

ICFF – International Contemporary Furniture Fair + Wanted Design Manhattan

Fecha 02/06/22

Este estudio ha sido realizado por
Mirian Peñaranda Sánchez
Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

ÍNDICE

1.	Perfil de la feria	3
1.1	Ficha técnica.....	3
2.	Descripción y evolución de la Feria	4
2.1	Datos de participación.....	4
2.2	Perfil de los visitantes	5
2.3	Distribución geográfica de las empresas participantes	5
2.4	Participación española	6
3.	Tendencias y novedades presentadas.....	8
4.	Valoración.....	10
5.	Anexos	11
5.1	Direcciones de interés	11
5.2	Lista de todos los expositores de la 34ª edición de ICFF	11
5.3	Lista de ganadores de la 2022 ICFF Editors Awards Winners	11

1. Perfil de la feria

1.1 Ficha técnica

ICFF + WANTED DESIGN MANHATTAN

Fechas de celebración del evento	15, 16 y 17 de mayo de 2022 (34 ^o edición)
Fechas de la próxima edición	21, 22 y 23 de mayo de 2023 (35 ^o edición)
Frecuencia	Anual (mes de mayo)
Lugar de celebración	Javits Center 445 11 th Avenue – New York, NY 10001
Superficie de exposición	7.435 m ²
Horario de la feria	9:00h a 18:00h días 15 y 16; 9:00 a 16:00h día 17
Precios de entrada	Gratuita para los compradores cualificados o profesionales del sector. El registro es posible a través de internet o en el propio recinto ferial.
Precios del espacio	Entre 592 y 737 €/m ²
Sectores y productos representados	Feria de mueble contemporáneo (accesorios, alfombras y revestimiento de suelos, asientos, baño y cocina, iluminación, materiales, mueble de interior, mueble de exterior, revestimiento de paredes y textiles).
Medios de transporte	<u>Autobús</u> : líneas M34, M50, M12, M11 y M42 (24 horas). <u>Metro</u> : la parada más cercana es la 34th Street en la línea 7.
Nº de expositores	378 empresas de 24 países
Nº de visitantes	10.043 asistentes
Tipo de visitantes	Diseñadores de interior, arquitectos, distribuidores, prescriptores, etc.
Ferias relacionadas	HD Expo (Las Vegas), NeoCon (Chicago)
Restricciones por COVID-19	Presentar certificado de vacunación; sin restricciones adicionales.

2. Descripción y evolución de la Feria

Bajo la consigna “*Building a better future*”, la feria más importante de mobiliario contemporáneo de EE.UU. presentó su 34^o edición del 15 al 17 de mayo de 2023 en el Javits Center de Nueva York. Como cita obligada para expertos en diseño e innovación, la ICFF + Wanted Design Manhattan atrae anualmente a una gran cantidad de expositores internacionales. Estos dos eventos, fusionados desde 2019 en uno solo, crearon instalaciones inmersivas e interactivas en la zona *Wanted Interiors* para mostrar cómo utilizar mejor los productos y materiales mientras que es también el expositor de referencia para decoradores, interioristas y diseñadores de todo el mundo. Se caracteriza por la selecta diversidad de su oferta y por la presencia de productos que marcan tendencia en el ámbito del interiorismo.

La feria tiene lugar en el contexto del NYCxDesign festival, un acontecimiento celebrado anualmente —que precisamente este año celebra su décimo aniversario— y que abarca ferias comerciales de renombre, así como experiencias de diseño inmersivas y cientos de eventos adicionales en una oportunidad perfecta para que la industria creativa se una.

Habitualmente, ICEX participa en esta cita con un pabellón español bajo la marca *Interiors from Spain*, en el que se integran empresas de hábitat españolas de distintos sectores. Sin embargo, este año la participación en general ha sido mucho más reducida que en ediciones anteriores y, la falta de iniciativa de las empresas españolas para participar, en un contexto en el que se mantiene aún la incertidumbre ocasionada por la pandemia del covid-19, ha provocado la ausencia de un pabellón que agrupase a las marcas españolas. Sin embargo, como se describirá posteriormente, el producto español ha estado representado por parte de varias marcas que asistieron de forma autónoma al evento.

2.1 Datos de participación

Según los datos facilitados en la página web oficial, con una superficie dedicada a expositores de 7.435 m², la participación de la presente edición ha mejorado sus datos con respecto a los del año anterior, pero sin recuperar los niveles de éxito previos a la crisis provocada por la pandemia, en cuyas ediciones la asistencia llegaba a alcanzar cifras de 20.000 visitantes, con más de 11.200 m² dedicados a exposición y más de 600 firmas presentes en el evento.

Durante la presente edición, los expositores se dividieron en diez categorías: mobiliario, *seating*, alfombras y suelos, iluminación, mueble de exterior, materiales, papel de pared, accesorios, textiles y cocina y baño. Las categorías con mayor número de representantes son de mobiliario e iluminación.

La feria, con un perfil significativamente internacional, ha contado con la presencia de empresas de 24 países distintos, y de los 378 exhibidores (un 8% más que la pasada edición, con 350 expositores), 107 participaban por primera vez en el evento.

Además, cabe remarcar que se trata de una feria con un alto grado de profesionalización, pues de los 10.43 asistentes, entre los que también encontramos medios de comunicación, personal de organización o asistentes, 6.985 eran exclusivamente profesionales del sector de la arquitectura, el diseño de interiores o *hospitality*.

2.2 Perfil de los visitantes

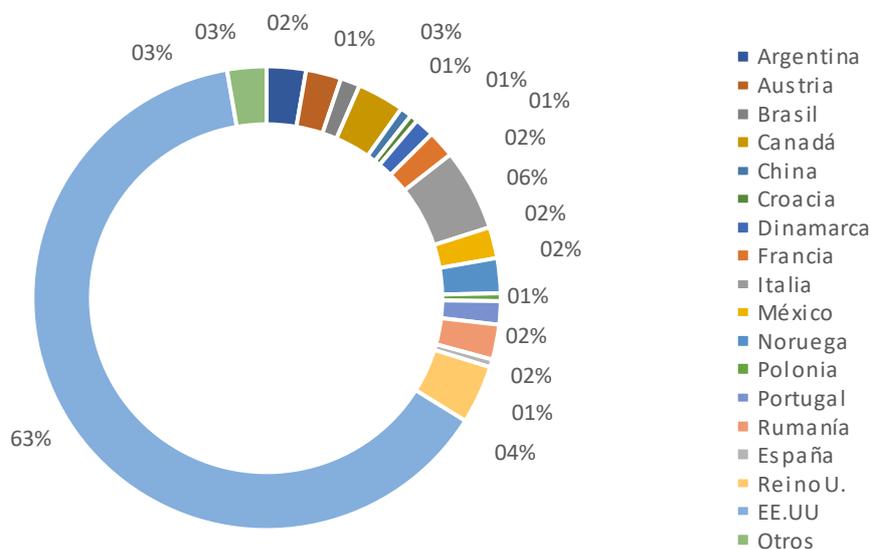
Tal y como ya se ha mencionado, cabe remarcar el carácter internacional del evento. En esta ocasión, el número de asistentes ha sido de 10.043, entre los cuales destacan los profesionales dedicados a los sectores del diseño de interiores y arquitectura (61%), minoristas (18%), distribuidores (14%) y HORECA (7%).

Si nos fijamos en las secciones que gozan de mayor popularidad entre el público, la categoría que despierta mayor interés es la de mobiliario (68%), seguida de la de iluminación (63%).

Categoría	Porcentaje de interés
Mobiliario	68%
Iluminación	63%
Materiales	49%
Accesorios	47%
Cocina y baño	44%
Textiles	42%
Seating	42%
Suelos y alfombras	40%
Revestimientos	40%
Muebles de exterior	36%
Fabricantes	33%

2.3 Distribución geográfica de las empresas participantes

La mayoría de los asistentes extranjeros era proveniente de Iberoamérica, Europa, Canadá y el Caribe. En cuanto a la procedencia de los visitantes locales, la mayor parte de ellos provenían de Nueva York, Nueva Jersey, California, Connecticut, Pennsylvania, Florida, Massachussets, Texas, Illinois y Maryland. En los siguientes gráficos se puede observar con mayor detalle la distribución mencionada tanto por país como estado.



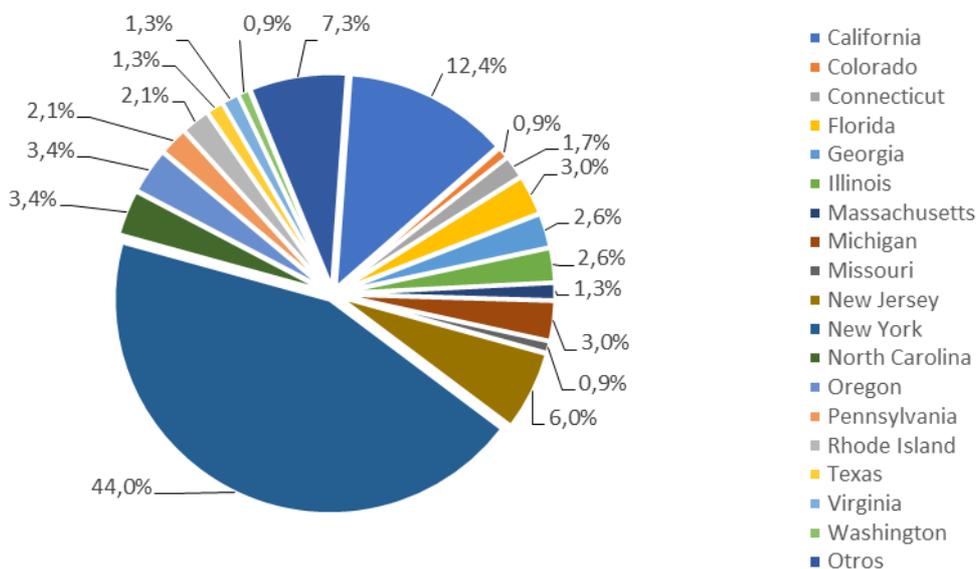


Ilustración 1: desglose de la procedencia de empresas locales

2.4 Participación española

A pesar de que este año no ha estado presente un pabellón para la agrupación de empresas españolas, sí ha habido dos compañías que han expuesto sus productos de forma autónoma. En esta ocasión, ambas empresas de iluminación.

En primer lugar, CICAT (Cluster de iluminación de Cataluña) tuvieron su propio expositor en la feria, junto al Cluster Lumière y a Luce In Veneto, dentro del marco del Proyecto Europeo ELCA4i.

Entre la multitud de expositores, resulta interesante apreciar los contrastes entre productos que suponen procesos de fabricación de alta tecnología como inyección en plástico o en fibra de carbono, junto a propuestas mucho más artesanales. En este sentido, se puede mencionar, a modo de ejemplo, a la otra empresa española que participó en la feria con un proyecto que busca llamar la atención sobre los problemas que genera la contaminación derivada del plástico transformando esos residuos en lámparas funcionales para la vida diaria. Así, PETLamp (de ACdO, Álvaro Catalán de Ócon) presenta una exposición con lámparas artesanales elaboradas por indígenas colombianos con materiales reciclables.



Ilustración 2: propuesta de diseño de PETLamp by Álvaro Catalán de Ócon

Durante la visita, el personal relacionado con la oficina económica y comercial del ICEX en Nueva York, tuvo la oportunidad de compartir con estas empresas opiniones e impresiones sobre el desarrollo del evento en relación con ediciones anteriores: la predisposición del público y empresas para adquirir productos, los niveles de participación o los cambios en la estrategia general de marketing y comunicación de las empresas tras la pandemia.

3. Tendencias y novedades presentadas

Como ya se ha hecho mención, mayo es el mes en el que se celebra el festival anual de diseño de la ciudad de Nueva York, el **NYCxDesign**. Esta edición de 2022 contiene en su programa numerosas actividades y un programa más diverso y dirigido por diseñadores que nunca. Por ejemplo, **Collective Design**, un espacio comercial enfocado en galerías emergentes.

En estas fechas también se celebraron los **NYCxDesign Awards**. La revista *Interior Design* reconoce productos y proyectos sobresalientes en categorías que abarcan desde arquitectura hasta el diseño de interiores. Las propuestas son estudiadas y revisadas por un jurado compuesto por expertos de la industria del diseño. Los ganadores se publican en la revista *Interior Design* y reciben la oportunidad de aparecer en las redes sociales de la prestigiosa revista a lo largo de 2022. NYCxDesign es una organización sin fines de lucro que brinda oportunidades para el sector del diseño de la ciudad de Nueva York mediante la organización y coordinación de actividades durante todo el año y que permite la financiación a través de subvenciones anuales para talentos locales y empresas que hacen Nueva York, la capital mundial del diseño.

Estos acontecimientos van acompañados de toda una variedad vibrante de exhibiciones y exposiciones que tiene como culmen la Feria Internacional del Mueble Contemporáneo, evento objeto del presente informe. La ICFF cuenta con su propio espacio listo para las charlas y debates sobre diseño. En él, distintos ponentes, tales como Alice Rawsthorn, coautora de “*Design Emergency: Building a Better Future*” exponen los diseños presentados en la presente edición de ICFF + Wanted Design Manhattan como proyectos identificados con la búsqueda del bien común desde pilares como la tecnología, la sociedad, la comunicación y la ecología.



Ilustración 3: Vista del espacio para charlas y debates sobre diseño habilitado en la ICFF

Como novedad este año los diseñadores emergentes siempre han sido un punto clave. El escaparate **Launch Pad** destaca el trabajo de 46 diseñadores emprendedores procedentes de alrededor de todo el

mundo. Wanted Design Manhattan también está lanzando una nueva exhibición de escuelas, que este año que incluye la Escuela de Diseño de Rhode Island, el Instituto de Tecnología de Rochester, la Escuela del Instituto de Arte de Chicago, el Michael Graves College en la Universidad de Kean, el Instituto Pratt y la Escuela de Artes Visuales.

La feria, al igual que durante la edición anterior, cuenta con ‘Oasis’, un espacio lounge restaurador diseñado por *Float Studio*. Adornado con asientos de salón, cápsulas con cortinas, unidades de carga de dispositivos o auriculares de meditación guiada: este espacio estaba a disposición de los visitantes para desconectar con un agradable cambio de ambiente.

A su vez, cabe destacar que el evento cuenta con su propia entrega de premios, los *ICFF Editors Awards* son uno de los principales galardones de la industria del diseño. Una selecta serie de editores de medios de diseño invitados recorren los expositores de la feria y deliberan para decidir cuál de los lanzamientos del año merece ser el ganador. Los premios reconocen los mejores diseños en 12 categorías distintas, y eligen entre todas ellas al “Best in Show”. Al ser reconocidos como los mejores y más innovadores enfoques de diseño entre una lista de expositores altamente internacional, los ganadores¹ son reconocidos como algunos de los mejores de la industria.



Ilustración 4: vista general del pabellón ferial ICFF + Wanted Design Manhattan

¹ Ver Anexo 5.3

4. Valoración

Cuando el pasado martes 17 de mayo se ponía punto final a un repleto y variado programa que ha contado con una amplia participación desde el primer día y hasta el último, es momento de hacer una tarea de valoración de resultados.

Aunque la valoración del evento la deben llevar a cabo a título individual cada una de las empresas asistentes como expositoras, esto es, analizando los costes totales de participación en la feria y los resultados globales derivados de su exposición, se puede resumir a grandes rasgos la impresión obtenida respecto a ediciones anteriores. Se podría decir, que a pesar de que se están intentando llevar a cabo acciones para que la feria vuelva a contar con los niveles de participación –tanto en cantidad como en calidad– con los que contaba en años previos, esto es un objetivo aun por consolidar. Sin embargo, los profesionales han dado en esta ocasión una valoración positiva sobre el desarrollo del evento. Como se ha podido ver en uno de los apartados anteriores, los datos de participación están al alza y se espera que continúen mejorando en lo sucesivo.

Asimismo, a lo largo de la semana del diseño, muchas firmas aprovechan estas fechas para organizar encuentros o fiestas en sus *showrooms* y atraer a estudios a potenciales compradores y medios de comunicación. Dado que *ICFF + Wanted Design Manhattan* coincide con la celebración de la *NYCxD*Design, que involucra a las grandes empresas y figuras del mundo del hábitat, siempre se recomienda a los participantes estar presentes de manera activa en todas las citas posibles, ya que estos acontecimientos representan la ocasión ideal para hacer *networking* y reclutar nuevos contactos en la red de negocios norteamericana. Los *showrooms* o las fiestas de inauguración de ferias como la *ICFF* son ejemplos paradigmáticos de ocasiones que se pueden aprovechar para tal fin.

Lo habitual es que las empresas participantes refuercen su asistencia con un trabajo de promoción previo, si bien este esfuerzo debe tener un propósito u objetivo definido: ya sea la fidelización de su clientela o la expansión de su negocio estableciendo nuevos contactos, se debe llevar a cabo una estrategia de marketing ferial determinada. En ediciones previas, **ICEX había contratado la inserción de un anuncio del pabellón español en las principales publicaciones del sector**, así como también el envío de un *e-blast* a la base de datos de *Emerald Expositions*, grupo B2B organizador de la feria. De igual forma, la Oficina Económica y Comercial se asegura de garantizar que el producto español esté presente en la *pressroom* oficial del evento.

En cualquier caso, la valoración gradual pero considerablemente más positiva que las empresas participantes han tenido de esta edición con respecto a la del año anterior será bienvenida como un incentivo para que las empresas españolas vean en este acontecimiento un mercado vivo de operaciones comerciales y prolífica oferta.

5. Anexos

5.1 Direcciones de interés

ICFF

Jacob K. Javits Convention Center (11th Avenue at 38th Street) New York City, NY, 10001

Web: www.icff.com

Sales Director: Devon Ruff

914-421-3372 - devon.ruf@icff.com

OFICINA COMERCIAL Y ECONÓMICA DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN NUEVA YORK

The Chrysler Building

405 Lexington Avenue, 44

Floor New York, NY 10174

Tel.: +1 212 661 4959

Fax: +1 212 972 2494

Jefe del Departamento de Hábitat: Carlos Galtier (cgaltier@comercio.mineco.es)

5.2 Lista de todos los expositores de la 34^o edición de ICFF

<https://icff.a2zinc.net/NYC2022/Public/exhibitors.aspx>

5.3 Lista de ganadores de la 2022 ICFF Editors Awards Winners

2022 ICFF Editors Awards Winners

Best in Show: Piscina (booth 459)

Wallcovering: Astek Wallcovering (booth 340)

Kitchen & Bath: Uniq-E (booth 813)

Furniture: Simon Johns (booth LB569)

Seating: Tomoki Design (booth 273)

New Designer: Piscina (booth 459)

Best Booth: ECO Solidarity (booth 673)

Lighting: Anony (booth LB652)

Outdoor Furniture: Dedon (booth 837)

Materials/Textiles: Alfonso Verduzco Design (booth LB766)

Accessories: Ethnicraft (booth 401)

Carpet & Flooring: Warp & Weft – Deborah Berke (booth 136)

Body of Work: Mana Sazegara (booth LB762)