



INFORME  
DE FERIA

---

2023



# HOMI MILANO

**Milán**

**26-29 de enero de 2023**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Milán

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

30 de marzo de 2023  
Milán

Este estudio ha sido realizado por  
José Feijóo Reverter

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Milán

<http://milan.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-015-8



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>4</b>
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Cómo llegar	5
1.4. Servicios ofrecidos	6
1.5. Actividades de promoción de la Feria por parte de la Oficina Económica y Comercial	7
<b>2. Descripción y evolución de la Feria</b>	<b>8</b>
2.1. Organización	8
2.1.1. Plano del recinto	8
2.2. Datos de participación	9
2.2.1. Expositores	9
2.2.2. Visitantes	10
2.3. Participación española	13
2.4. Áreas especiales	14
<b>3. Tendencias y novedades presentadas</b>	<b>18</b>
3.1. Tendencias globales	18
3.2. Colores	21
3.3. Perspectivas económicas	21
<b>4. Valoración</b>	<b>24</b>
4.1. Del evento en su conjunto	24
4.2. Recomendaciones	24
4.3. Servicios personalizados	25
<b>5. Anexos</b>	<b>27</b>
5.1. Organismos españoles	27
5.2. Asociaciones de interés en el sector	27
5.3. Otras ferias relacionadas	28





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

### HOMI MILANO

<b>Fechas de celebración del evento</b>	26 - 29 de enero de 2023		
<b>Fechas de la próxima edición</b>	11 - 14 de enero 2024		
<b>Frecuencia</b>	Anual. 17ª edición.		
<b>Lugar de celebración</b>	Fiera Milano. Strada Statale del Sempione, 28, 20017 Rho. Milán, Italia.		
<b>Superficie</b>	60.652 m <sup>2</sup>		
<b>Horario de la feria</b>	Expositores: 8.30 a 19.00 / Visitantes: de 9.30 a 18.30		
<b>Precios de entrada</b>	<b>Días</b>	<b>Taquilla</b>	<b>Online</b>
	1	30,00 €	18,00 €
	2	45,00 €	30,00 €
	4	50,00 €	50,00 €
<b>Precios del espacio</b>	<b>N.º de lados abiertos</b>	<b>Precio m<sup>2</sup></b>	
	1	174,00 €	
	2	184,00 €	
	3	193,00 €	
	4	197,00 €	
<b>Sectores representados</b>	Decoración, iluminación, cocina y mesa, fragancias y velas, jardín y exterior, regalos y papelería.		
<b>N.º de expositores</b>	521 empresas		
<b>N.º de visitantes</b>	20.598		
<b>Tipo de visitantes</b>	Profesionales y expertos en diseño, decoración de interiores y mobiliario. Principalmente minoristas, pero también gran distribución y cadenas de franquicias.		
<b>Ámbito de feria</b>	Internacional		
<b>Organizador</b>	Fiera Milano International SpA		



## 1.2. Sectores y productos representados

Los productos presentados se clasifican en las siguientes diecisiete categorías:

1. Muebles y accesorios para mascotas
2. Muebles y accesorios para niños
3. Artículos de regalo
4. Artículos promocionales
5. Baño y productos de limpieza para el hogar
6. Ceremonias y eventos
7. Complemento de decoración
8. Fiestas y celebraciones
9. Comida promocional
10. Fragancias de velas
11. Iluminación
12. *Outdoor*: objetos decorativos, muebles, textiles
13. Embalaje, cintas y papel
14. Pequeños electrodomésticos y alta tecnología
15. Mesa y cocina
16. Tecnología para el punto de venta
17. Textiles



## 1.3. Cómo llegar

El recinto se encuentra en strada statale Sempione, 28 20017, Rho, Milán.





## Transportes:

### Avión

- Desde Linate: [Shuttle especial dirección Fiera Milano](#) o autobús número 73 hasta Piazza San Babila donde se conecta con la línea 1 de metro hacia Rho-Fiera Milano.
- Desde Malpensa: [Shuttle especial dirección Fiera Milano](#).
- Desde Orio Al Serio: [Shuttle especial dirección Fiera Milano](#).

### Tren

- Es posible llegar a la estación de tren Rho Fiera Milano desde nueve estaciones urbanas: Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Porta Venezia, Repubblica, Dateo, Porta Vittoria y Rogoredo (líneas S5 y S6).
- Consultar en [www.trenitalia.com](http://www.trenitalia.com) y [www.trenord.it](http://www.trenord.it) los trayectos y tarifas.

### Metro

- MM1 dirección/parada Rho-Fiera Milano. El billete ordinario tiene un coste de 2,50€ por trayecto. Existe el “Day Ticket Fiera” que con un coste de 7€ es válido para todo el día y con viajes ilimitados.
- Consulte [aquí](#) el plano y tarifas.

### Coche

- El recinto ferial se encuentra a 30-40 minutos en coche desde el centro de Milán. Se puede aparcar en los distintos aparcamientos que rodean el recinto.
- Se puede reservar plaza en el [siguiente enlace](#).

## 1.4. Servicios ofrecidos

El recinto ferial de Fieramilano ofrece a los visitantes numerosos puntos de comida y bebida, consigna, parafarmacia, primeros auxilios, sala de reuniones, quiosco, recepción, cajero automático, sala de oración y objetos perdidos. Fuera del distrito, hay más de 10.000 plazas de aparcamiento disponibles.

Puede consultar más detalles en el [siguiente enlace](#).



## 1.5. Actividades de promoción de la Feria por parte de la Oficina Económica y Comercial

La Feria fue visitada por parte del personal de ICEX y de la Oficina Económica y Comercial de Milán, que aprovechó la ocasión para intercambiar impresiones con los participantes españoles, conocer de primera mano la actualidad y las tendencias del sector e informar a las empresas sobre los servicios ofrecidos por ICEX y las Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior. Así, se recogen las impresiones de las empresas consultadas, sus necesidades respecto al mercado italiano y, en general, las impresiones sobre la situación del sector en España y a nivel internacional.

icex



## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización

Fiera Milano SpA



#### FIERA MILANO

Sede Legal: Piazzale Carlo Magno 1 – 20149 Milano

Sede operativa: Strada del Sempione 28 – 20017 Milano

Tel.: +39 024 997 1

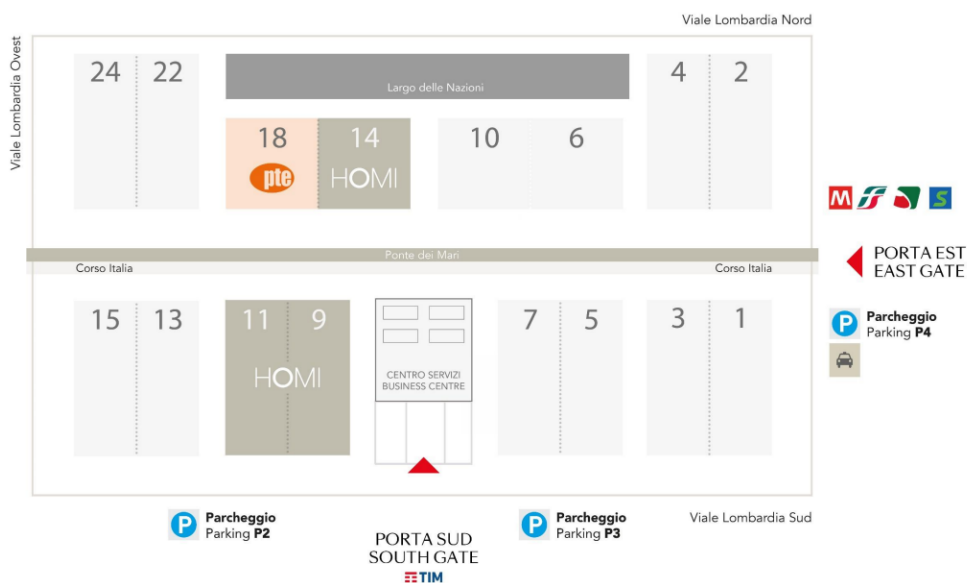
Fax: +39 024 997 659 1

Mail: [fieramilano@fieramilano.it](mailto:fieramilano@fieramilano.it)

Web: [www.fieramilano.it](http://www.fieramilano.it)



#### 2.1.1. Plano del recinto



Fuente: HOMI Milano





## 2.2. Datos de participación

### 2.2.1. Expositores

Durante los cuatro días que duró la feria, los profesionales del sector pudieron ver la oferta que los 521 expositores presentaron. De ellos, 208 (40 %) eran extranjeros.

Cabe señalar que, respecto a la edición anterior de enero 2022, el número total de expositores ha disminuido un 13 %. Por otro lado, el porcentaje de expositores extranjeros ha crecido un 19,7 % respecto a la última edición.

	2022	2023	Variación
<b>Expositores</b>	600	521	-13%
<b>Expositores extranjeros</b>	417	500	+19,7%

En la siguiente tabla podemos observar una tendencia bajista en la participación general.

**TABLA 1. COMPARATIVA PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES. EDICIÓN ENERO**

*Evolución de los datos de participación en la edición de enero 2014-2023*

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 <sup>1</sup>	2022	2023
<b>Total expositores</b>	1.492	1.430	1.400	1.500	1.498	1.150	600	-	600	521
<b>Extranjeras</b>	417	500	280	315	386	310	114	-	120	208
<b>% Extranjeras</b>	28%	35%	20%	21%	26%	27%	19%	-	20%	40%

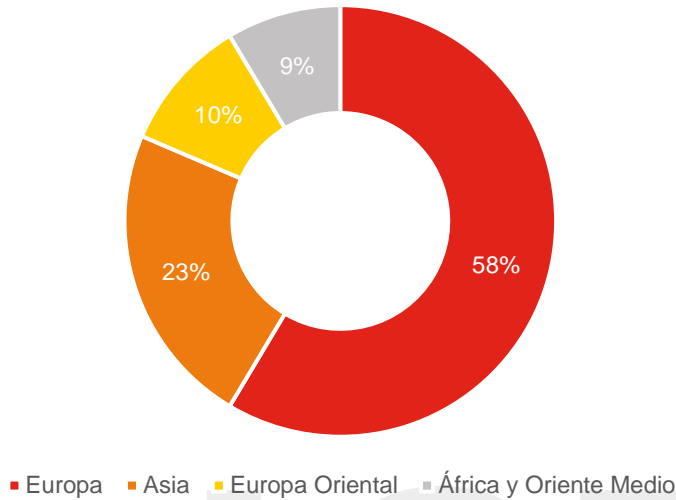
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de HOMI Milano.

En cuanto a la distribución por países, destaca Italia con 313 expositores. Respecto a los expositores extranjeros sobresalen: Alemania, España, Francia, Reino Unido y Países Bajos. Como demuestra el siguiente gráfico, existe una predominante presencia de expositores provenientes de otros países europeos.

<sup>1</sup> El dato correspondiente al año 2021 se debe a la anulación de la Feria provocada por la crisis sanitaria ocasionada por la covid-19.

**GRÁFICO 1. EXPOSITORES EXTRANJEROS. ENERO 2023**

*Distribución de los expositores según procedencia*



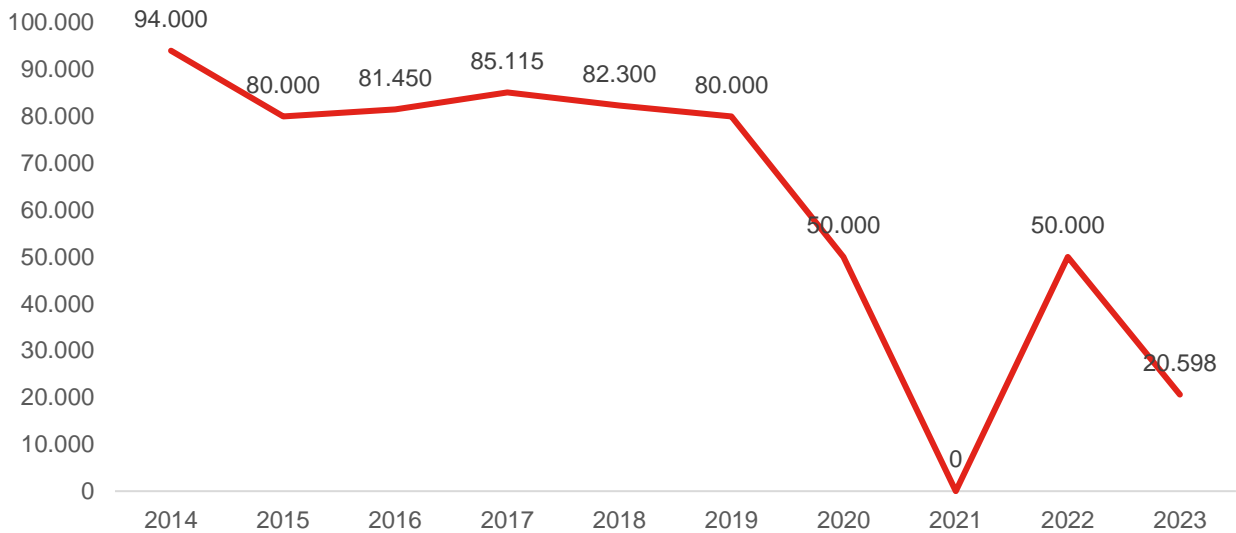
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de HOMI Milano.

**2.2.2. Visitantes**

La edición de enero de 2023 de HOMI, ha cerrado su decimoséptima edición con datos muy poco positivos de participación. 20.598 personas acudieron a la feria. Ha sufrido una caída del 58,8 % de visitantes respecto a la edición del año pasado. Mantiene una tendencia bajista desde hace años.

**GRÁFICA 2. EVOLUCIÓN PARTICIPACIÓN. EDICIÓN ENERO 2023.**

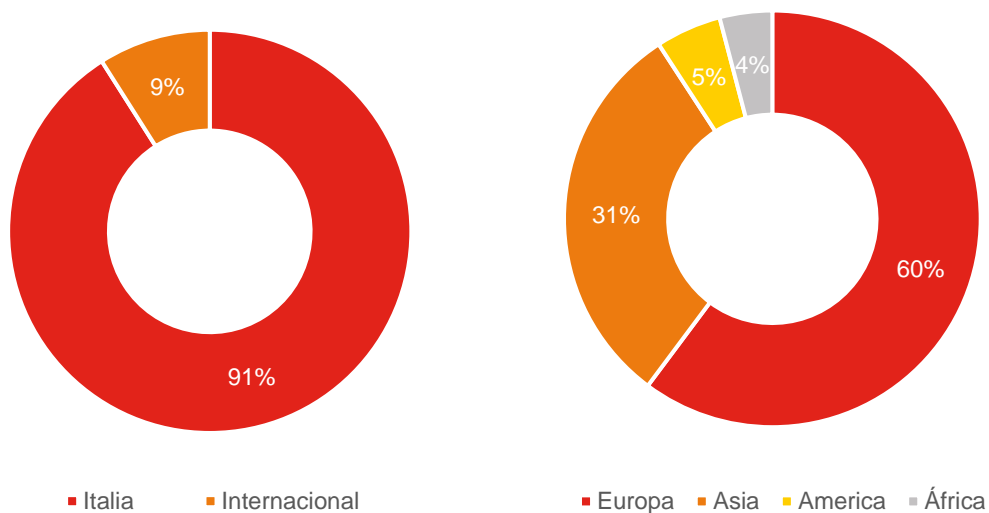
*Evolución de los datos de participación en la edición de enero 2014-2023*



Los países extranjeros con mayor número de visitantes en la edición de HOMI 2023 han sido: Suiza, China, Francia, Alemania, Malta, Portugal, Japón, República de San Marino, Croacia. Aun así, la presencia ha sido claramente italiana.

**GRÁFICO 3. PORCENTAJE VISITANTES INTERNACIONALES. ENERO 2023**

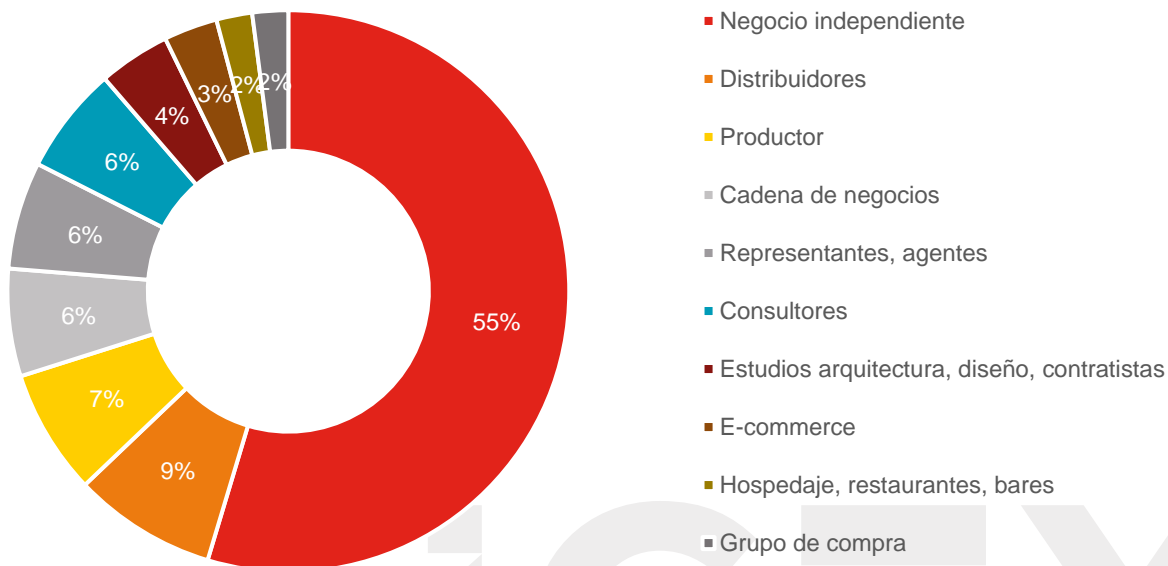
*Visitantes divididos en nacionales o internacionales y posterior división según procedencia*



Fuente: Elaboración propia con datos de HOMI MILANO.

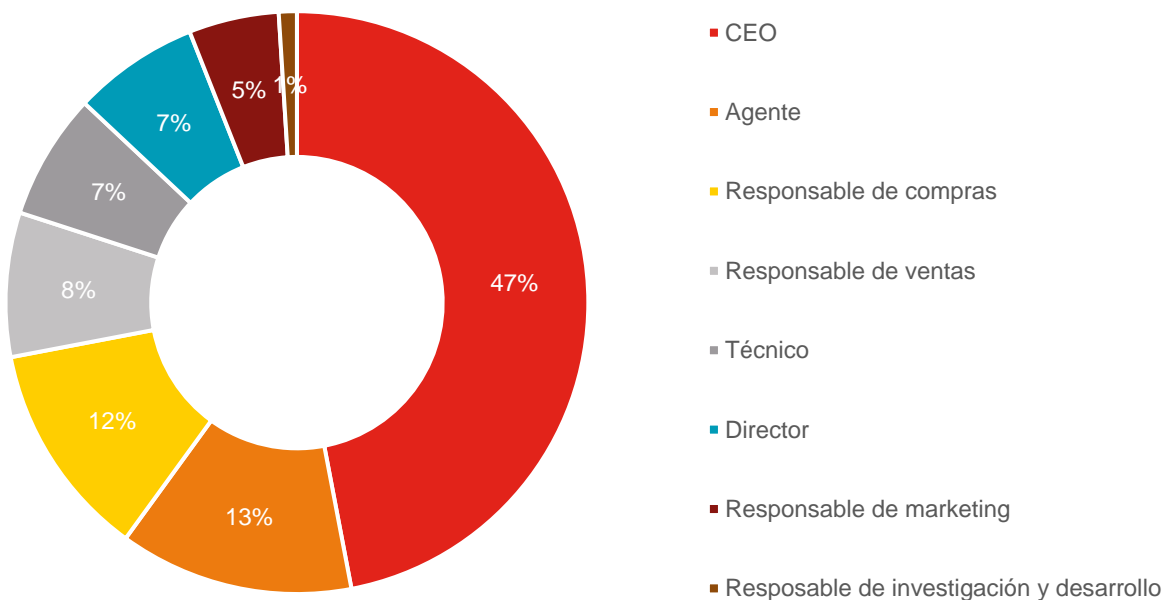
**GRÁFICO 4. PERFIL DE LOS VISITANTES. ENERO 2023**

*Distribución de los visitantes según su actividad*



**GRÁFICO 5. PUESTO EN LA EMPRESA. ENERO 2023**

*Distribución de los visitantes según puesto en la organización*



Fuente: Ambos gráficos han sido elaborados a partir de datos de Homi Milano.

## 2.3. Participación española

La participación fue de forma individual. Hubo varias empresas españolas que estuvieron presentes en la feria a través de su importador en el pabellón 9:

Importador	Empresa Española
FeelLab	FISURA
Shoenhuber SPA	LEKUÈ, PULLTEX, VALIRA
Moroni Gomma SRL	DOYI, EAT MY SOCKS, WOOUF
Maiuguali SRL	CASA VIGAR, IRIS BARCELONA, ROLSER

TABLA 3. PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LA 17.ª EDICIÓN DE HOMI MILANO 2023

EMPRESA	PABELLÓN	ESTAND	CIUDAD
LEKUÈ	9	H19 – L12	Barcelona
PULLTEX	9	H19 – L12	Barcelona
VALIRA	9	H19 – L12	Reus
DOYI	9	N21 – P22	Barcelona
EAT MY SOCKS	9	N21 – P22	Barcelona
WOOUF	9	N21 – P22	Barcelona
FISURA	9	P21 – R22	León
CASA VIGAR	9	P29 – R26	Alicante
IRIS BARCELONA	9	P29 – R26	Barcelona
ROLSER	9	P29 – R26	Alicante
GARPE INTERIORES	9	R09	Toledo
BATELA	11	F29 – G30	Guipúzcoa
VERSA – HOME	11	H11 – K20	Vizcaya
ARTESANÍA FERRER	11	H12	Gerona
ARTE FINO	11	H27	Valencia



CERERÍA MOLLA' 1899	11	P21 – R22	Valencia
CASA Y MENAJE 2015	14	D40 – D46 – E39 – E45	Valencia
USE FAMILY	14	E38 – F37	Valencia
UNICO STAR EUROPA	14	K48 – L47	Madrid

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Homi

El porcentaje de participación de empresas españolas en la feria ha variado significativamente a lo largo de los años. En general, hubo un aumento en el porcentaje de empresas que participaron desde 2014 hasta 2019, con un pico en 2019 con un 4,43 % del total de empresas expositoras. Sin embargo, desde entonces, ha habido una disminución en el porcentaje de empresas con una notable caída en 2020 con solo un 2,67 %.

#### TABLA 4. SERIE DE PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA

Evolución de los datos de participación española 2014 - 2023

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 <sup>2</sup>	2022	2023
<b>Total expositores</b>	1.492	1.430	1.400	1.500	1.498	1.150	600	-	600	521
<b>Expositores Españoles</b>	34	28	43	45	45	51	16	-	17	19
<b>% españoles</b>	2,28%	2,28	3,07%	3%	3%	4,43%	2,67%	-	2,67%	3,65%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de HOMI Milano

## 2.4. Áreas especiales

- “A Vista d’Uomo” y “Skyline”

Entre las novedades de este año se encuentran "A Vista d'Uomo" y "Skyline", dos instalaciones que albergan objetos particulares bajo los contornos de símbolos milaneses. Se trata de un proyecto innovador diseñado siguiendo el tema de la feria, que combina el Made in Italy, la sostenibilidad y la creatividad, y destaca los productos dedicados a la decoración y el mobiliario del hogar. Han sido creados pensando en la convivencia transversal de mundos diferentes como la industria, artesanía, tecnología, diseño y decoración.

<sup>2</sup> Es necesario apuntar que el dato correspondiente al año 2021 se debe a la anulación de la Feria provocada por la crisis sanitaria ocasionada por la covid-19.



Ambas instalaciones son imponentes y se encuentran suspendidas a tres metros del suelo, con una altura que oscila entre los 8 y 15 metros y un peso de 3,4 toneladas. Fueron diseñadas por Adolfo Carrara y representan la centralidad de Milán tanto en el pasado, representado por la silueta del Duomo, como en el futuro, representado por el horizonte de los rascacielos más modernos de Milán.

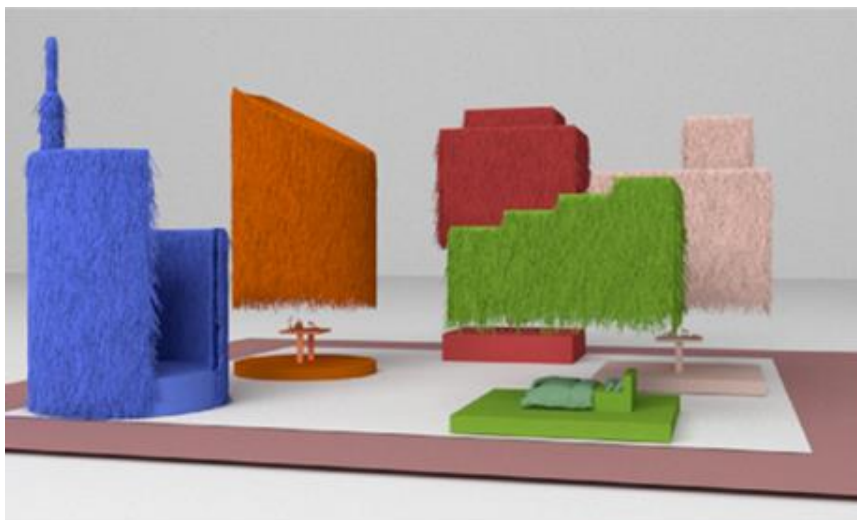
Ambas instalaciones fueron realizadas con materiales recuperados y reciclados suministrados por empresas textiles italianas. Se utilizaron más de 200.000 metros de orillos y cintas textiles.

"A Vista d'Uomo", caracterizada por la silueta de la Catedral de Milán, acoge objetos y productos rigurosamente blancos.



Fuente: HOMI Milano

SKYLINE, por su parte, recuerda los perfiles de los más modernos rascacielos milaneses, el color y la geometría se convierten en el escenario ideal para todo tipo de decoración del hogar.



Fuente: HOMI Milano

- Homi Lab

Durante los días de la feria, se llevaron a cabo diversas charlas, la mayoría de las cuales estaban orientadas hacia el comercio en línea. Estos talleres y charlas complementaron el evento al ofrecer formación e información sobre las últimas tendencias. Homi Lab organizó numerosos talleres y paneles en los que los expertos más destacados en este campo presentaron sus últimos proyectos. Los seminarios, charlas y talleres se llevaron a cabo para conocer el presente y planificar el futuro de la decoración y venta de productos para el hogar.



Fuente: HOMI Milano





- Premio KiLife

El Premio KI-LIFE Sustainable es una distinción promovida por Kiki Lab y está destinada a empresas italianas e internacionales que hayan desarrollado productos o proyectos con una visión de desarrollo sostenible, respeto ambiental y responsabilidad social. Esta es su segunda edición. El objetivo de este premio es reconocer y apoyar a las empresas que se comprometen con la sostenibilidad y la responsabilidad social, trabajando para mejorar las condiciones sociales y ambientales de su entorno.

Premio	Descripción	Empresa ganadora y producto
<b>Categoría Ambiental</b>	Productos relacionados con la sostenibilidad ambiental y procesos que disminuyen los impactos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Empresa:</b> Jute &amp; Co</li><li>• <b>Producto:</b> Alfombra <i>Eco-Friendly</i>.</li><li>• Alfombras respetuosas con el medio ambiente que son tejidas a mano utilizando 100% PET reciclado.</li></ul>
<b>Categoría Territorio</b>	Productos ligados a las tradiciones del territorio y proyectos que devuelven parte de las ganancias al mismo territorio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Empresa:</b> Elena Scarlata</li><li>• <b>Producto:</b> Set de viaje ecosostenible.</li><li>• Set de viaje de algodón estampado a mano con tintes vegetales 100% biodegradables, reinterpretando la antigua técnica de las mayólicas sicilianas.</li></ul>
<b>Categoría Social</b>	Proyectos inclusivos que valoran a las comunidades, asociaciones y colaboradores en apoyo de la diversidad.	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Empresa:</b> Frolla</li><li>• <b>Producto:</b> Microfábrica de galletas.</li><li>• Integración de personas socialmente desfavorecidas, ofreciendo formación y empleo remunerado para involucrarlas en todas las etapas de producción.</li></ul>
<b>Categoría Sostenibilidad 360°</b>	Proyectos que incluyen una o más de las áreas anteriores.	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Empresa:</b> Grestel – Costa Nova</li><li>• <b>Producto:</b> Eco Gres.</li><li>• La empresa portuguesa ha creado una materia prima ecológica con materiales reciclados no peligrosos de excedentes de cerámica.</li></ul>

Fuente: Homi Milano

## 3. Tendencias y novedades presentadas

### 3.1. Tendencias globales

#### El hogar en el centro

El año 2020 fue testigo de un cambio drástico en la forma en que las personas experimentaron su hogar. Los confinamientos para frenar la propagación de la COVID-19 obligaron a la sociedad a adaptarse a la vida a distancia. El teletrabajo, la educación en línea, las videoconferencias y el ocio digital se convirtieron en la norma, mientras que los espacios públicos se convirtieron en lugares peligrosos debido a la pandemia.

En este contexto, el hogar se convirtió en un refugio multiactividad, un espacio que dejó de ser un lugar de descanso personal para convertirse en el centro de la vida de las personas. Como resultado, la vivienda se ha convertido en un asunto prioritario y la renovación del espacio doméstico ha cobrado importancia en las decisiones de gasto.

Los datos de la 5.ª edición del Observatorio CasaDoxa, que estudia los cambios en la sociedad y en los hogares italianos, demuestran que los hábitos han cambiado radicalmente. Ahora, las personas pasan mucho más tiempo en casa que hace unos años y muchas de las actividades que solían desarrollarse al aire libre ahora se realizan mayoritariamente dentro del hogar.

Los datos recopilados por CasaDoxa confirman el aumento significativo del número de personas que quieren una habitación extra (36 %), donde poder trabajar sin ser molestados (o molestar) a otros miembros de la familia, o encontrar espacio para hacer ejercicio y mantenerse en forma. Las comidas se comen con más frecuencia en casa (+33 % en el almuerzo, +36 % en la cena) y se comparten más que antes con amigos y familiares. El tiempo libre como ver películas y series (+42 %) también es decididamente más doméstico.

#### Hacia un futuro más sostenible

En los últimos años, la industria ha experimentado un cambio notable hacia la sostenibilidad, que ha sido impulsado por la creciente preocupación por el cambio climático y la necesidad de promover una producción más ética y responsable. En este sentido, la industria ha comenzado a prestar cada vez más atención a su impacto ambiental y social, buscando formas de reducir su huella de carbono y fomentar una producción más responsable.

En este contexto, los consumidores también están cambiando su mentalidad y valorando cada vez más los productos producidos de manera responsable y sostenible, con un menor impacto ambiental y social. De hecho, la demanda de productos sostenibles está en aumento, y muchas empresas están comenzando a responder a este interés.

Un ejemplo perfecto de esto es la lámpara de mesa presentada por Krill Design. Esta lámpara impresa en 3D está hecha de cáscaras de naranja siciliana y se puede convertir en abono junto con los desechos orgánicos domésticos.



Fuente: HOMI Milano

### Artesanía creativa y de calidad

La artesanía creativa y de calidad se está convirtiendo en una tendencia creciente en la economía actual. A medida que los consumidores se vuelven más conscientes de la calidad y la procedencia de los productos que compran, la artesanía se está convirtiendo en una opción cada vez más popular para aquellos que buscan productos únicos y personalizados.

La artesanía creativa se está convirtiendo en una oportunidad para los emprendedores y pequeñas empresas que buscan competir en un mercado saturado. Al ofrecer productos únicos y de alta calidad, los artesanos pueden diferenciarse de las grandes empresas y ofrecer una alternativa más auténtica para los consumidores. Además, la artesanía también puede tener un impacto positivo en la economía local. Muchos artesanos venden sus productos a nivel local o regional, lo que ayuda a mantener el dinero en la comunidad.

En HOMI, se puede encontrar una gran variedad de productos hechos a mano que ofrecen singularidad y exclusividad. Estos objetos son únicos por definición y muchas veces personalizables para satisfacer los gustos del cliente final. La tendencia creciente en el sector del hábitat es la

búsqueda de productos artesanales y personalizados, que se distinguen por su atención al detalle y calidad. Un ejemplo de ello es Pó de Barro, que ofrece productos totalmente artesanales y únicos.



Fuente: HOMI Milano

## Recuperación y reciclaje

Los muebles fabricados con materiales recuperados y reciclados son un paso importante hacia un futuro más sostenible y responsable. No solo reducen los residuos y su producción, sino que valorizan materiales que de otro modo irían al vertedero. Esta tendencia crece cada vez más debido a la concienciación de los consumidores y a su voluntad de contribuir a la creación de un mundo más verde y sostenible.

Hoy en día es cada vez más importante que las empresas adopten prácticas de economía circular para garantizar su supervivencia a largo plazo mediante la mejora de las tecnologías y los procesos de producción.

## Buen diseño de vida

Una de las principales tendencias es la búsqueda del diseño del buen vivir. Esto significa que la casa del mañana debe ser un lugar donde las personas puedan vivir cómoda y saludablemente, con un diseño que promueva el bienestar físico y emocional. Esto se logra mediante la creación de espacios que fomenten la relajación, la interacción social y la actividad física.

Otra tendencia importante es la necesidad de espacios multifuncionales. En la casa del mañana, se requerirán espacios tanto para el trabajo como para el descanso. Con el aumento del trabajo remoto y la flexibilidad laboral, muchas personas necesitan un espacio dedicado para trabajar desde casa.



Al mismo tiempo, se requerirán espacios para el ocio y la relajación, como áreas verdes o zonas de juegos para niños.

### 3.2. Colores

Las tendencias en colores presentadas en la feria HOMI 2023 dedicada al hábitat son un reflejo de la evolución del mercado en el sector del diseño de interiores y la decoración del hogar. La abundancia de tonalidades pastel y los tonos inspirados en la naturaleza que se observaron en la feria son una respuesta a la creciente demanda de los consumidores por espacios relajantes y acogedores en sus hogares. Colores y matices desde beige y marfil, versiones pastel de azul, rojo, verde y morado.



Fuente: HOMI Milano

### 3.3. Perspectivas económicas

Según los datos recopilados por Export Planning, en 2022, el comercio mundial en el sector del hogar confirmó el favorable rendimiento de 2021, pero las previsiones para 2023-2026 hablan de importantes desaceleraciones.



## Comercio mundial del sector hogar: perspectivas y tendencias

Según los datos disponibles, se espera que el comercio mundial del sector hogar mantenga su favorable rendimiento de 2021, con un aumento del 24,5 % en 2022. Se proyecta que el valor del comercio mundial del sector hogar alcance un récord de 158,1 mil millones de euros, lo que representa un incremento del 132 % en comparación con hace 10 años, cuando se registró un valor de 68 mil millones de euros.

A nivel internacional, la mayoría de los principales segmentos de la industria han recuperado ampliamente los niveles previos a la pandemia. En particular, el segmento de artículos de hogar variados registró un crecimiento récord en valores en euros del 52,3 %, o del 30,3 % a precios constantes, alcanzando un valor de 36,5 mil millones de euros en 2022.

## Perspectivas de crecimiento del mercado global del sector Hogar para el período 2023-2026

Según las proyecciones, se espera que la demanda global del segmento de Hogar tenga su mayor contribución al crecimiento del mercado proveniente de los Estados Unidos, con un aumento en las importaciones de más de 11 mil millones de euros y un aumento anual promedio (CAGR) cercano al 6 %. Esto se debe principalmente al segmento de Textiles para el Hogar, que contribuirá con un aumento de importaciones de más de 4 mil millones de euros.

En segundo lugar, se encuentra el mercado alemán, con un aumento de importaciones en el sector del Hogar de 2,4 mil millones de euros en el período 2023-2026 y un CAGR del +5,6 %. Le sigue el Reino Unido, con un aumento de importaciones en el sector Hogar de 2,1 mil millones de euros y un CAGR del +7,2 %, seguido por los Países Bajos, con un aumento de importaciones de 1,7 mil millones de euros y un CAGR del +6,7 %, y Japón, con un aumento de importaciones de 1,5 mil millones de euros y un CAGR del +6,5 %.

Además, se espera que otros mercados como Francia, Polonia, Canadá, Vietnam y España impulsen la demanda global del sector Hogar para el período 2023-2026, contribuyendo con un crecimiento acumulativo que debería acercarse o incluso superar los mil millones de euros.

## Italia: Exportaciones menos dinámicas en comparación con el promedio mundial

En 2022, se espera que las exportaciones italianas en el sector doméstico experimenten un aumento del 11,2 % en comparación con el año anterior, superando en más del 26 % los niveles previos a la pandemia. Este incremento se traducirá en un valor récord de más de 2,6 mil millones de euros. Sin embargo, en comparación con el promedio mundial, las exportaciones italianas muestran un crecimiento menos dinámico en el sector.



## Escenario 2024-2026 en las exportaciones italianas

En el escenario proyectado de 2024 a 2026, se espera que las exportaciones italianas en el sector doméstico muestren una tasa de crecimiento promedio anual (CAGR) relativamente moderada del +1,8 % en valores en euros. Se prevé que los segmentos de Textiles para el Hogar (CAGR: +5 %) y Vajilla y Cubiertos (CAGR: +3,8 %) tengan un mejor desempeño relativo. Por otro lado, se espera que el segmento de Sartenes y Ollas experimente una tendencia negativa (CAGR: -1,4 %).

## Los mercados para la exportación italiana en 2026

Las exportaciones italianas en el segmento HOME se espera que experimenten un crecimiento sostenido en los próximos años, según las previsiones para el periodo 2023-2026. Se prevé que los principales mercados para las ventas italianas sean Francia y Alemania, con un aumento cercano a los 35 millones de euros en comparación con 2022, con tasas de crecimiento anual promedio que oscilan entre +2,2 % para el mercado francés y +2,6 % para el mercado alemán.

Además, se esperan otros mercados en crecimiento para las ventas italianas en el segmento HOME, como España (+16,7 millones de euros en comparación con 2022, con una tasa de crecimiento anual compuesto de +3,1 %), los Países Bajos (+3,7 %), el Reino Unido (+3,6 %) y Polonia (+4,7 %). También se prevé que mercados como Corea del Sur (+7,1 millones de euros en comparación con 2022), Croacia (+6,5 millones de euros), Rumania (+5,9 millones de euros) y Grecia (+5,4 millones de euros) contribuyan favorablemente al crecimiento de las exportaciones italianas en este sector.

En resumen, se espera que Italia mantenga un crecimiento sostenido en la exportación de productos de consumo para el hogar y que su presencia en mercados europeos y asiáticos se fortalezca en los próximos años.





## 4. Valoración

### 4.1. Del evento en su conjunto

La Feria HOMI ha celebrado su 17.<sup>a</sup> edición en enero de este año y ha reforzado su carácter internacional aumentando el número de empresas extranjeras expositoras. HOMI se queda atrás frente a otras ferias como *Ambiente* en Frankfurt o *Maison & Object* en París, pero aun así sigue siendo una plataforma importante para presentar nuevas colecciones y establecer sinergias entre expositores y compradores internacionales.

La feria HOMI contó con un total de 600 empresas expositoras en su edición anterior, mientras que, en la edición de 2023, el número de empresas expositoras ha disminuido a 521. Es importante destacar que, a pesar de la disminución en el número total, HOMI sigue siendo un evento importante en la industria del diseño y la decoración, como lo demuestra la presencia de 208 empresas extranjeras, frente a las 120 del año anterior.

En HOMI, la fuerte presencia de Italia, tanto en visitantes como expositores, eclipsa la participación del resto de países, algo que ocurre en menor medida en otras ferias. Sin embargo, Italia representa uno de los principales mercados objetivo de nuestras exportaciones. En este sentido, HOMI puede ofrecer grandes oportunidades a los participantes españoles.

El enfoque de HOMI se centra en los sectores de accesorios, vajillas y utensilios de cocina, así como en los muebles para el hogar. Estos sectores son especialmente importantes en los primeros meses del año, ya que se presentan las nuevas colecciones. De esta manera, enero se convierte en un mes clave para el sector.

Por último, HOMI se está adaptando a un mercado cambiante, donde los canales de distribución y los puntos de venta se están especializando cada vez más en artículos para el hogar y accesorios personales. Como resultado, HOMI se está transformando en una plataforma diversificada para valorar progresivamente los sectores que experimentan un crecimiento constante en el mercado global.

### 4.2. Recomendaciones

La feria HOMI ofrece a las empresas participantes una gran cantidad de oportunidades y beneficios.

Algunas de las principales recomendaciones para las empresas que planean asistir a la feria son las siguientes:



- **Preparación:** Es importante que las empresas estén bien preparadas antes de asistir a la feria. Esto incluye la creación de un plan de marketing, la selección de productos para exhibir y la identificación de los objetivos de la empresa para la feria.
- **Networking:** La feria HOMI es un excelente lugar para establecer contactos y relaciones comerciales con otras empresas y profesionales del sector. Es importante aprovechar esta oportunidad para establecer conexiones y ampliar la red de contactos.
- **Presentación de productos:** La feria HOMI es el lugar ideal para presentar las últimas novedades y tendencias en el sector de la decoración y el diseño de interiores. Es importante asegurarse de que la presentación de los productos sea atractiva y llamativa para atraer la atención de los visitantes.
- **Participación en eventos:** La feria HOMI ofrece una gran variedad de eventos y actividades relacionadas con el sector de la decoración y el diseño de interiores. Es recomendable que las empresas participen en estos eventos para aprovechar al máximo la experiencia de la feria.

Por último, si la intención de la compañía es la de entrar en el mercado italiano, no debe olvidar que se trata de uno de los mercados más complicados en el panorama internacional, donde las marcas nacionales tienen una fuerte posición de liderazgo y donde las principales marcas internacionales intentan recabar su espacio. Sin embargo, a pesar de las dificultades, es muy importante y recomendable para las empresas españolas acceder al mismo, tanto para favorecer su imagen de marca, como para incrementar sus ventas.

### 4.3. Servicios personalizados

ICEX España Exportación e Inversiones ofrece servicios de consultoría personalizada a través de su red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, cuyo catálogo puede consultarse directamente [aquí](#).

La Oficina Económica y Comercial de Milán cuenta con un grupo de profesionales especializados por sectores, lo que asegura a las empresas un profundo conocimiento del mercado, así como de los instrumentos más adecuados para la entrada, para el establecimiento en el país o para potenciar la presencia en el mercado italiano.

Dentro del marco de servicios ofrecidos por el ICEX y teniendo en cuenta las características específicas del mercado italiano, la Oficina Económica y Comercial de Milán, una vez analizada la empresa y su solicitud, propondrá el servicio que más se adapte a las necesidades de la misma.

En lo que a la participación en ferias en el exterior se refiere, la Oficina ofrece un Servicio de Apoyo Logístico que consistiría, entre otras posibles acciones, en la presentación en italiano de la empresa y en la consiguiente comunicación relativa a su presencia en feria. Asimismo, se pone a disposición



de la empresa un Servicio de Seguimiento post feria en el que se incluye información ampliada de los contactos realizados en la misma.

Se informa también que esta Oficina Económica y Comercial en Milán pone a disposición de las empresas españolas el Centro de Negocios en Milán, un servicio con todos los recursos a su alcance, incluyendo la posibilidad de alquiler de despachos/sala de reuniones, a través del cual los exportadores españoles podrán impulsar sus contactos con los profesionales italianos sin necesidad de contar con infraestructura propia en Italia. Pueden consultar todo tipo de información sobre el tema en el siguiente enlace: [Centro de Negocios de ICEX en Milán.](#)

icex

## 5. Anexos

### 5.1. Organismos españoles

ICEX España Exportación e Inversiones	Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán
Paseo de la Castellana, 278 28046 Madrid, España Tel. +34 913 496 100 Fax. +34 914 316 128	Via del Vecchio Politecnico, 3 20121 Milano, Italia Teléfono: +39 02 781 400 Fax: +39 02 781 414
E-mail: <a href="mailto:icex@icex.es">icex@icex.es</a>	E-mail: <a href="mailto:milan@comercio.mineco.es">milan@comercio.mineco.es</a>
Web: <a href="http://www.icex.es">www.icex.es</a>	Web: <a href="http://italia.oficinascomerciales.es">http://italia.oficinascomerciales.es</a>




### 5.2. Asociaciones de interés en el sector

En este apartado se presentan las Asociaciones y Fundaciones que puedan interesar a las empresas españolas para entrar en el mercado italiano:

SIGLAS	NOMBRE	PAÍS	LOGO	WEB
ADI	Asociación de Diseño Industrial			<a href="#">Enlace</a>
ART	Asociación Nacional De Distribuidores Y Productores De Productos Para La Mesa, Cocina Y Regalo			<a href="#">Enlace</a>
CNA	Confederación Nacional De La Artesanía			<a href="#">Enlace</a>
ASSOVETRO	Asociación Nacional De Industrias Del Vidrio			<a href="#">Enlace</a>

ASSOPLAST	Asociación De Industrias Del Plástico			<a href="#">Enlace</a>
FIAC	Asociación De Fabricantes Italianos De Artículos Para La Casa			<a href="#">Enlace</a>
CONFARTIGIANATO	Asociación De Empresas Artesanas			<a href="#">Enlace</a>

### 5.3. Otras ferias relacionadas

FERIA	LUGAR	FECHAS	EXPOSITORES	EXPOSITORES ESPAÑOLES	Visitantes	WEB
	Frankfurt	26 – 30 enero 2024	3.685	109	109.491	<a href="#">Enlace</a>
	París	18 – 22 enero 2024	2.329	119	67.000	<a href="#">Enlace</a>
	Colonia	14 – 18 enero 2024	1.233	19	129.451	<a href="#">Enlace</a>

# 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