



INFORME
DE FERIA

2024



Big Buyer

Milán

27 a 29 de noviembre de 2024

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

16 de diciembre de 2024
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Elena González Lull

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

<http://italia.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	4
1.3. Ubicación	5
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Participación española	6
2.2. Datos estadísticos de participación	7
2.2.1. Expositores	7
2.2.2. Visitantes	7
3. Tendencias y novedades presentadas	9
4. Valoración	10
5. Anexos	11





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

BIG BUYER

Fecha de celebración Del 27 al 29 de noviembre

Edición 28.^a Edición

Frecuencia Anual

Fecha próxima edición 19 al 21 de noviembre de 2025 en Bologna Fiere

Página web [BIG BUYER 2024](#)

Lugar de celebración Fiera Milano Congressi (Allianz MiCo)
Piazzale Carlo Magno, Pabellón 3
20149 Milano MI
Tel: +39 02 4997 7134

Horario de la feria 27 y 28 noviembre de 9.30 a 18:00, 29 noviembre de 9:30 a 16:00

Precio de la entrada Gratuita previo registro

Tipo de visitantes Profesionales

Organizador **Edinova Srl**
P.IVA 03576980969
Via Pordenone 13
20132, Milano, Italia
tel. 02 2158021
www.edinova.com
edinova@edinova.com

1.2. Sectores y productos representados

La feria BIG BUYER está especializada en el sector de la papelería y material de oficina, que abarca las siguientes tipologías de productos: ¹

- Artículos y equipos de oficina
- Artículos para la escuela y la enseñanza
- Escritura, papelería y marroquinería
- Bricolaje, hobbies y bellas artes

¹ La lista expuesta es una representación de las principales tipologías de productos presentes en la Feria. Es posible consultar en profundidad todos los productos expuestos en el evento a través del siguiente apartado de la web oficial de Big Buyer: <https://www.bigbuyer.info/catalogo-fiera-bigbuyer/categorie-merceologiche/>



- Tarjetas de regalo, cintas y bolsas de la compra
- Tarjetas de felicitación y ceremonia
- Artículos para fiestas y festividades
- Artículos de regalo y *gadgets*
- Juegos y publicaciones para niños
- Productos y accesorios informáticos
- Servicios de soporte a la venta

1.3. Ubicación

La 28ª edición de Big Buyer se desarrolló en el pabellón 3 de Allianz MiCo, siendo éste un espacio de una planta.

La edición anterior se celebró en Bologna Fiere, por lo que este año ha sido una novedad celebrarla en Milán. Sin embargo, la siguiente edición en 2025 se volverá a celebrar en Bologna Fiere.

PLANO BIG BUYER 2024



Fuente: BIG BUYER



2. Descripción y evolución de la Feria

La feria BIG BUYER es un evento internacional de referencia dedicado al sector de la papelería, oficina, artículos escolares, juguetes, regalo y decoración.

Celebrada anualmente en Bolonia, Italia, a excepción de este año que se ha celebrado en Milán, reúne a fabricantes, distribuidores y compradores de toda Europa para presentar las últimas tendencias, productos innovadores y oportunidades comerciales.

Además, BIG BUYER cuenta con conferencias, talleres y actividades enfocadas en la actualización del mercado y el desarrollo de negocios. Su enfoque abarca tanto la innovación como la sostenibilidad, destacando su papel en la evolución de la industria.

2.1. Participación española

Durante la edición de 2024 de Big Buyer participaron de forma independiente un total de 6 marcas o empresas españolas presentes en la feria, ya sea a título individual y stand propio o a través de su distribuidor italiano. Entre los productos españoles expuestos en la feria destacan los artículos de papelería y los complementos o accesorios de moda con el uso de licencias.

A continuación, se enumeran las empresas españolas participantes en la 28ª edición de Big Buyer.

LISTADO DE EMPRESAS EXPOSITORAS ESPAÑOLAS

Marca/Empresa	Página web
GRUPO ERIK EDITORES	https://www.grupoerik.com/es
KIDS LICESING	https://kidslicensing.com/
LA PAJARITA	https://www.lapajarita.es/
SAFTA	https://www.safta.com/
STOR	https://www.storline.com/esp/
VYPARA GROUP	https://vyaparagroup.com/

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Big Buyer

2.2. Datos estadísticos de participación

2.2.1. Expositores

En cuanto a los expositores, la 27ª edición de Big Buyer ha contado con 259 empresas presentes. Este dato supone un aumento en la participación de empresas expositoras con respecto a la edición de 2023, en la cual participaron 171 empresas. En términos relativos, supone un aumento del 33% de expositores.

LOS DE LOS EXPOSITORES DE BIG BUYER 2024



Fuente: Big Buyer 2024

2.2.2. Visitantes

Los datos oficiales de la feria Big Buyer se publican cada año en la edición de enero de la revista COMMERCIO C&C, propiedad de Edinova Srl, también organizadora de la Feria. Por tanto, para el presente informe no es posible exponer las cifras de visitantes de la edición de Big Buyer 2024. ²

Con el objetivo de proporcionar información y tener una idea general del evento, se detalla a continuación los últimos datos de participación publicados, correspondientes a la edición de 2023 de Big Buyer: ³

² Cuando se publique dicha información estará disponible en el siguiente portal online: <https://issuu.com/edinova>

³ Es posible acceder al resumen de la edición de 2023 en el siguiente enlace: [Report Big Buyer 2023 by COMMERCIO Cartoleria & Cancelleria - Issuu](#)



VISITANTES BIG BUYER 2023

Visitantes y asistentes a Big Buyer en su edición de 2023, según categoría.

BIG BUYER 2023 EN CIFRAS: VISITANTES Y ASISTENTES

Distribuidores mayoristas	863
Proveedores de oficinas	748
Compradores de la gran distribución organizada (GDO)	188
Minoristas o detallistas	1.513
Compradores extranjeros	741
Total visitantes	4.053

Fuente: COMMERCIO C&C (2024).





3. Tendencias y novedades presentadas

Durante el evento se ha podido apreciar la apuesta de los operadores del sector por el diseño y la funcionalidad. Los productos presentados reflejan una combinación de innovación y atractivo estético, así como la utilización de imágenes sujetas a contratos de licencia, razón de compra de muchos consumidores.

Por su parte, Mariella Nasi Pfeiffer, organizadora y fundadora de Big Buyer, destaca la singularidad de esta feria al permitir un encuentro directo entre los operadores comerciales. Es el escenario perfecto para desarrollar reuniones constructivas, consolidar relaciones y mantenerse actualizado en un entorno que se enfoca en ofrecer oportunidades de negocio, identificando las necesidades de toda la cadena de suministro y promoviendo la cooperación entre los sectores de producción, distribución y venta al por menor.

Además, como en anteriores ediciones, Big Buyer ha contado con siete áreas especiales:

- Green Generation: Pasado, presente y futuro.
- Colortec Lab: La ciudad del futuro.
- Calligraphic Art: La escritura.
- Cuando los libros entran en la papelería y viceversa.
- BB Academy: El packaging y los regalos
- Trabajar en casa.
- Tech point

Igualmente, continuando por la senda emprendida desde la primera edición, Big Buyer quiere ser también un observatorio permanente de las distintas tendencias del mercado y con este objetivo organiza un programa de conferencias que abarcan temas de gran interés sectorial.

En esta edición se han desarrollado una conferencias y talleres:

- Back to School: Se centra en la inclusión, poniendo en primer plano el diseño de los espacios, las nuevas metodologías de enseñanza y los soportes funcionales para favorecer el éxito de todos los estudiantes.
- Diseño de alta gama: Cada vez son más numerosas las papelerías que tratan productos de alta calidad.
- La escritura ecológica: Un enfoque destinado a reducir el impacto ecológico en la producción, preservando al mismo tiempo los estándares de calidad e innovación.



4. Valoración

La feria Big Buyer es uno de los eventos más relevantes para el sector de la papelería en Italia, aunque las categorías de productos representados son diversas. Este año, destacó por su traslado de Bolonia a Milán, un cambio que, según los expositores, tuvo una recepción positiva por la expectativa de atraer a más visitantes internacionales y facilitar la asistencia de empresas y compradores con sede en Milán.

El evento, aunque de dimensión reducida, reunió únicamente a visitantes profesionales, tales como distribuidores mayoristas, proveedores de oficinas, compradores minoristas, detallistas y operadores de comercio electrónico. A pesar de que la afluencia de público fue considerada algo discreta en algunos momentos, los participantes valoraron positivamente la calidad de los visitantes y las oportunidades de *networking*.

La participación española incluyó empresas con una trayectoria consolidada en el mercado italiano y otras representadas por sus distribuidores. Estas empresas aprovecharon la feria para exhibir sus productos, novedades y estrategias comerciales.

En general, Big Buyer se consolida como un evento clave para promocionar marcas, establecer contactos y analizar las tendencias del sector en Italia. Aunque no alcanza la escala de ferias internacionales en otros países, es una cita esencial para empresas interesadas en consolidarse en el mercado italiano y ampliar su red de distribución.

5. Anexos

- **Cómo preparar la feria**

- Antes de la feria:

1. Organice su viaje con antelación. Los precios de los hoteles en Milán suelen subir mucho durante las ferias importantes. En ciudades más pequeñas, pero centros feriales importantes, como Rímini o Bolonia y en menor medida Verona, la oferta de hoteles es escasa y es frecuente que los expositores tengan que alojarse en ciudades cercanas.
2. Familiarícese con la página web de la feria. En ella encontrará el catálogo completo de participantes con datos de contacto, así como otras informaciones de interés. Muchos de ellos podrían ser buenos contactos comerciales potenciales.
3. Infórmese acerca del programa de compradores internacionales. Las ferias italianas, con el apoyo de la agencia ICE – ITA, suelen invitar a muchos importadores, algo de lo que se puede beneficiar cualquier participante en la exposición, no solo las empresas italianas.
4. Realice un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su stand. Esto debería realizarse con un mes de antelación. Puede solicitar a la Oficina Económica y Comercial información acerca de directorios disponibles de empresas en Italia y de acceso gratuito o solicitar un servicio personalizado de identificación de socios comerciales (sujeto a disponibilidad en el momento de la solicitud).
5. Haga un seguimiento del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos.
6. Recabe información general sobre el mercado: situación económica general y particularidades nacionales.
7. Solicite a la Oficina Económica y Comercial 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.
8. 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 italiano.

o Durante la feria:

1. Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todos los pabellones de la feria en los que pueda haber competidores o potenciales socios.
2. En Italia, abordar a una empresa en su stand “a puerta fría” no es infrecuente, lo importante es no hacerlo cuando los responsables del stand estén ocupados. Un buen momento es al inicio de la feria.
3. Entrevistas: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, y fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia. Los italianos tienen un gran aprecio por la gastronomía: puede resultar conveniente ofrecerles algún producto gastronómico de España (anchoas del Cantábrico, jamón ibérico o queso manchego son especialmente apreciados). Además, considere tener una cafetera en su stand: a los italianos les encanta conversar sobre negocios mientras disfrutan de una taza de café.
4. Observación del producto y los precios de la competencia: Observe las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc.
5. Si habla con otros 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.
6. 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.
7. 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.

o Después de la feria:

1. 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.
2. Organice y analice la información conseguida: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, catálogos, listas de precios de la competencia.
3. Solicite información complementaria a la Oficina Económica y Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

4. Desarrolle su estrategia en el mercado, proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.

- **Cómo llegar a la feria:**

-  **Metro**

- En metro: Línea 1 de metro en dirección Rho – Fieramilano. Parada Rho – Fieramilano Consultar [aquí](#) el mapa del metro de Milán. Tarifas: tiquet ordinario 2,20 € por trayecto. www.atm.it

-  **Tren**

- Desde Stazione Milano Centrale – Stazione Milano Porta Garibaldi: línea 2 de metro en dirección Abbiategrosso y trasbordo en la parada Cadorna Triennale a la línea 1 hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde Stazione Cadorna: línea 1 de metro hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde las estaciones de Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Repubblica, Porta Venezia, Dateo, Porta Vittoria y Forlanini, se puede llegar al recinto ferial con dos líneas de tren de cercanías, la S5 y la S6.
- Consultar en www.trenitalia.com y www.trenord.it los trayectos y tarifas.

-  **Coche**

- Para llegar a la feria se puede aparcar el coche en uno de los seis aparcamientos que se encuentran a la entrada de Milán y que coinciden con las paradas de metro: Cascina Gobba, San Donato, Famagosta, Bisceglie, Lampugano y Molino Dorino. Si se prefiere llegar hasta la feria con el coche están disponibles los aparcamientos del recinto. Las tarifas son de 12,50 € las primeras 4 horas y 18 € la tarifa diaria, siendo posible únicamente una reserva por día con una sola entrada y salida.
 - Autopista A7-Genova, A1 Bologna e A4-Torino: tangencial oeste, dirección norte, salida FieraMilano.
 - Autopista A4-Venezia: salida, Pero-FieraMilano.
 - Autopista A8-Varese y A9-Como: salida FieraMilano

-  **Avión**

- Aeropuerto Linate:
 - Autobús número 73 hasta Piazza San Babila, donde se conecta con la línea 1 de metro hacia Rho-Fiera Milano. Tarifa Bus *navetta*: 10€ por trayecto. Horario: cada hora, desde las 8.30 a las 13:30 y desde las 15:00 a las 18:00.

- Durante los días de feria hay un autobús especial en dirección Fiera Milano (Puerta Este). Sale de la zona de llegadas nacionales del aeropuerto de las 8:30 a las 13:30 y de las 15:00 a las 18:00. Frecuencia: cada hora. El trayecto de vuelta se hace en horario de 9:30 a 12:30 y de 14:00 a 19:00 con la misma frecuencia.
- Aeropuerto Malpensa:
 - Tren Malpensa-Express: se coge en la Terminal 1 desde las 5:28 a las 00:28. Frecuencia: cada 15 minutos. Tarifa: 13 € por trayecto o 20 € ida y vuelta. Para más información consultar www.malpensaexpress.it
 - Autobús Malpensa *Shuttle*: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30. Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10 € por trayecto o 16 € ida/vuelta. Para más información consultar www.malpensashuttle.it
 - Autobús Malpensa Bus Express: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30 Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10€ por trayecto o 16€ ida/vuelta. Para más información consultar www.autostradale.it
- Aeropuerto Bérgamo - Orio al Serio:
 - Orio *Shuttle*: se coge en la marquesina 1. Salidas a las 8:45, 9:15 y 10:30. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:30, 16:30 y 18:00. Tarifa: 12€ por trayecto o 20€ ida/vuelta. Para más información consultar www.orioshuttle.com
 - Orio Bus Express: se coge en las marquesinas 3 y 4. Salidas a las 8:30, 10:15 y 11:00. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:15, 16:00 y 18:00. Tarifa: 10 € por trayecto o 18 € ida/vuelta. Para más información consultar: www.autostradale.it

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