

Conférence de presse européenne du 22.03.2023 Madrid- Dossier de presse



Agenda	2 >>
PR 4 "spoga+gafa 2023 : une plus grande surface de présentation, plus d'exposants et plus de visiteurs"	3 >>
Thème principal - Social Gardens	7 >>
spoga gafa 2023 - rapport sur les tendance et les	9 >>
Infosheet spoga+gafa 365 EN	12 >>
Inlay Keynote Manuel RUCAR EN	13 >>
BIAG Press release EN	16 >>
EDRA-GHIN Press release EN	20 >>

spoga+gafa
18.06. - 20.06.2023
www.spogagafa.com

Conférence de presse européenne

spoga+gafa 2023

Mercredi 22 mars 2023, 15h00, Impact Hub Madrid

Remarks

Bienvenue

Représentant(e) de la ville de Madrid

Exposé:

Les salons en temps de pandémie & Faits et nouveautés concernant spoga+gafa 2023

Stefan Lohrberg, Directeur Koelnmesse GmbH

Table ronde sur le sujet :

La situation des producteurs et des distributeurs

Anna Hackstein, Directeur général Industrieverband Garten e.V. (IVG)

John W. Herbert, Secrétaire général European DIY Retail Association (EDRA) / Global Home Improvement Network (GHIN)

Martina Mensing-Meckelburg, Présidente Verband Deutscher Garten-Center (VDG)

Norbert Jedrau, Directeur général Barbecue Industry Association Grill e.V. (BIAG)

Discours:

Thème Tendances - the colors come back

Manuel Rucar

Welcome address, discussion host

Modération

Camilla Biasio, Appelhagen Management, Starnberg

Lien vers la banque d'images: www.spogagafa.de/Bilddatenbank

Lien vers les informations de presse: www.spogagafa.de/Presseinformationen

Status: 20.03.2023

Initials: SEN



spoga+gafa 2023
18.06.-20.06.2023

www.spogagafa.com

No. 4 / March 2023, Cologne
#spogagafa

spoga+gafa 2023 : une plus grande surface de présentation, plus d'exposants et plus de visiteurs

Le plus grand salon mondial du lifestyle au jardin affiche complet

Hormis quelques emplacements restants, le salon de référence mondiale a fait le plein de réservations à trois mois de son déroulement. Du 18 au 20 juin, des exposants de tous les continents rencontrent au parc des expositions de Cologne les décideurs du monde entier, ceux-ci représentant le commerce spécialisé et les grandes surfaces. spoga+gafa débutera deux jours après la clôture du Global DIY-Summit qui se tient à Berlin cette année.

L'année dernière déjà, spoga+gafa a accueilli à Cologne plus de 1 000 exposants de 52 pays. Des chiffres qui seront à nouveau dépassés en 2023, avec l'ouverture de quatre halls supplémentaires, ce qui porte leur nombre à 14 en tout.
« Nous sommes très satisfaits de l'évolution actuelle. S'agissant du nouveau rendez-vous en juin, mis en place dès l'année dernière, les retours positifs des professionnels se multiplient. Mentionnons également son formidable retentissement auprès des exposants. Les visiteurs peuvent ainsi s'attendre au déroulement cette année d'une édition de spoga+gafa encore plus grande et plus internationale », a déclaré Stefan Lohrberg, directeur du salon.

Retour des exposants et accroissement de la surface de présentation

La croissance du salon repose sur de multiples facteurs : il y a d'une part les exposants intercontinentaux, venant par exemple d'Amérique du Nord et d'Asie, qui sont plus nombreux à rechercher le contact, à spoga+gafa, avec le commerce national et mondial. Parallèlement à cela, le nombre de participants d'Allemagne, d'Autriche, de Suisse, des pays du Benelux et d'Europe a nettement augmenté par rapport à l'année précédente.

En concertation avec les exposants, le salon a de nouveau élargi l'offre des quatre segments « "garden unique », « "garden creation & care », « "garden bbq » et « garden living ». L'augmentation du nombre de participations et, par conséquent, l'agrandissement de la surface de présentation témoignent du succès de cette évolution continue de spoga+gafa.

« En regardant les différents segments, c'est avec fierté que nous constatons que l'offre présentée à Cologne - décoration outdoor, jeux au jardin, mobilier de jardin et dispositifs d'ombrage, barbecues - est la plus importante au monde. Non seulement la qualité d'exposition augmente, les visiteurs peuvent également s'attendre à vivre une expérience de salon encore plus intense. C'est ainsi que dans les halls où sont exposés les barbecues, les îlots de présentation exclusifs sont plus nombreux et qu'il en est de même des animations culinaires », a ajouté Stefan



spoga+gafa
18.06. - 20.06.2023
www.spogagafa.com

Your contact:
Karen Schmithüsen
Tel.
+49 221 821-2231
e-mail
k.schmithuesen@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
P.O. Box 21 07 60
50532 Köln
Germany
Tel. +49 221 821-0
Fax +49 221 821-2574
www.koelnmesse.com

Executive Board:
Gerald Böse (President and Chief Executive Officer)
Oliver Frese

Chairwoman of the Supervisory Board:
Mayor of the City of Cologne
Henriette Reker

Headquarters and place of jurisdiction:
Cologne
District Court Cologne, HRB 952

Lohrberg, directeur de spoga+gafa.

Page
2/4

La tenue en amont de Global DIY Summit, organisé par EDRA/GHIN, devrait avoir un impact positif sur le nombre de visiteurs de spoga+gafa

Le congrès du secteur mondial du bricolage s'est déroulé cette année à Berlin. Il devrait en résulter d'autres effets positifs sur spoga+gafa en raison de sa proximité temporelle et spatiale, ceux-ci profitant aux exposants. Le DIY-Summit a lieu du 14 au 16 juin, soit quelques jours avant spoga+gafa.

Surfaces à valeur ajoutée et programme varié sur l'ensemble du site

Le thème principal de cette année « Social Gardens - des lieux de rencontre » joue un rôle important dans la configuration du parc des expositions. Le propre jardin, le balcon ou la terrasse prennent une importance grandissante et sont une fois de plus l'espace de rencontre des membres de la famille, des amis et des voisins. Fabricants et commerçants accompagnent le développement de cette fonction sociale en proposant de nouveaux produits et solutions. Avec « Social Gardens - des lieux de rencontre », spoga+gafa 2023 met en lumière l'importance du jardin et montre l'importance sociale que prend, à l'échelle mondiale, le propre espace de verdure. Des conférences, des tables rondes et des entretiens avec des experts internationaux du secteur vert permettent d'approfondir le thème principal et de mettre en lumière d'autres défis auxquels la branche est confrontée. Que ce soit sur la scène aménagée dans le hall 6 ou au BHB Garden Summit qui se tient en parallèle (mardi 20 juin 2023) et a pour thème, cette année, « Adaptation au changement climatique et plein de valeurs ».

Cette année, le concept du point de vente Green Solution Islands comporte également de nouveaux contenus, des vecteurs de valeur ajoutée et des messages montrant les solutions à appliquer pour améliorer le chiffre d'affaires. D'autres branches d'activité et l'avenir du commerce sont également pris en considération. Au programme d'animation du salon figurent également des aires spéciales comme le Boulevard of ideas, le Trendshow Outdoor Furniture, Decoration and BBQ, ainsi que des tours de stands sur des thèmes variés, au parc des expositions.

Plateforme de matchmaking spoga+gafa 365

En plus d'un rendez-vous annuel à Cologne, spoga+gafa propose également au secteur du lifestyle au jardin, fin mars, un point d'ancrage virtuel. La plateforme de matchmaking spoga+gafa 365 réunit l'offre et la demande, les professionnels et les produits tout au long de l'année. Le matchmaking assisté par l'intelligence artificielle, qui offre une possibilité simple d'effectuer les préparatifs de salon et le travail de suivi, et de captivants événements B2B pour acheteurs étendent au monde numérique l'offre de spoga+gafa. « Nous sommes des spécialistes de la mise en relation B2B et nous adressons aux professionnels du lifestyle au jardin. Nous mettons en relation acheteurs et fournisseurs au niveau international. Avec notre plateforme innovante de matchmaking spoga+gafa 365, nous pouvons désormais offrir également cette valeur ajoutée au-delà du déroulement de notre salon qui est la référence mondiale de sa catégorie. Et cela, toute l'année, dans le monde entier, via le numérique », a déclaré Stefan Lohrberg, directeur de spoga+gafa.

spoga+gafa 2023 a lieu du 18 au 20 juin au parc des expositions de Cologne.

Koelnmesse - salons dédiés à l'industrie des intérieurs, des aménagements

outdoor et du design: Koelnmesse joue un rôle de premier plan au niveau international dans l'organisation et la tenue de salons consacrés à l'ameublement et à la décoration, au mobilier, au design, à l'habitat ainsi qu'au jardin sous le signe du lifestyle et aux univers de travail modernes. À Cologne, les salons de référence mondiale imm cologne, LivingKitchen®, spoga+gafa et ORGATEC, qui sont les grands rendez-vous internationaux de toute l'industrie, présentent les nouvelles tendances, les produits les plus récents et les innovations. En outre, Koelnmesse élargit son portefeuille précisément à l'international : ORGATEC TOKYO sera inauguré en 2022. Ce sera le premier salon au Japon, centré sur les univers de travail professionnels et hybrides. En tant qu'événement satellite d'imm cologne et d'ORGATEC, idd shanghai offre aux entreprises européennes du secteur de l'ameublement et de la décoration, catégories premium et luxe, une scène exceptionnelle pour la présentation de produits design exclusifs.

Plus d'informations: <https://www.spogagafa.com/trade-fair/spoga-gafa/industry-trade-fairs/>

Les prochains salons:

ORGATEC TOKYO - SHIFT DESIGN - The leading international trade fair in Asia for the modern workspaces, Tokyo 26.04. - 28.04.2023

imm Spring Edition - The interior business event, Cologne 04.06. - 07.06.2023

spoga+gafa - The garden trade fair, Cologne 18.06. - 20.06.2023

Remarque à l'attention des rédactions:

Des photos de spoga+gafa sont disponibles sur la base iconographique de Koelnmesse, site www.spogagafa.com/imagedatabase rubrique « News ».

Complément d'information: www.spogagafa.com/pressinformation

En cas de publication, merci de nous adresser un justificatif.

Vous trouverez ici le spoga+gafa sur les réseaux sociaux :

Facebook :

<https://www.facebook.com/spogagafa>

Instagram :

<https://www.instagram.com/spogagafa/>

LinkedIn :

<https://www.linkedin.com/showcase/spoga-gafa>

Pour plus d'informations veuillez vous adresser à:

Karen Schmithüsen

Public and Media Relations Manager

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Cologne

Germany

Phone: +49 221 821-2231
Mobile +49-176-12563444
k.schmithuesen@koelnmesse.de
www.koelnmesse.com

Page
4/4

Social Gardens - des lieux de rencontre

Leur force unificatrice a rarement été aussi importante qu'aujourd'hui. Les jardins nous réunissent, quels que soient notre origine, notre statut ou nos opinions. Lorsque jardiner, planter ou se détendre en plein air favorise l'interaction sociale, on parle de **Social Gardens**. Ils développent l'esprit de communauté, contribuent à la bonne santé, aident à se régénérer et sensibilisent à la préservation de notre environnement naturel. **spoga+gafa 2023**, qui a pour thème principal **Social Gardens**, se focalise sur les jardins, les balcons et les terrasses en tant que lieux de rencontre, variés, fédérateurs et durables.

Refuge commun

Au-delà de toutes les frontières et cultures, le jardin a toujours été un lieu auquel on aspire, un lieu d'accueil et de convivialité. Après deux années de pandémie et étant donné la situation géopolitique actuelle, c'est d'autant plus le cas aujourd'hui. Les jardins et, d'une manière générale, les espaces de verdure deviennent de plus en plus importants en tant que refuges communs, à l'abri des turbulences urbaines. Ils permettent de se ressourcer, de se déconnecter d'un quotidien à 100 à l'heure et de se rapprocher des autres.

Dans la sphère privée, c'est, entre autres, partager un instant de convivialité ou se réunir autour d'un barbecue, en famille, entre voisins et amis. Mais, les « **Social Gardens** », ce sont aussi des tendances comme le jardinage urbain, celles-ci impliquant d'être ensemble dans des espaces (semi-)publics. Outre le verdissement urbain ou l'autosuffisance, les jardins citoyens ou les initiatives de partage ont toujours à l'esprit l'échange social. Ils créent ainsi des espaces communs et encouragent l'action dans la durée.

Des jardins et plus encore

Les jardins, les balcons et les terrasses de même que les jardins ouvriers, les parcs publics et d'autres îlots de verdure en milieu urbain - mais aussi les lounges de plein air au bureau et les terrasses de restaurants sont aujourd'hui des espaces de rencontre végétalisés. Des espaces extérieurs, privés et publics, s'animent dans le cadre d'activités communes. Les uns avec les autres et les uns pour les autres. Des gens de tous âges deviennent créatifs, embellissent ensemble leur environnement, entretiennent des espaces verts, cultivent des fruits et des légumes ou se détendent au grand air.

Fabricants et commerçants accompagnent le développement de cette fonction sociale et boostent l'énergie régénératrice du jardin en proposant de nouveaux produits et solutions - canapés modulables et extensibles, cuisines d'extérieur entièrement équipées, instruments de jardinage pour les plus petits et outils ergonomiques pour le do-it-yourself ou les initiatives de partage.

Nouveautés pour espaces de vie verts

Tout produit de jardin a une qualité sociale et interactive en plus de ses qualités fonctionnelles et conceptuelles. C'est seulement par l'interaction sociale qu'il acquiert sa propre magie : le tuyau d'arrosage ou l'arroseur de pelouse avec lequel les enfants jouent au soleil ; le salon de jardin où les membres de la famille se détendent ensemble ; la plate-bande surélevée dans laquelle poussent des légumes cultivés avec des voisins ou le barbecue pour un repas entre amis. Le « **Social Gardening** » va au-delà du simple jardinage - l'espace de vie qu'est le jardin offre la possibilité de se redécouvrir et de s'activer ensemble.

Les « **Social Gardens** » sont variés et offrent une grande marge de manœuvre aux jardiniers amateurs, qu'il s'agisse de meubles de plein air polyvalents, de plantes, de substrats et de terreaux pour l'aménagement durable du jardin, de solutions ingénieuses pour grils et barbecues ou de l'équipement moderne du jardin. **spoga+gafa** permet de découvrir toutes les nouveautés de la branche et leur potentiel pour des espaces extérieurs végétalisés et vivants. Avec « **Social Gardens** », le salon de référence internationale met en lumière les tendances actuelles du jardin, insiste sur l'importance sociale des jardins à l'échelle mondiale et redevient ainsi un lieu d'échange et de rencontre.

spoga+gafa 2023: rapport sur les tendances et les nouveautés

Toute l'attention se reportera sur les Social Gardens lors de la réouverture des portes de spoga+gafa, du 18 au 20 juin 2023. C'est le thème principal de l'édition 2023 du plus grand salon mondial du lifestyle au jardin. La présentation, à Cologne, de nouveaux produits du secteur vert, porte sur les jardins en tant que lieux de rencontre et d'interaction sociale. Un coup d'œil sur les tendances actuelles du jardin montre qu'une nouvelle dynamique a été insufflée ces dernières années à des thèmes tels que la communauté, la santé et la durabilité. Parmi les mégatendances mondiales que sont l'urbanisation et la néo-écologie, la conception d'espaces extérieurs continue de gagner du terrain.

Le jardin, espace commun : vivre ensemble en plein air

Le jardin est un endroit pour prendre du recul, se détendre et se ressourcer en toute sécurité. De nos jours, son pouvoir fédérateur est mis en avant. La question essentielle est de savoir comment renforcer le lien social. Pour permettre à ses occupants de se retrouver en famille, entre voisins et amis, le logement s'affranchit de ses limites traditionnelles et se déplace vers l'extérieur. Les fabricants de mobilier de jardin proposent dans ce contexte un grand nombre de nouveautés : des tables pour manger, des fauteuils et des canapés lounge rembourrés, des appareils de cuisson et même des cuisines entièrement équipées prennent place désormais à l'extérieur et invitent à se retrouver. On mange ensemble, on rit, on parle et on se détend. Le jardin devient un espace social avec un haut niveau de design et de fonctionnalité.

City Gardening : croissance des voisinages

Les villes redeviennent plus attractives lorsqu'il y a davantage d'espaces verts servant de lieux de rencontre. C'est là qu'entrent en jeu des tendances comme le City Gardening, celles-ci développant l'esprit de communauté et favorisant les échanges sociaux. « City Jungle » ou « Green Love » - comme l'indiquent déjà les noms de produits actuels pour espaces urbains non bâtis, la végétation se réapproprie la ville. Non seulement les plantes, les fleurs et les aromates prospèrent sur les balcons et les toits-terrasses mais il en est de même des relations humaines. Ce sont des endroits où l'on plante, récolte, se détend et fait des grillades, Des meubles lounge modulaires, des parasols à faible encombrement et des grils de balcon font même du moindre espace extérieur un îlot résidentiel urbain. Des tables de culture compactes et des tuteurs ou des mini-serres permettent d'escompter une récolte abondante sur un espace réduit. L'association de plates-bandes surélevées se traduit par une grande diversité d'agencements du jardin communautaire du quartier.

Jardinage durable : lutter ensemble contre le dérèglement climatique

Outre la dimension sociale, la protection de l'environnement joue également un rôle majeur dans le jardinage durable. Une tendance croissante consiste à repenser notre culture produit.

L'objectif visé : utiliser moins de ressources en agissant sur le cycle de vie des matériaux. Les matières plastiques entrant dans la fabrication de meubles de jardin, de pots de fleurs ou de boîtes à germination proviennent des océans ou sont issues du recyclage d'autres déchets plastiques. Les nouveaux composteurs fabriqués à partir de 100 % de matières recyclées sont doublement synonymes de « circuits verts ». Même la fabrication de remises à outils en métal est maintenant climatiquement neutre - grâce à l'électricité verte et au financement compensatoire de projets d'atténuation du changement climatique. Au niveau du jardinage, on utilise davantage de produits régionaux et de plantes endémiques ou des végétaux résistants à la sécheresse. Les produits biodégradables, les terreaux sans tourbe et les matières renouvelables comme le bois, le bambou et le rotin pour le mobilier outdoor sont également très tendance. Pour réduire leur empreinte carbone, des meubles de jardin sont également proposés en kit afin d'en faciliter le transport.

Le jardin pour tous : multifonctionnel et ergonomique

Le jardinage fédère jeunes et moins jeunes. Afin que cela perdure, des fabricants proposent aujourd'hui des produits destinés à toutes les générations. Des outils de jardinage et des gants de travail ou des tables de culture colorées pour enfants apportent une touche de fun. L'ergonomie optimisée et le maniement simplifié permettent aux seniors de jardiner plus facilement. Pour creuser, arroser et pulvériser, il existe des outils légers avec revêtement soft touch et amortisseurs souples ou conçus pour ménager le dos de l'utilisateur. De nouvelles solutions d'encliquetage permettant de changer rapidement d'accessoires ou des systèmes d'arrosage intelligents se traduisent par un gain de confort au niveau de l'entretien du gazon. Des outils multifonctions facilitent la préparation du substrat ou l'ensemencement.

Indoor Gardening : rencontres et verdure

Le jardin est aujourd'hui un agrandissement de l'espace de vie et de travail. Inversement, des espaces intérieurs se transforment en petites oasis de verdure. Des pots pour semis avec éclairage à LED ou des serres d'intérieur permettent de cultiver chez soi des aromates et des légumes de façon à parvenir à l'autosuffisance. Des paniers suspendus, des étagères à plantes et des chariots horticoles mobiles transforment non seulement des appartements, mais aussi des bureaux ou des lounges d'hôtels en espaces fleuris. L'extérieur acquiert également une nouvelle dimension avec l'aménagement d'espaces accueillants pour la détente. Des serres au design créatif ou d'aspect vintage permettent de trouver refuge dans un cadre de verdure.

Des radiateurs à rayonnement infrarouge, un mode de chauffage qui a l'avantage d'être propre et inodore, permettent de se réunir même lorsqu'il fait frisquet. Des mini-garages pour vélos, outils de jardinage et mobilier de plein air offrent également plus d'espace pour le rangement des accessoires de jardin.

Diversité et convivialité : barbecues et cuisines de plein air

Comment mieux transformer l'espace extérieur en un centre d'interaction sociale si ce n'est en prenant un repas ensemble ? Les grils hybrides actuels permettant de cuisiner au gaz et au charbon de bois avec des voisins et des amis ainsi qu'une nouvelle génération de grils électriques offrent de nombreuses possibilités. Il suffit d'appuyer sur un bouton pour que les grils chauffent et se prêtent à la cuisson directe ou indirecte - avec réglage précis de la température et fonction autonettoyage. Une gamme de grils pratiques mais puissants peut également s'utiliser sur des surfaces restreintes. Il existe même des fours à pizza portables pour une ambiance méditerranéenne sur la terrasse ou au camping, lors de vacances. Des éléments modulaires permettent à ceux qui disposent de plus place d'agrandir facilement leur cuisine d'extérieur. Des cuisines outdoor entièrement équipées allient plaisir de cuisiner, design et expérience partagée.

À Cologne, spoga+gafa sera également un lieu d'échange et de rencontre. Salon de référence du lifestyle au jardin, il réunit du 18 au 20 juin 2023 des entreprises internationales du secteur vert et des visiteurs professionnels du monde entier. Des exposants de mobilier outdoor et d'accessoires, d'outils de jardinage, de barbecues ainsi que de cuisines d'extérieur présentent à nouveau ensemble des nouveautés pour le jardin en tant que lieu de vie social.

spoga+gafa 365

The matchmaking platform for buyers
and suppliers of the garden lifestyle

Year-round. Worldwide. Digital.

We are experts in B2B-matchmaking within the international garden lifestyle industry and bring together buyers and suppliers. We now offer you this added value beyond our leading world trade fair on our innovative matchmaking platform spoga+gafa 365.

The **benefits** at a glance



- Efficient, year-round product, supplier and new business scouting thanks to AI supported technology
- Tailored target group through a growing spoga+gafa community with currently 15,000 active users
- Company and product presentations in virtual showrooms
- 24/7/365 access to all relevant business contacts, including online tools in order to communicate and manage meetings
- Easy preparation and follow-up of the trade fair through modern matchmaking
- B2Buyer events with virtual 1:1 meetings between selected buyers and vetted suppliers

! This makes spoga+gafa 365 the first industry-specific digital platform of its kind.

More information at: www.spogagafa.com

Coming soon!



Trends & Highlights 2024

Presented by Manuel RUCAR, trendhunter of the trends consultancy CHLOROSPHERE specialized in the garden industry.

30min talk about

- Which main trends could influence and improve our markets in the next collections?
- Which new products are eagerly awaited in the coming years?

Socio/consumer point

What are the changes in consumption? How do they affect the garden market?

Who are the strategic consumers by market?

What are new consumers sensitive to? How to talk to them?

Let's make a focus on the evolutions of our company to better correspond to it in terms of offer, image and added value.

Trends & News

What are the most important mutations, huge phenomena & weak signals to take into account for tomorrow? What developments will affect our markets and why?

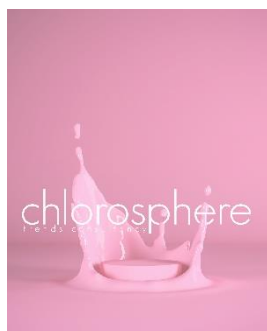
Overview of macro-trends and phenomena that will have an impact on household consumption of plants & garden products.

2024 Collections

Through a richly illustrated presentation, immerse yourself in the 2024 collections: styles, colors, materials, products, innovations, messages: which trends will energize the market in the coming seasons and how to anticipate them?

Conclusion : Prospective

In an uncertain economic mood and a questioning world, what are the tangible elements on which to rely on to draw the future? What would the ideal garden looks like tomorrow? Socio-demographic projection and geo-political context, let's take the height to plan scenarios for the future.



Manuel RUCAR

www.chlorosphere.fr/
twitter.com/CHLOROSPHERE

The colors come-back

Manuel Rucar

The colors are back in the gardens

Over the past decade or so, the market has been focused on safe bets, but an environment tainted with economic, climate and environmental uncertainty is prompting consumers to turn to outlandish projects, conspicuous styles and feel-good products. Behold the windows of fashion shops: a wave of colour is clearly on its way. What's the state of play in the garden? At the SPOGA+GAFA, the 2024/25 season will be at stake: to find out what bold choices should be attempted to keep in step with consumer trends, here we decipher the movement with our partner, the trend consultancy CHLOROSPHERE.

The awaited comeback of colour!

2015 saw the phase-out of the “too visible” lime green, purple and fuchsia, which had been overused in the pottery industry and, in the space of several years, fallen into the realm of bad taste. There then followed the golden age of anthracite, a safe and timeless bet. But in response to the monotone environment, associated over the past three years with the anxiety-ridden daily grind that encapsulates aesthetic codes in neutral tones, colour comes as a powerful antidote. It's a dash of extravagance, of liberty and of letting it all go. And it's not overindulgent at a time when morale in French society is hardly riding high. Colour helps us focus on things that are upbeat, positive and cheerful.

Since 2020 there are increasing numbers of new products in bright colours across all sectors of activity: interior design, fashion, cars, makeup, architecture, etc.

The conclusion is clear: the shopper needs to feel upbeat again. The stage has been set, the carpet rolled out, it merely remains to step out into the limelight!

A bit of (biodegradable) glitter in our lives!

This metaphor for our society is a true observation; in the space of nearly a decade, we have designed, built and planned a slightly more positive world. To educate people, packaging would nearly always come with a brown paper, natural, cardboard look – often a dull one! But the new consumers have now taken on this change, so it's time to move on to the next step: adding a bit of cheer! Whether in the form of biodegradable glitter or balloons, you only have to look at what event planners are doing to realise that it is still possible to enjoy yourself, and celebrate colour, while remaining eco-friendly. Here lies the keystone to growth tomorrow: a respectable world, but where pleasure remains.

The figurehead of this movement: the big comeback of Barbie!

Dating back precisely to Black Friday 2020, this comeback led to a record-breaking number of Google searches worldwide. Their trigger was the latest incarnation of Barbie with her “Color Reveal” collection to which young mothers flocked, eager to share the pink craze with their children. Since then, the movement has continued to grow, giving rise to an eponymous aesthetic: Barbiecore, as revealed by the world media in the summer of 2022. Celebrities

jumped on the bandwagon, proudly flying the (pink) colours of Barbie, whose celebrity will reach its zenith in July 2023 with the release of her own film. At the same time, Barbie lookalikes are invading toy departments, including at Lidl which has jettisoned its historical wooden toy collection to offer its own collection of Barbie-like dolls and their accessories. Beyond the toy, it's a whole regressive and colourful movement, tinted with nostalgia from the 80s and 90s, that is taking the creative leisure sector by storm. There is no chance, naturally, that gardens will adopt all-pink fittings and fixtures, since Barbiecore is much more subtle than that, and often plays out in lighting effects. Take a wander around the larger city centres to see, in full bloom (sometimes literally) bars, concept stores or bubble tea bars, with their pink and flowery hues on their shopfronts or in their interiors. Consumers are in need of something upbeat!

But is the market lagging behind?

As nearly all suppliers are aware, 2023 is going to be a rehash of 2022 due to supply chain problems at the end of 2021 and excess stocks following on from spring 2022. The priority for 2023 will therefore be to unload this inventory, meaning that there will be relatively few new arrivals on show. Nevertheless, for consumers, who have not seen this dormant stock, the difference will be almost imperceptible. The only hitch is that this colour revival is keenly awaited as of now, and products are not yet ready or have not yet arrived. The first retailers able to tap into this trend will enjoy outstanding sales, while the others will have to place priority on this new wave that is crashing down over the market. A word of reassurance however: the trend is a global one, and even at the main tradeshow in September 2022, there were very few signs of colour explosions at that point. We should therefore keep a watchful eye on this phenomenon whose peak is expected for 2024, but wasting no time because, as with all fast trends, it is unlikely to last for long!

As in many sectors, the garden segment is suffering in 2022/23 from excessive inventory and the lack of new products that this entails for consumers. SPOGA+GAFA will also be an opportunity to unearth the unexpected, source the atypical and find original suppliers capable of surprising gardeners looking for gaiety and cheerfulness, on the backdrop of an ominous environment where the outdoors offers a welcome breathing space for people to disconnect.

Obviously, this phenomenon will not be alone. Do not hesitate to contact CHLOROSPHERE for further details, presse materials and interviews.



Barbecue Industry Association Grill e. V.

geschäftsstelle
altendorfer str. 388
45143 essen

biag e.v. – geschäftsstelle | altendorfer str. 388 | 45143 essen

tel.: +49 201 86 31 679
fax: +49 201 86 29 110

e-mail:
zentrale@biag.org
internet:
www.biag.org

bankverbindung:
deutsche bank aschaffenburg
blz: 795 700 24
konto: 29 20 45

eingetragen beim ag essen, vr 5381

bei zahlungen und schriftverkehr bitte stets angeben

March 2023

Press release

spoga+gafa 2023

Barbecue & BBQ as focus topic

Essen, March 8, 2023. spoga+gafa (June 18-20, 2023 in Cologne) will see even more exhibitors from the international barbecue and BBQ sector than in previous years. Thematically, BBQ and grilling pleasure will also move to the forefront at the world's largest garden lifestyle trade fair.

This year, the exhibitors will help shape the content of the multi-layered guiding theme of spoga+gafa 2023 "Social Gardens - Places of Encounter" in their areas. In the corresponding Halls 7 and 8, an increase in size due to new exhibitors from North America and the DACH region became apparent at an early stage. The reason for the positive booking behavior of the BBQ sector is on the one hand the challenges of the market, and on the other hand, the good experience that the exhibitors and their trade and large-area visitors had in Cologne last year.

The focus of this spoga+gafa is on the unifying power of gardens: gardening and designing together, celebrating and relaxing. "It is obvious that BBQ and grilling as a social event plays an important role in this," says Norbert L. Jedrau, Managing Director of the Barbecue Industry Association Grill e. V. (BIAG). BIAG is - as in previous years - present in Cologne with its own exhibition stand and welcomes trade visitors to exchange ideas. BIAG will also be available to the press and public as a contact for all questions relating to BBQ and grilling.

Barbecuing - a social experience

"Barbecuing together with family and friends has always been a special experience in Germany and continues to enjoy great popularity," emphasizes BIAG. The social component of barbecuing is also confirmed by market research. For example, in a survey conducted by the Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) 93 percent of Germans who regularly barbecue said they enjoy doing so with friends because of the sociability. People have learned to value spending time together and, at the same time, exploring new culinary avenues together. This is evident in the growing business of barbecue accessories. Demand for new ways to prepare food on the grill is on the rise. Whether it's new methods of preparing meat or cooking vegetables and other side dishes, interest in variations on the grill is growing. As the latest barbecue study by mafowerk GmbH in Fürth shows, younger barbecuers up to 49 years of age in particular have intensified their barbecue behavior. One in three of them bought a new grill during the crisis - and intends to continue using it intensively. Nine out of ten of these "grill intensifiers" also want to grill more frequently after the crisis than before. For their part, manufacturers are stimulating the desire to try things out with numerous practical innovations. These will occupy a correspondingly large space at spoga+gafa.

Stable trends

This consumer behavior led to a strong boom in demand for barbecue appliances and accessories in the first pandemic years, but this then levelled off in 2022, as expected. For this reason, market observers do not speak of a slump in the market in view of the very high growth rates in previous years, but rather of a normalization at a high level. According to GfK, it is striking that average prices in many barbecue categories have risen sharply in 2022. The market researchers explain this by the fact that, following the pandemic, consumers have once again increasingly bought in DIY stores and consumer electronics centers, where higher-priced appliances in particular are on offer. The trend towards quality products and models with additional functions, as well as innovative accessories, is also being observed by the companies organized in the BIAG, which are aligning their product and brand strategies accordingly. According to BIAG, it remains to be seen to what extent the still tight supply situation for some raw materials and input materials will influence the availability and pricing of grills, accessories and fuels in the further course of this year.

April is the time to get going

By March at the latest, retail spaces should be ready for the big barbecue. This is because one in three Germans begins the barbecue season in April, according to the results of a survey conducted by POSpulse in 2021. Around 39 percent of consumers then reach for the barbecue every two weeks during the barbecue season. Almost 17 percent even grill throughout the entire year. In Germany, the most common grills are gas and charcoal grills.

BIAG promotes quality and sustainability

In principle, the issue of sustainability is becoming increasingly important, for example when purchasing high-quality charcoal and briquettes from sustainable, certified forestry. Consumers can recognize such

products at a glance when shopping. FSC or PEFC labels on the packaging identify wood from sustainably managed forests. The DIN EN 1860-2 test label ensures that the charcoal meets firmly defined requirements for premium quality: particularly high carbon content and thus excellent burning performance with low ash content. Under the leadership of BIAG, EN 1860-2, -3 and -4 for fuels, lighting aids, etc. have now been revised and optimized once again. With the support of the Spanish Standards Institute, the revised standard has been released for final approval and could then be applied in 2024.

High tech at the barbecue

In the case of the classics, charcoal grills, technical development also continues unabated. Models with special features, for example, are all the rage. In the American Smoker, for example, the food is not cooked directly over the fire, but in hot air or smoke. Japanese-style egg-shaped models are particularly suitable for indirect grilling and bread baking. And if you want to grill with charcoal today and gas tomorrow, you should take a look at one of the new combination grills. These so-called hybrid models allow either charcoal or gas to be used - or even at the same time. The latest innovations also include a wood pellet grill whose temperature can be precisely adjusted from 95 to 315 degrees Celsius. Unlike other pellet grills, this also allows for searing, according to the manufacturer. An integrated AI-based (AI: artificial intelligence) control unit monitors the core temperature and cooking level of the steaks at all times. Wood pellets made of maple, hickory and cherry, for example, specially developed for these grills are also available, and ensure particularly aromatic grilled dishes.

Numerous practical innovations

But it's also the little things that count: special smoking flavors or the right grilling tools for fish, pulled pork and poultry are just a few examples. The more unusual the barbecue ideas and the higher the demands, the greater the variety of barbecue accessories. Grill woks, pizza stones and pizza sets, grill plates, spare rib and chicken holders, hamburger presses and vegetable baskets are just a small excerpt from the accessory lists of the grill brands. Not missing is an extensive brand selection of barbecue charcoal and briquettes. Here, too, the selection of special products for special barbecue occasions and recipes is becoming ever larger. Barbecue fans who find a full range at their retailer have many shelf meters to choose from among hundreds of items. "For their part, manufacturers are spurring interest and the desire to try out new products with numerous practical innovations," emphasizes BIAG Managing Director Jedrau. "Innovations with high consumer benefits will take up a lot of space at spoga+gafa - and will once again increase people's shared experience at the barbecue."

norbert l. jedrau
- general manager -

Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V. is a growing industry association representing the interests of European manufacturers and resellers of barbecue products (barbecue grills, barbecue fuels, barbecue lighters and barbecue accessories). BIAG brings together companies from 11 countries. With its activities, Barbecue Industry Association Grill (BIAG) e.V. mainly pursues the goals: **Innovation, comfort, quality and safety.**

For more information, please visit our homepage: **www.biag.org**

EDRA/GHIN are Anticipating a Most Successful spoga+gafa in June 2023.

22/02/2023

Our members at the European DIY Retail Association and Global Home Improvement Network are very much looking forward to the world's No1. Trade fair in our sector for garden and outdoor; the international spoga+gafa to be held in Cologne in June 2023.

The advantage of this year's spoga+gafa is that it will be taking place from the 18–20 of June, directly after the 9th Global DIY-Summit, the most important event in our calendar. Moreover, with the Global DIY-Summit taking in Berlin, our members can effortlessly travel via train or plane to arrive in Cologne for the opening of spoga+gafa.

Following the huge success of the other trade fairs in our sector, it seems that more buyers than ever are flocking to these events in record numbers after a two year covid pandemic break.

The importance of the sourcing of products has also reached a higher priority following the energy crisis brought about by Putin's war in Ukraine and the dependence of gas from Russia. Buyers must ensure a balance on the sourcing of products and not become dependent on a particular company or country. The war in Ukraine and the crisis in China this year caused by lockdowns in the pandemic have made it necessary for buyers to also look for more local products.

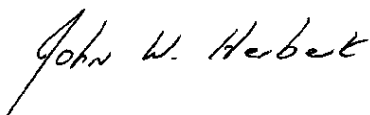
We are expecting the boom in outdoor living to continue and, combined with the mega trend for consumers to purchase more sustainable products, these will have a positive impact on sales going forward.

Today the EDRA/GHIN Network has 221 home improvement companies as members, and it seems to me that those companies who enthusiastically visit trade fairs looking for new and innovative products are much more successful than those who don't. I could give you examples of these companies, but the need to remain neutral forbids me to do so.

Trade fairs are so important for our industry, and I willingly attend as many as possible and relish the opportunities to see the many innovations created by our suppliers who are constantly improving their products.

On a final note, sales may be less this year due to the energy crisis and high inflation, but generally speaking, they will be higher than the sales in 2019 before the pandemic.

There is absolutely no question, that the pandemic has helped consumers to rediscover the importance of their homes.

A handwritten signature in black ink that reads 'John W. Herbert'.

John W. Herbert
General Secretary

ENDS

EDRA/GHIN is the voice for the home improvement industry globally, representing the entire spectrum of the home improvement industry, from local corner shops, digital players, and big box retailers. Today EDRA/GHIN represents 221 home improvement companies operating over 33,200 stores in 77 countries.