

* 80%

é o valor do desconto dos produtos de 'design' e de decoração expostos no 'stock off', que se realizará entre 9 e 11 de Março, no edifício da Alfândega do Porto.

TINTAS



A gama de produtos Vinyl apresenta uma grande multiplicidade de cores e tonalidades.

CIN renova imagem da gama de tintas Vinyl

O catálogo de tintas Vinyl foi criado há 25 anos e representa 40% do negócio da líder ibérica nesta categoria de produtos no mercado nacional e mais de 20% nos países africanos.

Criada há 25 anos, a gama de tintas Vinyl é o produto mais vendido pela CIN - um facto que levou a líder ibérica na venda de tintas e vernizes a preparar uma campanha com a nova imagem, a lançar em breve. O director de marketing, Reinaldo Campos esclareceu que a aposta na renovação da imagem passa por "criar uma roupagem mais contemporânea, mas sem alterar demasiado a embalagem".

O responsável explica ainda que o "objectivo desta campanha não será provocar uma ruptura, mas sim apostar numa continuidade, em que as características do produto e o facto de ter certificação A+ serão aspectos a destacar". Este facto, reforça, deve-se à "elevada representação da gama de Vinyl no negócio da tintas CIN, que deverá rondar cerca de 40% no seu segmento de mercado português e acima dos 20% no mercado angolano e moçambicano".

Reinaldo Campos adianta que, apesar de ser um dos produtos que melhor tem acompanhado os movi-

mentos do consumo, a CIN quer apostar na sua evolução de "forma a estar cada vez mais próxima do que o mercado actual procura". Assim, a CIN vai celebrar os 25 anos deste produto com uma campanha a nível nacional e que durará até ao final do ano.

A gama Vinyl - uma tinta aquosa de elevada qualidade, disponível em muitas cores - apresenta-se em três tipos de acabamento. O extra mate, que permite disfarçar as pequenas imperfeições das paredes e que, por isso, é muito utilizada por profissionais, já que facilita o trabalho. Já o



Reinaldo Campos destaca a campanha de renovação da imagem das tintas Vinyl, um produto líder de vendas, que este ano completa 25 anos de existência.

acabamento brilhante tem outras particularidades: "suja-se menos do que as tintas mate e é mais fácil de limpar". Além disso, produz um brilho mais suave do que o das tintas acetinadas e constitui a terceira opção da gama Vinyl.

Aposta na renovação

Os produtos desta gama apresentam uma classificação de A+ a nível das exigências de qualidade do ar interior. No caso dos produtos Vinyl extra mate, estão protegidos com uma película resistente ao desenvolvimento de fungos.

Numa altura em que a construção nova está em forte abrandamento, o mercado da reabilitação é, na opinião do responsável, a aposta de futuro. "As pessoas terão de renovar as casas, embora essa renovação possa ser feita por diversas vezes. Esse facto leva a CIN "a evoluir para produtos em formatos mais pequenos, abrindo-se novas perspectivas a nível dos serviços e dos produtos", conclui Reinaldo Campos. ■ Elisabete Soares | elisabete.soares@economico.pt

CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS CIN

40%

A gama Vinyl, destinada à pintura do interior das casas, representa 40% nesta categoria dos produtos da CIN em Portugal. No mercado africano, este produto representa 20% das vendas. A facturação anual da empresa tem rondado 200 milhões de euros.

4.100

As tintas Vinyl apresentam três tipos de acabamento, num total de mais de 4.100 cores. O acabamento extra-mate é muito utilizado tanto por profissionais como por particulares, tendo em conta a facilidade com que disfarça pequenas imperfeições nas paredes.

63

A CIN tem actualmente 63 lojas no país e colaboradores especializados que aconselham os clientes. Actualmente, o peso dos clientes particulares é cada vez maior, daí a necessidade de haver um serviço profissional em cada uma das lojas.

BREVES

Strategy XXI presente em conferência na Colômbia

A Strategy XXI, empresa especializada em regeneração e sustentabilidade urbana, com sede no Porto e interesse em expandir actividade para os dinâmicos mercados da América Latina, estará representada na conferência Panamericana, dedicada à utilização e à qualidade da água, um recurso cada vez mais valorizado e estratégico para as populações. O evento decorrerá na Colômbia, em Pereira, entre 26 de Fevereiro e 1 de Março. A Colômbia é um dos países que a Strategy XXI incluiu no seu plano de internacionalização, em curso desde o segundo semestre de 2011, e que se estende a outros países da América Latina e da África Lusófona.

JLSalle coloca empresa da área de saúde no Alto dos Moinhos

O empreendimento Alto dos Moinhos conta com um novo inquilino na zona de escritórios: trata-se de uma empresa na área de cuidados de saúde, que instalará os seus serviços de direcção financeira, 'call center', comunicação e marketing num espaço de 556 metros quadrados, integrado neste conjunto imobiliário em Lisboa. A operação foi conduzida pelo departamento de 'office agency' da Jones Lang LaSalle, que é responsável pela comercialização da área de escritórios deste empreendimento, um dos maiores a nascer em Lisboa nos últimos anos e promovido pela J.A. Santos Carvalho.



Structure Value avalia imóveis da Câmara de Lisboa

No final de 2011, a Structure Value ganhou o concurso público para a prestação de serviços de avaliação imobiliária na Câmara Municipal de Lisboa, trabalho que se iniciou a 1 de Janeiro de 2012. A colaboração prevê o prazo de um ano (durante 2012) para as várias solicitações na avaliação de imóveis que sejam propriedade da autarquia ou em imóveis que esta seja parte interessada. A empresa é especializada em avaliação de patrimónios imobiliários e carteiras de activos imobiliários, no âmbito de transacções ou operações que envolvam activos nos mais variados segmentos. A empresa conta com um conjunto de clientes institucionais de referência na região de Lisboa.

B. Prime concretiza operação no Espaço Amoreiras

A consultora imobiliária B. Prime, actuando em nome do proprietário do edifício Espaço Amoreiras, o The Edge Group, concluiu o contrato de arrendamento para a totalidade do piso 0, com um dos maiores grupos empresariais na área da comunicação e que irá ocupar uma área de 2.735 metros quadrados (m2). O edifício Espaço Amoreiras tem 3.070 m2, distribuídos em dois pisos e oferece versatilidade de espaços e vários serviços de apoio, tais como health club, Amoreiras Shopping Center e vários espaços de restauração.