado nos últimos anos foi, em grande parte, consequência da extensão do mercado das matérias-primas de madeira aos Estados-Membros da UE, ou seja, da procura por parte das empresas de cada um desses países. O crescimento da procura, juntamente com capacidades limitadas em termos de aumento da oferta, resulta na necessidade de obter maior quantidade de madeira.

De acordo com uma publicação do Ministério da Economia polaco, de um modo geral, espera-se que a procura aumente sistematicamente para a maioria dos materiais de madeira e produtos de madeira acabados.

No domínio do mobiliário, as categorias que registaram, em 2016, os maiores valores de importações, foram as seguintes: partes de assentos (655,2 milhões EUR), lustres e outros aparelhos de iluminação, excepto iluminação pública (225,6 milhões EUR), móveis de metal (143,2 milhões EUR), móveis de madeira, para salas de jantar e salas de estar (71,3 milhões EUR), construções prefabricadas de ferro ou aço (58,4 milhões EUR), assentos giratórios de altura ajustável (55,6 milhões EUR), partes de móveis, de madeira (50,6 milhões EUR), assentos com armação de madeira, estofados (46,4 milhões EUR), assentos para veículos automóveis (46,4 milhões EUR), assentos com armação de metal, estofados (43,9 milhões EUR) e candeeiros de cabeceira, de escritório e lampadários de interior, elétricos (40,1 milhões EUR).

Ao nível das madeiras e derivados, por seu turno, destacaram-se as importações de painéis de madeira (244,8 milhões EUR), madeira serrada (236,9 milhões EUR), painéis de fibras de madeira (155 milhões EUR), madeira contraplacada (112,9 milhões EUR), madeira em bruto (80,7 milhões EUR) e obras de carpintaria (78,8 milhões EUR). Numa ótica mais desagregada, destacam-se os seguintes produtos: painéis de partículas de madeira (209,9 milhões

EUR), madeira serrada ou fundida longitudinalmente, cortada transversalmente ou desenrolada, de espessura superior a 6 mm, de coníferas (133,5 milhões EUR), painéis de fibras de madeira ou de outras matérias lenhosas, com densidade superior a 0,8 g/cm³ (81,1 milhões EUR), madeiras contraplacadas, constituídas exclusivamente por folhas de madeira de espessura até 6 mm, com pelo menos uma face de madeira não conífera (78,8 milhões EUR), madeira serrada ou fundida longitudinalmente, cortada transversalmente ou desenrolada, de espessura superior a 6 mm, de carvalho (52,8 milhões EUR), painéis de média densidade (denominados “MDF”), de espessura superior a 9 mm (49 milhões EUR), folhas de madeira, exc. de coníferas ou madeiras tropicais (46,2 milhões EUR) e paletes simples e taipais de paletes (32 milhões EUR).

II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

Com cerca de 39 milhões de habitantes, a Polónia é um importante mercado para a colocação de bens de equipamento e de bens de consumo, onde o fator qualidade/preço é determinante.

De acordo com o estudo de 2016 "E-commerce na indústria de móveis", ao comprar móveis online, os compradores estão à procura de poupança (96% prestam atenção ao preço), mas compram o que também atende as suas expectativas estéticas e qualitativas (também 96%). Assim, verifica-se que o critério de preço pode ser insuficiente para tomar uma decisão de compra. Para 86% dos entrevistados, a qualidade é importante, embora, na fase de compra.

III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

O consumidor polaco é, geralmente, sensível ao preço, sendo determinante o fator qualidade/preço.

De acordo com os últimos dados publicados pelo Eurostat, em 2015, o Índice de Gini¹ para a Polónia foi de 0,306, o que representa uma distribuição do rendimento muito semelhante à de outros países europeus (para Portugal foi de 0,340, a média da EU foi de 0,310).

Os preços dos móveis na Polónia são, geralmente, mais baixos do que na maioria dos países vizinhos do Leste da Europa, mas têm vindo a aumentar nos últimos anos. Para obter preços atualizados de móveis, podem consultar-se os websites da IKEA (<http://www.ikea.pl>) e dos principais retalhistas – Agata (<http://www.agatameble.pl>) e Jysk (<http://www.jysk.pl/>).

¹ Índice publicado pelo Banco Mundial que mede a equidade na distribuição do rendimento nacional num país. O seu valor 0 representa a igualdade perfeita e 1 a desigualdade perfeita.

IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

As empresas portuguesas têm de ter em conta que se trata de um mercado que requer um acompanhamento direto e frequente dos clientes locais. É também um mercado bastante competitivo, com uma forte presença de empresas locais e estrangeiras de grande qualidade, onde as empresas portuguesas podem encontrar dificuldades se não tiverem uma adequada e persistente estratégia de internacionalização.

As marcas portuguesas são muito bem conotadas na Polónia. Para este sucesso contribuem, em larga escala, 3 grandes empresas: a Jerónimo Martins e a Eurocash, no retalho alimentar, e o Millenium BCP, na área bancária. É notável o trabalho que estas marcas realizaram, sob os nomes Biedronka (que representa uma das maiores cadeias de supermercados da Polónia, com mais de 2.600 lojas) e Millenium Bank (uma marca com classificação de qualidade pela fundação Fundacja Widzialni, um dos principais observadores de boas práticas empresariais na Polónia).

Graças a este trabalho, os consumidores polacos olham para as marcas portuguesas e, conseqüentemente, para os seus produtos, de uma forma positiva, pois associam a estas uma imagem de qualidade e confiança.

Ao nível da estratégia de comunicação, aconselha-se a participação em feiras e eventos.

V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

O mobiliário é vendido, principalmente, por pequenos retalhistas especializados, mas o mercado é dominado por cadeias de lojas. Os grossistas têm enfrentado dificuldades. Os exportadores devem abordar diretamente retalhistas e agentes para se manterem competitivos no preço. Os hipermercados e cadeias de bricolage também são importantes canais. Alguns fabricantes também atuam como retalhistas.

Entre os principais importadores incluem-se a Paged (<http://pagedmeble.pl>), Ekomeble (<http://www.ekomeble.com.pl>) e Chairconcept (<http://www.chairconcept.com>). A IKEA é o maior retalhista de móveis da Polónia. Outros grandes retalhistas são a Jysk (<http://www.jysk.pl>), Agata (<http://www.agatameble.pl>) e a Bo Concept (<http://www.boconcept.pl>), por exemplo.

Estima-se que o número de transações feitas na web corresponda a 6% de todas as compras a retalho de móveis (excluindo a compra de elementos de design de interiores e comércio B2B). Esta é ainda uma parte do segmento do mobiliário, mas em rápido crescimento. O e-commerce é dominado por produtos económicos. No caso de móveis de gama média e alta, o cliente é mais propenso a optar por um projeto individual, a querer verificar a qualidade do produto e a precisar de aconselhamento.

Por outro lado, a Polónia detém uma posição central no contexto europeu, constituindo também uma importante plataforma de acesso a outros mercados quer da Europa Central e Europa de Leste.

VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

As mercadorias com origem na UE encontram-se isentas de controlos alfandegários, sem prejuízo, porém, de uma fiscalização no que respeita à respetiva qualidade e características técnicas.

As transmissões intracomunitárias de bens são isentas de IVA em território nacional. São, no entanto, sujeitas a tributação no Estado membro de destino dos bens. Na Polónia, o IVA (VAT – Value Added Tax) recai sobre a generalidade dos bens e serviços à taxa normal de 23%; existem taxas reduzidas para certos tipos de bens, nomeadamente construção e habitação social (8%)².

VII. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

Avaliação Global da Oportunidade



VIII. CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website	Contacto tel.	Email
Artseries	Importador	Artseries	48 515-122-387	sklep@artseries.pl
Art Pol	Importador	Art-Pol	48 71 37 30 667	bok@art-pol.pl
Albero Meble	Importador	Albero	48 606 600 148	wspolpraca@meble.pl
Meble.pl	Importador	Meble.pl	48 17 283 81 55	szczecin@seba.pl
Seba	Importador	Seba	48 91 439 17 16	galeria@meblex.rzeszow.pl
PHU MEBLEX	Importador	Meblex	48 519 068 250	moss@moss.pl
MOSS Projektowanie wnętrz	Importador	Moss	48 22 773 81 02	info@comodo.pl
Inter Comodo	Importador	Comodo	48 721 076 720	Formulário de contacto
Studio Eurocomfort	Importador	Eurocomfort		wspolpraca@meble.pl
Paged	Importador	Paged	+48 33 497 24 00	jasionica@paged.pl

Ekomeble	Importador	<u>Ekomeble</u>	22 644-22-10	<u>biuro@ekomeble.eu</u>
Chairconcept	Importador	<u>Chairconcept</u>	+48 56 660 05 24	<u>office@chairconcept.com</u>

IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
SOFAB / Feira Internacional de Tecidos e Componentes para Móveis Estofados	Poznan / 12-15 Setembro 2017	<u>SoFab</u>
WARSAW HOME / Feira de Design de Interiores	Varsóvia / 06-08 Outubro 2017	<u>WarsawHome</u>
WARSAW BUILD / Feira internacional de Construção e Design de Interiores	Varsóvia / Novembro 2017	<u>WarsawBuild</u>
ARENA DESIGN / Design em Serviço do Mundo de Negócios	Poznan / 06-09 Março 2018	<u>ArenaDesign</u>
MEBLE POLSKA / Feira de Mobiliário e Acessórios para Mobiliário	Poznan / 06-09 Março 2018	<u>MeblePolska</u>
HOME DECOR / Design de Interiores	Poznan / 06-09 Março 2018	<u>HomeDecor</u>

X. OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

² Mais informação sobre o Imposto sobre o Valor Acrescentado aqui.

A AICEP disponibiliza vários documentos com informação relativa ao mercado Polaco, que podem ser consultados acedendo ao website, no separador Mercados Externos, seleccionando o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/MercadosExternos.aspx?marketId=94>.

XI. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Marcar as reuniões com antecedência.
- Estar bem preparado para os encontros que efetuar (levar a apresentação da empresa, catálogos e amostras).
- Dar respostas rápidas, concretas e substanciais.
- Manter os contactos regulares com os interlocutores polacos.
- Ser persistente e profissional na abordagem ao mercado.



- Chegar atrasado.
- Não existe o hábito de tratar as pessoas por Senhor Doutor (com exceção dos médicos ou de pessoas doutoradas) ou Senhor Engenheiro.
- Os polacos não gostam de ser considerados um “país de Leste” (pelo cunho da expressão e por se encontrarem na Europa Central).

