3/05

hábitat mercado alemán

Noviembre 2005 mueble | iluminación | textil hogar y otros sectores

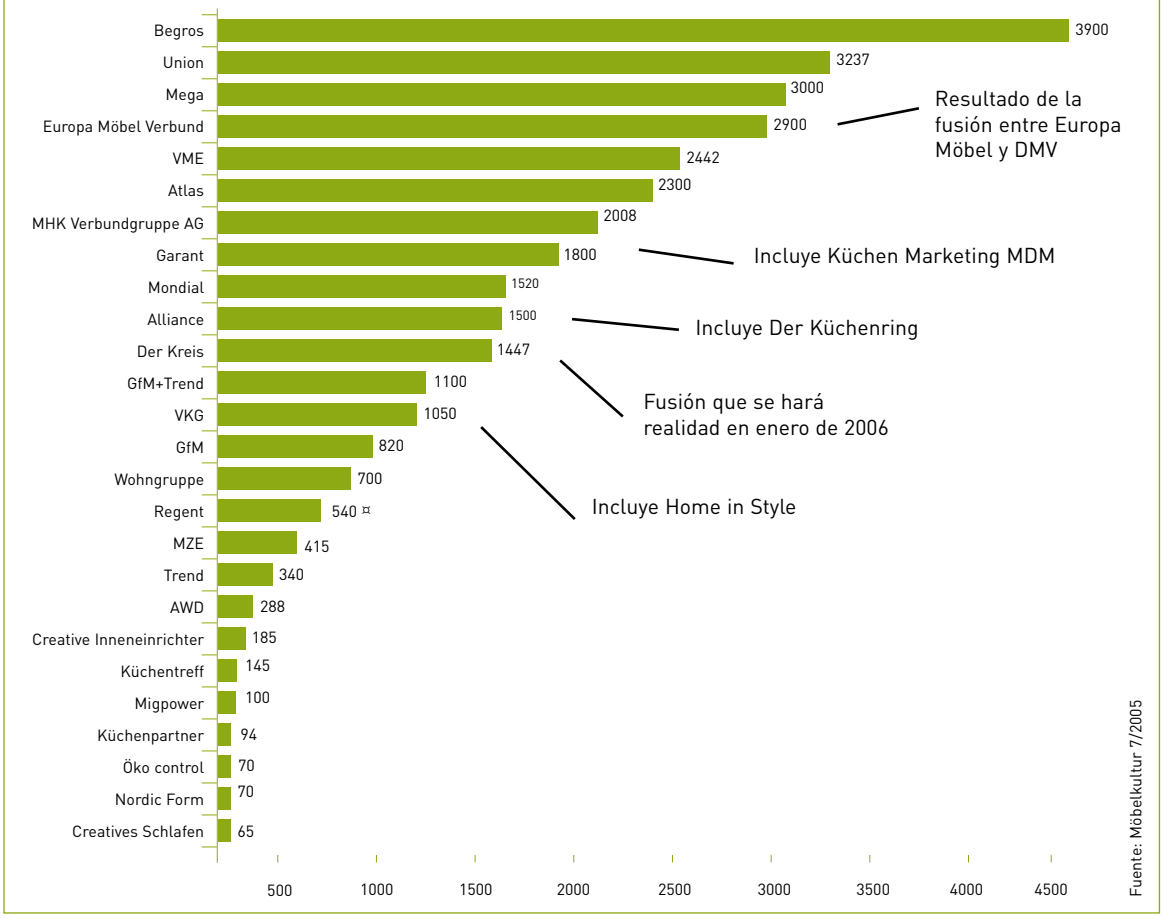
1-3 mueble
4 Iluminación
5-6 Textil hogar Alfombras y moquetas
7-8 mercados del bricolaje I ferias

Las centrales de compra de muebles en Alemania.

Las cooperaciones o asociaciones de compra son una figura comercial muy difundida en Alemania, que puede revestir diferentes formas jurídicas y podrían equipararse con lo que en España se conoce como centrales de compra. Pueden operar en cualquier sector y comercializan siempre productos complementarios con un surtido limitado. En el mercado alemán cumplen una función muy destacable como elementos dinámicos de integración de demanda y, como veremos a continuación, dichas asociaciones influyen mucho en el control de los precios.

Para muchos analistas la existencia de las centrales de compra en Alemania es el factor explicativo de la importancia que conserva en este mercado el comercio minorista, a diferencia de otros mercados europeos donde la pujanza de la gran distribución ha ido ocasionando la desaparición progresiva de estos puntos de venta. Mediante la vinculación o la integración en una de estas centrales de compra la empresa comercial minorista obtiene condiciones del fabricante que de forma aislada nunca podría obtener, así como un paquete de prestaciones adicionales *(sigue pág. 2)*

Principales asociaciones de compra de mueble en Alemania: 2004 (mill. EUR)



(viene de pág. 1) que refuerzan su posición empresarial y garantizan su competitividad. Como veremos a continuación, los servicios que reciben las empresas asociadas de las centrales de compra pueden ser muy variados. Para reforzar su posición en el mercado las cooperaciones de compra tienden a ofrecer un servicio cada vez más completo a sus asociados, sobre todo en el ámbito del marketing y de las estrategias publicitarias.

En el la tabla anterior podemos ver las más importantes en el sector del mueble. Apreciamos por un lado la posición en que quedarán las empresas GfM y Trend después de su fusión a partir de enero de 2006. Por otro lado vemos como la fusión de Europa Möbel y Deutsche Möbel Verbund ha dado lugar a EMV (Europa Möbel Verbund), que se ha situado en el cuarto lugar de las asociaciones de compra alemanas. Begros se ha situado en primer lugar después de que la austriaca Lutz pasara a formar parte de dicha asociación. Anteriormente las tres grandes asociaciones de compra por precio habían intentado fusionarse, pero sin éxito.

TENDENCIAS.

Existe inquietud en el sector con respecto al fenómeno de concentración, que se está acentuando en los últimos meses. Las empresas buscan vías para crecer, y el principal modelo es el de fusión, como ha sido el caso de Europa Möbel y DMV, y la que se llevará a cabo a principios de 2006 entre GfM y Trend. Pero además de esta estrategia las asociaciones de compra buscan otros caminos para aumentar su facturación. La búsqueda de nuevos miembros es la primera vía, y afecta mucho al volumen de facturación de una asociación de compras. Casos muy sonados este año han sido el abandono por parte de Wekos de la asociación Atlas y la asociación del gigante austriaco Lutz con Begros. En el caso de Wekos, que fue uno de los miembros fundadores de Atlas, su salida ha sido provocada por los enfrentamientos con otro de los socios, Segmüller, que abrió uno de sus centros en Rosenheim, cosa que fue interpretada por Wekos como una clara agresión. Sin embargo Begros ha ganado mucho con la entrada de Lutz, ya que el citado grupo austriaco acaba de abrir una superficie de 40.000 metros cuadrados en Nuernberg y tiene prevista la inauguración de numerosos centros por todo el sur de Alemanía.

Cabe decir que en las asociaciones de compra, la variación del número de miembros es mucho más acentuada en las de "full service"; por el contrario, en las asociaciones como Atlas, Begros o Union, claramente orientadas al precio, el número de miembros no suelen variar.

Además, tales asociaciones buscan salir al extranjero para conseguir nuevos miembros. Ya no es nada extraño trabajar con miembros en países cercanos como Suiza, Bélgica, Holanda o Austria. Ejemplo de esto es la asociación VME, con socios como Beter Bed (100 puntos de venta en Holanda) o Hielen (3 grandes superficies en Bélgica), así como la inauguración de una asociación de muebles de cocina en Holanda.

Hay otra actividad de vital importancia dentro de las centrales de compra alemanas, y es la prestación de servicios a sus asociados. Las conocidas como "Serviceverbände" gestionan las compras y la logística de las empresas asociadas y a la vez les prestan diversos servicios complementarios: información sectorial, marketing y publicidad, formación de personal, asesoramiento financiero e informático, gestión de stocks, etc. Como hemos dicho, están cobrando cada vez mayor importancia, ya que en la mayoría de los casos los servicios que se ofrecen abarcan muy distintas necesidades de la empresa asociada en todos los ámbitos de la gestión empresarial. También son conocidas como asociaciones "Full service", y pueden llegar a gestionar funciones como marketing, almacenamiento, intranet, servicios financieros e incluso labores formativas.

La tendencia de proporcionar cada vez servicios más completos es ya habitual en muchas asociaciones, ya que el simple hecho de ofrecer precios bajos no es condición suficiente para grandes empresas que por su tamaño ya tienen la posibilidad de conseguirlos, y es ahí donde dichas empresas valoran los servicios que una asociación presta.

NOTICIAS.

• Desde el pasado 26 de octubre VME coopera con la empresa holandesa MCM, que agrupa a 20 establecimientos. Ambas entidades se beneficiarán de sus surtidos especiales y compartiran la administración de distintos servicios.

• Regent y Wohngruppe están trabajando en proyectos de cooperación, dadas las potenciales sinergias en los ámbitos de marketing, distribución y publicidad. También colaboran con EK Großeinkauf.

• Alliance, fruto de la fusión de MMZ y MTG, ha conseguido situarse -con más de 1.500 millones de euros de ventas anuales (incluyendo Der Küchenring)- en la posición 10 en el conjunto de centrales.

• Garant Möbel ya colabora con Küchen-Marketing-MDM y con Arcade en cocina y baño. En el extranjero, ha realizado alianzas estratégicas con INTRES en Holanda y con Hobofaam en Bélgica. Recientemente ha comenzado a desarrollar, junto con Blockhaus Möbel, el nuevo concepto "LIFE-Polsterkultur pur"

• Una importante fusión llevada a cabo a principios de año ha sido la de las asociaciones DMV (Deutsche Möbel Verbund y Europa Möbel. Este acuerdo ha dado lugar a EMV (Europa Möbel Verbund) que se sitúa en el cuarto lugar de las centrales de compra alemanas con una facturación de más de 2.900 millones de euros. Dicha fusión implica que la nueva EMV contará con cerca de 600 asociados.

• Cabe destacar GfM, tras el fracaso de su colaboración con DMV, ha iniciado una colaboración con Trend Verband y MZE. Según las informaciones de la propia GfM, la citada colaboración con Trend Verband se ha materializado en un acuerdo de fusión que será una realidad en enero de 2006. Trend ha colaborado igualmente con VKG llegando a celebrar conjuntamente sus respectivas convenciones anuales.

Las centrales de compra: Top 20.

Nombre	Dirección	Teléfono	Puntos de venta	Página web
Begros GMBH	Graf-Zeppelin-Str, 5 46149 Oberhausen	0208 99493 0	64	www.begros.de
Union Einkaufs-GmbH	Kieshecker Weg 148 40468 Düsseldorf-Lohausen	0211 47236 0	165	www.union-moebel.de
Mega Verbund AG	St. Alban Vorstadt 94, 4052 Basilea (SUIZA)	0041 61 20690 70		www.megaverbund.ch
Europa Möbel Verbund	Ampertal 8 85777 Fahrenzhausen	08133 890	877	www.emverbund.de/
VME-Vereinigte-Möbel-einkaufs-GmbH & Co. KG	An der Wessebreede 2 33699 Bielefeld	0521 20885 0	320	www.vme-online.net
Atlas Einrichtungs-Einkaufs-GmbH	Brunshofstr. 2, 45470 Mülheim/Ruhr	0208 99240 0	46	
MHK Marketing Handel Kooperation GmbH & Co.	Im Gefierth 9 a, 63303 Dreieich	06103 391 0		www.musterhauskuechen.de
Verbundgruppen Holding KG Garant-Möbel-Gruppe	Hauptstr. 143 33378 Rheda-Wiedenbrück	05242 4090	4.000	www.garant-moebel.com
Mondial Einrichtungs-Großeinkaufs-GmbH	Eichsfelderstr. 17-19 40595 Düsseldorf	0211 702621 0	172	www.mondial-moebel.de
Alliance Möbel Einkauf und Marketing GmbH &Co, KG, Der Küchenring	Marie-Curie-Str. 6, 535359 Rheinbach	022 26 904 0	549	www.alliance.de
Der Kreis Einkaufsgesellschaft für Küche & Wohnen mbH & Co. KG	Mollenbachstr. 2 71229 Leonberg	07152 6097 00	1601	www.derkreis.de
VKG Vereinigter Küchenfachhandel GmbH & Co. KG	Karlsruher Str. 91 75179 Pforzheim	07231 915 0		www.einrichten.de
Gesellschaft für Beratung fortschrittlicher Möbelhandelsunternehmen im Einkauf Marketing GfM mbH & Co. Betriebs KG & Co.	Donaustraße 15 93333 Neustadt/Donau	09445 20 40	520	www.gfm-moebel.de
Regent Möbel Großeinkauf GmbH & Co. KG	Benzstr. 4, 45891 Gelsenkirchen	0209 9705 0	249	www.regent-moebel.de
MZE Möbel-Zentral-Einkauf GmbH	Lohweg 31 85375 Neufahrn	08165 9526 0	473	www.mze.de
TREND MÖBEL Handels GmbH & Co. KG	Im Lipperfeld 42, 46047 Oberhausen	0208 8205 0	159	www.trendverband.de
AWD Einkaufs- und Marketinggesellschaft für Wohnkonfort GmbH & Co. KG	Im Lipperfeld 42 46047 Oberhausen	0208 8205 119		www.ambiente-wohndesign.de
Creative Inneneinrichter e.V.	Spreestr. 3 64295 Darmstadt	06151 39128 0	54	www.creative-inneneinrichter.de
Küchen Treff Einkauf & Marketing-gesellschaft für Küche & Wohnen mbH & Co. KG	Delmenhorster Str. 13 27793 Wildeshausen	04431 7379 0	180	www.kuechentreff.de
Küchen Partner GmbH	Rüdesheimer Straße 34, 65239 Hochheim/Main	06146 8340 0	133	www.kuechenpartner.ag

Ley sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

El pasado El pasado 23 de marzo se publicó en el Boletín Oficial del Estado alemán la ley sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Dicha ley traspone al derecho alemán la Directiva Comunitaria 2002/26 de 27 de enero de 2003 y regula la gestión de citados residuos. Desde la política medioambiental de la Comunidad Europea se han querido fijar criterios uniformes en cuanto al diseño, recogida selectiva, tratamiento, reutilización e información a los usuarios.

Con el símbolo que vemos abajo se identificarán todos estos productos, y de esta forma no podrán ser eliminados como residuos sólidos urbanos. Así mismo los Estados velarán por la disponibilidad y accesibilidad de las instalaciones de recogida que sean necesarias teniendo en cuenta, entre otros aspectos, la densidad de población. Los encargados de garantizar que tales productos puedan ser devueltos serán los distribuidores de los mismos.

Las categorías de aparatos incluidos en el ámbito de aplicación de la presente Directiva son:

- Grandes electrodomésticos
- Pequeños electrodomésticos
- Equipos de informática y telecomunicaciones
- Aparatos electrónicos de consumo
- Aparatos de alumbrado
- Herramientas eléctricas y electrónicas (excepto herramientas industriales de gran envergadura)
- Juguetes o equipos deportivos y de tiempo libre
- Aparatos médicos (excepto productos implantados e infectados)
- Instrumentos de vigilancia y control
- Máquinas expendedoras

En cuanto a las implicaciones que para el fabricante dicha ley contempla cabe destacar el artículo 4, que reza como sigue: "Los Estados miembros fomentarán un diseño y una producción de aparatos eléctricos y electrónicos que tengan en cuenta y facilite su desarmado y valorización, y en particular la reutilización y el reciclado de RAEE, sus componentes y materiales.

A tal efecto, los Estados miembros adoptarán las medidas adecuadas para que los productores no impidan mediante características específicas de diseño o procesos de fabricación, la reutilización de los RAEE, salvo que dichas características específicas de diseño o dichos procesos de fabricación presenten grandes ventajas, por ejemplo, respecto a la protección del medio ambiente y/o a exigencias en materia de seguridad."

Detallamos a continuación la información relativa a la nueva normativa alemana que traspone la Directiva Comunitaria 2002/96 de 27 de enero de 2003.

Base normativa:

1) „Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten", publicada en el Bundesgesetzblatt (BOE alemán) de 23 de marzo de 2005, con entrada ern vigor el 24 de marzo de 2005;

2) Kostenverordnung zum Elektro- und Elektronikgerätegesetz, publicado en el Bundesgesetzblatt de 12 de julio de 2005.

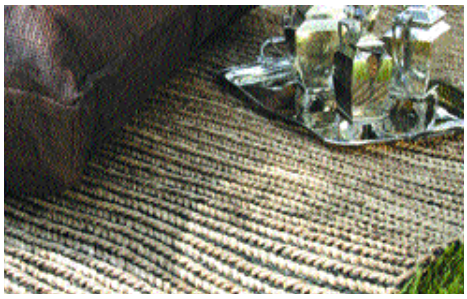
Otros materiales informativos:

a) Folleto "Cómo evitar y reciclar residuos electrónicos".
b) Registro de fabricantes e importadores de aparatos eléctricos y electrónicos.
c) Indicaciones sobre el ámbito de aplicación de la ley.
d) Nota de Prensa del Ministerio Federal de Medio Ambiente sobre la entrada en vigor de la Ley (24.3.2005).
e) Nota de Prensa del Ministerio Federal de Medio Ambiente sobre preparativos para la retirada y reutilización de residuos eléctronicos.

Fuentes:

I. Portal del Ministerio Alemán de Medio Ambiente. www.bmu.de/5582
II. Para los registros, véanse www.stiftung-ear.de y www.ear-projekt.de

Todas las informaciones citadas están disponibles en lengua inglesa, y pueden ser descargadas en formato PDF por parte de quien consulta las páginas correspondientes.
No existe traducción oficial ni oficiosa al idioma español.



Dänisches Bettenlager: El éxito de un modelo comercial.

El grupo comercial danés Dänisches Bettenlager está presente en el mercado alemán desde hace 21 años, y ocupa hoy, según la revista Möbelkultur, el octavo puesto en el ránking de facturación de las mayores empresas comerciales del mueble en Alemania, por delante de Otto Versand e inmediatamente detrás del Grupo Lutz.

Su concepto comercial, basado en la venta directa de camas y textiles para el hogar sin intervención del escalón mayorista, se ha revelado como un acierto pleno y las expectativas apuntan a que en el año 2010 podría ocupar el cuarto puesto de dicha clasificación.

La empresa, fundada en 1984, facturó en el último ejercicio más de 600 millones de EUR, con una red de 550 puntos de venta cuya superficie media es de 944 metros cuadrados. La facturación por metro cuadrado se cifra en unos 1.560 EUR, con unas ventas que se distribuyen con respecto al surtido del siguiente modo: un 40% corresponde a camas, colchones y textiles para el hogar, otro 40% corresponde a muebles de salón y dormitorio, y por último un 20% corresponde a lo que se denomina surtido complementario, con un catálogo de producto que supera las 4.000 referencias.

A partir de su implantación en Alemania, que comenzó en el Norte en la región de Schleswig-Holstein, en las ciudades de Flensburg, Kiel, Huhsum y Schleswig, se produjo un rápido crecimiento y la correspondiente expansión a todo el territorio federal, con una política de precios de segmento bajo y medio bajo, con una notable calidad y una tipología de establecimiento comercial caracterizada por el sentido práctico y lo espartano de la decoración, con puntos de ventas que oscilan entre los 600 y 2.500 metros cuadrados.

El surtido, como su nombre indica, se fue configurando a partir del conjunto de productos que sirven para el equipamiento del dormitorio, y se ha ido completando de tal modo que no existe ninguna empresa comercial en Alemania de estas características que tenga un número tan alto de referencias y trabaje con ellas de forma tan eficiente. Así pues, lo que comenzó como almacén de camas (Bettenlager) se autodefine hoy como tienda de muebles de surtido completo (Einrichtungs-Vollsortimenter).

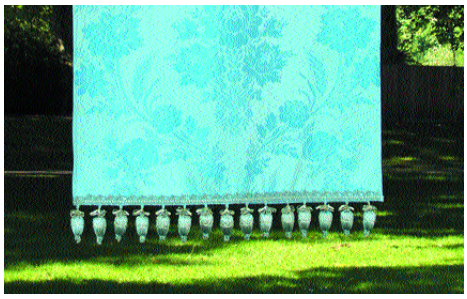
La rotación comercial se estimula, además de por la política de precios, mediante un programa de ofertas especiales que se renueva constantemente y un amplísimo abanico de artículos que se incluyen en lo que se denomina surtido complementario (Randsortiment), como por ejemplo: lámparas, velas, cristalería, cerámica, juegos infantiles de madera, artículos de regalo, Navidad y Pascua, así como cuadros y algunos artículos para el jardín.

El consumidor tipo que visita un punto de venta de la cadena Dänisches Bettenlager, según las encuestas realizadas por un instituto de investigación de mercado, tiene una edad entre los 30 y 50 años y dispone, a pesar de la orientación al consumo por precio, de unos ingresos y una formación superiores a la media del ciudadano federal. Los especialistas observan un claro paralelismo entre la clientela de Aldi y de Dänisches Bettenlager, donde concurren tanto los ciudadanos que necesitan apretarse el cinturón como aquellos de altos ingresos que realizan sus compras buscando calidad al mejor precio.

Como ejemplo de los precios puede citarse el surtido de colchones, que oscila entre los 29 y los 599 EUR, con precio medio de ventas algo superior a los 250 EUR.

A los elementos apuntados debe añadirse un factor que diferencia a esta cadena comercial: la calidad del servicio es muy superior a la de otros establecimientos comerciales del "Hard discount", basados en la oferta por precio. Esto se puede ejemplificar en el hecho de que en el segmento de textiles para el hogar puede comprarse producto confeccionado y tejido por metros.

Dänisches Bettenlager
GmbH & Co. KG
Stadtweg 2
24941 Jarplund-Weding
Tel.: 04630-975253
Fax: 04630-975201
www.daenischesbettenlager.de
Gerencia: Aage Nielsen, Ole N. Nielsen.



Alfombras orientales: caída de las importaciones.

Si bien en el ejercicio 2004 el subsector de alfombras orientales confeccionadas a mano registró una clara consolidación con leves incrementos de la facturación, la crisis actual de consumo ha generado en el primer semestre del presente ejercicio cifras negativas en la actividad importadora, según el Dr. R. Ipektchi, gerente de la Asociación Europea de Importadores de Alfombras (EUCA), Hamburgo.

En los primeros seis meses de 2005, sobre los que ya se dispone de cifras oficiales, las importaciones alemanas disminuyeron un 12,87% en volumen y un 16,10% en su valor. Aunque los datos referidos a toda la Unión Europea arrojan un retroceso mínimo del 1% en la cantidad y del 12,59% en el valor, la desfavorable coyuntura en Alemania, principal mercado europeo, provoca unos resultados negativos para el sector en su conjunto.

Sin perjucio de ello y a pesar del débil impulso de la demanda en los primeros meses, las expectativas para el segundo semestre se presentan algo mejores, y los analistas pronostican una positiva evolución de los precios. En particular, dicha tendencia se percibe claramente en el incremento del precio por metro cuadrado de las alfombras persas, que puede deberse, sin duda, a una restricción de la oferta en origen. Junto a los dos principales grupos de productos dominantes, las colecciones modernas actuales y las alfombras de estilo clásico, han podido incrementar sensiblemente su cuota en el mercado europeo las alfombras afganas con modelos inspirados en réplicas de motivos clásicos provenientes de Paquistán en tonos suaves pastel.

El mercado en Alemania acaba de concluir una fase de concentración y depuración de establecimientos comerciales después de más de una década de cierre de muchos establecimientos minoristas, y pueden observarse hoy los primeros signos de una coyuntura más favorable, con nuevas aperturas de establecimientos de este tipo.

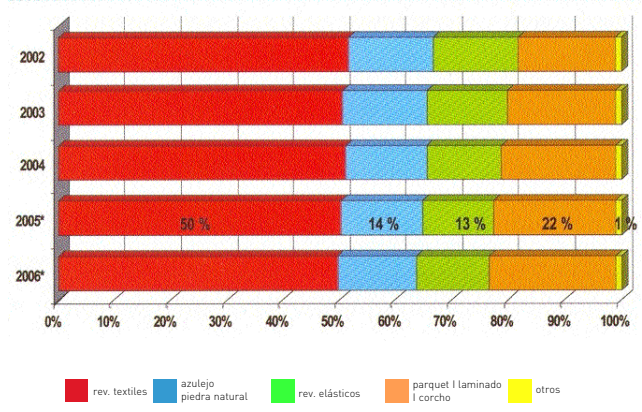
En esta línea los observadores del mercado esperan con expectación los resultados del desarrollo del negocio durante la feria DOMOTEX en Hannover (del 14 al 17 de enero).

EL MERCADO ALEMÁN DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS DE SUELO.
(millones de m²)

	2002	2003	2004	2005*	2006*
Tufting	157	153	149	145	154
Fieltro	75	70	78	80	82
Tejido moquetado	21	22	22	23	25
PVC	54	51	49	48	50
Azulejo / piedra natural	74	72	70	72	74
Madera / parquet	20	19	20	21	22
Laminado	58	67	73	80	89
Linóleo	11	10	9	9	10
Corcho	6	6	6	6,5	7
Goma/esterillas	8	7,5	7	6,5	7
Otros	6	5,5	5	6	6
TOTAL	**490**	**483**	**488**	**497**	**526**

** pronóstico, Fuente: DESTATIS*

EL MERCADO ALEMÁN DE PAVIMENTOS Y REVESTIMIENTOS DE SUELO. (en %)



Los mercados del bricolaje en Alemania.

De entre los canales de distribución en el ámbito de los bienes de consumo, excluidos los productos agroalimentarios, ocupa un lugar destacado en este mercado el conjunto de establecimientos que en Alemania se denomina Bau- und Handwerkermärkte, expresión que podría traducirse de forma directa como mercados para la construcción y los oficios artesanales, aunque en lengua española se ha extendido la denominación, derivada del francés, de mercados del bricolaje.
Este canal comercial está en Alemania muy desarrollado en comparación con España y otros países del sur de Europa. Bajo este término se engloban grandes superficies multiproducto, en régimen de autoservicio, en las que se comercializan todos los productos necesarios para la construcción de la casa, su saneamiento, equipamiento, reforma, modernización y decoración en régimen de "Do It Yourself".

Se trata de un mercado que presenta un alto grado de concentración, ya que entre las 30 principales empresas presentes en él acaparan casi el 60% de la facturación total del sector.

El surtido de productos disponibles en los mercados de bricolaje se compone de: materiales para instalaciones eléctricas e iluminación, recubrimiento de suelos, Pinturas y esmaltes, maquinaria eléctrica para mano de obra, herramientas, productos de ferretería, cerrajería, puertas y ventanas, sanitarios, equipamientos y accesorios para baño, mobiliario de cocina, jardín y baño, gritería, electrodomésticos, y productos, herramientas y maquinaria para jardinería.

La facturación de los mercados del bricolaje en Alemania se situó durante 2004 en 36.641 millones de euros. En Alemania existe un total de 4.479 puntos de venta dedicados a la comercialización de productos relacionados con los mercados del bricolaje. Durante 2004 se abrieron en el país 426 nuevos mercados y la superficie total de ventas alcanzó los 16.335 millones de metros cuadrados, lo que supuso un aumento del 4,36%.

La oferta en el mercado de bricolaje se plantean en forma de displays agrupados, de forma que el consumidor pueda adquirir de forma conjunta todos los artículos conexos necesarios para la realización de una determinada tarea doméstica (pintar la casa, alicatar un baño, poner parquet en una habitación, arreglar una puerta, etc).

En algunos casos, y este es un elemento de importancia creciente, se presta la necesaria asesoría al cliente, desde el punto de vista técnico, o incluso se cuenta con un equipo de profesionales que en todo o en parte pueden realizar determinadas tareas, ya que el factor servicio, una vez generalizada la obtención de precios más bajos que en el comercio especializado, es cada vez más valorado por el consumidor.

MERCADOS DEL BRICOLAJE: Top 25.

Posición	Grupo empresarial	Establecimientos	Facturación 2004	% 04/03	Puntos de venta
1	Tengelmann	OBI	6.400	3,22	400
2	Metro	Paktiker,Extra	3.100	4,24	379
3	Bauhaus	Bauhaus	2.600	4,00	180
4	Hornbach	Hornbach	2.100	4,53	117
5	Hagebau	Hagebau	1.641	4,72	345
6	Rewe	Toom/Zack	1.571	2,21	241
7	AVA	Marktlauf,Dixi,Baudepot	1.100	7,63	150
8	Globus	Globus	871	4,19	56
9	Bahr	Max Bahr	825	1,35	79
10	ZEUS	Baufuchs,Bauklotz,Werkmarkt	710	13,61	327
11	I&M- Interbaustoff	Bau-Fachmärkte	661	1,07	362
12	Hellweg	Hellweg	600		80
13	EMV-Profi	EMV-Profi	485	4,98	221
14	Distributa	Hela Baupark	420	8,25	34
15	BayWa	Filialistas y franquicias	347	5,19	184
16	Domäne	Domäne	293	6,93	29
17	Agrarvis	Raiffeisen Hauptgenossenschaft	256	14,80	284
18	Nowebau	Establecimientos cooperadores	220	8,33	62
19	Krämer	Filialistas y cooperadores	207	0,96	71
20	NBB	BauSpezi	195	-	98
21	RWZ Colonia	Raiffeisen Hauptgenossenschaft	256	14,80	100
22	Ratio	Novo	168	3,70	14
23	RWZ Kassel	Raiffeisen Hauptgenossenschaft	135	1,50	58
24	Edeka	Herkules	131	0,70	23
25	Wal Mart	Filialistas	123	0,82	39

En la tabla inferior presentamos los principales certámenes feriales de carácter internacional relativos a los sectores del hábitat que van a tener lugar en Alemania durante el año 2006.

Con relación a la oferta española, cabe indicar que, como se viene haciendo en los últimos ejercicios el ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) organizará pabellones informativos en las ferias HEIMTEXTIL de Frankfurt y DOMOTEX-Contractworld en Hannover. En dichos pabellones se ofrecerá información al visitante profesional del certamen sobre las empresas y los productos de nuestro país, tanto de los presentes en la feria como de la oferta genérica de nuestro tejido industrial. Al mismo tiempo en dichos stands se dará asistencia a los expositores que soliciten apoyo durante la celebración del respectivo evento.

El certamen DESIGN ANNUAL es de nueva creación por parte de la Sociedad Ferial de Frankfurt, y pretende con él aglutinar la oferta multiproducto con una clara orientación al diseño industrial y decorativo. La filosofía del certamen, de cuyo desarrollo informaremos en este boletín, consiste en cubrir en un solo foro comercial toda la oferta transversal del mundo del diseño, con una vocación multisectorial, respondiendo así a la realidad de muchos establecimientos comerciales que ofrecen los más variados artículos de decoración y uso diario con el único punto común de su diseño vanguardista.

Bajo la modalidad de participación agrupada cabe destacar la presencia del grupo SIDI en la Feria Internacional del Mueble de Colonia, la participación española coordinada por FAMO en la feria ORGATEC, agrupando empresas fabricantes de mobiliario y equipamiento de oficina y colectividades, y la presencia española en el certamen SPOGA-GAFA organizada por la asociación sectorial AFYDAD.

A medida que se vayan sucediendo dichos certámenes puede solicitarse informe actualizado de los mismos en la Oficina Comercial de España en Düsseldorf, cuyos datos de contacto se encuentran al final de esta página.

Principales Ferias Internationales en Alemania 2006 del sector Hábitat.

CERTAMEN	SEDE	FECHA	OFERTA	FRECUENCIA
Heimtextil	Frankfurt am Main	11.01.-14.01.2006	Textiles para el hogar.	Anual
Domotex -Contractworld	Hannover	14.01.-17.01.2006	Alfombras y moquetas.	Anual
IMM	Köln	16.01.-22.01.2006	Mueble.	Anual
Ambiente	Frankfurt am Main	10.02.-14.02.2006	Bienes de consumo.	Anual
Domotechnica	Köln	13.02.-16.02.2006	Electrodomésticos	Bienal
Eisenwarenmesse	Köln	05.03.-08.03.2006	Herramientas y ferretería	Bienal
Light + Building	Frankfurt am Main	23.04.-27.04.2006	Iluminación	Bienal
Design Annual	Frankfurt am Main	06.05.-10.05.2006	Productos de diseño	Anual
Collectione	Frankfurt am Main	11.06.-14.06.2006	Bienes de consumo	Anual
Tendence	Frankfurt am Main	28.05.-29.08.2006	Bienes de consumo	Anual
Spoga-Gafa	Köln	03.09.-05.09.2006	Equipamiento de jardín	Anual
Orgatec	Köln	24.10.-28.10.2006	Mueble de oficina I Contract	Bienal

Editor y responsable del contenido:

Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf

Jägerhofstraße 32
40479 Düsseldorf
T. 49 (0) 211. 4 93 66 26
F. 49 (0) 211. 4 93 66 29
dhc.dusseldorf@mcx.es

Coordinación:

logos
Kommunikation und Gestaltung

Hofaue 63
42103 Wuppertal
T. 49 (0) 202. 2 48 37-0
F. 49 (0) 202. 2 48 37-10
goicoechea@logos-kommunikation.de