



INFORME
DE FERIA

2019

ICEX España
Exportación
e Inversiones

M&O
MAISON & OBJET
París
18 - 22 de enero de 2019

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

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

5 de febrero de 2019
París

Este estudio ha sido realizado por
Javier Pozo Rojo y Almudena Kaiser de la Mota

bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París.

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

NIPO: 114-19-041-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos ofertados	5
1.3. Actividades de promoción por parte de la OFECOME	6
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	9
3. Tendencias y novedades presentadas	11
3.1. Tendencias de la siguiente edición	12
4. Valoración	14
4.1. Del evento en su conjunto	14
4.2. De la participación española y de los principales países competidores	15
5. Anexos	17
5.1. Listado de empresas participantes	17
5.2. Fotos	20





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

M&O - Maison & Objet enero 2019



Fechas de celebración del evento: 18 – 22 de enero de 2019

Precios de entrada: entrada online y en taquilla 70€

Precio del espacio: 1.380€/4m² – 5.520€/16m²

Frecuencia: Bianaual.

Lugar de celebración: Parc des Expositions Paris Nord Villepinte.

Horario de la feria: De viernes a lunes: de 9.30h a 19.00h.

Martes: de 9.30h a 18.00h.

Sectores y productos representados: mobiliario, decoración y accesorios del hogar

Medios de transporte: RER: RER B – Estación “Parc des Expositions”

Lanzaderas gratuitas: desde Paris-Porte Maillot, cada 15 minutos. Desde el aeropuerto Charles de Gaulle, cada 30 minutos hasta el recinto ferial y viceversa.

Director / Organizador: SAFI, filiale des Ateliers d’Art de France y Reed Expositions France.

4, passage Roux – 75850 Paris Cedex 17. France

Tel.: +33 (0)1 44 29 02 00 / Fax: +33 (0)1 46 29 02 01

Correo electrónico: info@safisalons.fr

Web: www.maison-objet.com



Servicios ofrecidos:	Lanzaderas, autobuses gratuitos entre los salones y los aparcamientos, guardería, guardarropa, restauración, acceso para personas con movilidad reducida, wifi, zona de negocios (Business Lounge), punto de información, objetos perdidos, servicios de mensajería exprés, zona de prensa, cajeros automáticos, zona de descanso, zona de recarga de baterías y servicio de conserjería.
Carácter:	Profesional
Tipo de visitantes:	<p>Compradores: Minoristas (independientes, cadenas, floristerías, galerías de arte, anticuarios y decoradores, entre otros); grandes almacenes; grandes superficies; centrales de compra; mayoristas; importadores; Administraciones Públicas; colectividades, etc.</p> <p>Prescriptores: arquitectos, decoradores, diseñadores, paisajistas, hosteleros, restaurantes, agencias inmobiliarias y periodistas.</p>
Fechas de la próxima edición:	6 – 10 de septiembre de 2019
Otras ferias relacionadas:	Idéo Bain; Who's Next; Equip'Hotel; Bijorhca; Paris Design Week. Maison & Objet Asia; Maison & Objet Americas.

1.2. Sectores y productos ofertados

Maison & Objet es una de las ferias internacionales más importantes de mobiliario, decoración y accesorios del hogar. Fabricantes, diseñadores y prescriptores de todos los lugares del mundo se reúnen dos veces al año en París en este evento, que se ha consagrado como una cita ineludible del sector. Los productos que se exponen en Maison & Objet se clasifican en las siguientes categorías: mobiliario, iluminación, accesorios para el hogar, textil, jardín y exteriores, arte y decoración, menaje, perfumería y belleza, Cook + Design.



1.3. Actividades de promoción por parte de la OFECOME

Desde la OFECOME de París, asistieron la Consejera Comercial, Carmen Timermans y, el responsable del Departamento de Bienes de Consumo, Philippe Daifeli, así como el becario SODERCAN Javier Pozo Rojo, las becarias ICEX Almudena Kaiser de la Mota y Claudia Benard Valle, la becaria IVACE Esperanza Fuentenebro Jiménez y el becario BEINT Aitor Bilbao Vélez. Desde Madrid, se desplazó Marina García del Soto, jefa del Departamento de Hábitat de ICEX Madrid. En la visita a la feria se dio apoyo a las empresas, se les preguntó por la marcha de la misma y del sector y se promocionaron los servicios que ofrece la Oficina Comercial a las empresas españolas participantes.

icex

2. Descripción y evolución de la Feria

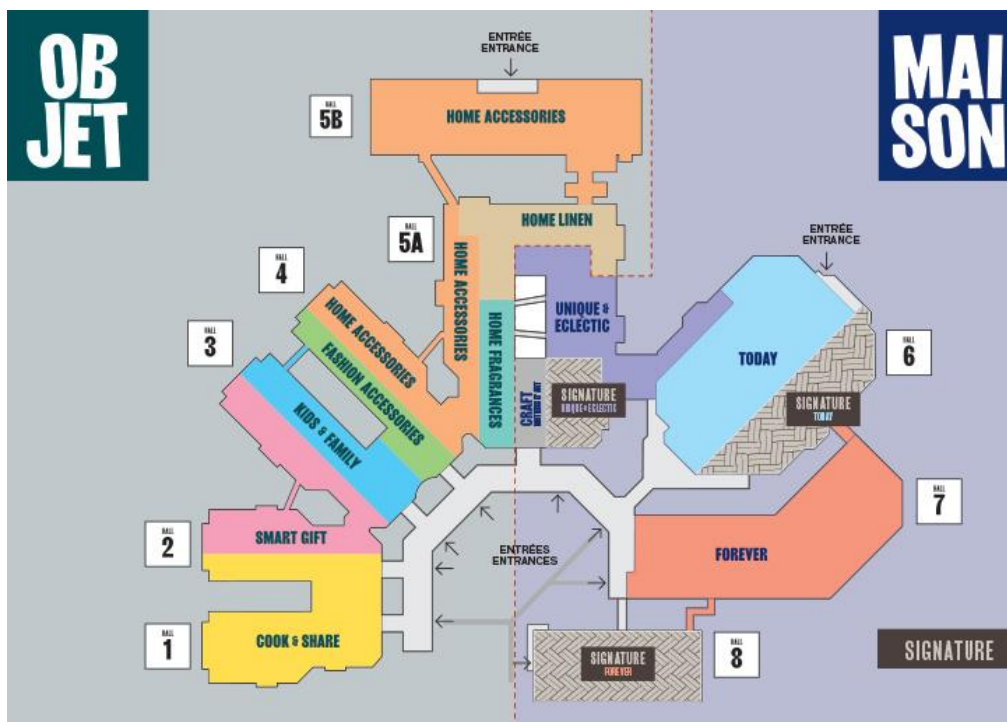
MAISON&OBJET ha vuelto a confirmar su capacidad de atracción y su habilidad para poner en contacto a toda la comunidad global del sector de la decoración, del diseño y del estilo de vida, además de su impacto en el negocio. Dos veces al año, la feria ofrece a los individuos y empresas decisores del mercado (*market players*) una perspectiva amplia sobre las tendencias del sector, contribuyendo de este modo a favorecer su desarrollo. La plataforma digital de la feria (MOM, MAISON&OBJET and MORE) es, además, una herramienta para potenciar la inspiración, la creatividad y la interconexión entre los profesionales de la industria a través de un boletín informativo semanal (*newsletter*). El éxito de la feria también ha podido comprobarse a través de los soportes digitales, ya que el perfil de la feria ha superado los 600.000 seguidores en la red social Instagram y los 500.000 en Facebook.

2.1. Organización y expositores

La 46ª edición de Maison & Objet se celebró del 18 al 22 de enero en el Parc des Expositions Paris Nord Villepinte, ocupando los nueve pabellones del recinto ferial, repartidos en 246.000 m², los cuales se organizaron en distintos ambientes y cuyas tendencias se detallan en el apartado 3. En esta ocasión se ha invertido el uso que se le ha dado a los pabellones. Es decir, los pabellones que en la edición de 2018 estaban destinados a mobiliario y decoración, en la presente edición de enero de 2019 han sido utilizados para la exposición del resto de objetos y accesorios del hogar (1, 2, 3, 4, 5-A, 5-B).

Del mismo modo, los espacios dedicados a las tendencias, novedades y vanguardias del sector han pasado a ser denominados "SIGNATURE", mientras que en la edición anterior fueron agrupados en la zona "INFLUENCES". Igualmente, que en la anterior edición, y aunque no aparezca en el plano, todos los pabellones han estado interconectados por un entramado de pasillos con una alfombra roja y más anchos que el resto cuyo objetivo es organizar mejor el recorrido de los visitantes a la feria. Lógicamente, los stands situados a ambos lados de este entramado han sido los más caros y codiciados por las empresas expositoras.

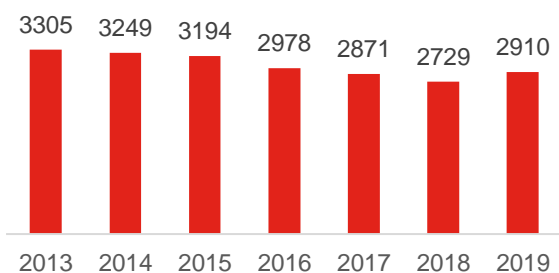
ILUSTRACIÓN 1. Plano de la distribución de los expositores en MAISON&OBJET enero 2019



Fuente: www.maison-objet.com/paris

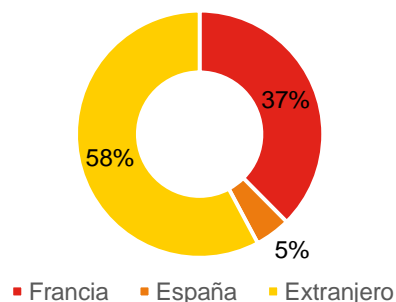
En esta edición, participaron un total de 2.910 empresas, de las cuales 603 se presentaban por primera vez, frente a las 2.729 de la edición de enero del año anterior, lo que supone un incremento del 6'21%, volviendo así a niveles de 2016. Con respecto a su procedencia, las de origen francés (1.093), han sido superadas por las empresas extranjeras procedentes de 65 países (1.817, 62% del total), lo cual prueba el atractivo internacional de esta feria, entre las que se incluyen 135 participantes de origen español, frente a las 124 del año anterior. De tal forma, nuestro país se sitúa como el 6º país que más empresas expositoras aporta a la feria, tras: Italia, Reino Unido, Alemania, Bélgica y Holanda.

GRÁFICO 1. Evolución del número de expositores



Fuente: www.maison-objet.com/paris

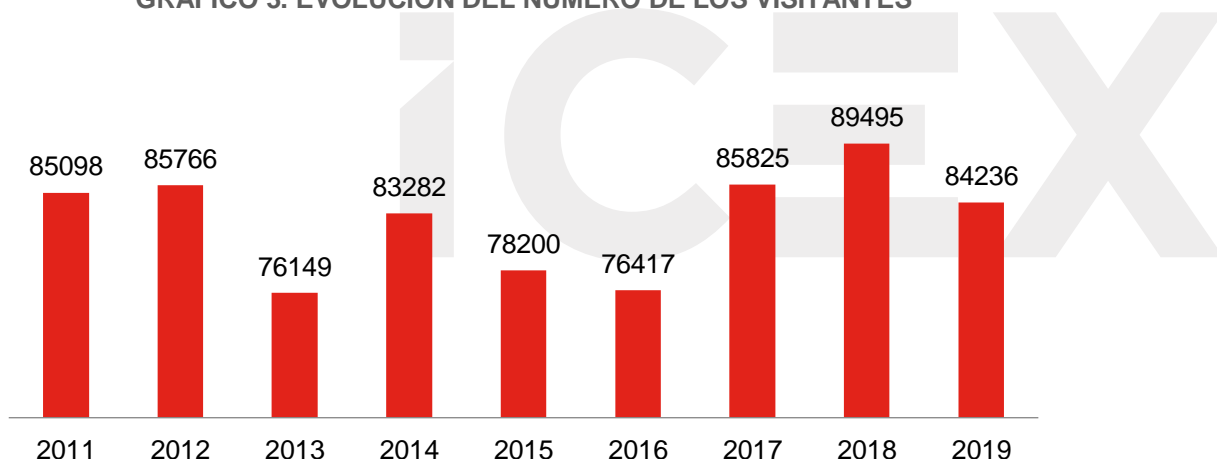
GRAFICO 2: Procedencia de los expositores



2.2. Datos estadísticos de participación

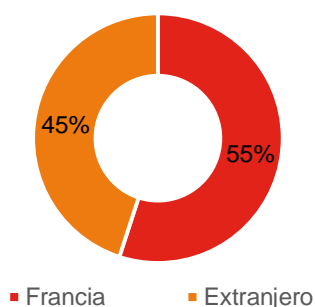
Aunque esta feria presenta una tendencia decreciente respecto al número de expositores participantes, la afluencia de visitantes ha aumentado un 6'24% respecto a la edición de enero del año anterior. En esta edición del salón las fechas han vuelto a coincidir nuevamente con la Feria de tejido de decoración Déco Off, entre los distritos I-VII de París, por lo que estos compradores del sector dejan de desplazarse al recinto ferial de Villepinte. Además, se han celebrado a lo largo del mismo fin de semana las ferias BIJORHCA, WHO'S NEXT y SIL & Interfilière en el Parc des Expositions de Paris Porte de Versailles. A pesar de todo se ha registrado un total de 84,236 visitantes, lo cual supone una cifra ligeramente inferior con respecto a la de 2018, cuando se registraron 89.495. Esto supone que la afluencia a la feria se volvería a situar en niveles de 2014, lo que podría indicar que la afluencia a este tipo de ferias o a esta feria en concreto presentaría un carácter cíclico. Una circunstancia que podría ser explicada por la duración de la explotación de las tendencias y modas.

GRÁFICO 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE LOS VISITANTES



Fuente: www.maison-objet.com/paris

GRÁFICO 4. PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES



Fuente : Communiqué bilan – MAISON&OBJET PARIS Janvier 2019 - <http://www.maison-objet.com/en/paris/press>

La procedencia de los visitantes se mantiene en porcentajes prácticamente iguales a los del año pasado, con una ligera mayoría de visitantes locales (46.356, 55%) frente a internacionales (37.880, 45%; de los cuales 25.757 pertenecen a otros países europeos, siendo 12.123 los no europeos). Sin embargo, el volumen de afluencia de ambos grupos ha descendido ligeramente en ambos casos. Entre los visitantes internacionales se encuentran 160 nacionalidades diferentes, frente a las 139 del año pasado, lo que puede indicar, ya sea, el buen trabajo de promoción realizado por el equipo organizador de la feria tanto como por la atracción del interés por parte de posibles clientes internacionales que han percibido la asistencia a esta feria como clave o fundamental para el desarrollo de sus negocios.

icex

3. Tendencias y novedades presentadas

Desde 1995, M&O ha sido uno de los principales eventos para profesionales dedicados al sector de estilos y hábitats de vida, decoración y diseño de interiores, así como sus industrias subyacentes. En cada edición, se dan cita alrededor de 3.000 expositores y unos 90.000 visitantes, de los que el 50% suelen ser procedentes de fuera de Francia. La feria siempre se ha caracterizado por la promoción de los nuevos talentos y por el esclarecimiento de las tendencias del presente y la búsqueda de las futuras. Como resultado, este evento se ha convertido en un útil catalizador para las marcas y empresas en desarrollo, así como para el crecimiento de su cifra de negocios.

Desde 2002, las tendencias de la feria Maison & Objet, se presentan a través del Observatoire de la Maison donde se detallan las nuevas tendencias de consumo y los estilos de vida emergentes y se identifican y analizan los cambios de tendencias e influencias. La plataforma MOM, lanzada en septiembre de 2016 ofrece una comprehensiva perspectiva de las últimas novedades de productos categorizados por sector, fabricantes o diseñadores. Además, sirve también como mecanismo para poner en contacto a los que serán expositores con sus posibles clientes.

Para cada edición de MAISON & OBJET, Nelly Rodi analiza las últimas tendencias de consumo fenómenos sociológicos que afectan al sector. El tema elegido para la edición de enero de 2019 ha sido denominado "Excuse My French!", simbolizando un retorno de la presencia francesa en el escenario internacional del hábitat. Esto se debe a una renovada curiosidad por lo francés en el extranjero. De acuerdo con algunos analistas, esto puede ser debido a los efectos de la ya extendida globalización. Debido a que las tendencias de consumo cada vez más siguen unos patrones estandarizados la gente busca cada vez más la diferenciación. Y aún más en las gamas de precio altas y medio-altas. En este sentido, se aprecia una nueva revalorización del *Made in France*.

En nuevos tiempos digitales, todo un mundo de estilos de vida está a solo un clic de distancia y el consumidor se convierte en director artístico y diseñador de interior. Las redes sociales muestran estos nuevos espacios y objetos de deseo decorativo, exhibiendo constantemente cada estantería, vitrina y forma decorativa. Las paredes muestran la acumulación de imágenes o placas decorativas yuxtapuestas, en sus versiones más modernas, de estos nuevos coleccionistas que transforman con la luz los volúmenes en un escenario teatral listo para su publicación en Instagram. El interior de los escenarios cotidianos está a un clic de indicar que son gustados listos para ser compartidos en las redes.

Por otro lado, coincidiendo con las últimas ediciones, se ha observado una notable presencia de marcas concienciadas con el medioambiente a través del uso de materiales naturales y reciclados. Asimismo, el origen de los productos sigue siendo significativo, pues cada vez más visitantes se interesan por productos fabricados en Europa, privilegiando estos sobre los fabricados fuera del continente europeo.

3.1. Tendencias de la siguiente edición

La siguiente feria tendrá lugar entre los días 6 y 10 de septiembre de 2019, y estará enfocada en un tema que cada vez está más presente en las noticias de actualidad: los espacios de trabajo. El estado actual de la relación de los trabajadores con su trabajo se ha visto modificado por diferentes cambios sociales que están reinventando poco a poco el concepto que se tiene de la tradicional oficina. De tal forma, fabricantes, distribuidores, decoradores de interiores e instaladores están recurriendo cada vez más al diseño al que se recurre para los hogares con el ánimo de añadirle más personalidad, pero también amabilidad, confort y creatividad a los espacios de trabajo. Es por esta razón que cada vez más los nuevos espacios de trabajo en oficinas y despachos toman rasgos característicos de los hogares de hoy en día, especialmente los más modernos y minimalistas.

En este sentido, MAISON&OBJET anima todos los *players* (decisores) del sector del diseño de oficinas a tomar un concepto más renovado del espacio de los lugares de trabajo basado en una selección de mobiliario y objetos de decoración, y en el amplio conocimiento de todos sus socios. La siguiente feria de septiembre, que nuevamente tendrá lugar en París, permitirá comprobar la marcha de las nuevas tendencias al situarse en uno de los polos económicos de Europa, al contener 52 millones de metros cuadrados de oficinas y unas 7000 startups, 135 incubadoras de empresas y 210 espacios de *coworking*. Por lo tanto, la nueva edición de M&O será decisiva para testar la dirección del sector del mobiliario de los espacios de trabajo.

Los espacios de trabajo han evolucionado radicalmente en los últimos años. Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) han permitido una diversificación de las formas en las que se trabaja, contribuyendo y promoviendo la búsqueda de un nuevo concepto, y por ende de diseños, de oficina. La gente ya no sólo trabaja en un centro de trabajo fijo, sino que hoy en día su labor a menudo puede ser realizada desde prácticamente cualquier lugar gracias a las TICs. En otras palabras, el trabajo se está volviendo nómada, ya sea: en diferentes puestos dentro de una empresa, en el domicilio personal del empleado gracias al teletrabajo o incluso en cafés, hoteles y zonas de tránsito. En definitiva, se está apreciando la emergencia de nuevos espacios híbridos de trabajo combinados con alguna otra actividad, ya sea ocio, transporte o descanso, para aumentar la utilidad de los mismos, añadiendo de este modo un mayor grado de eficiencia en cuanto al uso del tiempo de los trabajadores. En este contexto, en el área de París se han desarrollado nuevos

espacios de este tipo, como los de coworking de la empresa WEWORK¹ o los híbridos propuestos por la SNCF en numerosas estaciones y lugares de tránsito².

Por otro lado, el trabajo realizado de forma aislada está desapareciendo progresivamente en favor de métodos más colaborativos e inclusivos a través de herramientas más participativas. En este sentido, se aprecia la tendencia de creación de espacios que favorezcan la concentración, pero a la vez el descanso y la recuperación de energía, el diálogo y la comunicación, e incluso un cierto grado de privacidad, promoviendo siempre una interacción *win-win* entre todos los miembros del espacio de trabajo. En definitiva, para reclutar y retener a los mejores talentos, las compañías necesitan ofrecer ambientes laborales creativos que favorezcan el bienestar, un punto esencial que es a menudo señalado como uno de los factores más importantes de la satisfacción laboral. En este sentido, las start-ups digitales, las incubadoras de empresas o los espacios de *coworking* han sido pioneros en la utilización de esta nueva perspectiva. Este sector ha florecido exitosamente en los Estados Unidos, donde la atracción que general ha derivado en el uso de nuevos nombres específicamente para estos puestos de trabajo. Tales como “soft contract” o “resimercial” (unión de residencial y comercial). En resumen, de lo que se trata es de crear ambientes de trabajo que se parezcan más a un hogar acogedor que al obsoleto concepto hostil de oficina.

En la práctica, estos cambios en las tendencias de diseño de los espacios afectan de manera notable a las compañías fabricantes de mobiliario, las cuáles también necesitan adaptar sus diseños para satisfacer una nueva demanda que combina movilidad, utilidad, confort, personalidad y flexibilidad. De esta manera, el tradicional mobiliario de oficina también necesita adquirir carácter residencial. Sin embargo, al mismo tiempo, se prevé un aumento de la concurrencia en el sector ya que las compañías fabricantes de mobiliario doméstico podrán adaptar sus productos más fácilmente al mercado del mobiliario de oficina. Es por esta razón que el salón MAISON & OBJET se erige como una plataforma muy efectiva tanto para fabricantes, como para diseñadores, decoradores, agentes inmobiliarios, particulares y demás prescriptores o agentes del mercado del mobiliario y la decoración. De hecho, los departamentos de recursos humanos son cada vez más conscientes de la importancia estratégica que tienen este tipo de proyectos para el futuro de sus empresas, haciendo que formen parte fundamental de los procesos de decisión.

A modo de actividades complementarias, la organización desarrollará charlas y talleres con el objetivo de mostrar al público algunos de los proyectos más significativos al respecto. De tal manera, diseñadores de proyectos de espacios de trabajo podrán contactar con fabricantes, y viceversa, en la siguiente edición de septiembre.

¹ <https://www.wework.com/es-ES/>

² <http://www.lefigaro.fr/societes/2016/07/04/20005-20160704ARTFIG00145-la-sncf-cree-des-espaces-de-travail-dans-les-gares-d-le-de-france.php>
<https://www.sncf.com/sncv1/fr/article/presse/espaces-de-travail-gare/399854>

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

De acuerdo con el informe final de feria publicado por *M&O press*³, la feria ha sido particularmente exitosa en relación a las perspectivas de negocio y contratos generados a lo largo de la feria. Además, se habrían recogido valoraciones muy positivas por parte del público en cuanto a la decisión de la organización de dividir los halls en subsectores, una decisión que ya se adoptó en septiembre y que ha sido perfeccionada ahora en enero. De esta manera, al dividir la feria en 2 partes principales se logra facilitar a los visitantes encontrar lo que buscan en la feria en un menor tiempo. Reduciendo así los tiempos de desplazamiento dentro de la feria a la hora de ir de una zona a otra.

Dadas las dimensiones y la repercusión del evento, tanto a nivel europeo como internacional, la mayoría de las firmas españolas acude a la feria año tras año, pues está considerado como uno de los mayores escaparates internacionales del sector que atrae a clientes procedentes de todo el mundo. No obstante, con respecto a otras ediciones, en ésta se ha percibido mayor afluencia de público europeo en general, y más concretamente del país anfitrión francés, aunque también ha sido notoria la presencia de visitantes no europeos como Estados Unidos, Japón, Rusia, Turquía, países árabes o China.

Se recalca la importancia de la ubicación en los pabellones, ya que es determinante para dirigirse al tipo de clientes adecuado. También es importante el hecho de que haya muchas categorías de producto mezcladas en el apartado de OBJET, desde productos infantiles hasta artículos específicos para la mesa, ya que dificulta las visitas de algunos compradores-visitantes. Este es un problema, que ya ha tratado de ser resuelto a partir de la edición de septiembre de 2018, se ha visto bastante mitigado, ya que esta sensación de mezcla de subcategorías de producto sólo ha sido perceptible en los dos primeros pabellones (1 y 2). Con el fin de atraer al público objetivo, en esta edición ha sido notoria la presencia de pabellones agrupados, destacando los de Francia e Italia.

Para esta edición del salón, ICEX Madrid y la Oficina Económica y Comercial de España en París, bajo la marca Interiors From Spain, organizaron por segunda vez un espacio español de

³ MAISON&OBJET January 2019: driving business opportunities: fair review.
https://www.maison-objet.com/content/Library_Pdf/545/file/original/5c4ed52532f96GB-BILAN_SALON_JAN_19.pdf

unos 50m². Situado en el espacio de HOME ACCESORIES del Hall 4 del recinto ferial, este espacio dio a conocer muestras de los productos de cuatro empresas de cristalería y alfarería fina, decoración, nuevos materiales para interiores y objetos femeninos: Luesma & Vega, Mamut Big Design, Paninos y Govou. Además, se disponía de un stand de información del “Hábitat Español” conjunto de ICEX y ANIEME en el hall 7, en el que se facilitó a los visitantes el catálogo de expositores españoles y se informó sobre la oferta global española del sector.

Por otra parte, aunque un gran número de empresas españolas ha conseguido entrar en el mercado francés gracias a los contactos y las ventas realizadas directamente en la feria en las pasadas ediciones, también ha destacado el interés en la búsqueda de agentes comerciales y distribuidores en Francia, especialmente en las empresas de reciente creación que acudían por primera vez al evento, ya que al contar con menores recursos y trabajadores tienen mayores dificultades. En este sentido, las Pymes que necesitan abrirse mercado en Francia valoran muy positivamente la labor realizada por ICEX

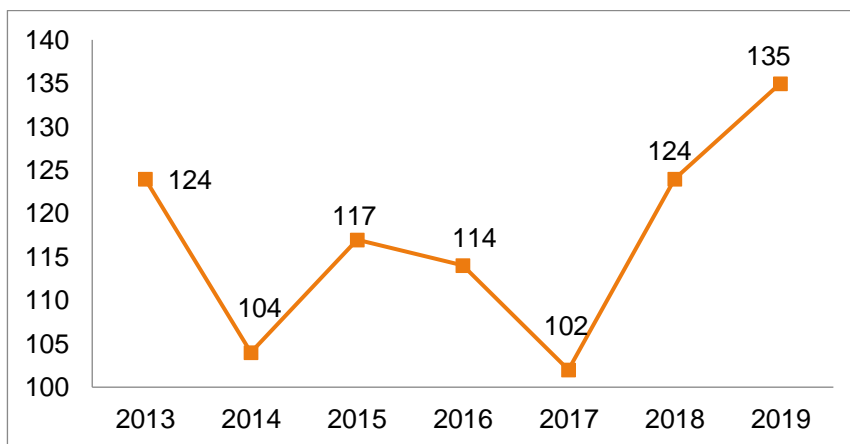
En conclusión, la visión global es positiva. Dado el carácter internacional de la feria y su importancia en el sector a nivel mundial, las empresas españolas consideran que han de estar presentes por cuestiones de imagen, promoción y fidelización de clientes.

4.2. De la participación española y de los principales países competidores

La percepción general de la participación de las empresas españolas en la feria ha sido o muy satisfactoria, por el volumen de clientes obtenidos, o simplemente satisfactoria debido a problemas de localización dentro de los halls respecto de los pasillos, que dificultaba la atracción de potenciales clientes nuevos. La edición de enero 2019 de Maison & Objet, primera feria del sector Hábitat del año en Francia y una referencia a nivel mundial, ha sido bastante buena. La feria, que se ha celebrado entre el 17 y el 21 de enero de 2019, ha contado con la participación de 134 empresas españolas de un total de 2.910 empresas expositoras. En esta ocasión 16 empresas españolas han acudido a la feria a través de la participación agrupada de la asociación sectorial ANIEME⁴ (Asociación Nacional de Fabricantes y Exportadores de Muebles de España).

⁴ Puede consultar las empresas que forman parte de esta agrupación en los anexos.

GRÁFICO 5. EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA



Fuente: www.maison-objet.com/paris

La participación agrupada organizada por ICEX, bajo el paraguas de la campaña *Interiors From Spain*, obtuvo un menor éxito que en la edición del año anterior debido a un cambio de stand realizado por la organización, el cual perjudicó de manera notable el grado de exposición y el potencial de atracción de curiosos. A pesar de esto, si bien en algunos casos esta circunstancia no permitió cubrir unos objetivos inicialmente previstos, el fruto de las relaciones comerciales que se han podido conseguir durante los días de celebración del evento todavía está por ver. Tanto éstas como otras marcas mostraron interés en formar parte de esta iniciativa en futuros espacios españoles que se organicen en la feria. Sin embargo, la valoración por parte del resto de empresas que no acudieron conjuntamente con ICEX fue positiva, logrando cumplir sus objetivos, y más positiva cuanto más grande es la empresa y su capacidad para exponerse en un gran stand bien situado. La mayoría de las empresas coinciden en que se trata de una feria esencial del sector y se han mostrado contentas, a excepción de aquellas cuya ubicación no era considerada la más adecuada.

En cuanto a la valoración de la feria en función de los días, la mayoría de las empresas españolas participantes entrevistadas coinciden en que los primeros días fueron más flojos en cuanto a número de contactos realizados. Sin embargo, tanto el fin de semana como el lunes resultaron más exitosos, independientemente si era el primer o segundo año de participación en la feria, o si se trataba de empresas veteranas. Igualmente, la mayoría de los visitantes que acudieron a sus *stands* eran de procedencia francesa, coincidiendo así con las estadísticas, aunque esto no necesariamente implica que las exportaciones a Francia de estas empresas sean superiores a las del resto de países.

Las empresas españolas presentes han tenido como objetivo, de forma general, la búsqueda de contactos de prescriptores, agentes comerciales, posibles socios inversores, distribuidores, proveedores y minoristas/detallistas. Todas coincidían en la importancia de esta feria a nivel



5. Anexos

5.1. Listado de empresas participantes

Lista de empresas españolas en la participación agrupada Interiors From Spain:

LUESMA & VEGA

GOVOU FABRICS

MAMUT BIG DESIGN

PANINOS

Lista de empresas españolas en la participación agrupada de ANIEME:

FOREVER

**FOREVER
SIGNATURE
COLECCIÓN
ALEXANDRA
NOMON**

BRUCS CASA

THAI NATURA

GUADARTE

HANBEL EASO

VICAL

TODAY

**TODAY
SIGNATURE
EXPORMIM
TREKU
VONDOM**

CALMA

ISIMAR

SKYLINE DESIGN

*No asociadas a ANIEME pero integradas en su participación:

EBANO

SUNSO



Listado de empresas españolas expositoras no agrupadas:

HALL 1: COOK & SHARE

MARINE BUSINESS
VIN BOUQUET

HALL 2: SMART GIFT

BARCINO
CHARLY THERAPY
DOY
ISOL BARCELONA
MAM ORIGINALS
MR BOHO
OCTAEVO
OSTRICHPILOW
PARAFINA

HALL 3: SMART GIFT

ARTE PAPEL
GOODNIGHT LIGHT
MR WONDERFUL
TAKO
WOUF

HALL 3: KIDS & FAMILY

BABYSHOWER
BANWOOD
BAYRI
GRUPO ERIK EDITORES
JOUJMA BAGS
LONDJI
MARTINAZ
NOBODINOZ
OLI & CAROL
PROTOCOL

HALL 4: FASHION ACCESORIES

BALAKATA
BATELA
CANA DE AZUCAR
CASA NATURA DESIGN

HALL 5A: HOME ACCESORIES

AMBIENTAIR
ARAMIS
CADENAC MILANO
CALMA HOUSE
CERERIA MOLLA 1899
CONCORAL
DECORAGLOBA
LELLAR
MEDITERRANEA
SAN JOSE
TEXTURA
TIERRA ZEN
VIUDA DE RAFAEL GANDIA
WAX DESIGN

HALL 5A: CRAFT

ANA HAGOPIAN
ATENAS HOME TEXTILE
HORLOGES MÉDIÉVALES
IOMALIGHT DESIGN
NATALIA FERRE
REGAL CERAMIC

HALL 5A: UNIQUE & ELECTRIC

CORINNE BALLY
ABBATTE
DANYÉ
FERNANDO OTERO
KRONBALI
MIRROR IN THE SKY
ROMINA GRIS
SOL & LUNA
TEIXIDORS

HALL 5B: HOME ACCESORIES

ANDREA HOUSE
FOIMPEX
SIGNES GRIMALT





CERASELLE

ESTEBAN FERRER
HOP SOCKS & BAGS
LORENA CANALAS
MOODYWOOD
MR CE
NAMAN PROJECT
RAS
SORUKA

HALL 6: TODAY

CASUAL HOME & CONTRACT
INICIATIVA EXTERIOR
JAVIER VELARDE
DAREELS
JOENFA
ISIMAR
DAC DRUGS
COOLWOOD
BASQUELIVING
Q+D GALEO
BASMAT
DVELAS
PALMADERA
KIDER WOOD FLOOR
EQUILAN
ROLS WOOL CARPET
LOBSTER'S DAY
AROMAS
WOOP RUGS

VERSA HOME

HALL 6: TODAY SIGNATURE

ENEA
RS BARCELONA
ACDO
VERGÉS
CARPYEN
HOUTIQUE
NANIMARQUINA

HALL 7: FOREVER

MONTXO OIARBIDE
BECARA
LINO GRIS
MONPAS
CREATE
TALLER DE LAS INDIAS
EZCARAY
MANTAS EXCARAY
AALTO

HALL 8: FOREVER SIGNATURE

LLADRÓ
CASA VIVA



5.2. Fotos

FOTO 1: STAND DE INTERIORS FROM SPAIN HALL



FOTO 2: MUESTRA DE DECORACIÓN



FOTO 3: EXPOSICIÓN DE OBJETOS PARA EL HOGAR RELACIONADOS CON EL CONSUMO DE VINO



ICEX

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones