

Cartella stampa della Conferenza Stampa Europea del 22.03.2023, Madrid



Agenda	2 >>
PR 4 "spoga+gafa 2023: più superficie, più espositori, più trend"	3 >>
Tema guida - Social Gardens	6 >>
spoga gafa 2023 - report su trend e novità	8 >>
Infosheet spoga+gafa 365 EN	11 >>
Inlay Keynote Manuel RUCAR EN	12 >>
BIAG Press release EN	15 >>
EDRA-GHIN Press release EN	19 >>

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

Agenda



Conferenza stampa sul commercio europeo

spoga+gafa 2023

Mercoledì 22 marzo 2023, ore 15:00, Impact Hub Madrid



spoga+gafa 2023
18.06.-20.06.2023

www.spogagafa.com

Remarks

Benvenuto

Rappresentante della Città di Madrid

Conferenza:

Le fiere in tempo di pandemia & fatti e novità su spoga+gafa 2023

Stefan Lohrberg, Direttore di Koelnmesse GmbH

Discussione collettiva:

La situazione dei produttori e del commercio

Anna Hackstein, Direttore generale Industrieverband Garten e.V. (IVG)

John W. Herbert, Segretario Generale European DIY Retail Association (EDRA) /

Global Home Improvement Network (GHIN)

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

Norbert Jedrau, Direttore generale Barbecue Industry Association Grill e.V. (BIAG)

Discorso:

Tendenze tematiche - the colors come back

Manuel Rucar

Welcome address, discussion host

Moderazione

Camilla Biasio, Appelhagen Management, Starnberg

Collegamento al database delle immagini: www.spogagafa.de/Bilddatenbank

Link ai comunicati stampa: www.spogagafa.de/Presseinformationen

Status: 20.03.2023

Initials: SEN

No. 4 / March 2023, Cologne

#spogagafa

spoga+gafa 2023: più superficie, più espositori, più trend

Tutto esaurito alla più grande fiera al mondo di garden lifestyle

A tre mesi dall'avvio, la fiera leader globale per il lifestyle del verde fa registrare il tutto esaurito, a eccezione di singoli spazi isolati. Dal 18 al 20 giugno nel comprensorio fieristico di Colonia, aziende provenienti da tutti i continenti incontreranno i decisori del commercio specializzato e delle grandi catene mondiali. La spoga+gafa inizia due giorni dopo il Global DIY-Summit, che nel 2023 si terrà a Berlino.

Già l'anno scorso la spoga+gafa aveva accolto a Colonia oltre 1.000 espositori da 52 paesi. Numeri che saranno superati nel 2023 grazie all'apertura di 4 ulteriori padiglioni, per un totale di 14.

"Siamo molto soddisfatti degli ultimi sviluppi. Il settore manifesta grande apprezzamento per il nuovo appuntamento di giugno, inaugurato l'anno scorso, come dimostra anche il grande favore espresso dagli espositori. I visitatori potranno quindi godere di una spoga+gafa 2023 ancora più grande e internazionale", afferma Stefan Lohrberg, Director della spoga+gafa.

Ritorno degli espositori e ampliamento degli spazi

Le ragioni della crescita della rassegna sono molteplici: da un lato alla spoga+gafa gli espositori intercontinentali, provenienti per esempio da Nord America e Asia, sono sempre più alla ricerca di contatti con il commercio globale e nazionale. Allo stesso tempo, in controtendenza rispetto all'anno scorso, è cresciuto sensibilmente anche il numero di partecipanti dall'area DACH, dai paesi del Benelux e dell'Europa. Insieme ai suoi espositori la rassegna ha nuovamente ampliato i contenuti dei quattro segmenti espositivi "garden unique", "garden creation & care", "garden bbq" e "garden living". Il successo di questa continua evoluzione della spoga+gafa si traduce in una maggiore partecipazione e nell'evoluzione positiva degli spazi espositivi.

"Analizzando i singoli segmenti, notiamo con orgoglio che i visitatori troveranno a Colonia la più grande offerta al mondo di decorazioni outdoor, giochi e mobili da giardino, sistemi di ombreggiatura e BBQ. Non solo cresce la forza espositiva, ma i nostri espositori potranno anche godere di un'esperienza in fiera ancora più intensa. Nei padiglioni BBQ sarà per esempio ulteriormente potenziato il numero di aree esclusive per la dimostrazione di BBQ e di stazioni di live cooking", aggiunge Stefan Lohrberg, Director spoga+gafa.



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

Previsti effetti positivi sul numero di visitatori grazie all'organizzazione del Global DIY Summit di EDRA/GHIN a Berlino prima della fiera

Page
2/3

La vicinanza geografica e temporale al congresso dell'industria mondiale DIY che quest'anno si terrà a Berlino promette agli espositori della spoga+gafa ripercussioni positive sulla fiera. Il DIY-Summit si terrà da 14 al 16 giugno, solo pochi giorni prima della spoga+gafa.

Aree a valore aggiunto e ricco programma in tutto il comprensorio

Il tema guida di quest'anno, "Social Gardens - luoghi di incontro", caratterizzerà l'intera area fieristica. Il giardino di casa, il balcone o il terrazzo acquistano sempre maggiore importanza e si trasformano in luogo d'incontro per famiglie, amici e vicini. Le aziende e il commercio promuovono questa funzione sociale del giardino con nuovi prodotti e soluzioni. Con "Social Gardens - luoghi di incontro" la spoga+gafa 2023 si riallaccia all'importanza del giardino, sottolineando il ruolo sociale globale del verde privato.

Seminari e incontri con esperti internazionali del mondo del verde approfondiranno questa tematica e analizzeranno altre sfide dell'industria, sia sul palco dedicato allestito nel padiglione 6 che in seno al BHB-Garden Summit che si svolge in contemporanea alla rassegna (martedì 20 giugno 2023) e che quest'anno adotterà il motto "fit per il clima e ricco di valori".

Il concept di quest'anno delle POS Green Solution Island si arricchirà di nuovi contenuti, messaggi e valori aggiunti e non solo proporrà soluzioni per migliorare il fatturato, ma volgerà anche lo sguardo ad altri settori, come il futuro del commercio. Il programma collaterale della fiera sarà completato da interessanti aree speciali come il Boulevard of ideas, il Trendshow Outdoor Furniture, Decoration and BBQ, ma anche molteplici visite tematiche alla scoperta della rassegna.

La piattaforma di matchmaking spoga+gafa 365

Oltre al ritrovo annuale a Colonia, a fine marzo la spoga+gafa offre all'industria del garden lifestyle anche una casa virtuale. La piattaforma di matchmaking spoga+gafa 365 riunisce lungo tutto l'anno domanda e offerta, uomini e prodotti. Il matchmaking gestito da IA, la possibilità di preparare la fiera in tutta semplicità e gestirne il follow up, insieme a interessanti eventi B2Buyer amplificano l'offerta della spoga+gafa nel mondo digitale. "Noi siamo esperti di matchmaking B2B per l'industria del garden lifestyle internazionale e facciamo incontrare acquirenti e fornitori. Ora grazie alla nostra piattaforma innovativa di matchmaking spoga+gafa 365 possiamo garantire questo valore aggiunto senza limitarlo alle giornate espositive. Ogni giorno dell'anno, in tutto il mondo e sul digitale", spiega Stefan Lohrberg, Director spoga+gafa.

La spoga+gafa si terrà dal 18 al 20 giugno 2023 nei padiglioni fieristici di Colonia.

Koelnmesse - Fiere di settore per l'industria di Interior, Outdoor e Design:

Koelnmesse è leader internazionale in tema di arredamento, mobili, design, home e nei segmenti lifestyle in giardino e mondi del lavoro moderni. Presso il comprensorio fieristico di Colonia si tengono le fiere di riferimento a livello mondiale imm cologne, LivingKitchen®, spoga+gafa e ORGATEC, punti centrali di ritrovo dell'industria globale di riferimento per la presentazione di ultimi trend, prodotti e innovazioni. Inoltre Koelnmesse sta ampliando il proprio portfolio all'insegna

dell'internazionalità: nel 2022 si terrà la prima edizione di ORGATEC TOKYO. Sarà la prima fiera del Giappone dedicata ai mondi del lavoro professionali e ibridi. La fiera di Shanghai, evento satellite di Imm Cologne e ORGATEC, proporrà alle aziende europee dell'arredamento di fascia premium e lusso un palcoscenico unico per presentare prodotti di design esclusivi.

Page

3/3

Maggiori informazioni: <https://www.spogagafa.com/trade-fair/spoga-gafa/industry-trade-fairs/>

I prossimi eventi:

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

Nota per la redazione:

Il materiale fotografico di spoga+gafa è disponibile nella nostra banca dati immagini sul sito www.spogagafa.com/imagedatabase alla sezione "News".

Ulteriori raggugli per la stampa sono reperibili al link www.spogagafa.com/pressinformation

In caso di pubblicazione si prega di inviare copia giustificativa.

Qui puoi trovare spoga+gafa sul social web:

Facebook:

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

Instagram:

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

LinkedIn:

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

Per eventuali domande rivolgersi a:

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

Social Gardens - Luoghi di incontro

Mai come oggi si percepisce la forza unificatrice sprigionata dai giardini. Ricongiungono le persone, indipendentemente da origine, stato od opinioni. I **Social Gardens** iniziano là dove il giardinaggio, la cura delle piante o il relax all'aperto sfociano nelle relazioni sociali. Promuovono il senso di comunità, la salute e la rigenerazione, generando consapevolezza dell'ambiente naturale. Al motto di **Social Gardens** la **spoga+gafa 2023** volge lo sguardo a giardini, balconi e terrazze come luoghi di incontro vari e sostenibili.

Rifugio collettivo

Il giardino rappresenta da sempre un luogo della nostalgia e del ricongiungimento, oltre tutti i confini e le culture. Oggi ancora di più, dopo due anni di pandemia e in considerazione dell'attuale situazione politica globale. I giardini e in generale le aree verdi acquistano sempre più importanza nel loro ruolo di rifugio collettivo. Offrono spazio per riprendersi dalla frenesia quotidiana, consentendo agli uomini di ritrovarsi.

Nella sfera privata ci si ritrova per esempio in un'atmosfera rilassata, oppure si organizza una grigliata con parenti, vicini e amici. I **Social Gardens** riuniscono però anche trend quali Urban Gardening, che riguardano lo stare insieme in spazi (semi)pubblici. Le iniziative di sharing o i giardini curati dai cittadini strizzano l'occhio non solo al verde pubblico o all'autogestione, ma anche alle relazioni sociali, creando spazi comunitari e promuovendo la sostenibilità.

Non solo giardinaggio

Al giorno d'oggi i luoghi d'incontro verdi sono giardini, balconi, terrazzi, ma anche orti urbani, parchi pubblici e altre aree verdi urbane, o ancora lounge all'aperto sulle terrazze di uffici o ristoranti. Gli spazi aperti pubblici e privati si riempiono di vita e di attività condivise. Con partecipazione e reciproco vantaggio. Gli uomini di qualsiasi età mettono alla prova la propria creatività, abbellendo insieme l'ambiente, prendendosi cura delle aree verdi, coltivando frutta e verdura o rilassandosi all'aria aperta.

Le aziende e il commercio promuovono la funzione sociale e la forza rigenerante del giardino proponendo nuovi prodotti e soluzioni: da sedute combinabili e cucine outdoor super equipaggiate, a utensili per i più piccoli e attrezzi ergonomici, fino a iniziative di DIY e sharing.

Novità per il mondo del verde

Oltre alle caratteristiche funzionali ed estetiche, ogni prodotto da giardino possiede anche una valenza sociale e interattiva. Certo, perchè solo l'interazione sociale gli conferisce una magia speciale: la canna per innaffiare o l'irrigatore con cui i bambini giocano al sole, le sedute outdoor

dove si rilassa la famiglia riunita, l'orto rialzato in cui i vicini coltivano insieme la verdura o la griglia per il BBQ con gli amici. Il **Social Gardening** non è solo giardinaggio: l'ambiente del giardino offre la possibilità di riscoprirsi e praticare attività insieme.

I **Social Gardens** sono molteplici e offrono agli appassionati di giardinaggio un grande campo d'azione: mobili outdoor dagli utilizzi più svariati, piante, substrati e terre per creare un giardino sostenibile, soluzioni intelligenti per grill e BBQ o ancora attrezzi da giardinaggio moderni. Alla **spoga+gafa** saranno esposte tutte le novità del settore, evidenziandone il potenziale per gli spazi verdi pulsanti di vita. Con i **Social Gardens** la fiera leader internazionale si riallaccia agli ultimi trend del verde, sposta l'attenzione sull'importanza sociale mondiale dei giardini e si trasforma essa stessa in luogo di scambio e di incontro.

spoga+gafa 2023: report su trend e novità

Alla riapertura della spoga+gafa dal 18 al 20 giugno 2023 attenzione puntata sui Social Gardens. Sarà questo il tema guida della più grande fiera al mondo di garden lifestyle. Alla presentazione dei nuovi prodotti dell'industria del verde a Colonia si parlerà di giardini come luoghi di incontro e condivisione sociale. Uno sguardo agli ultimi trend del gardening mostra come negli ultimi anni tematiche quali comunità, salute e sostenibilità abbiano acquisito nuovo vigore. La progettazione delle aree esterne si evolve nel contesto di megatrend globali quali urbanizzazione e neo ecologia.

Giardino spazio comune: condividere la vita all'aperto

Il giardino è un rifugio sicuro dove rilassarsi e rigenerarsi. Oggi risalta inoltre la sua forza unificatrice. La domanda cruciale è: come possiamo rinforzare i legami sociali? Per ritrovarsi con la famiglia, i vicini e gli amici, l'abitare domestico esce dai confini tradizionali e si sposta all'aperto. Le aziende produttrici di mobili da giardino offrono una lunga serie di novità: tavoli da pranzo, divani e sedie imbottite, strumenti da cucina, addirittura intere cucine compatte per esterni che invitano a condividere il tempo all'aperto. Insieme si mangia, si ride, si parla e ci si rilassa. Il giardino diventa un luogo sociale, con un'alta dose di design e funzionalità.

Il City Gardening rafforza i legami di vicinato

Anche le città diventano più belle se si moltiplicano le aree verdi deputate a diventare luoghi di incontro. Qui si innestano trend come il City Gardening, che promuovono la comunità e lo scambio sociale. "City Jungle" e "Green Love" - i nomi degli ultimi prodotti per gli spazi urbani sono evocativi: il verde si riappropria della città. Su balconi e terrazze prosperano non solo piante, fiori e erbe aromatiche, ma anche la condivisione umana. Insieme si pianta, raccoglie, griglia e ci si rilassa. Mobili lounge modulari, ombrelloni dall'ingombro ridotto e griglie da balcone creano piccole isole urbane in spazi anche molto ridotti. Spalliere e tavoli per piante compatti e mini serre prospettano raccolti abbondanti in pochissimo spazio. Orti rialzati combinabili garantiscono estrema libertà di progettazione del giardino condiviso del vicinato.

Gardening sostenibile: insieme per la protezione del clima

Oltre all'aspetto sociale anche la protezione del clima svolge un ruolo centrale per il gardening sostenibile. Un trend in crescita riguarda la rivisitazione della nostra cultura del prodotto. L'ambizione è quella di creare delle filiere di materiali che comportino un minor consumo di risorse. Plastica riciclata per mobili da giardino, vasi da fiori o mini serre realizzate con materiali recuperati dagli oceani o altri rifiuti plastici.

Nuove compostiere in materiali 100% riciclati propongono filiere doppiamente "verdi". Anche i capanni per gli attrezzi in metallo vengono ora realizzati nel rispetto della neutralità climatica grazie alla corrente ecologica e alla compensazione dei progetti di protezione del clima. Per il giardinaggio si utilizzano sempre più prodotti regionali e piante autoctone, oppure arbusti che non temono la carenza d'acqua. Sono di tendenza anche prodotti biodegradabili e non contenenti torba, come anche materiali rigenerabili quali legno, bambù e rattan per i mobili outdoor. Per ridurre l'impronta di CO₂ i mobili da giardino possono inoltre essere montati in autonomia, riducendo i trasporti.

Il giardino per tutti: multifunzionale ed ergonomico

Il giardinaggio unisce giovani e anziani. E affinché continui così, le aziende propongono prodotti per tutte le generazioni. Utensili da giardino e guanti da lavoro o tavoli per piante colorati pensati per i bambini aumentano il divertimento dei più piccoli, mentre un'ergonomia ottimizzata e un utilizzo più semplice agevolano il gardening degli anziani. Per attività come scavare, innaffiare e nebulizzare sono disponibili utensili leggeri con rivestimento soft touch, ammortizzatori morbidi o un design volto a mantenere una postura che non gravi sulla schiena. Nuove proposte a scatto migliorano il comfort per la cura del prato, facilitando il cambio degli inserti o proponendo sistemi di irrigazione smart. Anche la posa dei substrati e lo spargimento della semente vengono alleggeriti da tool multifunzionali.

Indoor Gardening: incontrare il verde

Il giardino è oggi uno spazio abitativo e lavorativo allargato. Parallelamente gli ambienti interni si trasformano in piccole oasi verdi. Grazie a vasi con illuminazione a LED o serre per interni si possono coltivare erbe aromatiche e verdure all'interno delle proprie quattro mura. Vasi pensili, scaffalature per piante e carrelli mobili per fiori trasformano in paesaggi fioriti non solo appartamenti, ma anche uffici e lounge di hotel. Allo stesso tempo anche gli spazi aperti si arricchiscono di aree relax. Serre creative di design o dal look vintage offrono zone verdi dove rilassarsi. Per ritrovarsi anche a temperature più rigide esistono i radiatori a infrarossi che sono più puliti e non rilasciano odore alcuno. Gli accessori da giardino possono inoltre essere riposti in mini garage per biciclette, utensili e mobili da esterno.

Più varietà per stare insieme: BBQ e cucine outdoor

Niente di meglio di un pasto in compagnia per fare dello spazio esterno un fulcro della socialità. Con i moderni grill ibridi a gas o carbonella e una nuova generazione di bbq elettrici, organizzare una grigliata con amici e vicini è semplicissimo.

Basta premere un pulsante per scaldare la griglia in modalità diretta o indiretta e cuocere al forno impostando una temperatura precisa, con l'optional della funzione autopulente. Esiste anche una selezione di griglie maneggevoli e al contempo performanti che possono essere montate in spazi ridotti. Al giorno d'oggi ci sono anche forni per la pizza portatili per portare in terrazza o in campeggio un flair mediterraneo. Chi ha spazio in abbondanza potrà allestire liberamente la postazione ai fornelli grazie agli elementi da cucina modulari. Le cucine outdoor completamente attrezzate combinano la preparazione dei cibi con il design e l'esperienza condivisa.

Anche la spoga+gafa di Colonia sarà un luogo di scambio e di incontro. Dal 18 al 20 giugno 2023 la fiera leader del garden lifestyle riunirà le aziende internazionali dell'industria del verde e gli operatori di tutto il mondo. Gli espositori di mobili da esterno e accessori, utensili da giardino, BBQ e cucine outdoor presenteranno ancora una volta insieme tutte le novità per il giardino come ambiente sociale.

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!

 koelnmesse

European Press Conference 2023



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?

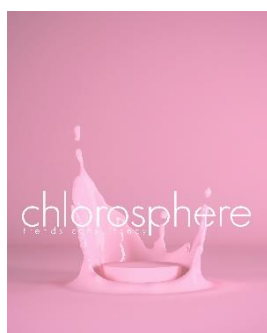
Overview of macro-trends and phenomena that will have an impact on household consumption of plants & garden products.

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 look 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.



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



European DIY
Retail Association



Global Home
Improvement Network

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.

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.