



# 10 minutes DIY and GARDEN

- Produzione
- Distribuzione
- Comunicazione
- Consumatori
- Vetrina
- Tendenze
- Estero



Homepage

Tendenze

Editoriali    
 TEN Lab    
 Newsletter    
 Ricerca



RUSSIA E UCRAINA

FIERE

ECOMMERCE

TREND & EXPERIENCE 2022

APPROFONDIMENTI

SPECIALE EDILIZIA



## NEGOZI BRICO I FILMATI

## **Messe Frankfurt: il consumatore torna a Francoforte**

PUBBLICATO IL 2022-10-05

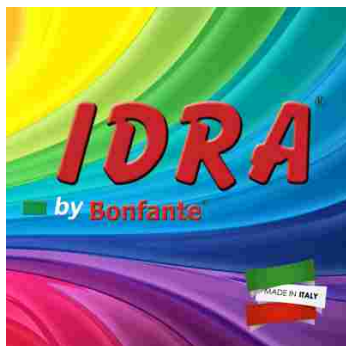
Barbara Tomasi



Conferenza stampa internazionale di presentazione per **Christmasworld, Creativeworld, Paperworld** e Ambiente, in programma il prossimo 2023.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

158415



L'incontro online, moderato da Erdmann Kilian, ha visto la presenza di **Philipp Ferger**, vice presidente Consumer Goods Fairs di **Messe Frankfurt**, e di **Julia Uherek**, Head of Consumer Goods Fiere. Insieme ai due rappresentanti dell'ente fieristico anche **Annette Palmisano**, trend bureau bora.herke.palmisano.

## Cambiare radicalmente i format fieristici

**Messe Frankfurt** sta lanciando la sua risposta al futuro con nuovi modi e approcci creativi. Il networking, l'ispirazione e l'ordine diventeranno sempre più efficienti, intensivi e smart e riguarderanno le tre fiere **Ambiente**, **Christmasworld** e **Creativeworld** nel 2023. A partire da febbraio 2023, infatti le tre fiere si terranno per la prima volta in contemporanea.

Dal 3/4 al 7 febbraio 2023, **Messe Frankfurt** aprirà i battenti, per la prima volta negli stessi giorni, alle sue tre fiere più rappresentative con il nuovo motto "Home of Consumer Goods" per offrire un'esposizione unica e completa, che coinvolgerà attivamente espositori, visitatori e media.

In un secondo tempo, la sezione Global Sourcing delle tre manifestazioni sarà fusa in un'unica offerta congiunta e commercializzata, a livello internazionale. Questa fase di sviluppo sarà inoltre integrata da una nuova offerta Design & Lifestyle, a base regionale, nella seconda metà dell'anno.

"Aprire nuove prospettive e opportunità è la principale preoccupazione nel nostro ruolo di promotori di affari e partner dell'industria globale dei beni di consumo. **Abbiamo capito che dobbiamo ripensare e cambiare radicalmente i nostri format fieristici.** Ecco perché stiamo creando una nuova esperienza fisica, con tre fiere trade che si svolgeranno in - quasi - contemporaneità, coprendo tutti i meta-argomenti chiave e le **tendenze** che si muovono in modo specifico produttori e rivenditori in avanti", ha affermato Uherek durante la sua introduzione.

Inoltre, in continuità con l'esperienza maturata durante il periodo Covid, **l'esperienza fieristica fisica sarà integrata da smart digital servizi, non solo paralleli agli eventi fisici, ma che andranno anche oltre.** "Questo significa che il digital sta diventando sempre più un fattore abilitante per il business tutto l'anno, con un'ampia gamma di servizi che offriamo 24 ore su 24, 7 giorni su 7", è stato il commento di **Philipp Ferger**.



La combinazione di **casa** e ufficio – stile di vita e lavoro spesso fusi in un unico spazio – continuerà a definire il modo nel quale vivremo e lavoreremo anche nei mesi e negli anni futuri.

Come ricordato da tutti i relatori durante i diversi momenti della conferenza stampa, **la pandemia ha rappresentato per tutti i settori un catalizzatore o un acceleratore** di nuovi sviluppi. E questo in particolare nei comparti della vita quotidiana e del lavoro.

Anche i prodotti esposti in **Paperworld** troveranno una nuova sede commerciale presso **Christmasworld** e **Creativeworld**. A livello internazionale, gli eventi legati a **Paperworld** continueranno nelle tradizionali sedi fieristiche in Cina, India e Medio Oriente.

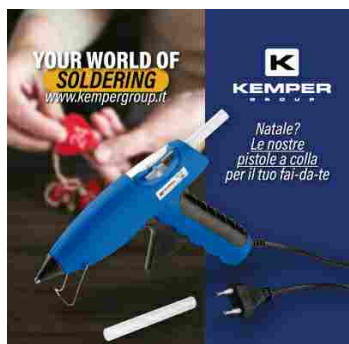
## I mercati si incontrano a Francoforte

Dal 3 – sarà il 4 per **Creativeworld** – al 7 febbraio 2023 le principali fiere internazionali si terranno in parallelo al quartiere fieristico di Francoforte per presentare l'intero mondo dei beni di consumo di loro competenza.

**Il nuovo format è stato accolto molto bene.** Come già ricordato, attualmente sono 4.700 gli espositori attesi, dei quali l'85% dall'estero. "La domanda e la grande fiducia dei mercati è importante per noi. Per ogni fiera leader, il top internazionale dei marchi conosciuti e nuovi saranno qui, a Francoforte. Ciò significa che mostriamo una gamma unica di qualità e diversità. Il mondo intero è di nuovo di casa a Francoforte", afferma Ferger, sottolineando il significato internazionale degli eventi.

## La sostenibilità al centro dell'interesse B2B e B2C

Un tema centrale a livello mondiale e di crescente portata e importanza è quello della **sostenibilità**. Un sentiment che spinge le persone a diventare sempre più consapevoli e critiche anche riguardo a tutto ciò che ruota intorno allo shopping. Vogliono essere informate e chiedono chiarimenti sull'origine, sulle condizioni di





In questa sezione

produzione, sui materiali, sul prodotto finale. Di conseguenza anche un numero crescente di fornitori sta cercando di avere informazioni su questi argomenti.

Per questo le fiere dei beni di consumo di Francoforte proseguono nello **Special Interest Ethical Style**, che, dopo un "assaggio" ad Ambiente, nel 2022 è stato proposto anche a **Christmasworld** e **Creativeworld**.



Tutti gli espositori delle tre manifestazioni potranno presentare domanda fino al **18 novembre**. Come già negli anni scorsi, le domande potranno essere presentate in una o più delle sei categorie. Gli espositori ecologicamente e socialmente responsabili selezionati riceveranno un marchio "Ethical Style" nella ricerca degli espositori online e un marchio sul loro stand in loco. A decidere aziende e prodotti una giuria indipendente di esperti internazionali.

Inoltre, per la prima volta saranno presenti quattro spot Ethical Style rispettivamente dedicati ad Ambiente Dining e Ambiente Giving/Living, a **Creativeworld** e **Christmasworld**.

I segmenti Dining, Living e Giving saranno al centro della proposta di Ambiente, dal 3 al 7 febbraio. Tra le novità in fatto di tendenze il New Work e il posto di lavoro moderno. Per averne un assaggio basterà visitare l'Area Trend nel foyer del padiglione 4.1. Qui saranno proposti sia ai visitatori professionali che agli espositori spunti e conferenze per approfondire ancora di più i mondi delle tendenze.

**Ambiente Trends 23+** è sinonimo di mondi abitativi che offrono sensazioni ed esperienze innovative. Mondi che forniscono nuovi impulsi, stimolano la creatività e invitano ad adottare prospettive insolite. In questo modo vengono enfatizzate le idee nate nei precedenti anni, ma con ulteriori e, talvolta, insoliti sviluppi. In particolare, la sostenibilità associata alla ricerca sui materiali, a nuove soluzioni estetiche, all'artigianalità e alle innovazioni digitali.

A presentarle il trend bureau **bora.herke.palmisano**, rappresentato da Annette Palmisano: "Dopo due da anni in stato di emergenza, i segnali indicano visibilmente un nuovo inizio. Nella nostra ricerca, abbiamo trovato temi potenti



**Messe Frankfurt: il consumatore torna a Francoforte**



**Eisenwarenmesse - IHF e la voglia di una produzione europea**



**Sercomated: che il Superbonus 110% diventi strutturale**



**Saem 2022, il salone dell'edilizia in Sicilia**



**International Hardware Fair debutta in India**

### Simili a questo

Eisenwarenmesse - IHF e la voglia di una produzione europea

Saem 2022, il salone dell'edilizia in Sicilia

Anno zero per il nuovo Flormart

International Hardware Fair debutta in India

### Commenti recenti

Gianluca su **Agribrianza, sempre più assistenza e servizi**

Si su **Viridea, "Erba Matta" apre a RHO (MI)**

Giulia Arrigoni su **Monitoraggio GDS Brico&Garden Giugno 2020. L'analisi**

Guercio su **Monitoraggio GDS Brico&Garden Giugno 2020. L'analisi**

Festool su **Torna Ferday in Trentino-Alto Adige**

che rispondono alle pressanti domande del nostro tempo in modi molto diversi. Ciò che hanno in comune è uno stretto legame con le persone, i loro sentimenti e le loro esperienze”.

Al prossimo **Christmasworld** (dal 3 al 7 febbraio 2023) i rivenditori potranno sperimentare e visionare in anteprima e dal vivo quali colori, forme e design caratterizzeranno le decorazioni del prossimo Natale.

Anche in questo caso **Christmasworld Trends 23+** nell'Area Trend nel foyer del Padiglione 4.1 offrirà una panoramica unica delle novità degli espositori, che saranno presentati dal trend bureau bora.herke.palmisano.

I trend più significativi riguardano **il desiderio del bello, del vero e del buono**, con un'attenzione molto più forte rispetto agli anni passati alla sostenibilità e alle nuove creazioni. Ne deriva un mix di tradizione artigianale e tecniche innovative. “Più che mai, l'attenzione è puntata sulla sostenibilità: la ricerca sui materiali e le innovazioni digitali racchiudono nuove soluzioni estetiche store”, riassume Annetta Palmisano.

Posticipata al 4 febbraio 2023 rispetto alle altre due manifestazioni, la principale fiera a livello mondiale di articoli per hobbistica, artigianato e artisti **Creativeworld** torna in **fiera di Francoforte**. A riassumere i prossimi trend ancora Palmisano che sottolinea come **l'anno creativo 2023 sarà spontaneo, spensierato, con uno sguardo al futuro e soprattutto colorato**. Anche nella comunità del fai da te nazionale e internazionale è arrivata la consapevolezza che la sostenibilità è importante per tutti gli ambiti della vita quotidiana.

Ciò si riflette chiaramente in **Creativeworld Trends 2023**, che riassume la varietà degli ultimi prodotti creativi, materiali e tecniche in tre temi e fornisce ispirazione e idee per tutte le aree del settore hobby, artigianato e forniture per artisti.

**“Andare avanti come prima non è più possibile vista la scarsità di risorse. Ecco perché il meta-tema della sostenibilità permea tutti gli ambiti della vita quotidiana e lo troviamo sempre più nell'industria creativa”.**

I materiali e i prodotti creativi svolgono dunque un ruolo molto importante in questo. Grazie alla tecnica mista, vengono utilizzati per altri scopi, riscoperti e ulteriormente sviluppati. Durante la loro ricerca, i designer del trend bureau hanno notato una cosa in particolare: “In tempi di crisi, le persone riscoprono i loro hobby, si “ricordano” delle loro mani e come possono essere creative con loro. Ciò si traduce in un **grande interesse per i tutorial e un'enorme ricchezza di informazioni su vari argomenti creativi**. Abbiamo raggruppato e riassunto queste informazioni in **Creativeworld Trends 2023**. In questo modo, possiamo fornire al commercio specializzato una chiara panoramica di ciò che nessun assortimento dovrebbe fare a meno per la prossima stagione creativa e con le quali i clienti possono trarre ispirazione”.

## Estensioni digitali intelligenti: nasce nmedia.hub

I visitatori potranno partecipare fisicamente, oppure in modalità ibrida o esclusivamente digitale tramite le estensioni digitali. Estensioni che saranno già disponibili prima dell'inizio delle manifestazioni per creare il proprio profilo azienda o acquirente, cercare e fissare appuntamenti, ricercare un contatto. Allo stesso tempo, **la piattaforma rimarrà accessibile per qualche tempo anche dopo l'evento**. Ciò consente un'attività post-fiera ottimale e offre la possibilità di stringere contatti commerciali in un secondo momento.

L'intreccio tra reale e digitale è ampliato da ulteriori servizi digitali. **Per esempio la ricerca di espositori online con tutti i loro prodotti sono disponibili 365 giorni all'anno**. La nuova piattaforma nmedia.hub (conosciuta in precedenza come Nextrade) ottimizza ulteriormente le opzioni di ordinazione. Più di 400 marchi consentono ai rivenditori di ordinare tramite nmedia.hub e di essere sempre aggiornati su prodotto e immagine per i **negozi** online dei rivenditori. Sono già circa 20.000 i rivenditori che stanno utilizzando la piattaforma.

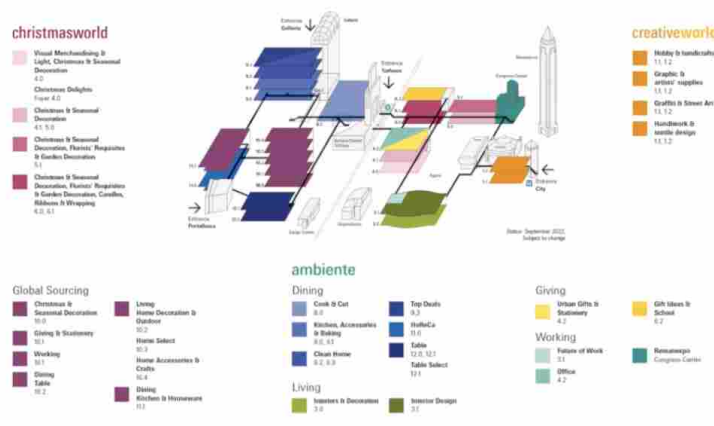
**Conzoom Solutions** Viene riproposta la piattaforma Conzoom Solutions, che offre un'ampia gamma di studi, presentazioni di tendenze, workshop e linee guida per il punto vendita e li approfondisce durante tutto l'anno con interviste, **video** o podcast.

Fornisce una panoramica completa del portafoglio internazionale di **Messe Frankfurt** nel settore dei beni di consumo, **raggruppando un'ampia gamma di informazioni per i rivenditori**. In questo modo, espositori e i visitatori rimangono informati e collegati prima, durante e dopo la fiera e durante tutto l'anno.

"In futuro **ne espanderemo ancora quattro campi di lavoro** specifici per i nostri clienti: Smart Connect, Smart Data, Smart Reach, Smart Touchpoint. Un investimento per continuare ad essere il miglior partner per gli incontri di lavoro dei nostri clienti", ha concluso Ferger.

### New hall layout. The new home.

messe frankfurt



Condividi: