



INFORME  
DE FERIA

---

2023



# Internorga

Hamburgo

10-14 de marzo de 2023

ICEX

Oficina Económica y Comercial  
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIA

17 de abril de 2023  
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por  
Carlota Arias Ruano

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-015-8



# Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Organización	6
2.2. Datos estadísticos de participantes	7
2.3. Datos estadísticos de visitantes	9
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración	12
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. Valoración de la participación española	12
4.3. Valoración de los principales países competidores	13
4.4. Recomendaciones	14
5. Anexos	17
5.1. Artículos de prensa	17
5.2. Direcciones de interés	17





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

INTERNORGA/ FERIA MONOGRÁFICA INTERNACIONAL PARA LA HOSTELERÍA

# INTER NORGA

**Fecha:** 10 - 14 de marzo de 2023

**Edición:** 94.<sup>a</sup>

**Frecuencia:** Anual

**Carácter:** Internacional

**Próxima edición:** 8 -12 de marzo de 2024

**Lugar de celebración:** Hamburg Messe und Congress GmbH, Messeplatz 1, 20357 Hamburg, Alemania

**Página web:** [www.internorga.com](http://www.internorga.com)

**Horario:** Todos los días de 10:00 - 18:00

**Precio de entrada:**

Un día	38,00 €
Dos días	49,00 €
Estudiantes	22,00 €

**Superficie:** 100.000 m<sup>2</sup>

**Precio del espacio:**

1 lado abierto	241,00 €
2 lados abiertos:	255,00 €
3 lados abiertos:	263,00 €
4 lados abiertos:	270,00 €
Recinto open-air	143,00 €

**Otros:**

- + Tasa AUMA 0,60 €/m<sup>2</sup>
- + Pack Media (obligatorio) 425,00 €

**Sectores y productos representados:** Equipamiento para restaurantes y hoteles, tecnología y equipos de cocina, alimentación, bebidas y café, máquinas y aplicaciones digitales.

**Medios de transporte:** Estaciones cercanas a la feria:

- Dammtor (S11, S21, S31), Entrada Este
- Sternschanze (S11, S21, S31, U3), Entrada Central / Entrada Oeste
- Messehallen (U2), Entrada Central / Entrada Sur
- Stephansplatz (U1), Entrada Este



Fuente: Hamburg Messe

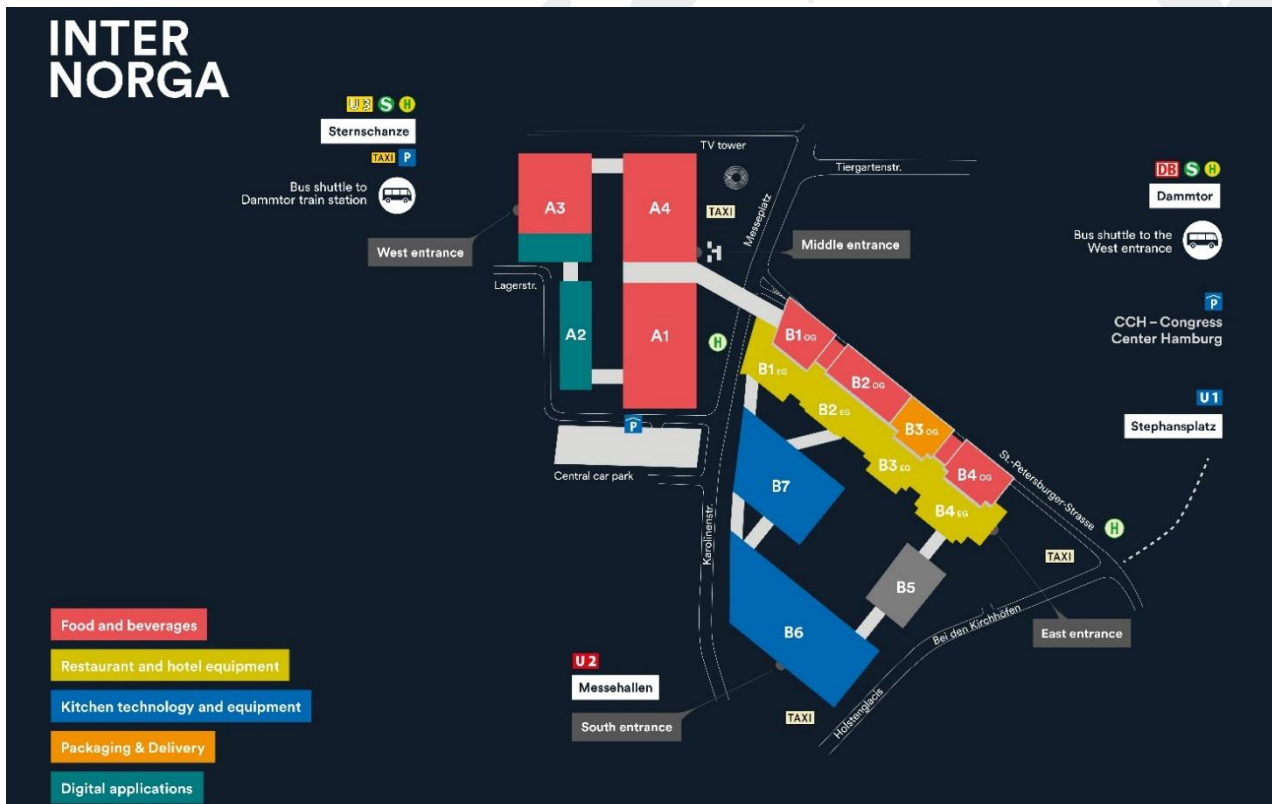
## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización

La feria internacional Internorga de Hamburgo es la feria monográfica de hostelería, gastronomía, servicios de comedores, panadería y repostería más importante de Alemania, tanto por su heterogeneidad en cuanto a la oferta y expositores, como por su nivel de internacionalidad.

La edición número 94 se ha celebrado entre el viernes 10 y el martes 14 de marzo de 2023, ofreciendo una visión global de la situación actual del mercado en 15 pabellones, ocupando 100.000 m<sup>2</sup> de espacio para exposición y presentación de nuevos productos, con restaurantes de todos los tamaños, grandes empresas de *catering*, empresas hoteleras y comerciantes.

#### PLANO DE LA FERIA POR SECTORES



Fuente: Internorga Hamburg Messe 2023

En esta edición, 1.100 expositores de 29 países presentan sus productos a más de 80.000 visitantes. Aproximadamente el 8,2 % de los visitantes eran extranjeros.

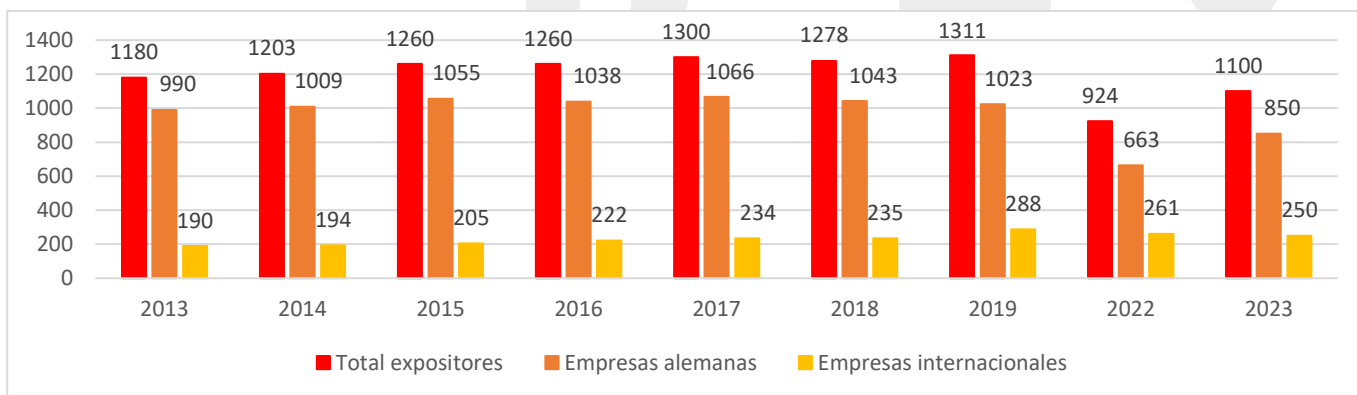
## 2.2. Datos estadísticos de participantes

La feria Internorga de Hamburgo, con aproximadamente 100.000 m<sup>2</sup> de superficie neta de exhibición, es considerada la mayor feria para el sector hostelero que se celebra en Alemania. En el certamen celebrado en 2023 han participado en torno a 1.100 expositores provenientes de 29 países.

De los 1.100 expositores de la presente edición 850 eran nacionales y 250 extranjeros (2022: 663 nacionales y 261 extranjeros). Cabe destacar que, aunque se trata de una feria predominantemente alemana, durante las últimas ediciones ha ido aumentando la cuota de internacionalización, sobre todo en 2022 (28,25 %), desde un 16,10 % en el año 2013 hasta un 22,73 % en la última edición de 2023.

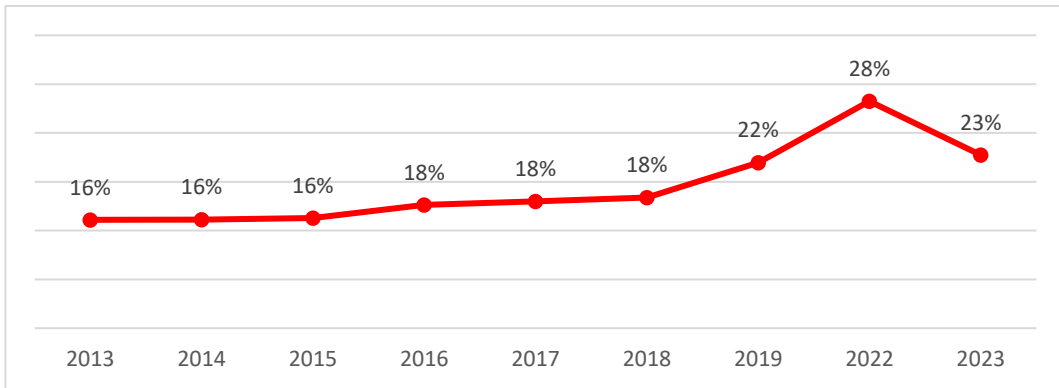
### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS

Nacionales, extranjeras y totales



Fuente: Internorga Hamburg Messe 2023

### EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: Internorga Hamburg Messe

A continuación, se expone el **ranking top 15** de países expositores. Como se puede observar, todos ellos proceden de Europa y los cuatro primeros concentran casi un 60 % de los expositores extranjeros, tratándose en todo caso de países limítrofes con Alemania.

Posición	País	Nº expositores
1	Alemania	850
2	Italia	61
3	Austria	39
4	Países Bajos	32
5	Dinamarca	15
6	Bélgica	11
7	Polonia	11
8	Francia	9
9	Irlanda	9
10	Suiza	8
11	Reino Unido	8
12	España	4
13	Turquía	4
14	Grecia	3
15	República Checa	3

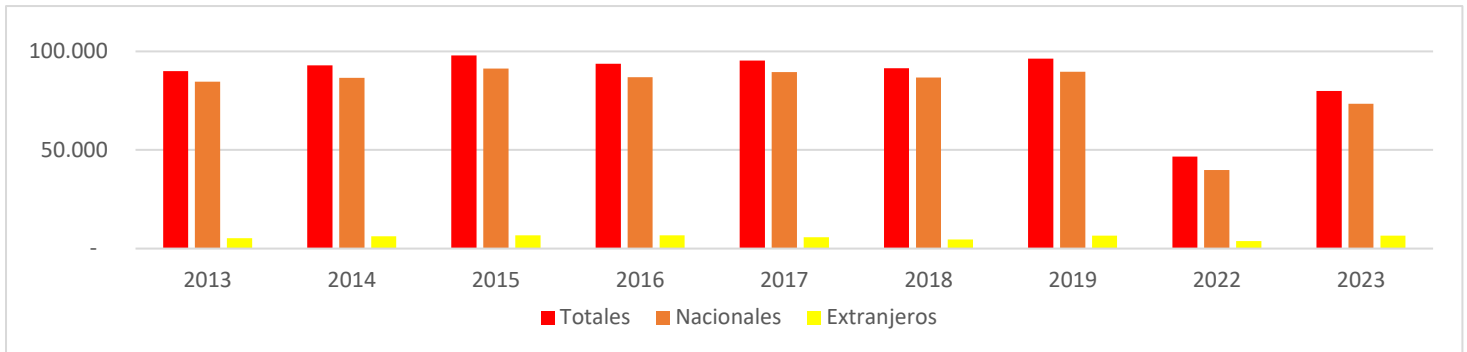
Fuente: Internorga Hamburg Messe



## 2.3. Datos estadísticos de visitantes

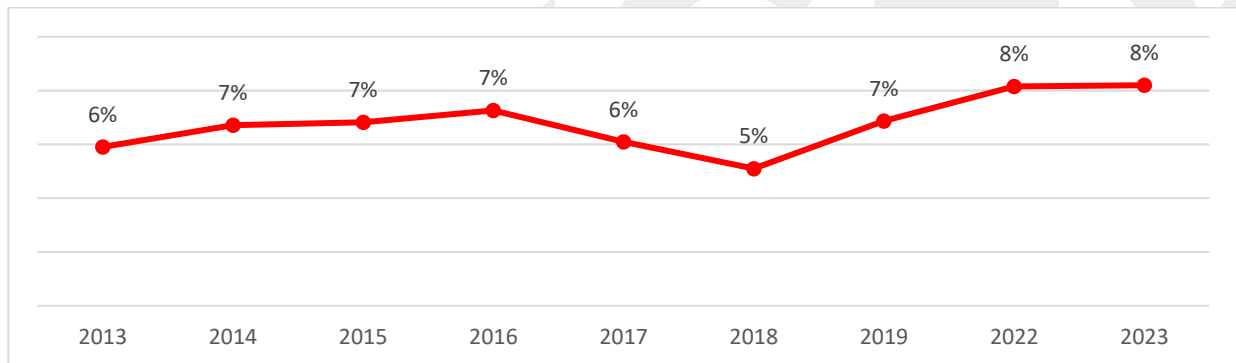
### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES

Nacionales, extranjeros y totales



Fuente: Internorga Hamburg Messe

### EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE LOS VISITANTES



Fuente: Internorga Hamburg Messe

Respecto a los visitantes del certamen, se registraron alrededor de unos 80.000, un crecimiento del 71,33 % con respecto al año 2022 debido a la situación pandémica de la Covid-19. Asistieron un total de 6.560 visitantes extranjeros, lo que supone una cuota de internacionalidad del 8,2 %, la cuota más alta que se ha registrado hasta ahora.

## 3. Tendencias y novedades presentadas

Esta edición del certamen ha contado con eventos y áreas paralelas, entre las que destacan *Craft Spirit Lounge*, con un total de 30 productores de licores que presentaron su gama de bebidas artesanales, *Craft Coffee Area*, que permite que las empresas de este sector presenten sus especialidades del café para un público especializado y realice nuevos contactos. También contaba con el área *Packaging and Delivery*, enfocada en la presentación de opciones de envases reutilizables y *Newcomers Area*, diseñada para las nuevas empresas que quieren abrirse al mercado y no han expuesto en la feria anteriormente.

La amplia variedad de nuevos productos e innovaciones en Internorga 2023 se recoge por sectores, que se detallan a continuación:

- **Tecnología y equipamiento**

Se percibe un avance en lo referente a las soluciones tecnológicas en la feria, con la presentación de una amplia selección de **aparatos multifuncionales**. En vista del constante aumento de los precios de la energía, la escasez de personal o la disminución del número de huéspedes tanto en los hoteles como en los restaurantes, la demanda de tecnologías inteligentes es cada vez mayor. Empresas nacionales e internacionales mostraron sus innovaciones en electrodomésticos, desde sistemas de lavado que ahorran recursos hasta placas de alto rendimiento y hornos de alta velocidad. La digitalización ofrece grandes oportunidades para mantenerse en un mercado dinámico.

- **Alimentación**

En este sector se han desarrollado varias tendencias. En primer lugar, cada vez más empresas han implementado **opciones vegetarianas** y veganas en los menús debido a la creciente demanda de dietas sin carne. En segundo lugar, la **sostenibilidad** se ha convertido en uno de los temas principales, sobre todo en lo referente a la producción, envasado, logística y eliminación de los productos. Los productos marcados como “ecológicos” son cada vez más populares en el sector de la alimentación, así como el cultivo de interior en los restaurantes. En tercer lugar, el concepto de **comida callejera** continúa siendo tendencia en este sector. Han surgido nuevos descubrimientos a partir de la fusión de la gastronomía de varios países, ya que es un ámbito en el que no falta creatividad.

- **Hostelería**

Uno de los temas más importantes en este sector es “**la primera impresión**”. Hay que destacar entre la multitud es clave a la hora de atraer a los clientes, por lo que el diseño de interiores y



exteriores juega un papel fundamental en la feria. Se contó con el “Área de Exhibición de Restaurantes e Instalaciones Hoteleras”, que cubría toda la gama de conceptos de decoración: desde iluminación y mobiliario hasta los últimos productos de vajilla, como porcelana, cristalería y cubertería, y textiles de alta calidad para todo tipo de interiorismo.

- **Panaderías y pastelerías**

En este sector podemos agrupar todas las tendencias mencionadas, ya que la gama de productos necesarios por las panaderías y pastelerías está en constante cambio por la modernización del sector. Ha habido un desarrollo en la gastronomía, el café, las máquinas de café, las soluciones de envasado sostenibles, así como el mobiliario y equipamiento de los establecimientos. Se llevaron a cabo múltiples eventos, entre los más destacados de este sector el área de “*Food and Beverages*” y la “*Craft Coffee Area*”, en los que se exhibían las últimas tendencias de comida y bebida, así como cafeteras automáticas y de alta calidad.



## 4. Valoración

### 4.1. Del evento en su conjunto

Internorga es el certamen líder europeo del sector de la hostelería y gastronomía en Alemania, tal y como demuestran sus cifras de expositores y visitantes. Una vez más demostró ser de gran atractivo con expositores internacionales de prestigio, tanto restaurantes de todos los tamaños, como grandes empresas de catering, hoteleros, comerciantes y panaderías, entre otros.

La feria realiza una magnífica labor en el formato que adopta, ya que aglutina distintos subsectores y segmentos de oferta muy variados. El punto fuerte de esta feria es que cubre las necesidades integrales del sector HORECA. Tanto en el ámbito *food* como *non-food*, en Internorga se pueden encontrar las novedades ofrecidas por proveedores de productos alimenticios preparados hasta maquinarias, y clientes de toda la cadena que componen los servicios de restauración, hostelería y catering. En ese sentido se trata de una feria única, que además complementa esta heterogénea oferta de productos con una muy variada cantidad de conferencias y actos llevados a cabo por ponentes nacionales e internacionales, sumando así interés y notoriedad al certamen.

### 4.2. Valoración de la participación española

La participación española fue poco numerosa, registrándose tan sólo 4 empresas españolas, algunas ya implantadas en el mercado alemán, con algunos casos, incluso, de liderazgo en su subsector como es el caso de Zumex Group. Estas empresas hicieron un balance positivo de su presencia en el certamen, aunque variable según su grado de introducción en el mercado alemán.

Cabe destacar que todas ellas consideran que la implantación o una alta presencia comercial en el mercado objetivo son un factor de éxito en el sector de la gastronomía, dada la importancia del servicio al cliente en las actividades empresariales del sector HORECA.

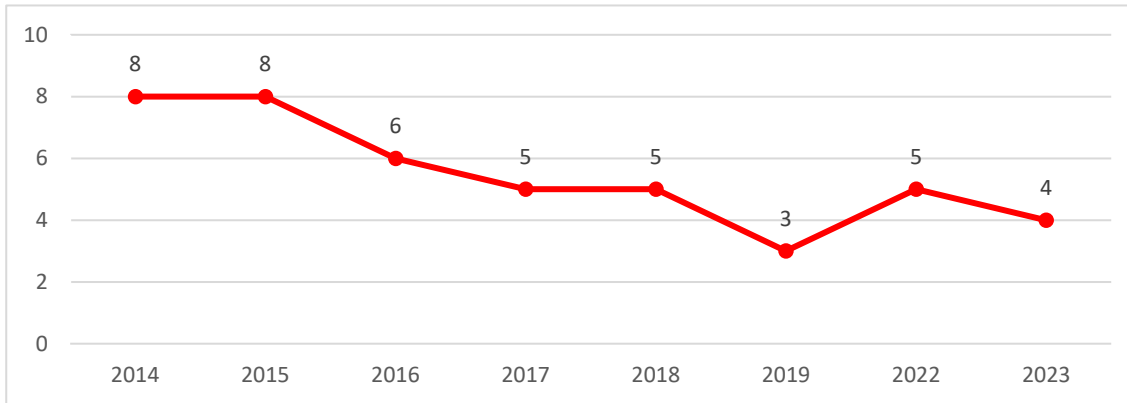
#### EXPOSITORES ESPAÑOLES EN LA FERIA

Empresa	Halle/Stand	Actividad
Zumex Group S.A.	A3. 127	Máquinas exprimidoras y licuadoras
Pikolín S.L.	B1. 307	Colchones y somieres
Acaso Factory S.L.U.	B2.103	Máquinas de café y complementos
Fabricantes de Menaje, S.A.	B6.442	Recipientes de plástico

Fuente: Internorga Messe Hamburg 2023



## EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES ESPAÑOLES



Fuente: Internorga Hamburg Messe 2023

### 4.3. Valoración de los principales países competidores

Al tratarse de una feria, aunque con cierto nivel de internacionalidad, muy focalizada en el mercado de los países de habla alemana (Alemania, Suiza y Austria), nos encontramos con 3 grupos de oferta diferenciados:

- Las empresas multinacionales que tratan de asistir al mayor número de ferias internacionales. Dadas sus dimensiones y cuota de mercado, no pueden dejar de asistir al certamen líder en el mercado alemán.
- Las empresas locales, procedentes de Alemania, Suiza o Austria, que operan en el canal HORECA.
- Empresas muy especializadas de terceros países, normalmente líderes en algún producto, aplicación o instalación. En este grupo entran algunas de las empresas españolas.

La principal competencia para las empresas españolas sería el segundo grupo, de oferta local, amplia, de gran calidad, y preparada y situada para prestar el mejor servicio al cliente.



## 4.4. Recomendaciones

Toda aquella empresa que desee recibir información sobre el certamen puede dirigirse a:

### OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN DÜSSELDORF



Departamento de Hábitat e Industrias Culturales  
Jägerhofstraße, 32  
40479 Düsseldorf  
DEUTSCHLAND

Correo electrónico: [DHC@comercio.mineco.es](mailto:DHC@comercio.mineco.es)  
Teléfono: 0049 (0) 211-49366-28

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en cualquier feria alemana:

#### a) Antes de la exposición en la feria:

Realice un **mailing** previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su stand (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa alemana les pueda localizar). El **mailing** debería realizarse con dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta. Los visitantes generalmente tienen poco tiempo en la feria y van con las agendas cerradas, por lo que para conseguir captarles se ha de actuar con planificación. Puede solicitar un listado de potenciales clientes que se ajusten a su perfil a la Oficina Comercial, para ello describa sus productos y aporte información sobre su nivel de precios, volúmenes de fabricación y ventas, experiencia en exportación etc.

Haga un **seguimiento** del **mailing**, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la feria, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.

Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: Familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales (horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).

Solicite información sobre el sector de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la



distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán.

Adquiera el **catálogo de la feria** contactando con la organización ferial correspondiente y utilícelo para seleccionar las empresas que puedan ser de su interés: empresas alemanas como potenciales clientes, empresas de otros países que sean competidores reales, empresas españolas ya en el mercado.

**Planifique su tiempo** en la feria adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas.

Organice con suficiente antelación su estancia en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel, asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

#### **b) Durante la feria:**

Consejos generales para las **entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.

Observación del **material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en la feria. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios FOB/CIF, especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).

Observación del **producto y los precios de la competencia**: Observe sobre todo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

Si tiene la posibilidad, al **visitar los expositores españoles**, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.



Recoja la **información** gratuita del servicio de prensa de la organización ferial (si no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se lo envíen a la empresa). Esta información suele referirse a la coyuntura del sector en el país, a las novedades presentadas en la feria y a la participación (nacional e internacional) en la misma.

Diríjase a los **stands de las publicaciones profesionales** y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad).

También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Diríjase igualmente a los **stands de las asociaciones sectoriales**. Éstas suelen editar también, con motivo de la feria, dossier de información sectorial de tipo coyuntural, así como de la estructura de la industria. Puede que distribuyan folletos de presentación en los que pueden ser de interés los servicios que ofrecen a sus asociados (servicio de contactos, requisitos legislativos, normativa de contratación de agentes comerciales) así como un listado actualizado de los asociados.

Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes **canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

### c) Después de la feria:

Cuide los **contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y **analice la información** conseguida para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite **información complementaria** a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su **estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y, pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. Proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.





## 5. Anexos

### 5.1. Artículos de prensa

Publicaciones de prensa online:

- Internorga 2023 Informe de cierre:

<https://www.internorga.com/en/infos/press/press-releases/press-release-detail/article/innovationskraft-und-aufbruchstimmung-gesamte-branche-feiert-die-internorga-2023>

- Opiniones de Expositores Internorga 2023:

<https://hmc.canto.de/pdfviewer/viewer/viewer.html?v=O4TJOIQMMD&portalType=v%2FO4TJOIQMMD&column=document&id=achlnamtp56j531s4dc6nsqr6p&suffix=pdf&print=1>

### 5.2. Direcciones de interés

- Inscripción al *newsletter* de la feria:

<https://www.internorga.com/en/infos/visitors/newsletter>

- Página web de la feria Internorga:

<https://www.internorga.com/>

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones