

ÁUSTRIA

VESTUÁRIO – BREVE APONTAMENTO

Delegação em Viena

Setembro 2006

Índice

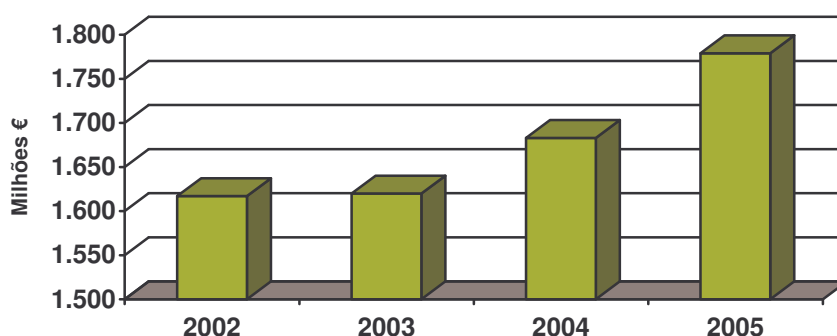
1. Evolução recente do mercado	3
1.1 Vestuário em tecido (NC 62)	3
1.2 Vestuário em malha (NC 61)	5
2. Posicionamento de Portugal no mercado	8
3. Análise SWOT de Portugal	11

1. Evolução recente do mercado

1.1 Vestuário em tecido (NC 62)

Em 2005 as importações austríacas de vestuário em tecido totalizaram 1.778,8 milhões de Euros e este produto foi o 8º mais importado pela Áustria em termos globais. Apesar de no período em análise se ter registado um crescimento continuado das importações deste tipo de vestuário, que no último ano se cifrou nos 5,7%, a sua quota no total das importações austríacas tem vindo a diminuir de 2,1% em 2002, para 2,0% em 2003, 1,85% em 2004 e finalmente 1,84% em 2005.

Evolução das importações de vestuário em tecido

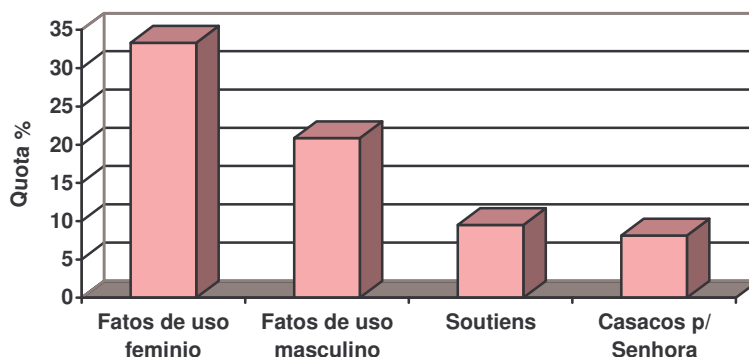


Dentro deste tipo de vestuário, os fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, saias-calças, calças, jardineiras, bermudas e calções de uso feminino (NC 6204) foram o segmento dominante, com uma quota de 33,3% em 2005. A segunda posição foi ocupada pelos fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, bermudas e calções de uso masculino (NC 6203), com uma quota de 20,84%. No terceiro lugar ficou a NC 6212 - soutiens, cintas espartilhos, suspensórios, ligas e artefactos semelhantes e suas partes, com uma quota de 9,5%. Em quarto aparece a NC 6202 - casacos compridos, capas, anoraques, blusões e semelhantes de uso feminino, com uma quota de 8,1%.

Nas posições seguintes:

- NC 6206 - camiseiros, blusas e blusas camiseiros de uso feminino, com uma quota de 5,7%;
- NC 6205 - camisas de uso masculino, com 5,2%;
- NC 6201 - sobretudos, capas, anoraques e blusões de uso masculino, com 4,8%;
- NC 6210 - vestuário confeccionado de feltro ou de falsos tecidos, com 3,9%;
- NC 6211 - fatos de treino para desporto e biquínis, com 3,6%;
- NC 6214 - xales, écharpes, cachecóis, mantilhas, com 1,2%.

Vestuário em tecido - Principais produtos importados

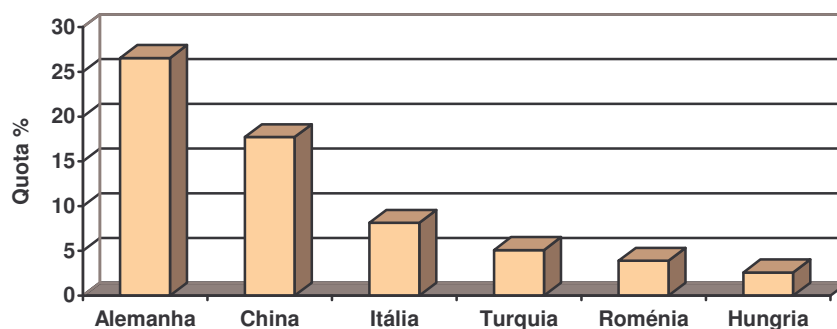


Fazendo agora uma análise dos principais países fornecedores de vestuário em tecido, importa destacar o seguinte:

a) Principais fornecedores

A Alemanha ocupou o 1º lugar com uma quota de mercado de 26,5% em 2005 e um aumento de 1,63% face ao ano anterior. A 2ª posição foi ocupada pela China, com uma quota de 17,7% e um crescimento bastante significativo (33,5%). A 3ª posição coube à Itália, com uma quota de 8,1% que subiu 9,9% face a 2004, seguindo-se a Turquia, com uma quota de 5,1% e um aumento de 7,9% no último ano.

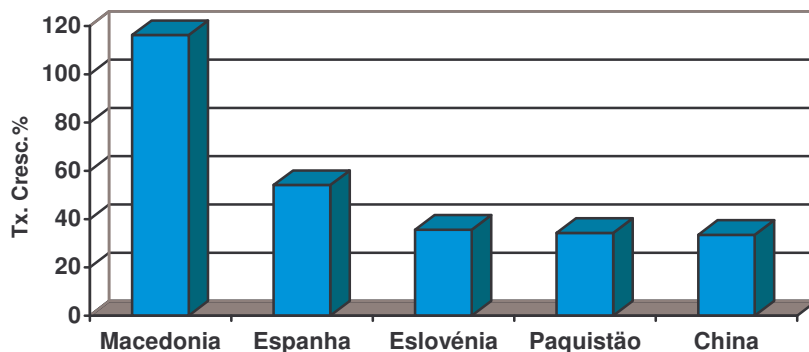
Principais fornecedores - Quotas de mercado



As outras posições foram ocupadas pela Roménia (3,9%), Hungria (2,6%), Bangladesh (2,4%), Hong Kong (2,3%), Eslovénia (2,0%) e Índia (1,9%). Portugal ocupou o 11º lugar com uma quota de 1,9% e viu as suas exportações aumentar 2,6% face a 2004.

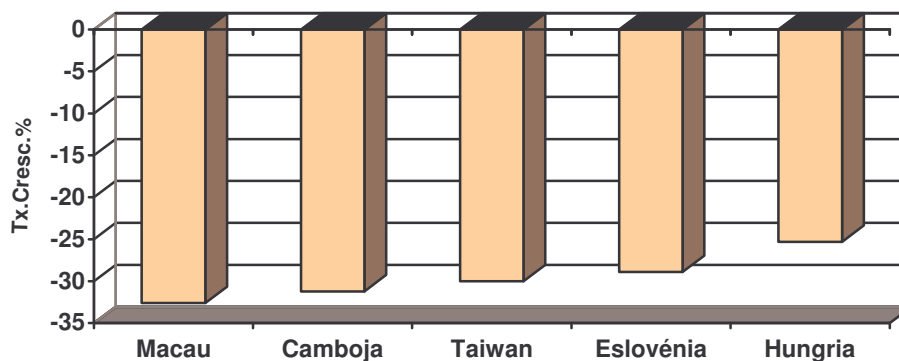
b) Fornecedores que registaram os maiores crescimentos:

A par da China (+33,5%), houve também aumentos significativos nas importações provenientes da Eslovénia (+35,6%), Espanha (+54,1%), Paquistão (+34,3%) e Macedónia (+116,2%).



c) Fornecedores que registaram as maiores quebras:

Verificaram-se claras diminuições das importações provenientes da Hungria (-25,3%), Eslováquia (-28,9%), Macau (-32,6%), Camboja (-31,2) e Taiwan (-30%).

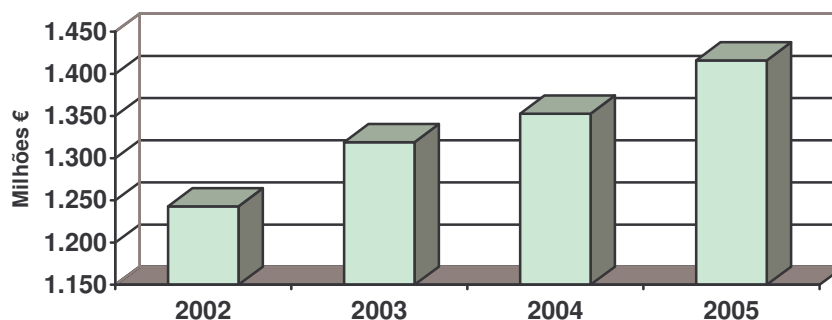


1.2 Vestuário em malha (NC 61)

As importações austríacas de vestuário em malha atingiram no ano 2005 um valor de 1.416 milhões Euros e ocuparam o 15º lugar no ranking dos produtos importados pela Áustria nesse ano. Apesar de as importações deste tipo de vestuário terem registado um aumento ao longo do período em análise, e que só no último ano se cifrou nos 4,7%, a exemplo do que sucedeu com o vestuário em tecido,

também tem vindo a perder importância no total das importações austríacas. Em 2003 a quota do vestuário em malha foi de 1,63%, no ano 2004 ficou-se pelos 1,49% e em 2005 desceu para 1,47%.

Evolução das importações de vestuário em malha

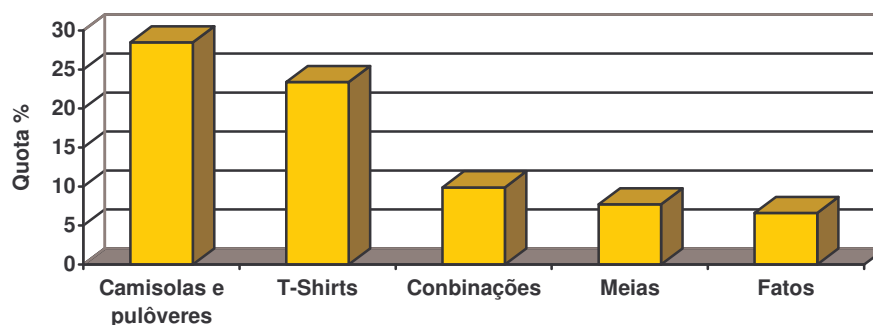


Dentro deste grupo, dominaram as camisolas e pulôveres (NC 6110), com uma quota de 28,5% em 2005, a 2ª posição foi ocupada por t-shirts e camisolas interiores de malha (NC 6109), com uma quota de 23,4% e na 3ª posição ficaram as combinações, saíotes, calças, camisas de noite, pijamas e roupões de banho de malha de uso feminino (NC 6108), com uma quota de 9,9%.

Outros segmentos a destacar:

- NC 6115 - meias-calças e meias de malha com uma quota de 7,7% em 2005;
- NC 6104 - fatos de saia-casaco com 6,6%;
- NC 6112 - fatos de treino para desporto e biquínis com 3,8%;
- NC 6106 - camiseiros, blusas e blusas camiseiros de uso feminino com 5,7%;
- NC 6107 - cuecas, ceroulas, camisas de noite, pijamas de uso masculino com 3,6%;
- NC 6105 - camisas de malha, de uso masculino com 2,7%;
- NC 6114 - outro vestuário de malha com 2,1%.

Vestuário em malha - Principais produtos importados

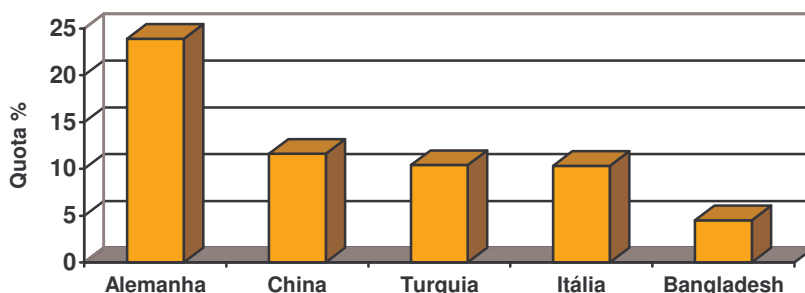


Quanto aos fornecedores, destacamos o seguinte:

a) Principais fornecedores

Tal como no vestuário em tecido, a Alemanha foi o primeiro fornecedor de vestuário em malha, com uma quota de mercado de 23,9%, embora tenha registado uma pequena quebra nas suas exportações para a Áustria (-3,2%). A China ocupou o 2º lugar, com uma quota de 11,6%, registando neste segmento um crescimento ainda maior do que no vestuário em tecido (+54,7%). Em 3º lugar surge a Turquia, com 10,4% de quota de mercado e um aumento de 1,9% seguindo-se a Itália, com uma quota de mercado de 10,3% e um incremento de 6,6%.

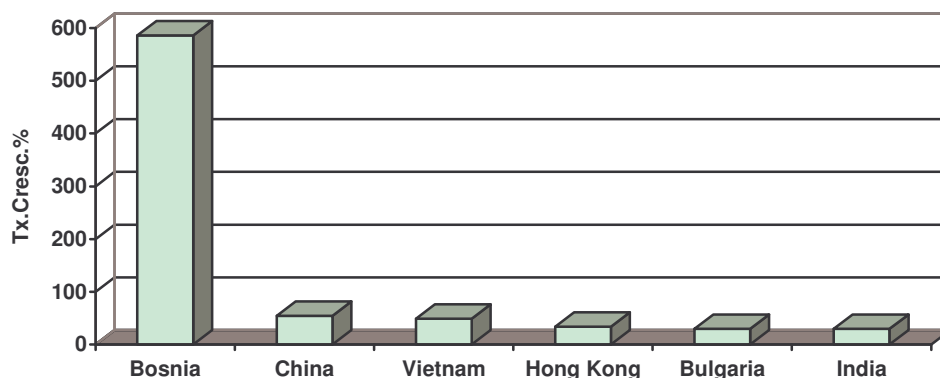
Principais fornecedores - Quotas de mercado



As posições seguintes foram ocupadas pelo Bangladesh (quota de 4,5%), Hungria (4,3%), HongKong (2,7%), Roménia (2,7%), Portugal (2,5%) e Índia (2,3%).

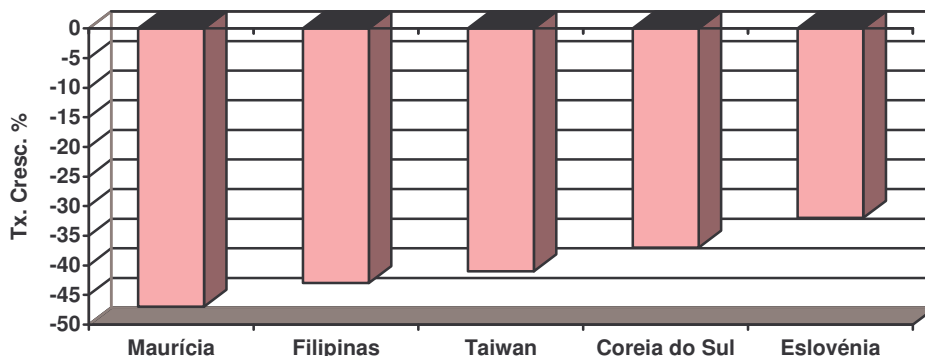
b) Fornecedores que registaram os maiores crescimentos:

O maior aumento foi registado pela Bósnia (+586%), seguindo-se a China (+55%) e Vietname (+49%). Grandes acréscimos foram verificados igualmente por Hong Kong (+34%), Bulgária (+30%) e Índia (+30%), países que têm em comum o facto de terem a vantagem da mão-de-obra barata.



c) Fornecedores que registaram as maiores quebras:

Diminuíram as importações das Ilhas Maurícias (-47%), Filipinas (-43%), Taiwan (-41%), Coreia do Sul (-37%) e Eslovénia (-32%).



2. Posicionamento de Portugal no mercado

Com um valor de 68,42 milhões de Euros e um peso de 17,6% no total das importações austríacas provenientes de Portugal, o vestuário foi o 2º produto mais vendido para aquele país. Dentro deste sector, o vestuário em malha atingiu um valor de 34,97 milhões de Euros e um peso de 9% no total das importações, tendo sido um pouco mais importante do que o vestuário em tecido, que atingiu um valor de 33,45 milhões de Euros e um peso de apenas 8,7% do total.

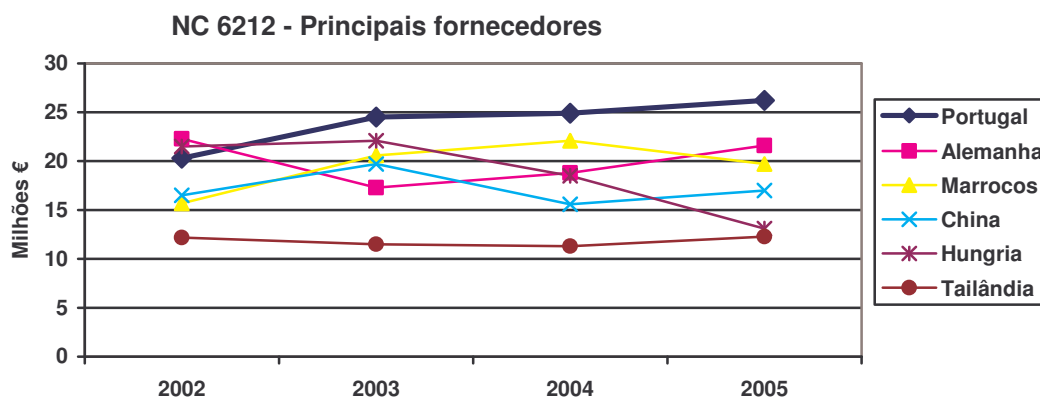
No que se refere ao vestuário em malha, os segmentos com a maior importância foram: as t-shirts, com um valor de 13,1 milhões de Euros, seguindo-se as meias-calças (6,6 milhões de Euros) e as combinações (5,1 milhões de Euros).

Dentro do vestuário em tecido os segmentos mais representativos foram: os soutiens com um valor de 26,2 milhões de Euros, a que correspondeu um peso de 78% no total. A grande distância surgem os fatos de uso masculino (2,4 milhões de Euros) e os fatos de uso feminino (1,4 milhões de Euros).

Fazendo agora uma análise comparativa do comportamento de Portugal e dos restantes fornecedores, para cada um dos principais produtos expedidos para a Áustria, importa realçar os seguintes aspectos:

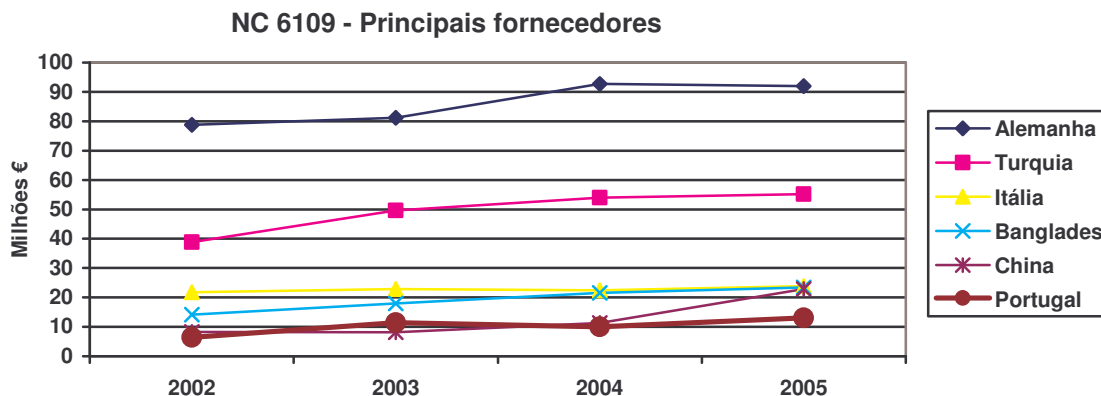
- NC 6212 – Soutiens

Portugal é o primeiro fornecedor deste tipo de produto e tem vindo a aumentar a sua quota de forma continuada desde 2002. Em 2002 a quota de Portugal era de 12,82%, em 2003 passou para 13,95%, em 2004 para 14,72% e finalmente, no ano de 2005, subiu para 15,50%. Em 2005 os maiores concorrentes foram a Alemanha (21,6 milhões de Euros), a China (17,0 milhões de Euros) e a Tailândia (12,3 milhões de Euros).



- NC 6109 – T-shirts

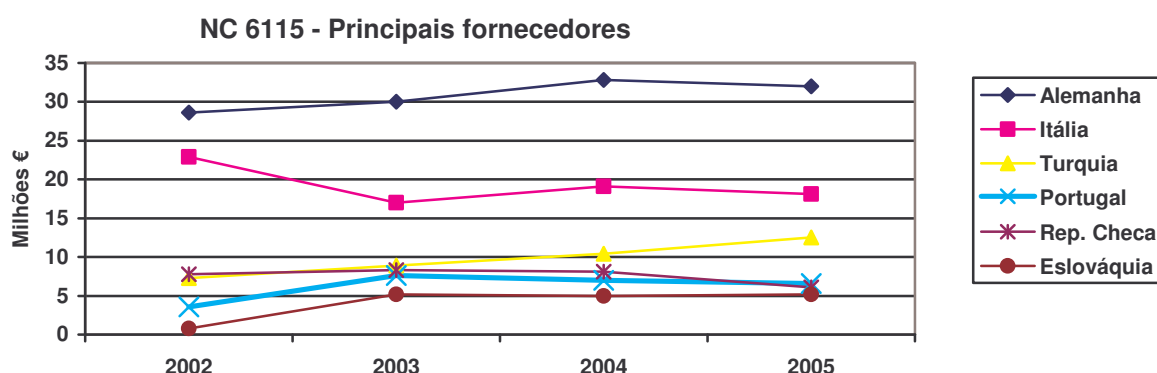
No ano 2005 a Áustria importou de Portugal 13,1 milhões de Euros de t-shirts, a que correspondeu e uma quota de mercado de 3,94% e a 6ª posição no ranking dos fornecedores deste tipo de produtos. A Alemanha foi o maior fornecedor de t-shirts (91,9 milhões de Euros), com uma quota de mercado de 27,7%, seguindo-se a Turquia (55,2 milhões de Euros, quota de mercado 16,6%), a Itália (23,8 milhões de Euros, quota de mercado 7,2%), o Bangladesh (23,4 milhões de Euros, quota de mercado 7,1%), e a China (22,9 milhões de Euros, quota de mercado 6,9%).



- NC 6115 - Meias

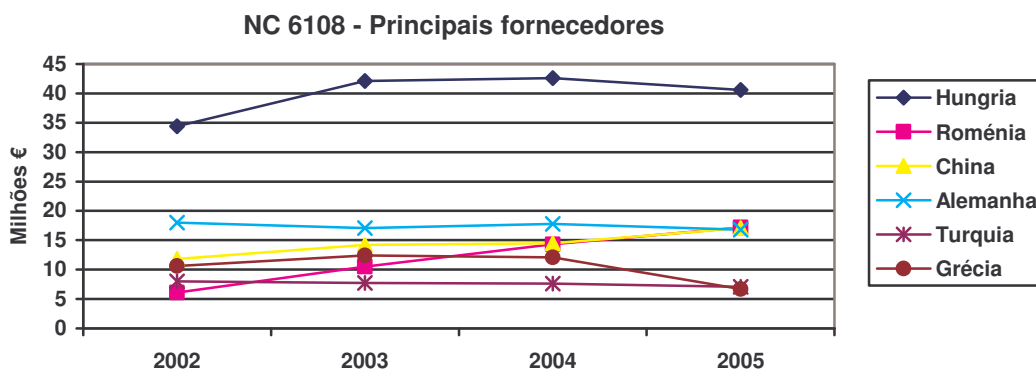
No ano de 2005 Portugal forneceu meias para a Áustria num valor total de 6,6 milhões Euros, a que correspondeu uma quota de mercado de 6,1% e o 4º lugar no ranking dos fornecedores. A Alemanha ocupa também neste segmento o 1º lugar, com um valor de 31,9 milhões Euros e uma quota de mercado de 29,5%. Itália e Turquia, ocupam os lugares seguintes com valores de 18,1 e 12,5 milhões de Euros e quotas de 16,7% e 11,6%, respectivamente.

A R.Checa surge em 5º lugar, mas está muito próxima de Portugal, com um valor de 6,1 milhões Euros e uma quota de mercado de 5,6% e a Eslováquia aparece em 6º com 5,2 milhões de Euros.



- NC 6108 - Combinações

No que respeita às importações de combinações de uso feminino Portugal ocupa o 7º lugar como fornecedor, com um valor de 5,1 milhões de Euros e uma quota de mercado de 3,7%. A Hungria ocupa o 1º lugar, com 40,6 milhões de Euros e uma quota de mercado de 28,9%. As outras posições são ocupadas pela Roménia (17,2 milhões de Euros, quota de mercado 12,2%), China (17,1 milhões de Euros, quota de mercado 12,2%), Alemanha (16,8 milhões de Euros, quota de mercado 11,9%), Turquia (7,1 milhões de Euros, quota de mercado 5,0%) e Grécia (6,7 milhões de Euros, quota de mercado 4,7%).



3. Análise SWOT para Portugal

Pontos Fortes: <ul style="list-style-type: none">- Boa qualidade dos produtos portugueses, com uma relação qualidade/preço aceitável.	Pontos Fracos: <ul style="list-style-type: none">- Falta de imagem, de marcas, de inovação.- Desconhecimento dos nossos produtos por parte dos consumidores.
Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">- Maior agressividade dos produtores portugueses.- Melhoria de imagem e lançamento de marcas.	Ameaças: <ul style="list-style-type: none">- A concorrência dos países do Sudeste Asiático, do Leste Europeu e Turquia, com preços muito baixos, embora com tendência para aumentarem.