



INFORME
DE FERIA

2024



SPIELWARENMESSE

Núremberg

30 de enero - 3 de febrero de 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

21 de febrero de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Asier Castro Foces

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Organización	6
2.2. Datos estadísticos de los expositores	8
2.3. Participación española	10
2.4. Datos estadísticos de los visitantes	10
3. Actividades de promoción	11
3.1. ICEX	11
3.2. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)	11
4. Tendencias y novedades presentadas	12
5. Valoración	13
5.1. Del evento en su conjunto	13
5.2. De la presencia española	13
5.3. De los países competidores	16
5.4. Recomendaciones	16
6. Anexos	20
6.1. Artículos de prensa	20
6.2. Direcciones de interés	20



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

SPIELWARENMESSE

Fecha: 30 de enero – 3 de febrero de 2024

Edición: 73.^a edición

Frecuencia: Anual

Carácter: Internacional

Próxima edición: 28 de enero – 1 de febrero de 2024

Lugar de celebración: Messezentrum Nürnberg (Núremberg Exhibition Center) 1

90471 Nürnberg

Deutschland

Página web: <https://www.spielwarenmesse.de/de/>

Horario: De 9:00 a 18:00 (el último día hasta las 17:00)

Superficie: 165.000 m²

Precio de entrada: Pase diario: 19 €

Abono ferial: 38 €

Precio del espacio: 1 lado abierto: 218 €/m²

2 lados abiertos: 265 €/m²

3 lados abiertos: 286 €/m²

4 lados abiertos: 290 €/m²



Otros cargos obligatorios:

Tasa AUMA 0,60 €/m²

Tasa recogida de residuos: 4,95 €/m²

Pack Media: 750 €

Cuota de inscripción: 400 €

Sectores representados: Muñecas y peluches; artículos para bebés y niños pequeños; juguetes de madera o productos naturales; artículos para el colegio y material de papelería y diseño creativo; juguetes de electrónica y *robots*; juguetes de acción, técnicos y educativos; artículos de fiesta y carnavales; juegos de aprendizaje...

icex

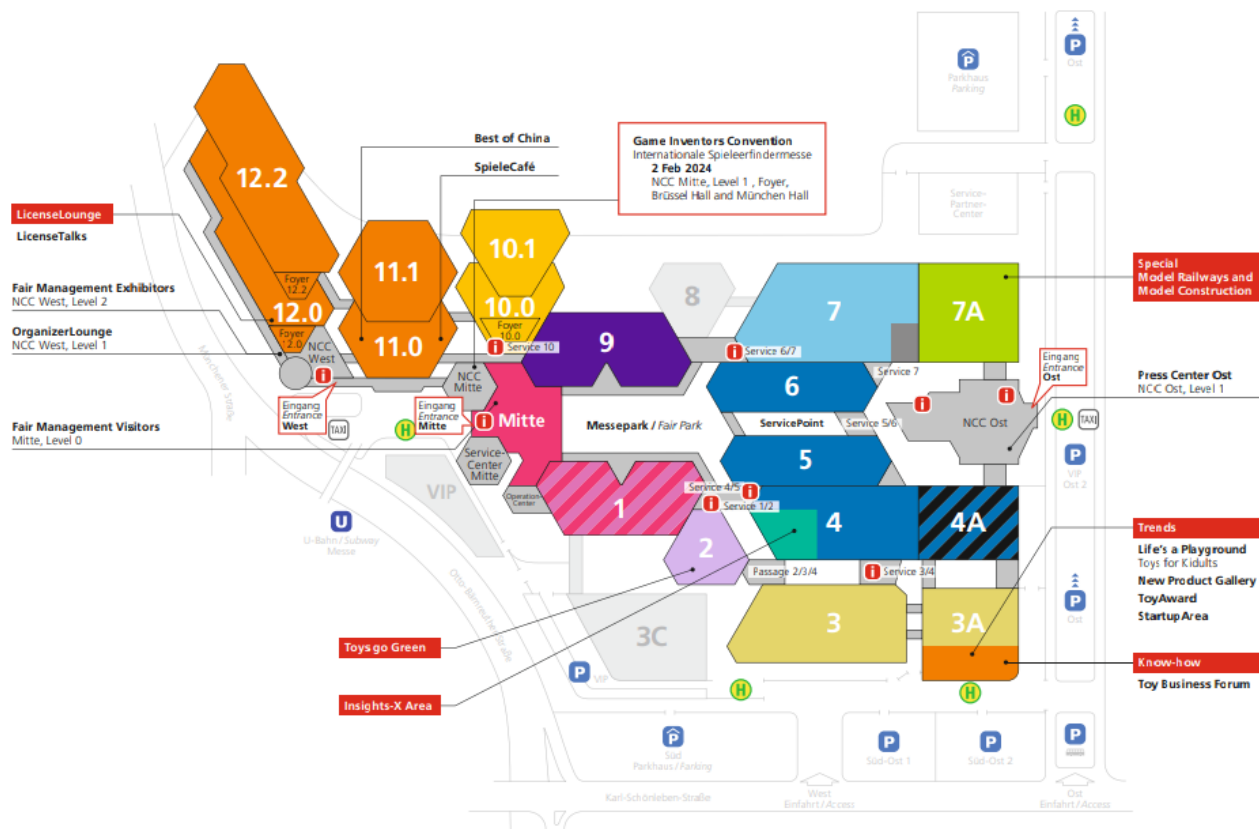
2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización

La Feria Internacional del Juguete de Núremberg es el certamen del sector juguetero más importante a nivel mundial. Este año se ha celebrado la 73.^a edición del evento, del 30 de enero al 3 de febrero. Pueden acceder exclusivamente a esta feria los visitantes profesionales del sector, representantes de los medios de comunicación e invitados especiales.

El evento ha cubierto una superficie de exposición de 165.000 m², y la distribución de la oferta estuvo repartida en 12 pabellones clasificados atendiendo a la categoría de producto. En el certamen se pueden encontrar todas las tendencias y novedades de 2024, información sobre los mercados internacionales y una visión global sobre futuras tendencias.

PLANO DEL RECINTO FERIALE





Elektronisches Spielzeug
Electronic Toys



Modelleisenbahnen und Modellbau
Model Railways and Model Construction



Sport, Freizeit, Outdoor
Sports, Leisure, Outdoor



Festartikel, Karneval, Feuerwerk
Festive Articles, Carnival, Fireworks



Spiele, Bücher, Lernen und Experimentieren
Games, Books, Learning and Experimenting



Mehrbranchengruppe
Multi-Product Group



Dienstleistungen für Händler und Hersteller
Services for Trade and Industry



Lifestyleprodukte
Lifestyle Products



Puppen, Plüsch
Dolls, Soft Toys



Baby- und Kleinkindartikel
Baby and Infant Articles



Holzspielwaren, Spielzeug aus Naturmaterial
Wooden Toys, Toys made from natural materials



Schulbedarf, Schreibwaren, Kreatives Gestalten
School Articles, Stationery, Creative Design



Technisches Spielzeug, edukatives Spielzeug, Aktionsspielwaren
Technical Toys, Educational Toys, Action Toys

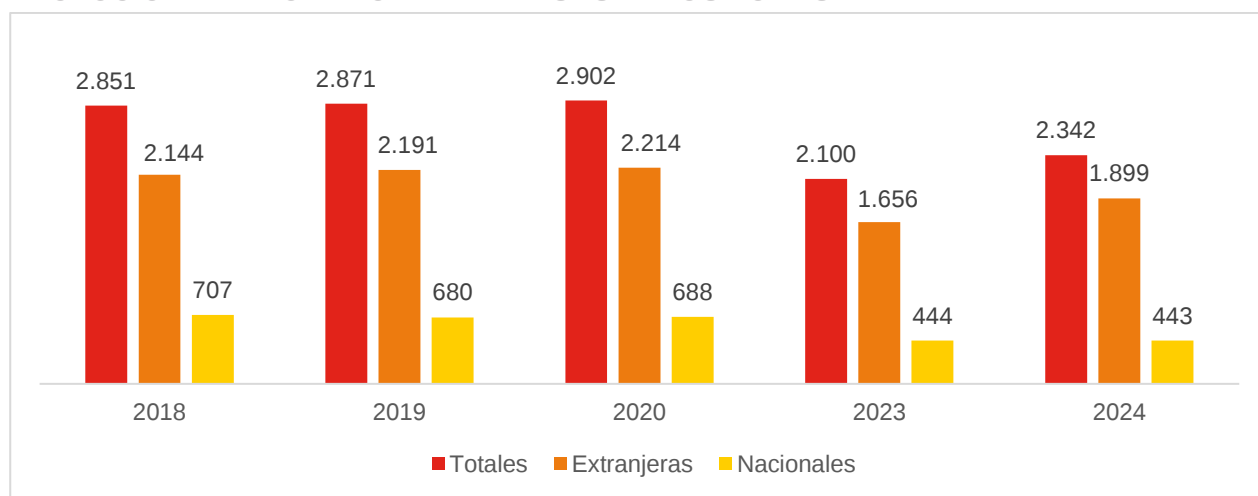
ICEX

Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.

2.2. Datos estadísticos de los expositores

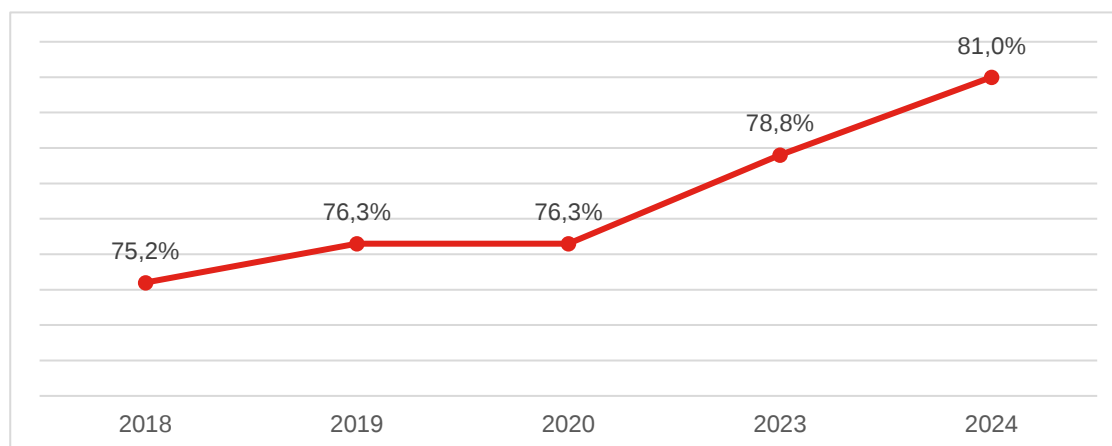
En la edición de 2024 han participado un total de 2.342 empresas expositoras procedentes de 68 países; un 11,5 % más que en la edición del año anterior. Estos datos todavía no han alcanzado los resultados de las ediciones prepandémicas. Por otro lado, el grado de internacionalización ha sido de 81 %; el dato más alto de los últimos años. Este grado de internacionalización de los expositores es un claro indicador de la importancia del certamen a nivel global.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.

GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS EXPOSITORES



Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.



A continuación, se muestra una clasificación con los países que han tenido más presencia en la feria de 2024. De la lista, 5 puestos son asiáticos, 9 son europeos y 1 es americano. Alemania lidera la tabla, seguida de China y de Hong Kong. De hecho, la oferta asiática procedente de India, China y Turquía representa un tercio del total. Por último, España se posiciona en el séptimo puesto con 103 empresas.

RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

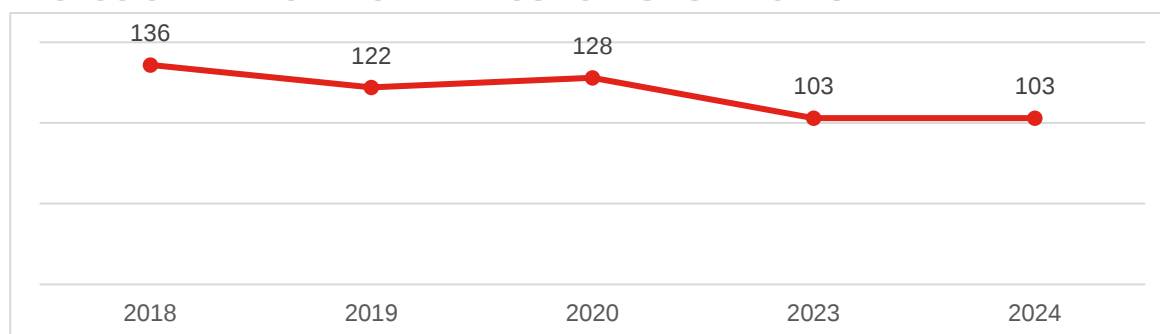
Ranking	País	Expositores
1	Alemania	443
2	China	441
3	Hong Kong	143
4	Reino Unido	129
5	Francia	119
6	Países Bajos	119
7	España	103
8	Estados Unidos	100
9	Italia	90
10	Polonia	73
11	Turquía	67
12	India	62
13	Taiwán	60
14	Bélgica	37
15	República Checa	31

Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.

2.3. Participación española

Respecto a la participación de empresas españolas en la edición de 2024 se puede observar que todavía no ha recuperado los niveles prepandémicos. Al igual que el año pasado, la cifra de expositores españoles ha sido de 103.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES

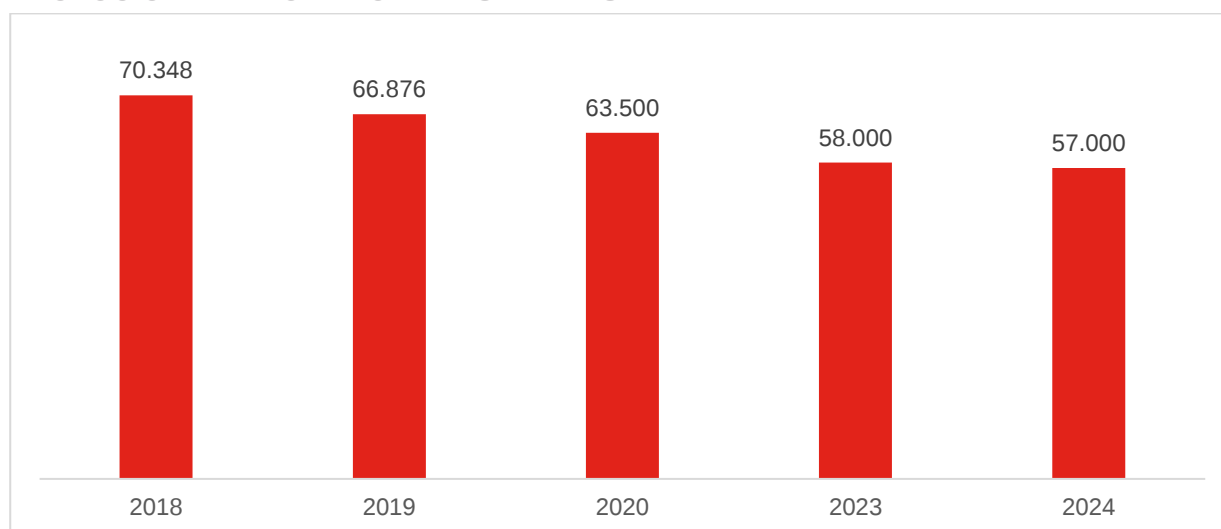


Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.

2.4. Datos estadísticos de los visitantes

En total, han acudido 57.000 visitantes procedentes de 125 naciones a la 73.ª edición de la feria. Comparado con la edición anterior, la feria ha registrado un leve descenso en asistencia (1.000 menos que en 2023). Al igual que en el caso de las empresas expositoras, todavía no se han alcanzado los niveles prepandémicos.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Fuente: SPIELWARENMESSE 2024.

3. Actividades de promoción

3.1. ICEX

El ICEX estuvo presente en la feria mediante un *stand* informativo situado en el vestíbulo del pabellón 12. El *stand* sirvió como punto de apoyo para la promoción de las empresas expositoras españolas presentes en el certamen.

3.2. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)

La Asociación Española de Fabricantes de Juguetes compartió el *stand* informativo del ICEX para realizar actividades de promoción.



4. Tendencias y novedades presentadas

La feria ha presentado las novedades y tendencias del sector del juguete de 2024 en 7 pabellones distintos.

- **Life's a playground:** espacio compuesto por productos coleccionables, coleccionables premium y juegos de mesa con un público objetivo adulto. Está ubicado en el pabellón 3A.
- **New Product Gallery:** espacio considerado como imán de visitantes. En el pabellón 3A se pueden encontrar las novedades innovadoras presentadas de forma eficaz y clara.
- **Toys go Green:** espacio dedicado a productos sostenibles en el pabellón 2. Se presenta una oferta sostenible variada, desde materiales a *packaging* e incluso procesos de producción sostenibles.
- **Toy Award:** este concurso se celebra anualmente y tiene como objetivo reconocer los mejores productos nuevos de la feria. El jurado de expertos internacional compuesto por miembros reconocidos del sector evalúa las últimas tendencias, y es de gran relevancia para consumidores y comerciantes. Los productos innovadores de los ganadores se pueden ver en el pabellón 3A.
- **Start Up Area:** en este espacio de 726 m² se ubican tanto *start ups* internacionales como alemanas. Es el lugar idóneo para conocer futuras promesas del sector.
- **Insights-X Area:** se presentan las innovaciones recientes del sector de la papelería y material de oficina. Además, se ofrece información sobre el certamen Insights-X que se celebra en el recinto ferial de Núremberg.
- **Special Model Railways and Model Construction:** se presentan de forma exclusiva y en vitrinas especiales las novedades más destacadas del grupo de productos de modelismo ferroviario y modelismo de construcción. Ubicado en el pabellón 7A.

5. Valoración

5.1. Del evento en su conjunto

En la edición de 2024 el número de expositores ha sido de 2.342, un 11,5 % más que en la edición del año anterior. Por otro lado, el número de visitantes ha sido de 57.000 procedentes de 125 países, es decir, 1000 menos que en el certamen de 2023 y un 10 % menos que en la última edición prepandémica. Esta bajada en la cifra de asistencia se ha compensado con un grado de satisfacción de las empresas expositoras apreciable; el 90 % ha visto cumplidas sus expectativas gracias a las visitas de calidad destacables del público. Por último, según el 97 % de los expositores, la presencia en la feria de Núremberg es muy importante y de obligada asistencia.

Cabe mencionar que la feria Spielwarenmesse es uno de los certámenes del sector del juguete más importantes a nivel internacional. De hecho, las tendencias y novedades presentadas en el recinto ferial se siguen con gran atención tanto por expositores como por otros profesionales relevantes del sector como distribuidores y productores. Por último, la feria ha ofrecido excelentes servicios de atención al expositor, buena orientación al visitante, una oferta muy bien sectorizada en 13 subdivisiones y ha resultado lugar de encuentro de profesionales relevantes en el negocio del sector juguete. En conclusión, la 73.ª edición de la feria Spielwarenmesse ha demostrado una vez más su liderazgo internacional como certamen del sector del juguete.

5.2. De la presencia española

En 2024 han participado 103 expositores españoles (los mismos que en la edición anterior), lo que posiciona a España como séptima en la tabla de clasificación como país con más representación en la feria. Además, este año se ha contado con el apoyo de un *stand* informativo del ICEX y con la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AFEJ).

Según las consultas realizadas con los expositores, las empresas españolas coinciden en las altas barreras del mercado alemán para sus productos. Alemania es un país conservador y fiel a sus productos, por esta razón, la marca país alemana tiene una presencia destacada y muy ampliamente reconocida. A pesar de la dificultad del mercado alemán, los expositores han confirmado la calidad inmejorable de los contactos internacionales realizados.

A continuación, se expone un listado detallado con los 103 expositores españoles que han participado en la Spielwarenmesse y su ubicación en el certamen:

Empresa	Pabellón	Stand
Aquarius Cosmetics SLU - MARTINELIA	Eingang Mitte	B01
Artesania Cerdá S.L. *	Eingang Mitte	C07
ASIVIL SL *	Halle 1	B29
Arteasavi S.L.U. *	Halle 1	D02
BARRADO *	Halle 1	B21
COMERCIAL PARKROSE ASIA, S.L.	Halle 1	D23
CPA Toy Group Trading S.L. *	Halle 1	F33
Creaciones Llopis, S.L. *	Halle 1	B17
DECUEVAS TOYS, S.L. *	Halle 1	A07
DEQUBE TRADING SL *	Halle 1	F32
Grupo Moya Peluches, S.L. *	Halle 1	F34
JC Toys Spain, S.L.	Halle 1	E02
JESMAR TOYS, S.L.U. *	Halle 1	C16
Juguetes y Regalos On Line	Halle 1	D05A
LAMAGIK SL	Halle 1	F14
M. Llorens Juan S.L. *	Halle 1	C11
MUÑECAS BERBESA SL	Halle 1	D03A
MUÑECAS GUCA, S.L. *	Halle 1	A16
MUÑECAS PAOLA, S.L. *	Halle 1	A03
Marina & Pau S.L.	Halle 1	A04
Muñecas Arias, S.L. *	Halle 1	C06
Muñecas Antonio Juan S.L. *	Halle 1	B05 – C08
NINES ARTESANALS DONIL SL. *	Halle 1	C10
Play by Play	Halle 1	B01 – C02
The Doll Factory Europe, S.L.	Halle 1	D11
VICAM TOYS S.L.	Halle 1	E11
Ditty Bird *	Halle 2	D10
MORA FERRE E HIJOS S.L. *	Halle 2	A17
APLI PAPER S.A.U. *	Halle 3	D20
Andreu-Toys	Halle 3	E30
Banwood SL *	Halle 3	D34
GIFTS&PACK, S.L. *	Halle 3	D09
Lorena Canals S.L. *	Halle 3	E32b
Oli & Carol SL *	Halle 3	E32a
Bastones y Souvenirs Calvo S.L.U. *	Halle 3A	E05
Cocoteles *	Halle 3A	H40
GRAPAT	Halle 3A	F06
Londji, SL *	Halle 3A	G01
AKROS INTERDIDAK, S.L. *	Halle 4	A26
C Y P Brands Evolution S.L. *	Halle 4	D27 – E26
Claudio Reig, S.L. *	Halle 4	B55 – C54
FAPI GARROTXA	Halle 4	E22
GAME-MOVIL S.L. *	Halle 4	A58
Grupo Erik Editores S.L. *	Halle 4	D13 – E10
HenBea	Halle 4	A44
JOUMMA BAGS S.L. *	Halle 4	C15
KARACTERMANIA	Halle 4	A40
NIEFENVER Ibérica, S.L.	Halle 4	F87
TOYBAGS S.L.U. *	Halle 4	D05
VYAPARA GROUP S.L.	Halle 4	D08
SANJA / BIZAK, S.A. *	Halle 4A	C08
Toys and Humans SL *	Halle 4A	C03

AMAYA SPORT S.L. *	Halle 5	A27
ARDITEX, S.A. *	Halle 5	B87
Desko Licensing Group SLU	Halle 5	A38
EDUCA BORRAS SAU *	Halle 5	A64
GONHER, S.A. *	Halle 5	B66
Kids Licensing	Halle 5	B74
MINILAND S.A.	Halle 5	B02
SUMO DIDACTIC S.L. *	Halle 5	B89
FUNKY BOX CREATIVITY S.L	Halle 6	A27
Golden Toys S.L.	Halle 6	A14
STOR S.L. *	Halle 6	A19
Innovaciones Ferre – KUAKI MERMAIDS *	Halle 7	B45
MOLTO Y CIA, S.A. *	Halle 7	E22
TOIM SL *	Halle 7	A43
AMMO by Mig Jimenez	Halle 7A	E30
Acrylicos Vallejo S.L. *	Halle 7A	D49
Domus kits *	Halle 7A	E37
HIJOS DE JOAQUIN DOMENECH SL *	Halle 7A	B04
Runsun International SL	Halle 7A	E04
CIALFIR *	Halle 9	E53
Comercial Persan, S.A.	Halle 9	D28
El Rey Del Carnaval S.I. *	Halle 9	A36
Eurocarnavales S.A	Halle 9	C28
FIESTAS GUIRCA, SL	Halle 9	D57-E58
FLEXMETAL SL *	Halle 9	A83
GRIFOLL PRINT PROMOTIONS, S.L.	Halle 9	B06
Globos Festival, S.A. *	Halle 9	A66
Hispánica de Globos, S.L.	Halle 9	F35
Industrial Verbenera Castellonense *	Halle 9	A90
Royaltex Balloon Company, S.L.	Halle 9	D28
The Sarao Factory *	Halle 9	E62
Obeikan MDF España S.L.U.	Foyer Halle 10	Foyer Halle 10-12
ATOMO GAMES EDITORIAL, S.L.	Halle 10	G03
COMPUDID S.L.	Halle 10	F18
Devir *	Halle 10	A05
JUGUETES CAYRO, S.L. *	Halle 10	F21
JUGUETES CAYRO, S.L. *	Halle 10	E26
Magic Box Int. Toys S.L.U.	Halle 10	D31
RECHAPADOS FERRER, S.L. *	Halle 10	J03
TCG Factory *	Halle 10	D07
WORLD ALIVE SL	Halle 10	C02
FALOMIR JUEGOS	Halle 10.1	C15
Jumbo Group	Halle 10.1	D02-F13, D12-F17
ICEX-ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES E.P.E *	Foyer Halle 12	Foyer Halle 12-08
COLORBABY S.L. *	Halle 12	F23
Famosa By Giochi Preziosi	Halle 12	D12-E07
SAFTA, S.A. *	Halle 12	I31
TIGERHEAD TOYS LTD *	Halle 12	F17
UNICE TOYS S.L. *	Halle 12	G08-H09
INJUSA *	Halle 12.2	P27

* empresas visitadas por la oficina comercial

5.3. De los países competidores

Respecto a los competidores directos de las expositoras españolas, cabe destacar las empresas alemanas. En total han asistido 443, más del triple de las empresas españolas. El sector juguetero alemán destaca por su histórica presencia consolidada en el mercado, reconocimiento tanto nacional como internacional y por la destacable calidad de sus productos (realizados con madera). Estas cualidades de las empresas alemanas dificultan la entrada de compañías españolas como competidoras en el mercado germano. Además, cabe destacar la presencia en la feria de los vecinos europeos, como los italianos, británicos, neerlandeses o polacos, con buena presencia en el continente.

Por último, las empresas asiáticas también han estado presentes en el certamen con una oferta muy elevada; China, Hong Kong, Taiwán o la India.

5.4. Recomendaciones

Para recibir más información sobre el certamen puede dirigirse a:

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN DÜSSELDORF



Departamento de Hábitat e Industrias Culturales
Jägerhofstraße, 32
40479 Düsseldorf
DEUTSCHLAND

Correo Electrónico: DHC@comercio.mineco.es
Teléfono: 0049 (0) 211-49366-28

La Asociación Española de Fabricantes de Juguetes también ofrece ayuda a sus socios en la promoción exterior. Sus datos de contacto son:



La Ballaora, 1, 03440 Ibi, Alicante
Teléfono: 966 55 11 76
Página web: <https://www.aefj.es/>
Correo Electrónico: aefj@aefj.es

A continuación, se exponen las recomendaciones básicas para la participación en cualquier feria alemana:

a) Antes de la exposición en la feria:

Realice un **mailing** previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitarles en su *stand* (indique dónde se les puede encontrar, tal como aparece en el catálogo de la feria, para que la empresa alemana les pueda localizar). El *mailing* debería realizarse con dos meses de antelación, puesto que este plazo permite que las empresas alemanas tengan tiempo de planificar la visita y estudiar su oferta. Los visitantes generalmente tienen poco tiempo en la feria y van con las agendas cerradas, por lo que para conseguir captarles se ha de actuar con planificación. Puede solicitar un listado de potenciales clientes que se ajusten a su perfil a la Oficina Comercial, para ello describa sus productos y aporte información sobre su nivel de precios, volúmenes de fabricación y ventas, experiencia en exportación etc.

Haga un **seguimiento** del *mailing*, contactando primero a las empresas que han mostrado interés por sus productos, y después al resto de las que han sido invitadas. A las que hayan contestado, puede ser interesante remitirles más información sobre su empresa, productos o precios según consideren oportuno, o según las peticiones de información que les haya hecho la empresa. Esta labor debe realizarse el mes antes de la feria, puesto que las empresas alemanas cierran sus agendas de contactos con bastante antelación.

Solicite a la Oficina Comercial **información general sobre el mercado**: Familiarícese con la situación económica general y las particularidades nacionales (horario de apertura de los comercios, grado de descentralización política, sistemas de pago habituales).

Solicite **información sobre el sector** de interés: Hágase una idea general previa del sector en el país (las cantidades del producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia). Esta información le ayudará a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.

Asegúrese de que su **material de presentación** está mínimamente adaptado para la promoción internacional: tarjetas de visita, catálogos, listado de precios como mínimo en inglés. Si es posible, también es muy recomendable tenerlo en alemán.

Adquiera el **catálogo de la feria** contactando con la organización ferial correspondiente y utilícelo para seleccionar las empresas que puedan ser de su interés: empresas alemanas como potenciales clientes, empresas de otros países que sean competidores reales, empresas españolas ya en el mercado.

Planifique su tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todas las empresas seleccionadas.

Organice con suficiente antelación su **estancia** en el país, así como todos los aspectos logísticos: billete y reserva de avión (o transporte alternativo), reserva en el hotel, asegúrese un acompañante que hable alemán (personal de la empresa, o solicite un listado de azafatas-intérpretes en la Oficina

Comercial y contácteles con previa antelación), transporte del producto y material que piensa exponer en la feria.

b) Durante la feria:

Consejos generales para las **entrevistas**: Sea puntual, no se exceda en el tiempo, no prometa lo que no puede cumplir, anote las condiciones que le proponen, aunque no le interesen, no olvide las preguntas que le hacen, fíjese en los datos que se insinúan sobre la competencia.

Observación del **material promocional**: El primer paso para intentar introducirse en el mercado, es adaptar su material promocional a las costumbres comerciales del país. Si todavía no dispone de catálogos, listas de precios y tarjetas de visita en alemán, tome ejemplos de los que se presentan en la feria. No suele ser suficiente la simple traducción, otros aspectos también son de vital importancia (tamaños de catálogos y tarjetas de visita, precios FOB/CIF, especificaciones normativas y de certificación, texto descriptivo acompañando las fotografías).

Observación del **producto y los precios de la competencia**: Observe sobre todo las adaptaciones específicas al mercado, la forma de presentación, el diseño, los productos complementarios, los tamaños, los envases y el etiquetado, etc. Antes de entrar definitivamente en un mercado deben analizarse las posibilidades reales según si el producto es realmente competitivo.

Si tiene la posibilidad, al **visitar los expositores españoles**, intente contrastar su experiencia en el mercado y en la feria. Puesto que las costumbres comerciales de las empresas españolas serán las más parecidas a las suyas, sus comentarios pueden orientarle sobre sus posibilidades y las dificultades reales que va a encontrar en el mercado.

Recoja la **información** gratuita del servicio de prensa de la organización ferial (si no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se lo envíen a la empresa). Esta información suele referirse a la coyuntura del sector en el país, a las novedades presentadas en la feria y a la participación (nacional e internacional) en la misma.

Diríjase a los **stands de las publicaciones profesionales** y coja los ejemplares gratuitos: En ellos puede obtener una idea aproximada del sector en el mercado (los líderes del sector, la oferta, las formas típicas de promoción y publicidad).

También puede completar su información sobre las publicaciones especializadas para poder decidir en el futuro si realizar una inserción en alguna de ellas.

Diríjase igualmente a los **stands de las asociaciones sectoriales**. Éstas suelen editar también, con motivo de la feria, *dossier* de información sectorial de tipo coyuntural, así como de la estructura de la industria. Puede que distribuyan folletos de presentación en los que pueden ser de interés los servicios que ofrecen a sus asociados (servicio de contactos, requisitos legislativos, normativa de contratación de agentes comerciales) así como un listado actualizado de los asociados.



Aproveche el viaje para visitar personalmente los diferentes **canales de distribución**: Observe las características del producto español y de otros países y sus precios y contraste sus observaciones con los datos que ya estaban a su disposición y con los de su propia empresa.

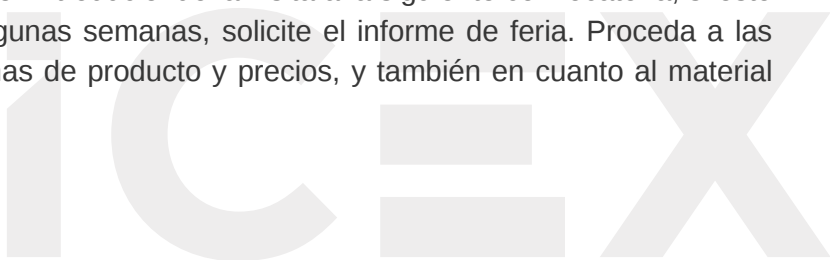
c) Después de la feria:

Cuide los **contactos** que ha realizado: Envíe los datos que le han pedido en las entrevistas y aproveche para mandar información promocional sobre su empresa.

Organice y **analice la información** conseguida para que pueda servir en las actuaciones siguientes: Anotaciones de las entrevistas, publicaciones sectoriales, *dossier* de prensa, folletos de las asociaciones, catálogos, listas de precios de la competencia.

Solicite **información complementaria** a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en su primer contacto y a analizar sus posibilidades en el país.

Desarrolle su **estrategia en el mercado**: Introduciendo la visita a la siguiente convocatoria, si esto se considera de interés y, pasadas algunas semanas, solicite el informe de feria. Proceda a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, y también en cuanto al material promocional.



6. Anexos

6.1. Artículos de prensa

- Informe final Spielwarenmesse:
<https://www.spielwarenmesse.de/de/magazin/branchennews/spielwarenmesse-baut-position-als-einziges-globales-branchenevent-aus/>

6.2. Direcciones de interés

- Página web de la feria: <https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html>
- Planificación y preparación de la próxima edición:
<https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html>
- Suscripción al *newsletter* de la feria: <https://ambiente-newsletter.messelogo.de/en>
- Aplicación de la feria:
 - Apple Store: <https://apps.apple.com/de/app/spielwarenmesse/id410289557>
 - Google Play Store:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=de.corussoft.spielwarenmesse>



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones