

IMM COLOGNE 2020

IL SETTORE INIZIA CON SLANCIO IL NUOVO ANNO THE SECTOR BEGINS THE NEW YEAR WITH SLANCE

IMM COLOGNE SI E' CONCLUSA DOMENICA 19 GENNAIO 2020 CON UN BILANCIO COMPLESSIVAMENTE POSITIVO. CIRCA 128.000 VISITATORI SI SONO LASCIATI ISPIRARE DALLE AZIENDE DEL SETTORE. IMM COLOGNE, CONTRASTANDO IL TREND DELLE ALTRE FIERE DI INIZIO ANNO, HA INFATTI REGISTRATO, RISPETTO ALLA PASSATA EDIZIONE, UN AUMENTO DEI VISITATORI.

THE IMM COLOGNE DREW TO A CLOSE ON SUNDAY, 19 JANUARY 2020, WITH POSITIVE OVERALL RESULTS. MORE THAN 128,000 VISITORS ATTENDED THE EVENT TO FIND INSPIRATION FROM THE INDUSTRY. GOING AGAINST THE TREND FOR OTHER INDUSTRY TRADE FAIRS HELD EARLY IN THE YEAR, IMM COLOGNE ACHIEVED AN INCREASE IN VISITORS COMPARED TO THE MOST RECENT SIMILAR EDITION OF THE EVENT.



Degli 82.000 visitatori specializzati di imm cologne, circa il 50% è giunto dall'estero e, in contrasto con l'andamento degli ultimi anni, la fiera ha registrato anche un lieve incremento degli operatori tedeschi. "Con questo risultato imm cologne non solo conferma il suo ruolo importante per il business globale, ma, in considerazione dell'aumento del numero di progettisti, architetti e installatori contract in arrivo dal territorio nazionale, anche la sua rilevanza per il mercato tedesco", afferma Gerald Böse, President and Chief Executive Officer di Koelnmesse. L'atmosfera fra i visitatori è stata caratterizzata dagli affari, dalla cura dei contatti e dalla ricerca di tendenze. I Paesi più generosi in termini di visitatori sono stati Paesi Bassi, Belgio, Italia, Svizzera e Francia. Tuttavia, i dati ricavati dalle iscrizioni alla rassegna hanno attestato anche la qualità dei visitatori: rivenditori specializzati e visitatori internazionali del settore dell'arredamento e dell'interior design, molti dei quali appartenenti a catene che figurano nella top 30 mondiale, hanno partecipato

attivamente ad imm cologne. Per la prima volta la fiera si è focalizzata su due mondi tematici: "Pure", che ha presentato il mondo dei brand di design e "Home", che ha portato in scena le nuove proposte di arredamento del filone lifestyle. Con l'ampliamento di Let's be smart, lo Smart Village ha inoltre dedicato maggiore attenzione al tema smart living. Espositori e visitatori hanno accolto positivamente la nuova struttura del padiglione 10 e i nuovi contenuti esposti nell'area Future Interiors, focalizzata sui trend tedeschi del mobile e sul tema della sostenibilità. Anche l'evoluzione concettuale del padiglione 11 nel segmento Pure Atmospheres è stata percepita come una fase importante dello sviluppo di imm cologne che non ha solo fatto spazio agli "Interior Moments", ma ha anche proposto al business ispirazioni in quantità. Proprio questo mix di new business, emozione, internazionalità e tematiche future ha lanciato segnali promettenti per l'evoluzione di imm cologne.

As in previous years, imm cologne also had a very strong international profile. Of the 82,000 trade visitors around 50 per cent came from outside Germany and, despite the concentration visible in the German wholesale and retail trade, the event recorded a small rise in domestic trade visitors, again bucking the trend in recent years.

"With these results, imm cologne not only underscores its prominent position in the global business; the increase in planners, architects and contract furnishers from Germany further emphasises its importance for the German market," said Gerald Böse, President and Chief Executive Officer of Koelnmesse.

The atmosphere among visitors was characterised by business, networking and trend spotting. The countries with the highest numbers of visitors were the Netherlands, Belgium, Italy, Switzerland and France. But imm cologne did not just excel quantitatively. Registration data for the event shows that it attracted a high-quality international audience of retailers and wholesalers. Specialist retailers and high-profile international visitors from the furnishings trade and interior design business were recorded as visitors, with many of them coming from the global top 30 chains. For the first time, the trade fair focused on two interior worlds: Pure comprehensively presented the world of on-trend design brands, while its counterpart, Home, showcased furnishing solutions with a lifestyle feel for modern dwellings. With the significant expansion of Let's be smart – Smart Village, the trade fair also placed much greater emphasis on smart living. Exhibitors and visitors welcomed the new structure in Hall 10 and the value-added content generated by the special Future Interiors event area, which focused on German furniture trends and the crucial issue of sustainability. The conceptual further enhancement of Hall 11 in the Pure Atmospheres segment was also seen as an important step in imm cologne's development. With special event areas like these, the 2020 interior business event provided both a space for interior moments and inspiration for commercial success. This year's mix of new business, emotion, international reach and future issues are a highly promising signal for imm cologne's further development.