



INFORME  
DE FERIA

2019



# FORMEX ENERO

**Estocolmo**

**15-18 de enero de 2019**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Estocolmo

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

Marzo de 2019  
Estocolmo

Este estudio ha sido realizado por  
Alejandro Hyner Navarrete

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

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
2. Descripción y evolución de la Feria	7
2.1. Organización y expositores	7
2.2. Datos estadísticos de participación	8
2.3. Participación de empresas españolas	9
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	13
4.1. Formex	13
4.2. La participación española	14
4.3. Recomendaciones	14
5. Anexos	16
5.1. Enlaces de interés	16





# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

### FORMEX

<b>Ámbito:</b>	Escandinavia
<b>Fecha:</b>	Del 15 al 18 de enero de 2019
<b>Fechas de la próxima edición:</b>	Del 20 al 23 de agosto de 2019
<b>Frecuencia:</b>	Bianual (enero y agosto)
<b>Lugar de celebración:</b>	Stockholmsmässan Dirección: Mässvägen 1, Älvsjö, Stockholm. SE- 125 80, Stockholm. Sweden
<b>Horario:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Miércoles-jueves: 9:30 – 19:00</li><li>• Viernes: 9:30 – 18:00</li><li>• Sábado: 9:30 – 17:00</li></ul>
<b>Carácter:</b>	Feria dedicada al diseño nórdico e internacional.
<b>Precios de entrada:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrada general: 300 SEK (28,65 €)<sup>1</sup></li><li>• Visitantes internacionales: entrada gratuita notificando la visita en <a href="mailto:visitorservice@stockholmsmassen.se">visitorservice@stockholmsmassen.se</a></li></ul>
<b>Precio de participación:</b>	Se ofrecen dos modalidades: <u>Participación en una edición:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2950 SEK (281,68 €) base</li><li>• 1310 SEK (125,09 €) por m<sup>2</sup></li></ul> <u>Participación en las dos ediciones:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2950 SEK (281,68 €) base por feria</li><li>• 1220 SEK (116,49€) por m2 en los primeros 75 m2</li><li>• 1160 SEK (110,76€) por m2 en los restantes</li></ul>
<b>Medios de Transporte:</b>	<u>Desde Estocolmo:</u>

<sup>1</sup> Tipo de cambio aplicado: 1 SEK= 0.095€



- Tren de cercanías:  
Pendeltåg: Stockholm Central – Älvsjö Station  
(Aprox. 10 minutos). Precio 45 SEK (4,3 €)  
Horarios: [www.sl.se](http://www.sl.se)
- Coche:  
E4/E20 en dirección Sur desde el centro de Estocolmo  
hacia “Stockholmsmässan/Älvsjö” (Aprox. 15 minutos).

Desde el aeropuerto de Arlanda:

- Arlanda Express:  
Arlanda Airport – Stockholm City  
(Aprox. 20 minutos)  
Precio: 295 SEK (28,17 €) por trayecto  
Cambiar en Stockholm City a Pendeltåg Älvsjö  
Precio: 45 SEK (4,3 €) por trayecto  
Horarios: [www.arlandaexpress.se](http://www.arlandaexpress.se)
- Taxi  
Taxi Stockholm: +46 (0) 8 15 00 00  
Taxi 020: +46 (0) 08 20 20 20  
Taxikurir: +46 (0) 08-30 00 00

Existen precios fijos establecidos para trayectos desde Arlanda, Bromma y Stockholm City.

**Organizador:**

Stockholmsmässan AB  
Stockholm International Fairs  
[www.stockholmsmassan.se](http://www.stockholmsmassan.se)  
SE- 125 80 Stockholm (SWEDEN)  
Email: [info@stockholmsmassan.se](mailto:info@stockholmsmassan.se)  
Web de la feria: [www.formex.se](http://www.formex.se)  
**Christina Ohlsson** (Project Area Manager)  
+46 (0)8 749 44 28, [christina.ohlsson@stockholmsmassan.se](mailto:christina.ohlsson@stockholmsmassan.se)

**Kajsa Falck-Torlegård** (Event Manager)

+46 (0)8 749 43 59,

[kajsa.torlegard@stockholmsmasan.se](mailto:kajsa.torlegard@stockholmsmasan.se)**Superficie:**

Área de exhibición destinada a la feria: 33.000 m<sup>2</sup>, divididos en distintos halls:

- Hall A: Destinado a la decoración de interiores, los textiles, los accesorios de moda, el baño y relajación.
- Hall B: Dirigido a la artesanía nórdica, accesorios para la cocina y el diseño nórdico
- Hall C: Dedicado a alimentación, interiorismo, jardín y regalos, empaquetado y juguetes y diseño infantil.
- Hall de entrada: 4.000 m<sup>2</sup>

**Tipo de Visitantes:**

Comerciantes y distribuidores

**Ferias relacionadas:**

- Stockholm Furniture & Northern Light Fair, 5-9 de febrero, 2019. Web: [http://www.stockholmfurniturelightfair.se/?sc\\_lang=en](http://www.stockholmfurniturelightfair.se/?sc_lang=en)

**Sectores y Productos:**

La feria centra su actividad en el diseño de interiores. Con esto en mente, se encuentra en la feria una gran variedad líneas de productos.



Fuente: Elaboración propia

Dentro de los sectores y productos representados encontramos:

- Accesorios y menaje
- Alimentación y productos gourmet
- Moda
- Iluminación
- Mobiliario e interiores
- Juguetes y mobiliario infantil
- Productos de baño, spa, velas e inciensos
- Floral y jardín
- Papelería
- Vidrio, porcelana, cerámica y artesanía

## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización y expositores

Formex es la principal feria nórdica del sector del diseño de interior. Se celebra desde 1960 y congrega compradores, agentes, diseñadores y medios de comunicación. Debido al carácter estacional de las tendencias del sector, se celebran dos ediciones anuales para presentar dichas tendencias, una en enero para la temporada primavera-verano y otra en agosto que presenta la temporada otoño invierno.

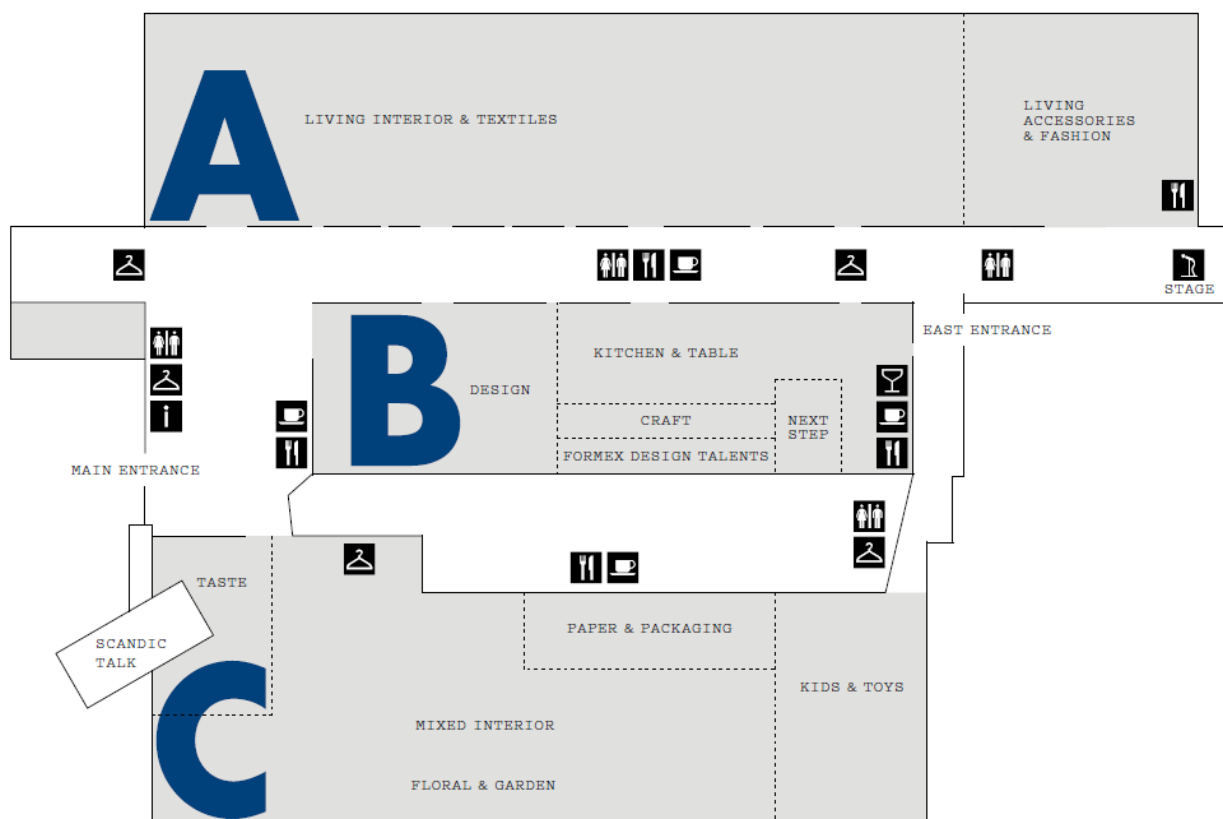


La feria se celebra cada año en el recinto Stockholmsmässan, el principal recinto ferial de la capital sueca. Este es un recinto que acoge las principales ferias del país desde 1942. El centro tiene una extensión de 56.264 m<sup>2</sup>, en los que se encuentran 3 pabellones (halls A, B, C) además de otros servicios adicionales como salas de conferencia, restauración, aparcamiento, servicio de guardarropa o cajeros automáticos.

La edición de Formex de enero 2019 se desarrolla a lo largo de los 3 pabellones del recinto, repartido por distintas áreas dentro del sector.

- **Hall A:** El pabellón A se destinó a la presentación de las tendencias del diseño de interiores junto con accesorios y productos de belleza y de Spa en el hogar.
- **Hall B:** En este pabellón había espacio destinado a las nuevas tendencias del diseño nórdico, las gamas de productos de cocina y los nuevos diseñadores del mercado local junto con las últimas tendencias.

- **Hall C:** En el último pabellón se pudo encontrar diferentes representaciones de comida, jardinería, empaquetado y juguetes para niños.



Fuente: Organización de la feria.

## 2.2. Datos estadísticos de participación

En esta última edición se han utilizado 33.000 m<sup>2</sup> del recinto con más de 800 expositores, atrayendo con esto a unos 20.000 visitantes de los cuales un 15% son internacionales de 60 países diferentes. Esto representó una disminución de un 11% de los expositores y un 13% menos de asistentes con respecto a la edición de enero del 2018. Asimismo, supuso un aumento del 7% de los expositores y de un 8% de los visitantes, con respecto a la última edición de la feria, en agosto de 2018.

Según los números de la organización un 90% de los visitantes tienen algún poder en la toma de decisión de compra, mientras que un 65% de estos mismos son CEO de empresas o dueños de las tiendas compradoras.

El evento también atrajo alrededor de 500 representantes de medios de comunicación de distintos países.



## 2.3. Participación de empresas españolas

- **Artesanía de Galicia**

Artesanía de Galicia fue la única la participación de una única empresa española con stand propio en la edición de enero 2019 de la feria FORMEX.

El colectivo asistió a la feria en representación de 44 artesanos de la región española. La marca de la Xunta fue la encargada de exponer distintas piezas artesanales. Se trata de la 6ª edición de esta feria a la que Artesanía de Galicia asiste, debido a la repercusión que obtiene con su participación en el evento. Pese a ello, cabe señalar que la empresa ha limitado su participación a una única edición anual.



La asociación Artesanía de Galicia concibe esta feria como un interesante punto de encuentro con diferentes empresas a nivel internacional, con una especial atención a los clientes japoneses, entre los cuales la acogida de esta feria es especialmente buena. Por esta razón, desde Artesanía de Galicia destacan la posibilidad de enfocarse directamente en ese mercado y asistir a las ferias en las regiones en las que se encuentran los potenciales clientes.

El emplazamiento de la feria no fue el más óptimo, ya que estaban en una de las esquinas del pabellón. Esto dificultó en parte el éxito de su participación en la feria, debido a que dificulta el flujo de visitantes por el stand y complica su localización.

Según la empresa Artesanía de Galicia, el consumidor sueco se caracteriza por la búsqueda de calidad, a la vez que un diseño sobrio. Si bien el “Made in Europe” adquiere una gran importancia para el cliente sueco, lo cierto es que la procedencia española no parece ofrecer un valor añadido especialmente relevante. Asimismo, el consumidor sueco es sensible al precio, por lo que el producto artesanal tiene en este sentido una dificultad añadida.

- **Otra presencia española**

Entre los expositores de otras marcas encontramos empresas que importan y distribuyen productos españoles en Suecia y en el resto de los países escandinavos, especialmente en el sector de la alimentación gourmet. Algunos de ellos son:



- Gastronomi Levarantören: empresa sueca distribuidora de productos gourmet que importa distintos productos de gastronomía española como Sal de Ibiza (patatas fritas), Hacienda Guzmán (aceite de oliva), Cam Bech (mermeladas) y El Avión (ingredientes para paellas).
- VIO Ljusfabrik AB: empresa sueca de velas y fragancias que cuenta con una colaboración para distribuir las velas y fragancias de la empresa mallorquina Palmaria. El mercado sueco ha acogido muy bien el producto español.
- Tranquilo Kitchen Equipment: empresa especializada en el diseño de material de cocina con un estilo inspirado en la cocina española. Cuentan con una serie de proveedores españoles, entre los que se puede encontrar la empresa Ceràmiques Graupera.
- Miljögården Sweden: esta empresa sueca se dedica a venta de mobiliario para el hogar. Trabaja con la empresa española de vidrio reciclado Ecoglass.

icex

### 3. Tendencias y novedades presentadas



Este año se ha visto un cambio en las tendencias expuestas en la feria. La temporada primavera-verano de 2019 se aleja del estilo sobrio y minimalista que caracteriza el diseño nórdico. Durante la feria, se hace notable la presencia de colores vivos y de estampados que rompen con lo visto en ediciones anteriores.

Para destacar este cambio y la dirección que toma el diseño de interiores en esta temporada, durante la feria se expusieron una serie de tendencias<sup>2</sup>:

- More is more: Se trata de una tendencia que concede una especial importancia a la mezcla de colores y de patrones, aportando importancia a la creatividad y a la mezcla de estilo para la temporada.
- Kindful soul: Esta tendencia une naturaleza y diseño. Se trata de una tendencia que se basa en un estilo rústico, con diseños en maderas que combine diferencias de texturas.
- New materialism: Se basa en una mezcla del estilo atemporal con el diseño moderno. En esta tendencia juega un papel importante los materiales reciclados y ecológicos.

Todas estas tendencias estuvieron presentes durante la última edición de la feria en todas las áreas entre las que se pueden destacar el diseño de interiores, el diseño de cocina diseño de exteriores y comida gourmet.

El diseño de interiores se aleja del diseño simplista nórdico, cargando los diseños con color y gran cantidad de elementos. El consumidor sueco empieza a aportar una gran importancia a la procedencia de los materiales usados en los elementos de diseño, tanto la procedencia geográfica como la calidad de los materiales y su procedencia ecológica.

El diseño de exteriores resulta muy importante para la estación de verano. El diseño de exteriores se centra en la versatilidad de los diseños, pudiendo estas piezas ser usadas en interiores durante

<sup>2</sup> [https://www.formex.se/nyheter/arkiv/trendsss19?sc\\_lang=sv-se](https://www.formex.se/nyheter/arkiv/trendsss19?sc_lang=sv-se)

las estaciones más frías; y en la robustez de los diseños, para que estos puedan resistir las cambiantes condiciones meteorológicas.

En cuanto al diseño de cocina, se pudo observar una clara preferencia por los acabados en madera y metálicos, con diseños sencillos y funcionales. Durante el trascurso de la feria se hizo presente la inspiración mediterránea en la cocina. Hay una imagen de la cocina mediterránea muy positiva que



se busca imitar tanto en los diseños de la cocina, como de los utensilios de cocina. Esta admiración por la cocina mediterránea se traslada también a la comida.

En la comida gourmet también se puede observar esta influencia. Se aporta gran importancia a la comida mediterránea y a la procedencia ecológica de los alimentos. La cultura sueca deposita mucho peso sobre la importancia de la comida saludable, por esto es visible el éxito de la dieta mediterránea. En este sector adquiere una mayor importancia la procedencia de los productos y la marca España tiene una buena aceptación, es aquí donde hay una mayor presencia de empresas españolas durante la feria.

La sección que tuvo un mayor peso relativo en la feria fue la correspondiente al diseño de interiores, que ocupó la totalidad del pabellón A. Asimismo, cabe destacar también el importante peso relativo del diseño de cocina, que ocupó la totalidad del pabellón B, de menor tamaño. El resto de las tendencias, junto con la sección de juguetería, compartieron el pabellón C.

## 4. Valoración

### 4.1. Formex

Formex es una feria de gran relevancia en el sector del diseño nórdico. En los últimos años se ha convertido en una fecha indispensable para empresas que quieran participar en el mercado nórdico además de un punto de encuentro muy importante para todo tipo de empresas a nivel internacional. Esto se ve reflejado en los datos de asistencia de la feria, según los cuales, más de un 15 % de los visitantes de la feria son internacionales. Se trata de un punto de referencia internacional en el que se dan cita profesionales del sector de todas partes del mundo y que facilita a las empresas el contacto con nuevos clientes en lugares diversos del mundo.

Respecto a la última edición de la feria, celebrada en agosto de 2018, esta edición ha logrado un aumento del 7% en el número de expositores participantes y del 8% en el número de visitantes. Los datos son no obstante algo peores si se comparan con la última edición de enero de la feria, pues de un año a otro se ha reducido tanto el número de expositores como el de visitantes de la feria, debido en gran medida a la existencia de ferias europeas del mismo sector en fechas similares. Muchas empresas expositoras deciden asistir a una única feria europea por temporada y suelen elegir la de París para esta temporada debido al clima.

En este evento el perfil de los expositores es de productores que utilizan la feria como un escaparate para las ventas de su producto. Esto es posible gracias a que la feria está dirigida al público profesional y los asistentes son representantes de empresas del sector y, según datos de la organización de la feria, un 90 % de los visitantes de la feria tienen alguna influencia en la decisión de compra. La feria se ha establecido como un punto de venta dentro del sector.

La empresa expositora española estaba satisfecha con las ventas cerradas durante esos días. Las ventas de la representación española en el evento fueron similares en volumen a las obtenidas en el mismo evento años anteriores. La empresa española tiene intención de volver a participar en la feria en el futuro, para no perder relevancia en el mercado nórdico.

La participación en esta feria es recomendable si se pretende ganar notoriedad en los países nórdicos. En estos países hay una importante cultura de pasar tiempo en casa, especialmente durante los meses más fríos del año. Por esta razón el cliente final sueco concede una gran importancia al diseño de sus hogares, lo cual hace de este mercado una importante oportunidad para las empresas españolas y, como se ha dicho anteriormente, estar en esta feria es necesario para poder crear una cartera de clientes en este mercado.

## 4.2. La participación española

La representación española representó una pequeña proporción de la total. Solo había una empresa española con stand propio presente en la feria, Artesanía de Galicia, lo que representa un 0,12% del total de expositores. La asociación se mostró contenta por el resultado obtenido con su asistencia a la feria ya que les proporciona la oportunidad de vender sus productos a clientes muy especializados y pequeñas tiendas, ya que se trata de productos hechos de manera artesanal. Adicionalmente, cabe señalar que hubo representación española indirecta a través de la presencia de productos españoles en los stands de distintas empresas distribuidoras.

Al hablar con los asistentes y expositores de la feria y preguntar por la percepción de la marca España la respuesta fue homogénea: un producto no tiene un valor añadido por ser español más allá de la importancia que concede el cliente sueco a que el producto este producido en Europa y la calidad que esto garantiza. Merece la pena mencionar que en el sector gastronómico resulta más relevante la procedencia española de los productos. Si bien es cierto que todas las empresas con las que se habló, que tenían experiencia tratando con empresas españolas, mostraron una gran satisfacción con los productos y con la relación comercial que mantenían, así como su forma de realizar negocio; y tendrían una buena predisposición a hacer negocios con otras empresas españolas en el futuro.

En cuanto a la feria, algunos de los expositores acusaron el descenso de asistencia a la misma y la pérdida de relevancia notable dentro del evento. Muchas destacaron la posibilidad de reemplazar la feria por otra con mayor afluencia y que se centrara de una manera más directa en las necesidades de la empresa y en su público objetivo.

## 4.3. Recomendaciones

Como se ha mencionado anteriormente, el consumidor sueco otorga gran importancia al hecho de que los productos estén hechos en Europa, ya que va asociado a una imagen de calidad. Por este motivo, es importante entender que la manera de ganar notoriedad en el mercado sueco es mediante una imagen de elevada calidad junto con un diseño sencillo y sobrio.

En el sector gastronómico aparece una diferenciación y una percepción positiva del producto español. Este hecho se ve principalmente en segmentos gourmet del sector, algunos productos españoles adquieren un valor añadido por su procedencia, como puede ser el jamón, el aceite y productos relacionados con la paella. Otro factor que tener presente en este sector es la gran importancia que deposita el consumidor sueco en la procedencia ecológica de los alimentos.

La feria supone una a oportunidad importante para nuevas empresas que busquen darse a conocer no solo en el mercado escandinavo sino en el mercado internacional. Para aprovechar en la mayor medida posible las oportunidades que propicia la feria, se recomienda realizar una planificación

meticulosa de la visita. La cultura sueca da gran valor a la planificación por lo que conviene concertar citas con la mayor antelación posible.

El mercado sueco es de difícil acceso, pero, una vez establecida una relación comercial, el socio suele ser muy leal a sus suministradores. Esto supone una importante barrera de entrada para las empresas que desean introducirse en el mercado, pero a su vez concede cierta garantía de continuidad al exportador que ha accedido al mercado de cara a futuros pedidos. Por ello, se recomienda a los empresarios que quieran acceder al mercado sueco que sean flexibles y ofrezcan sus productos y servicios según las características específicas que demanden los clientes.

Resulta útil utilizar Suecia como tarjeta de visita para establecer negocios en otros países nórdicos. Si consideramos todos los países de la zona estaríamos hablando de unos 25 millones de habitantes con alto poder adquisitivo. Además, las empresas suecas tienen una relación privilegiada con los países Bálticos que puede facilitar a su vez el camino a los empresarios españoles.

Conseguir el primer pedido en Suecia puede requerir mucho esfuerzo y dedicación puesto que se trata de un mercado saturado. Remitir el catálogo de empresa no es suficiente. El empresario sueco es muy exigente y nada impulsivo en sus compras. Valora múltiples atributos: calidad, precio, diseño, aspectos medioambientales, presentación del producto y acabado, entre otros.

Es necesaria una acción comercial continuada para motivar a los clientes, plantearse una estrategia de comercialización seria y adecuada en el medio plazo, así como saber insistir y esperar.

Los catálogos y la página web deberán estar disponibles en inglés y contener: información sobre la empresa, especificaciones técnicas de la gama de productos, los componentes que la empresa es capaz de fabricar y sus referencias exportadoras. Cada detalle del catálogo debe ser considerado cuidadosamente por el proveedor, ya que esta documentación es el primer contacto con potenciales compradores; si el material no es de calidad, la oferta podrá ser rechazada.

El distribuidor valora especialmente la experiencia exportadora y la participación en ferias internacionales. Una empresa que cuente con el respaldo de buenos contactos en otros mercados será mejor recibida. La asistencia a ferias es uno de los principales medios de promoción. Participar en ellas es costoso, pero supone uno de los medios más eficaces para darse a conocer, contactar con clientes potenciales y recabar información sobre el mercado. Sacar el máximo provecho de la asistencia a una feria requiere de una investigación previa para asegurarse de estar mostrando los productos convenientes, dirigirse a los clientes correctos y que el *stand* esté localizado adecuadamente.

Las comunicaciones con el cliente resultan también fundamentales. Una respuesta rápida y eficaz del exportador es la mejor forma de mostrar interés y profesionalidad. Es importante que los proveedores muestren su rigor no solo con la documentación sino a través del cumplimiento de los plazos de entrega, ofreciendo una calidad estable de los productos y mostrando seriedad y capacidad a la hora de solucionar los problemas que se puedan plantear.

## 5. Anexos

### 5.1. Enlaces de interés

- Página web de la feria: [www.formex.se](http://www.formex.se)
- Listado de participantes de la próxima edición: [www.formex.se/exhibitor](http://www.formex.se/exhibitor)
- Catálogo online: <http://docs.stockholmsmassan.se/emag/2019/formexjan/>
- Web del recinto ferial Stockholmsmässan: [www.stockholmsmassan.se](http://www.stockholmsmassan.se)
- Búsqueda de alojamiento con Stockholmsmässan: <http://boka.stockholmsmassan.se/en>





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



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones