



INFORME
DE FERIA

2024



IMM / Feria internacional de mueble y decoración

Colonia

14 - 18 de enero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada 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

22 de enero de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Asier Castro Foces

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: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Ubicación	6
2.2. Datos estadísticos de los expositores	7
2.3. Participación española	8
2.4. Datos estadísticos de los visitantes	9
3. Tendencias y novedades	11
3.1. Tendencias	11
3.2. Espacios	12
4. Valoración	13
4.1. Tendencias globales	13
4.2. Tendencias por producto	13
4.3. De los países competidores	14
4.4. Recomendaciones	14
5. Anexos	18
5.1. Artículos de prensa	18
5.2. Direcciones de interés	18





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

IMM / FERIA INTERNACIONAL DE MUEBLE Y DECORACIÓN

Fecha: 14 – 18 de enero de 2024

Edición: 73^a

Frecuencia: Anual

Carácter: Internacional

Próxima edición: 12 – 16 de enero de 2025

Lugar de celebración: Messeplatz 1, 50679, Colonia, Alemania

Página web: <https://www.imm-cologne.com/>

Horario: Para expositores:

De domingo a miércoles de 8:00 a 19:00.
Jueves de 8:00 a 18:00.

Para visitantes:

De domingo a miércoles de 9:00 a 18:00.
Jueves de 9:00 a 17:00.

Superficie: 137.000 m²

Precio de entrada: Pase diario: 76 €

Pase permanente: 130 €

Pase diario estudiantes: 14 €

Precio del espacio: Hasta el 31/10/2023: 225 € por m²

A partir del 1/11/2023: 237 € por m²



Otros cargos obligatorios:

Tasa AUMA 0,60 €/m²

Costes de energía: 21 €/m²

Pack Marketing obligatorio: 1.860 €

Espacio mínimo del stand: 12 m²

Medios de transporte: Tren (alta velocidad, regional e interurbano S6, S11, S12 y S13), autobús (líneas 250 y 260), tranvía (líneas 1, 3, 4 y 9): paradas en la propia feria (Köln Messe/Deutz).

Aeropuertos cercanos: Colonia/Bonn (S13 directo a la feria cada 20 minutos) y Düsseldorf.

Coche: Salida directa al recinto ferial por autopistas A3 y A4.

Con la entrada a la feria se obtiene derecho asimismo a utilizar de forma gratuita los medios de transporte públicos de la región de Colonia en los trayectos de ida y vuelta con destino u origen en el recinto ferial.

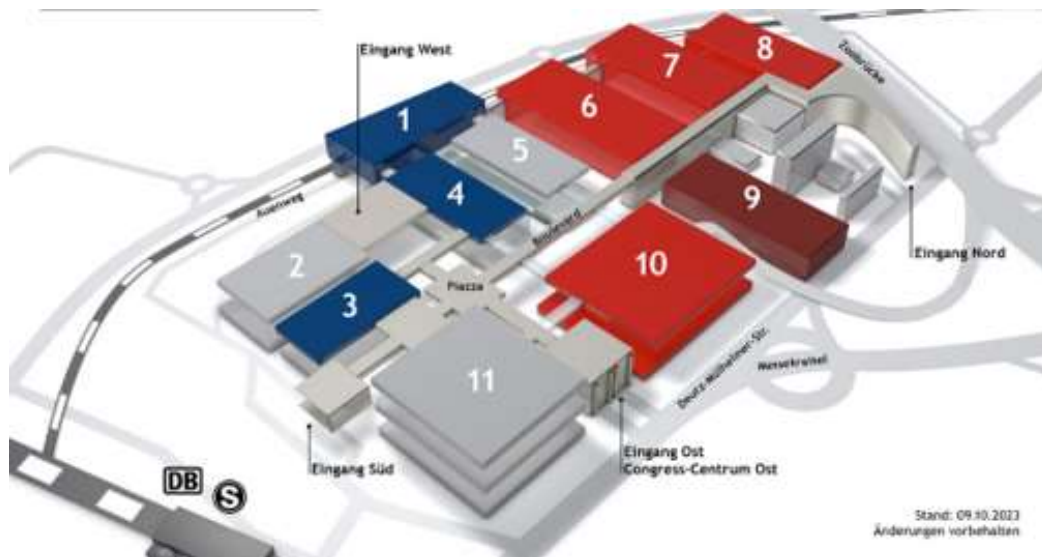
2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Ubicación

La Feria internacional de mueble y decoración (IMM) de Colonia es el certamen sectorial más importante del mercado alemán y el segundo mayor del mundo, después del Salone de Milán. Tras la cancelación de la feria durante los años 2021 y 2022, y la celebración de esta en una fecha atípica en 2023 (junio), la **73ª edición** se ha celebrado finalmente entre el lunes 14 de enero y el domingo 18 de enero de 2024. Al comienzo de cada año, durante cinco días, se presentan los nuevos productos y tendencias en mobiliario y decoración. Gracias a la feria y a un amplio programa de eventos, Colonia se convierte en el epicentro de la decoración internacional y del mundo del diseño.

La edición de la feria de este año ha cubierto una superficie de 137.000 m² de espacio expositivo sobre una superficie bruta de 285.000 m² del recinto, con la distribución de oferta que recoge el plano siguiente. La distribución de la oferta de muebles presentada ha estado repartida en 9 pabellones. Estos espacios están clasificados según la tipología del producto y el segmento de mercado al cual van dirigidos.

PLANO DE LA FERIA



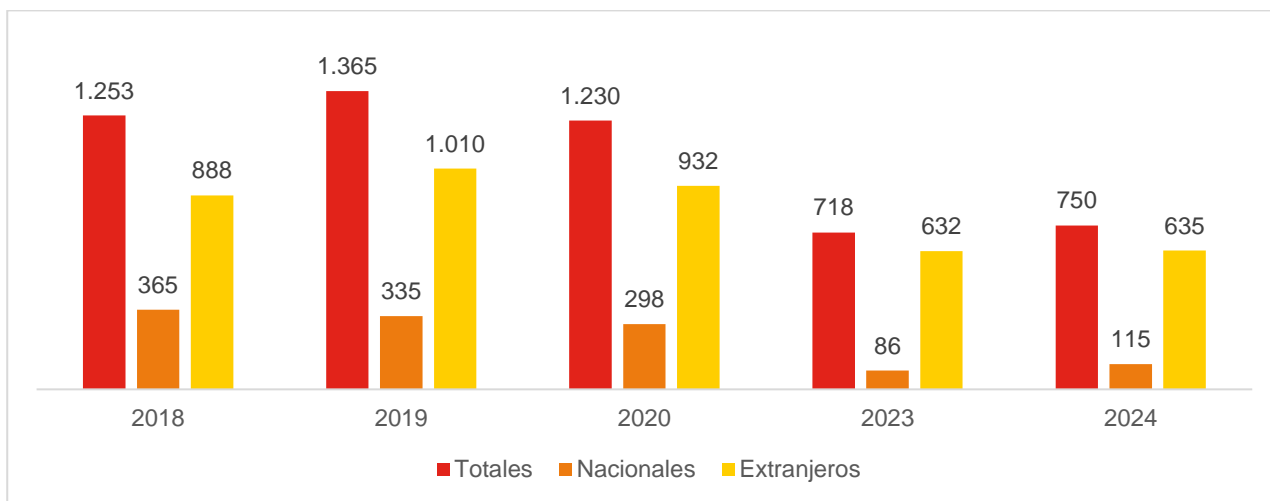
Fuente: IMM Cologne 2024

2.2. Datos estadísticos de los expositores

En la edición de 2024 han participado un total de 750 expositores procedentes de 42 países. Esto supone un incremento leve de 4,5 % con respecto al año anterior. A pesar de celebrarse en enero, la participación no ha alcanzado los niveles prepandémicos de 2020.

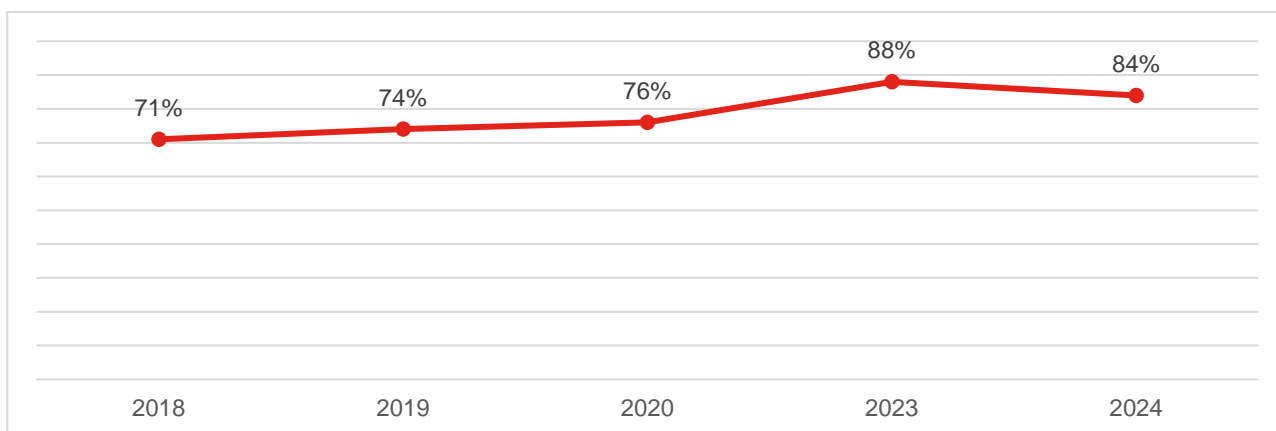
Por otro lado, este año el grado de internacionalidad de los expositores ha sido de 84 %, cuatro puntos porcentuales menos que en 2023 (88 %). Por el contrario, los expositores alemanes han representado un 16 % del total.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: IMM Cologne 2024.

GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE LOS EXPOSITORES



Fuente: IMM Cologne 2024.



A continuación, se incluye una tabla de clasificación con los 15 países con mayor número de empresas expositoras presentes en la feria. Respecto al origen, las empresas proceden en su mayoría de Asia y de Europa. De hecho, la suma de China, Hong Kong y Taiwán representa casi la mitad del total de la lista (45 %). Por otro lado, España se encuentra en el puesto número 10 del ranking total con 12 empresas expositoras (número 5 entre los países de la Unión Europea).

RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

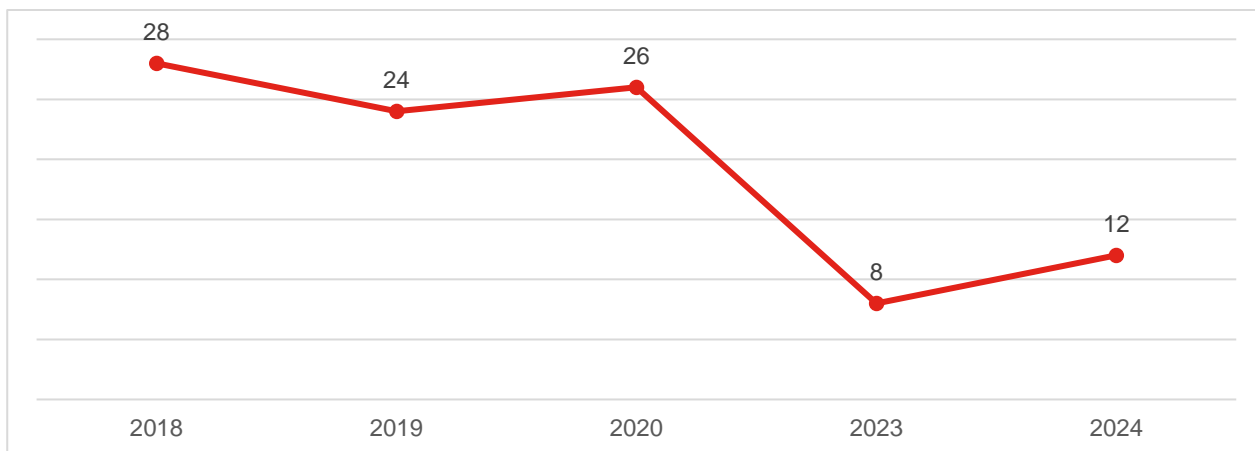
Ranking	País	Expositores
1	China	252
2	Alemania	115
3	Hong Kong	79
4	Turquía	34
5	Países Bajos	32
6	Dinamarca	30
7	Rumania	16
8	Brasil	14
9	India	14
10	España	12
11	Francia	12
12	Bélgica	10
13	Taiwán	10
14	Italia	9
15	Bosnia y Herzegovina	9

Fuente: IMM Cologne 2024.

2.3. Participación española

España ha contado con un total de 12 expositores, 4 más que en 2023. Aún no se han recuperado los niveles preandémicos de 2020.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES

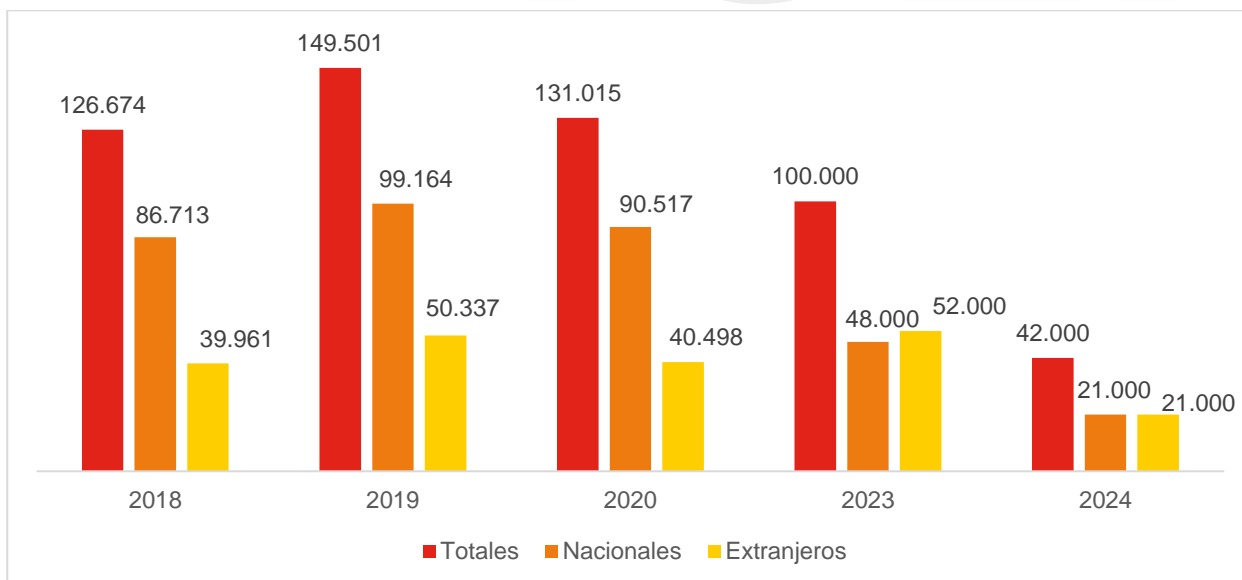


Fuente: IMM Cologne 2024

2.4. Datos estadísticos de los visitantes

La edición de 2024 ha recibido un total de 42.000 visitantes procedentes de 132 países, sobre todo asiáticos y europeos. Esta es la cifra más baja de los últimos años: un 58 % más bajo que el año anterior y un 72 % menos que los datos prepandémicos de 2019.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES

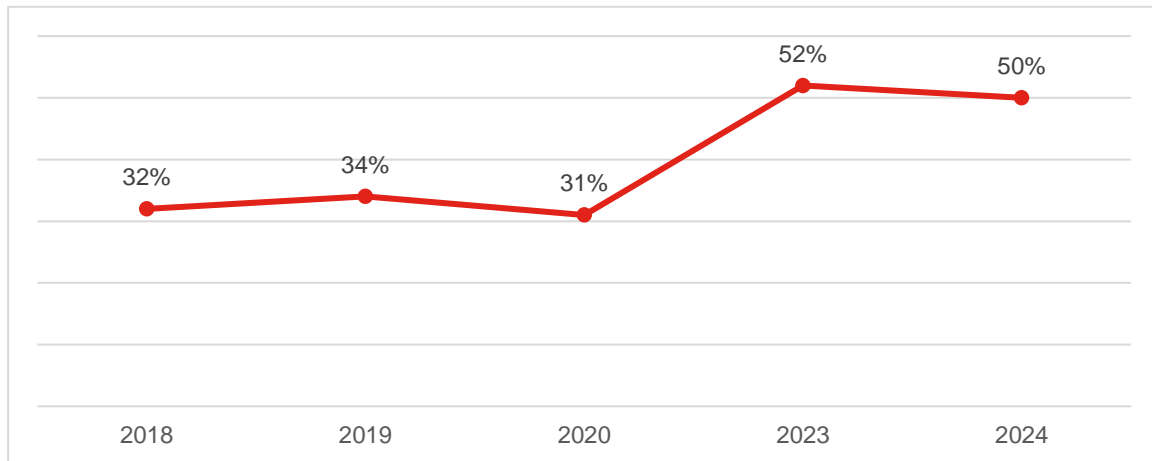


Fuente: IMM Cologne 2024.

Respecto a la evolución del grado de internacionalidad, se observa una tendencia creciente en las ediciones postpandemia. Actualmente, la proporción es aproximadamente la mitad (50 %).



EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE LOS VISITANTES



Fuente: IMM Cologne 2024.



3. Tendencias y novedades

3.1. Tendencias

En la feria IMM se han presentado las siguientes tendencias y novedades:

Flexibilidad redefinida

La feria ha propuesto un cambio radical en los estilos de vida, con la desaparición de los límites tradicionales entre las zonas habitables y la transformación de las viviendas en espacios versátiles que funcionan no solo como lugares para vivir, sino también para trabajar. Los cuartos de baño se están transformando en spas privados, las cocinas en jardines interiores y los jardines en "salones verdes". Los expositores han presentado soluciones innovadoras, como muebles multifuncionales para espacios de vida y de trabajo, sofás resistentes a la intemperie para interiores y exteriores, y conceptos de mobiliario flexibles y modulares que se adaptan a todo tipo de espacios.

Estética sostenible

La sostenibilidad ha sido un tema central en la IMM. El sector del diseño de interiores presta cada vez más atención a los ciclos de los productos para optimizar el uso y la vida útil de los muebles. Cada vez se comercializan más mesas, sillas y sofás "circular-ready" fabricados con recortes reutilizados o materiales biológicos. Los certificados medioambientales están ayudando a los consumidores a elegir muebles sostenibles y a tener en cuenta consideraciones medioambientales, así como factores como espacios de vida saludables.

Vuelta a lo básico

La actitud contemporánea ante la vida se traduce en un deseo de simplicidad, que se refleja en la tendencia hacia un mobiliario más minimalista. Gracias a sus dimensiones compactas y formas sencillas, las sillas, mesas y sofás elegantes y minimalistas se adaptan a cualquier espacio. El diseño minimalista es sinónimo de elegancia atemporal y sobriedad. Un efecto secundario positivo de este enfoque es que ahorra recursos sin comprometer la calidad.

Espacios habitables llenos de color

Los colores vivos han marcado tendencia en contraste con el minimalismo sobrio y los tonos tierra de aspecto natural. De hecho, colores como el rojo, el amarillo y el verde se alejan deliberadamente de la paleta cromática apagada de muchas de las nuevas colecciones de interiorismo. Los sillones y sofás en tonos llamativos resultan especialmente llamativos y crean puntos de atracción

individuales. Esta alegre tendencia de diseño está impregnando todas las áreas del hogar, difundiendo una atmósfera positiva.

3.2. Espacios

El espacio expositivo de la IMM 2024 estuvo repartido, como en años anteriores, en las secciones *Home*, *Sleep* y *Pure*. En la sección *Home* se presentan desde soluciones modernas de interiorismo hasta ideas modernas de decoración para un confort sofisticado. Incluye asientos, sillones, tumbonas, sofás individuales o funcionales.



Fuente: IMM Cologne 2024.

En el área de *Sleep*, se presentaron las mejores innovaciones para disfrutar de un sueño reparador y un entorno de descanso armonioso. Incluye sistemas de descanso como colchones, somieres y camas. Por último, en la zona *Pure* se citan las marcas dirigidas a clientes de alta gama. Destaca el diseño creativo e innovador, la calidad de fabricación, el estilo propio e incluso la filosofía de estas empresas.

Por último, esta edición de la feria ha contado con eventos y áreas paralelas. Por ejemplo, han destacado los “Círculos de Instalación”, espacios expuestos en áreas circulares compactas donde estudios de diseño de renombre internacional presentaron sus instalaciones de una forma artística y escenificada. Además, la sala de exposiciones **Design Post** (ubicada en las inmediaciones de la feria) celebró un evento donde se expusieron las últimas novedades del sector.

4. Valoración

4.1. Tendencias globales

La feria IMM Cologne es uno de los certámenes de mueble y decoración más importantes para el mercado alemán. Tras los años de cancelación por la pandemia y el cambio de fechas en 2023, la 73ª edición se ha celebrado en Colonia en enero de 2024.

Las ediciones prepandémicas (hasta 2020) tuvieron unos resultados excelentes. Sin embargo, tanto la edición postpandémica de junio de 2023 como la edición en enero de 2024 han tenido unos resultados deficientes. El cambio de fecha de junio a enero de 2024 tampoco ha supuesto la recuperación esperada por los asistentes y por los expositores. En el caso de los expositores, en la edición de 2024 han participado un 39 % menos que en la edición de 2020, y en el caso de los visitantes, la cifra ha sido de 68 % menos. Los participantes españoles entrevistados en el certamen coinciden en el perfil muy limitado del certamen, tanto por la oferta como por el lado de la demanda. Por último, con la popularidad de otras ferias líderes como el Salone de Milán y los datos pesimistas de los últimos años, no cabe esperar una recuperación a corto plazo de esta feria.

A pesar de la poca participación y asistencia, la feria ha ofrecido excelentes servicios de atención al expositor, buena orientación al visitante, una oferta muy bien sectorizada y ha resultado foro de encuentro de profesionales de todos los grupos objetivos relevantes en el negocio del mueble y el interiorismo. Por último, la división temática entre los conceptos Pure (marcas de prestigio), Home y Sleep (soluciones de mobiliario para viviendas actuales) ha facilitado la presentación de la oferta.

4.2. Tendencias por producto

En 2024 han participado 12 expositores españoles (2023: 8), lo que posiciona a España como décima en la tabla de clasificación como país con más representación en la feria. Este año se ha contado con la participación agrupada organizada por **ANIEME**.

A continuación, se expone un listado detallado con los 12 expositores españoles que han participado en la IMM Cologne 2024 y su ubicación en la feria:

Empresa	Pabellón	Stand
1 Tapiza, S.L.	Halle 3.2	D032
Muebles Treku SA	Halle 3.2	C031
Gandía Blasco SA	Halle 4.2	B010



Novocadro Art Company	Halle 4.2	A029
Mobiliario Auxiliar de Diseño SL	Halle 4.2	C049 – C041
TRASMAN PENEDES	Halle 7.1	B042 – C043
BEDDING INDUSTRIAL BEGUDA, SL	Halle 9.1	A009
Penalba Sole, S.A.	Halle 9.1	A041
Smattex SA	Halle 9.1	B012
Velamen SA	Halle 9.1	C010
SIXTY CONFORT S.L.	Halle 9.1	C020
INDUSTRIAS RELAX SL	Halle 9.1	C024

4.3. De los países competidores

En primer lugar, destaca la escasa presencia de las empresas alemanas (115) e italianas (9); competidoras directas que comparten el mismo mercado objetivo que las empresas españolas. Por otro lado, es necesario mencionar la asistencia de empresas de origen chino (45 % del total de expositores), que tienen una presencia consolidada en el sector.

También han participado empresas de países europeos con una larga tradición comercial con Alemania. Empresas de países como Países Bajos, Dinamarca, Francia o Bélgica son sus principales aliados comerciales.

4.4. Recomendaciones

Para recibir más 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
Teléfono: 0049 (0) 211-49366-28



Las asociaciones españolas del sector del mueble también prestan ayuda a sus asociados relacionados con la promoción exterior. Sus datos de contacto son:

ANIEME – Asociación Nacional de Industrias y Exportadores de Muebles de España



Vinatea, 22 – 1º Planta 8º
E – 46001 Valencia

Persona de contacto: Dña. Amparo Bertomeu
Teléfono: (0034) 96-3163115
Fax: (0034) 96-3924861

ANIEME

Página web: www.anieme.com
Correo Electrónico: info@anieme.com

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

Informe final IMM 2024: https://www.imm-cologne.de/pressemitteilungen/pm_0220_2024_14_DE.xml

5.2. Direcciones de interés

- Página web de la feria: <https://www.imm-cologne.de/>
- Planificación y preparación de la próxima feria: <https://www.imm-cologne.de/fuer-aussteller/aussteller-werden/>
- Aplicación de la feria:
 - Apple Store:
https://play.google.com/store/apps/details?id=de.corussoft.imm&hl=en_US

Google Play Store: <https://apps.apple.com/de/app/imm-cologne/id1061466411>

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



icex España
Exportación
e Inversiones