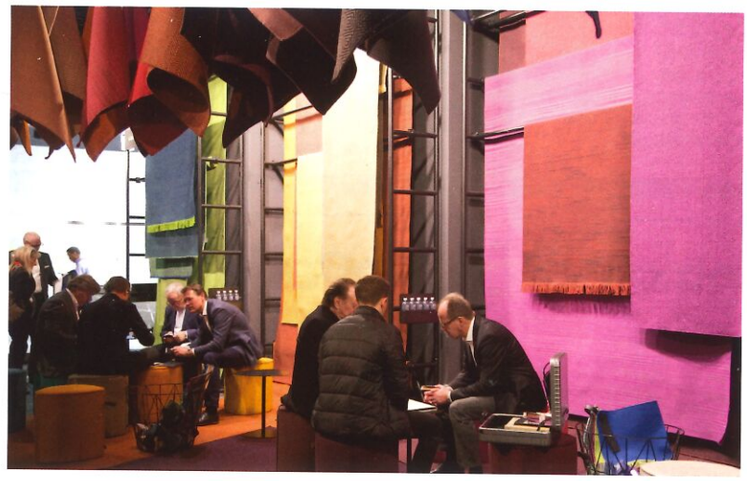
IMM COLOGNE
SI CONFERMA COME IL "PLACE TO BE" DELL'ARREDAMENTO GLOBALE

IL 20 GENNAIO SI È CONCLUSA L'ULTIMA EDIZIONE DI IMM COLONIA E LIVINGKITCHEN CON UN TOTALE COMPLESSIVO DI 150.000 VISITATORI CHE SI SONO LASCIATI ISPIRARE DAI MONDI DELL'ARREDAMENTO E DELLA CUCINA. QUESTA EDIZIONE HA AVUTO UN'INCIDENZA ESTERA DEL 52% FRA GLI OPERATORI, IL BINOMIO FIERISTICO HA EVIDENZIATO UN ORIENTAMENTO GLOBALE A LIVELLI FINORA INEDITI.

Imm cologne 2019 ha visto una particolare crescita sul fronte internazionale, oltre la metà dei visitatori specializzati è giunta da oltreconfine, per la precisione da 145 paesi. In particolare il numero di visitatori in arrivo da oltreoceano ha evidenziato un andamento positivo ma hanno fatto registrare un incremento anche i visitatori giunti dagli altri paesi europei. "Nel corso dell'ultima settimana è apparso evidente che qui a Colonia il settore pone le basi per il business dell'anno che ci aspetta", afferma Gerald Böse, President and Chief Executive Officer di Koelnmesse. "Dopo un difficile 2018 imm cologne ha vissuto un'edizione di straordinario successo, con grande soddisfazione dell'industria", così JanKurth, amministratore dell'Associazione dell'industria tedesca del mobile, ribadisce la valutazione del capo di Koelnmesse. Thomas Grothkopp, amministratore dell'Associazione Abitare e Ufficio, sintetizza così le valutazioni del commercio specializzato: "Dal punto di vista commerciale imm cologne e LivingKitchen si sono confermate hotspot di ispirazione e contatti commerciali. Hanno risvegliato la voglia di arredare e conferito nuovo slancio al 2019." Si sono registrati incrementi significativi per i visitatori specializzati provenienti da Cina (+23%), Nord America e Canada (+15%) e Sud America, che ha messo a segno da solo un +29%. Per quanto riguarda l'Europa imm cologne e LivingKitchen hanno spopolato fra gli operatori di Grecia (+31%), Irlanda (+30%) e Portogallo (+31%), ma anche la Spagna ha ottenuto un lieve miglioramento del +4%. L'andamento dei visitatori dall'Est Europa ha convinto con un ottimo +13%. Sebbene il numero di operatori in arrivo dai principali mercati europei di esportazione sia tradizionalmente già molto elevato, l'edizione di quest' anno ha ottenuto un lieve miglioramento nei singoli paesi. Il numero di visitatori in arrivo dal Belgio è infatti salito del 5%, dai Paesi Bassi del 3% e dalla Francia del 2%. Tuttavia imm cologne e LivingKitchen non sono risultate vincenti solo in termini quantitativi. I dati ricavati dalle iscrizioni al bino-



mio fieristico mostrano che anche la qualità dei visitatori specializzati si è attestata su ottimi livelli nel confronto internazionale. Si sono registrati rivenditori specializzati e importanti visitatori internazionali del settore dell'arredamento e dell'interior design, molti dei quali appartenenti a catene che figurano nella top 30 mondiale. Sono stati rilevati degli incrementi in particolare dalla Gran Bretagna, grazie a DFS, Heal´s, John Lewis, Hatfields, Kingfisher e altri. Anche i paesi scandinavi hanno evidenziato uno sviluppo positivo con Iddesign, JYSK, SvenskaHem e l'Indoor Group dalla Finlandia, mentre Bromölla e SängJätten hanno stanziato in fiera il loro team acquisti al completo per varie giornate. Imm cologne ha inoltre accolto anche i responsabili decisionali delle grandi catene internazionali, fra cui Alinea dalla Francia, El Corte Inglés dalla Spagna, Nitori dal Giappone e Boston Interiors dagli USA. Anche i giganti del commercio online, come per esempio Amazon, Otto Group e Wayfair, hanno approfittato della fiera per dedicarsi al business. Un numero molto maggiore di centri di arredamento con focus sul design da USA, Canada, Asia, Russia e Corea ha affollato il segmento Pure di immcologne, a riprova del fatto che l'offerta della rassegna ha calamitato l'interesse del commercio internazionale. Colonia ha offerto molto altro alle decine di migliaia di visitatori, in un autentico, gigantesco caleidoscopio di mobili, luci, tessili per arredamento, trend e colori che domineranno la prossima stagione, oltre a progetti all'avanguardia di giovani designer, soluzioni "smart home" e concept visionari firmati dai migliori designer. "Use the entire bandwidth of digital possibilities" è stato lo slogan che imm cologne si è impegnata a perseguire per questa edizione. L'obiettivo a lungo termine della fiera è quello di creare una propria area di interesse per l'economia digitale e offrire ai trader, piattaforme e portali online, e ai fornitori un forum per potersi confrontare. Per Koelnmesse, la digitalizzazione non è solo uno strumento importante per sviluppare ulteriormente il percorso del cliente e l'esperienza delle fiere, ma anche per generare un valore aggiunto per i propri espositori. La fiera, attiva a livello internazionale, integra quindi gradualmente i formati digitali consolidati, come il proprio sito, con ulteriori approfondimenti come social media e blog per poter ampliare i punti di contatto digitali, al fine di creare nuovi percorsi di interazione fra i visitatori della fiera. Un evento capace di soddisfare ogni parte della filiera, anche il pubblico dei consumatori finali. Complessivamente negli undici i padiglioni dell'esposizione c'è stato spazio per ogni genere di arredo, non solo per la creatività o i nomi di grande richiamo contemporaneo: i mobili tradizionali erano in scena nel segmento "Prime", mentre nel "Comfort" sono stati presentati gli imbottiti, lo spazio "Sleep" dedicato all'ambiente della notte e nello "Smart" i mobili in kit di facile assemblaggio, destinati ad un target giovane. Fra i focus della rassegna anche per il 2019 è stato presentato "Das Haus", una sorta di casa ideale la cui realizzazione viene affidata ogni anno a designer affermati e di grande appeal: quest'anno i 180 metri quadrati a disposizione per "inventare" la casa delle emozioni sono stati affidati ai designer australiani Truly Truly, dell'omonimo studio di Rotterdam.

Buon risultato per LivingKitchen

Anche LivingKitchen ha dato ottima prova di sé nonostante le difficili premesse. Per sette giorni 217 espositori da 28 paesi hanno dimostrato quanta forza innovativa, orientamento al design e qualità siano insiti nel settore e nella rassegna. Con una quota di visitatori esteri del 53% l'esposizione si è inoltre presentata di nuovo in una veste molto internazionale. Sia che si trattasse di innovative presentazioni dei produttori, prime visioni mondiali di nuovi mobili da cucina, elettrodomestici e accessori o dell'interessante programma collaterale, il mix perfetto di cucina e cucinare ha prodotto un'affluenza continua di visitatori in tutti i giorni della fiera e illuminato un sorriso sui volti degli espositori. Nei giorni di apertura al pubblico 50.000 clienti finali, fra cui molti in arrivo anche dal vicino Belgio e dai Paesi Bassi, hanno scoperto i trend della prossima stagione. Fra i visitatori specializzati regnava un'atmosfera permeata di business, networking e ricerca dei trend. LivingKitchen ha messo in mostra la cucina del futuro in modo molto concreto, con un variegato mix di idee e innovazioni di prodotto. "L'atmosfera positiva che è regnata nei padiglioni di LivingKitchen durante le giornate di apertura al pubblico specializzato è prova dell'importanza della fiera per il settore e il mercato tedesco", afferma Gerald Böse. Anche VolkerIrle stila un bilancio positivo: "È stata un'edizione di LivingKitchen 2019 entusiasmante ed estremamente positiva, che ha stimolato il nostro appetito!" dichiara l'amministratore dell'AMK .