

## FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

TIPO DE PRODUTO	Rochas Ornamentais (v03.05.2017)
MERCADO ALVO	Alemanha

### RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência

Valores em euros

Tendência

↗ ↘ ↙

1	Valor total das importações de bens	953.067.407.000€
2	Valor total das importações de rochas ornamentais	498.945.000€
3	Valor total das importações de rochas ornamentais de Portugal	12.728.000€

X		
		X
	X	

Porcentagem

4	Valor das importações do produto / valor total das importações de bens	0,05%
5	Valor das importações do produto de Portugal / valor das importações do produto	2,55%

## PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

### I. LINHAS ESTRATÉGICAS

De acordo com os dados do ITC - International Trade Centre para 2015, a Alemanha foi o 4º maior importador de rochas ornamentais, com um valor de 354.9 milhões EUR, valor este que se manteve estável, tendo apenas uma queda de 2% face a 2014 (362.7 milhões EUR). De notar que este setor em 2014 apresentou um crescimento no valor importado de 8%. No que diz respeito a quantidades o valor apresentou uma subida consistente nos últimos anos, tendo a Alemanha conseguido, em 2015, o 3º lugar como maior importador (com 770.000 toneladas). Dentro deste setor o destaque vai para as importações de granito, conseguindo a Alemanha ficar em 3º lugar, com um valor de 243 milhões para, em 2015.

Em 2015, Portugal posicionou-se como o 9º maior fornecedor de pedra natural à Alemanha, com um valor de 4 milhões de euros, e uma quota de 1,2% para 2015. Destaque para o crescimento de 23% no valor das importações provenientes de Portugal face a 2014, onde conseguiu um valor de 3,4 milhões EUR. Apesar deste setor ser dominado pela China (146,8 milhões EUR, 41,4% de quota), Itália (77,5 milhões EUR, 21,8% de quota) e Índia (56 milhões EUR, 15,8% quota), Portugal destacou-se em dois segmentos: granito (7º lugar), com um valor total de quase 2 milhões EUR e uma subida de 35% face ao ano anterior, conseguindo uma quota de mercado nos 0,8%; e mármore (4º lugar), com um valor de 602 mil euros (aumento de 42% face ao ano anterior), e quota de mercado de 4,5%.

A Indústria das rochas na Alemanha é composta por cerca de 80 empresas, a maioria dedicada ao desenvolvimento de produtos para aplicações de construção em geral, outras dedicadas ao setor funerário, e quase metade cobrem ambas as atividades. Existe uma tendência na redução do número destas empresas, embora mantendo-se o nível da produção, o que significa que o mercado está a tornar-se mais concentrado. Este processo de concentração reflete-se em empresas (ou grupos de empresas) cada vez com maior tamanho e mais competitivas, de forma a enfrentar uma situação de perda de quota de mercado e menor volume de negócios.

### II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

Em 2015, o granito representou a maior parte das importações da Alemanha, respondendo por cerca de 68% das importações no valor de 243 milhões EUR e 579 toneladas. O granito representa mais de dois terços do total das

importações alemãs de pedra natural. No entanto, deve ser mencionado que a importação de granito, em 2015, diminuiu tanto em valor como em volume, enquanto o valor caiu 4%, as quantidades tiveram uma queda de 19%, face a 2014 (253,4 milhões EUR e 717 toneladas). Houve um aumento acentuado no preço médio por tonelada de granito subindo de 2.864 (2014) para 3.424 euros/tonelada (2015) afetando os principais países exportadores. O fornecedor líder de granito para a Alemanha é a China, apesar das reclamações de alguns importadores na qualidade do produto a longo prazo, em 2015 a China exportou para a Alemanha cerca de 121 milhões de euros em granito, representando cerca de 50% do total. Em 2015, depois de dois anos de crescimento, as exportações do granito da China sofreram uma diminuição particularmente acentuada no volume (-19%).

As importações de mármore e travertino diminuíram drasticamente entre 2008 e 2009, mas desde essa data o volume foi recuperando. Os valores de importação de mármore em 2015 foram de 32 milhões de euros, aumentando ligeiramente em comparação com 2014, com 29 milhões de euros.

É possível verificar que as importações de Ardósia em 2015 representaram 13,5% do valor total das importações alemãs de pedra natural. No entanto, as importações de Ardósia têm vindo a diminuir ligeiramente nos últimos anos. Esta redução pode ser explicada em parte pelo crescimento da população nas cidades e o declínio em áreas rurais onde o uso de telhados de ardósia e fachadas é mais comum. Espanha é o líder das exportações de ardósia para a Alemanha. Para o caso dos Calcários, estes representam 1,6% do total das importações alemãs de pedra natural. Em 2015 houve uma diminuição tanto no valor (5,1%) como no volume (26,5%), face a 2014. Sendo volumes tão baixos de importação, estas variações percentuais são bastante significativas, e dependem em grande parte de como o produto tem sido comercializado, quer através de distribuidores tradicionais ou diretamente àqueles que o vão aplicar, cujas características de adaptação do produto fazem aumentar o preço consideravelmente. Os Arenitos, como os calcários, são pouco significativos em importações alemãs, porque eles não atingem sequer 1% do total. Em 2015 as importações deste material sofreram uma queda tanto em valor -11,4%, como em volume -18,6%.

### III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

Na sua generalidade, no mercado alemão estão presentes produtos de rochas ornamentais de todos os segmentos de preço, desde materiais em que o fator decisivo da venda é o preço, até produtos fabricados à medida para segmentos de mercado bastante exclusivos.

A figura do agente comercial é um veículo de entrada muito habitual para as empresas exportadoras. Estes agentes recebem uma comissão que oscila entre 8-10% do volume de vendas, se bem que quando alcançam volumes importantes estes valores podem ser negociados em baixa.

Sendo um mercado bastante vasto, o agente dificilmente cobre todo o território alemão, geralmente existe uma exclusividade para certas áreas geográficas delimitadas pelos seus códigos postais. De acordo com a normativa alemã, o agente recebe comissão não só pelas vendas efectuadas por ele, mas também por todas as vendas realizadas pela empresa na área geográfica estipulada no contrato de agência a partir da sua data de entrada em vigor. Assim, o agente tem direito a uma comissão pelas vendas que o fabricante realize a clientes que já o eram anteriormente à assinatura do contrato, mesmo se não tiver existido intermediação por parte desse agente.

Quanto às vendas aos distribuidores, é hábito neste setor oferecer-se ao cliente um desconto em torno de 35-50% sobre a taxa de PVP. De notar que dependendo do número de intermediários antes da venda final, o desconto pode ser menor. No entanto, para aqueles que trabalham com a grande distribuição sem possuírem um ponto próprio de venda, este desconto nunca será inferior a 40%.

### IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

As empresas que desejam comercializar os seus produtos na Alemanha devem possuir um compromisso de proporcionar uma política eficaz de atendimento ao cliente, especialmente recomendado no que diz respeito à logística e atenção às reclamações.

As rochas são um material muito pesado, ou seja, o preço do transporte influencia de forma muito significativa o preço final. Além disso, e especialmente em relação ao produto acabado que não requer uma transformação final, importadores e distribuidores procuram um equilíbrio entre oferecer aos seus clientes prazos curtos de entrega, e a necessidade de minimizar a despesa financeira de ter produto em *stock*.

Portanto, oferecer uma logística impecável que possa eficientemente servir tanto os envios de carga como a grupagem, é certamente uma vantagem competitiva de longo alcance.

## V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Os canais de distribuição da rocha variam bastante consoante a aplicação do produto final. Como características gerais para todos os canais podemos fazer algumas considerações.

Destacam-se os fabricantes que completam o seu stock através da compra a outras pedreiras nacionais, ou recorrendo à importação. Estes operadores integram verticalmente a cadeia de valor das rochas em todas as suas variantes (elaboradas, semi-elaboradas, ou em bloco). Quando necessário procedem à sua transformação e posterior comercialização. Para este grupo entram as empresas capazes de tratar a rocha à medida (fontes, esculturas, etc.).

Apesar de não comercializarem, arquitetos e designers influenciam o consumo das rochas, porque embora não as importem diretamente, são eles que decidem sobre o seu uso e aplicação. Dependendo do volume e âmbito das obras, as construtoras também podem comprar diretamente os produtos que irão utilizar nos seus trabalhos. Este é o caso tanto para as grandes empresas de construção como também as de médio dimensão, especialmente nas obras públicas urbanas.

Fora dos canais controlados pelos fabricantes aparece o mercado da bricolage, tanto para consumidores privados como instaladores profissionais. Este mercado está bastante desenvolvido na Alemanha, e embora comercializado principalmente um produto de preço médio, o seu elevado poder de negociação face ao fabricante traduz-se num incremento da qualidade da sua gama. Finalmente, a figura do agente comercial que intermedia entre o fabricante e o distribuidor é comum para praticamente todas as aplicações de rochas.

## 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 qualidade e características técnicas. As transmissões intracomunitárias de bens são isentas de IVA em território nacional, sendo, contudo, sujeitas a tributação no Estado membro de destino dos bens. O imposto sobre o valor acrescentado (IVA) na Alemanha tem uma taxa geral de 19%, sendo este o valor aplicado às rochas ornamentais. Na Alemanha estão em vigor as normas DIN para a entrada de rochas. No entanto, essas normas são um reflexo das normas europeias CEN / TC para portanto as empresas não precisam de qualquer adaptação extra para exportar o seu produto para a Alemanha.

A indústria alemã de rochas criou vários selos de qualidade que certificam a origem e a qualidade do processo de produção. Estes selos representam para o distribuidor alemão uma garantia adicional de qualidade, em conformidade com as normas vigentes e respeito pelo meio ambiente. Portanto, assim, embora estes selos não constituem uma barreira técnica, podem ser uma barreira psicológica para a aquisição deste material por países terceiros.

## VII. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

# Avaliação Global da Oportunidade



### VIII. CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website	Pessoa de contacto	Função	Contacto tel.	Email
Kurz Natursteinzentrum	Importador (setor funerário)	<a href="#">Kurz</a>	Stephan Kurz	Diretor/ Proprietário	0049 62 51 / 8 54 44 21	info@kurz-natursteine.de
Natursteine-Direktimporteureur	Importador (já compra em Portugal)	<a href="#">Direktimport</a>	Edward Hoch	Diretor/ Proprietário	0049 40 - 88187976	
A. Hoffmann Natursteine	Importador (já compra em Portugal)	<a href="#">Steinimport</a>	Andreas Hoffmann	Diretor/ Proprietário	0049(0)34315721 05	info@steinimport.com
AKN Natursteine	Importador	<a href="#">AKN</a>	Christoph van Doorn	Compras	0049 2947-976723	info@akn-natursteine.de
Naturstein Risse	Grossista	<a href="#">Risse</a>	Michael Risse	Diretor/ Compras	0049 2947 9799-0	info@naturstein-risse.de
Natursteinhandel Klein	Grossista	<a href="#">Klein</a>	Heinrich Klein	Diretor/ Proprietário	0049 (0)203-4140815	info@natursteinhandelklein.com
AG Natursteinwerke	Grossista	<a href="#">AG</a>			0049 2131 / 4501055	info@ag-natursteinwerke.de

### IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
BAUMESSE / Feira Casa, Construção, Reforma e Economia de Energia	Vários	<a href="#">BauMesse</a>
BAUEN & WOHNEN DUISBURG / Feira da Renovação e Construção	Duisburg / 13-15 Outubro 2017	<a href="#">DuisburgBau</a>
HEIM+HANDWERK / Exposição para a Construção, Decoração e Mobiliário no Lar	Munique / 29 Nov. – 03 Dez. 2017	<a href="#">HeimHandwerk</a>
B.I.G. / Feira da Construção, Jardim e Imobiliário	Hannover / 31 Jan. – 04 Fev. 2018	<a href="#">BIG</a>
BAU / Salão Internacional de Materiais e Sistemas de Construção e Restauração de Edifícios	Chemnitz / 02-04 Fevereiro 2018	<a href="#">BAU-Chemnitz</a>
IMMOBILIENTAGE / Feira de Construção, Reforma, Vida e Finanças	Augsburgo / 16-18 Fevereiro 2018	<a href="#">Immobilientage</a>
BAUTEC / Feira Internacional de Construção Civil	Berlim / 20-23 Fevereiro 2018	<a href="#">Bautec</a>
BAUEN & WOHNEN MÜNSTER / Feira da Renovação e Construção	Munster / 16-18 Março 2018	<a href="#">MuensterBau</a>
INVENTA - ART OF LIVING / Feira da Casa e Construção	Karlsruhe / 16-18 Março 2018	<a href="#">Inventa</a>
BAUEN + WOHNEN Garten / Feira da Renovação e Construção	Offenburg / 23-25 Março 2018	<a href="#">BWGarten</a>
BAUMESSE NRW / Salão Internacional da Construção e Imobiliário	Dortmund / 23-25 Março 2018	<a href="#">BaumesseNRW</a>
STONE+TEC NÜRNBERG / Feira Internacional de Pedras Naturais e Tecnologias de Elaboração	Nuremberga / 13-16 Junho 2018	<a href="#">Stone-tec</a>

### X. OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

Portal setorial: [natursteinonline.de](http://natursteinonline.de), com fornecedores, informação setorial e iniciativas.

A AICEP disponibiliza vários documentos com informação relativa ao mercado Alemão, que podem ser consultados acedendo ao website, no separador Mercados Externos, selecionando o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/MercadosExternos.aspx?marketId=71>.

## XI. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Recorrer a um tradutor
- Participar em Feiras
- Analisar devidamente potenciais agentes e contratos de agência
- Preparar adequada informação antes de contactar distribuidores



- Vender produtos não devidamente testados
- Fazer manuais de instruções em inglês ou alemão de fraca qualidade
- Apresentar informação insuficiente ou de difícil análise
- Alterar planos
- Contactar depois das 16h ou em tardes de 6ª feira
- Não preparar devidamente a presença em Feiras
- Aceitar pagamentos por cheque

