



INFORME
DE FERIAS

2022



ORGATEC

Colonia

25-29 de octubre 2022

ICEX

Oficina Económica y Comercial
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 FERIAS

01 de diciembre de 2022
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Víctor Espinós Martínez

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: 114-22-018-X



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 participación | 8 |
| 3. Tendencias y novedades presentadas | 11 |
| 4. Valoración | 12 |
| 4.1. Valoración del evento en su conjunto | 12 |
| 4.2. Valoración de la participación española | 12 |
| 4.3. Recomendaciones | 14 |
| 5. Anexos | 18 |
| 5.1. Direcciones de interés | 18 |
| 5.2. Artículos de prensa | 18 |





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

ORGATEC 2022



Fecha: 25-29 de octubre de 2022

Edición: 34ª

Frecuencia: Bienal

Carácter: Internacional

Próxima edición: 22-26 de octubre de 2024

Lugar de celebración: Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Colonia

Página web: www.orgatec.com

Horario: Para visitantes: 9:00-18:00h. Último día hasta las 16:00h.
Para expositores: 8:00-19:00.

Precio de entrada: 1 día: 55 €
Toda la feria: 85 €





| | | | |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Precio del espacio: | Hasta 12.09.21 | Hasta 31.03.22 | A partir de 01.04.22 |
| | 199,00 €/m ² | 218,00 €/m ² | 230,00 €/m ² |

Otros cargos obligatorios:

Costes de energía: 13.00 €/m²

Tasa AUMA: 0,60 €/m²

Marketing package: 1.750 €

IVA

Superficie: 116.000 m² *¹

Medios de transporte: Tren (alta velocidad, regional e interurbano S6, S11, S12 y S13), autobús (líneas 250 y 260), tranvía (líneas 1, 3, 4 y 9): paradas en la propia feria (Köln Messe/Deutz).

Aeropuertos cercanos: Colonia/Bonn (S13 directo a la feria cada 20 minutos) y Düsseldorf.

Coche: Salida directa al recinto ferial por autopistas A3 y A4.

Con la entrada a la feria se obtiene derecho asimismo a utilizar de forma gratuita los medios de transporte públicos de la región de Colonia.

¹ Dato aproximado.

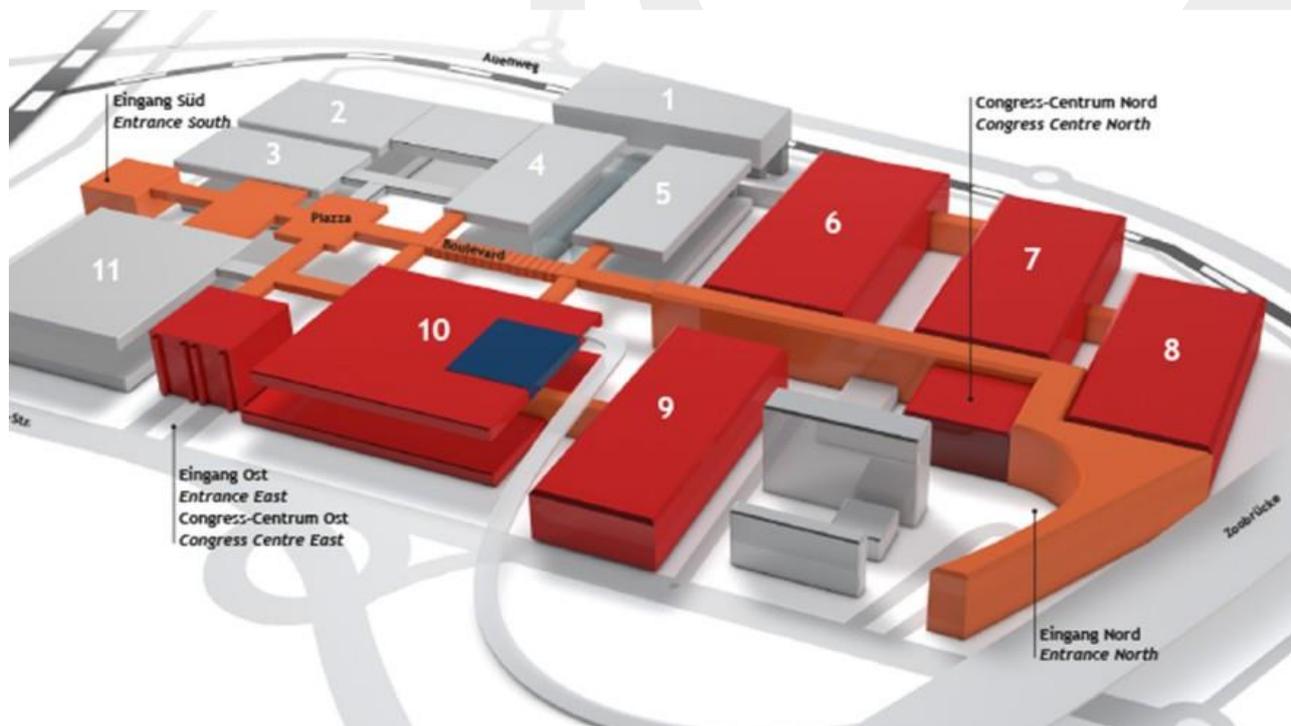
2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización

La feria ORGATEC de mueble de oficina y colectividades es la más importante del sector a nivel mundial. Tras la cancelación de la edición de 2020 por la pandemia, la edición de este año se ha celebrado entre el martes 25 y el sábado 29 de octubre de 2022. En ella, los expositores han presentado novedades y nuevas tendencias en mobiliario de oficina, decoración, acústica, iluminación, tecnología para conferencias y todo tipo de productos relacionados con el mundo de la oficina y el sector *contract*.

En esta edición, los expositores han ocupado una superficie bruta expositiva de alrededor de 116.000 m², repartida en 6 pabellones.

IMAGEN 1: PLANO DE LA FERIA



Fuente: Köln Messe



TABLA 1: EXPOSITORES POR GRUPOS DE PRODUCTO

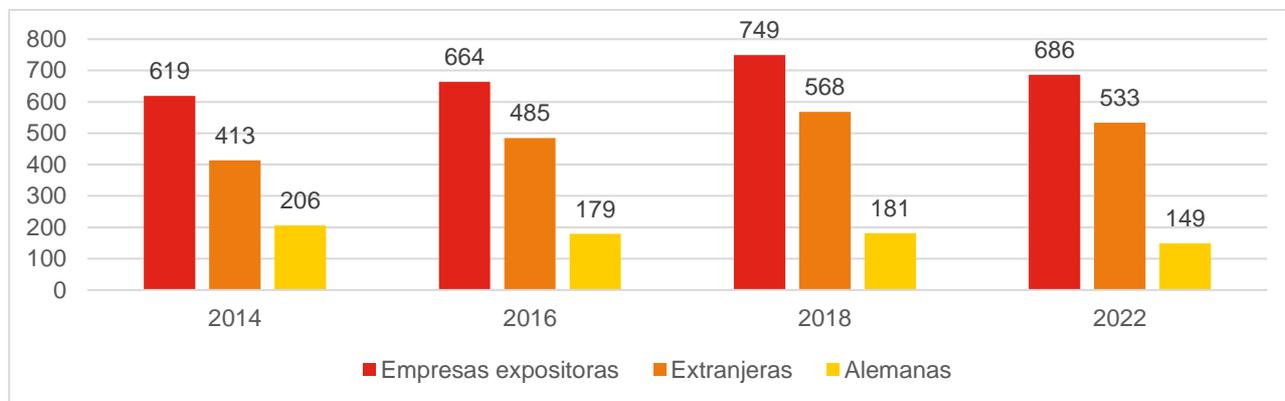
| Grupo de producto | Expositores |
|---|-------------|
| Planificación individual de oficina e instalaciones | 106 |
| Planificación general de instalaciones de la oficina, instalaciones llave en mano | 82 |
| Interiores y equipo técnico de edificios, sistemas de seguridad y tecnología de accesos | 33 |
| Gestión de instalaciones | 22 |
| Aislamiento acústico | 148 |
| Suelos | 28 |
| Iluminación | 45 |
| Tecnología audiovisual | 71 |
| Mobiliario de oficina | 469 |
| Mobiliario/Soluciones para áreas administrativas específicas | 287 |
| Mobiliario de centros de congresos y seminarios | 268 |
| Mobiliario especial y equipamiento para el sector <i>contract</i> | 254 |
| Otro mobiliario para oficina | 222 |
| Sistemas de organización, presentación y planificación y suministros de oficina | 70 |
| Decoración, <i>lifestyle</i> , accesorios | 66 |
| IT/telecomunicaciones (<i>Hardware</i>) | 21 |
| IT Soluciones (<i>Software</i>) | 27 |
| Servicios | 56 |

Fuente: Köln Messe

2.2. Datos estadísticos de participación

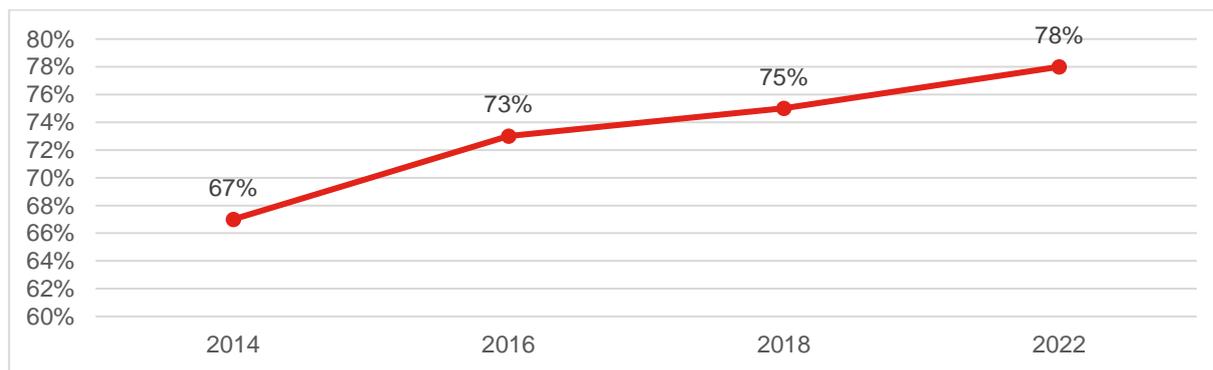
En el certamen han participado un total de 686 expositores procedentes de 43 países, de los cuales 149 eran alemanes, el 22 %. Se trata de un descenso de los expositores del 8,4 % respecto a la edición prepandemia 2018, por lo que, teniendo en cuenta que es la vuelta a la presencialidad del certamen, son buenas cifras. Asimismo, la cuota de internacionalidad de los expositores pasó del 75 % en 2018 al 78 % y con este crecimiento se observa la clara vocación internacional de la feria.

GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: Köln Messe

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE LOS EXPOSITORES



Fuente: Köln Messe

A continuación, se expone la clasificación de países con más empresas expositoras. Por continentes, el 78 % de los expositores proceden de Europa y el 20,1 % de Asia. Cabe destacar, asimismo, que España ocupa el cuarto puesto con el 7,6 % del total de expositores.

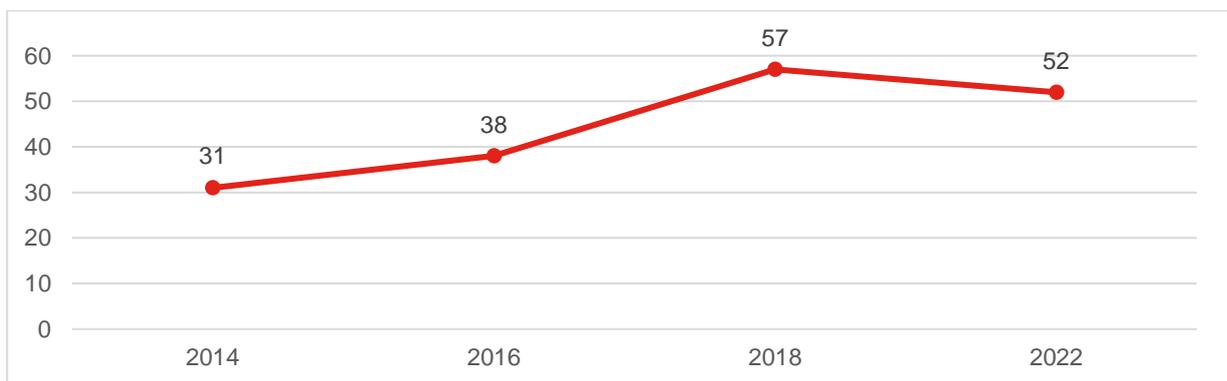
TABLA 2: RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

| Ranking | País | Nº Expositores |
|---------|-------------------------------|----------------|
| 1 | Alemania | 149 |
| 2 | Italia | 92 |
| 3 | China | 57 |
| 4 | España | 52 |
| 5 | Países Bajos | 34 |
| 6 | Polonia | 32 |
| 7 | Turquía | 29 |
| 8 | Dinamarca | 27 |
| 9 | Taiwán | 24 |
| 10 | Suecia | 21 |
| 11 | Francia | 17 |
| 12 | Hong Kong / Finlandia | 15 |
| 13 | Reino Unido | 12 |
| 14 | Portugal / R. Checa / Bélgica | 11 |
| 15 | Corea del Sur | 10 |

Fuente: Köln Messe

Por su parte, la cifra de expositores españoles ha sido de 52 en 2022, lo que representa un ligero descenso del 8,7 % respecto a la edición de 2018.

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS



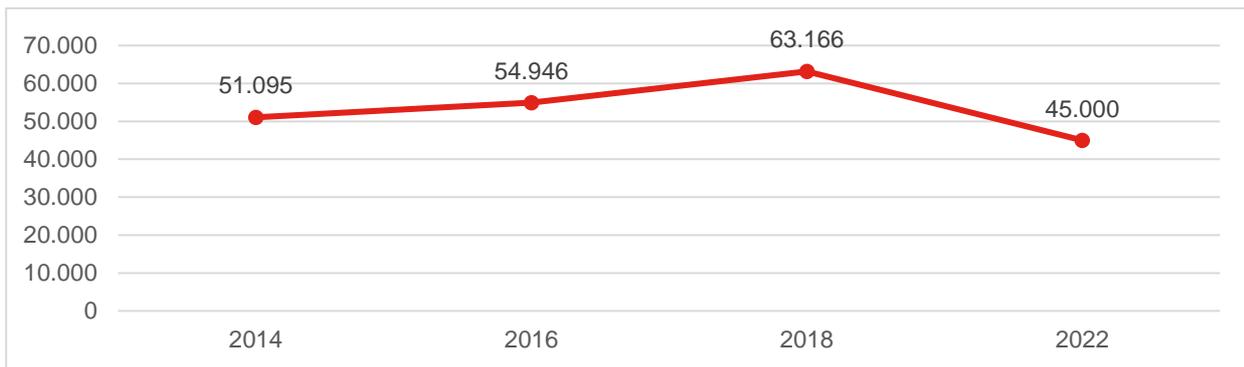
Fuente: Köln Messe

En cuanto a los visitantes, este año la feria contó con unas cifras de asistencia de alrededor de 45.000 visitantes profesionales provenientes de 130 países. Se trata pues de un fuerte descenso de visitantes del 28,8 % y también hubo cierta pérdida de internacionalidad de los mismos, pues en



la edición de 2018 acudieron visitantes de 142 países. No obstante, según la opinión de los expositores, aunque había menos afluencia de gente el nivel de los contactos era de mejor calidad que en otras ediciones.

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Fuente: Köln Messe



3. Tendencias y novedades presentadas

Además de los últimos avances en materia de **trabajo híbrido y flexible** y de **tecnologías inteligentes**, este año los puntos centrales de la feria también incluían el tema de la **sostenibilidad**.

Paralelamente a las presentaciones de las empresas expositoras, la feria volvió a contar con diversas conferencias, foros de debate y charlas de expertos en el marco de un programa de eventos y conferencias de gran calidad. Este programa se centró en la importancia sociopolítica de los mundos laborales modernos y en el impacto de los cambios recientes y los desarrollos actuales en el comportamiento de los usuarios de las oficinas y las correspondientes estrategias de las empresas.

Este año, por primera vez, se ofrecieron visitas guiadas temáticas a la feria, comisariadas por renombrados estudios de arquitectura y organizadas especialmente por arquitectos para arquitectos. La popularidad de estas visitas, que en muchos casos se llenaron rápidamente, demuestra la importancia que tiene para los visitantes profesionales una visión especializada, aunque personal, de los temas de ORGATEC.

El sector puede estar seguro de la creciente importancia del contexto sociopolítico actual sobre los entornos laborales en los próximos años. En un reciente estudio realizado por ORGATEC y el Instituto Fraunhofer de Física de la Construcción (IBP) y presentado por primera vez en la feria, cerca de la mitad de los encuestados afirmaron que esperaban que las últimas crisis afectaran a la futura distribución de su tiempo de trabajo en distintos lugares de trabajo. Esto demuestra que, aunque sigamos hablando de un tiempo "después de la pandemia" en el contexto de los entornos de trabajo, es importante reconocer que no habrá una "nueva normalidad después de la pandemia". Porque las tendencias y preferencias sobre dónde y cómo se trabajará en el futuro están constantemente sujetas a diversas influencias, y la evolución a largo plazo se ve regularmente afectada por los acontecimientos actuales.

4. Valoración

4.1. Valoración del evento en su conjunto

ORGATEC 2022 ha supuesto la vuelta a la presencialidad de este certamen que no se celebraba desde el 2018 por la pandemia y aunque las cifras muestran descensos en el número de expositores y de visitantes, ha sido el primer escaparate del sector para presentar presencialmente ideas para el **diseño sostenible** de los puestos de trabajo.

Además del intercambio personal, los expositores también esperaban que la feria sirviera de impulso para la futura situación económica del sector y la mayoría de ellos se han mostrado satisfechos con los resultados obtenidos. En opinión de Helmut Link, presidente de la Asociación de Empresas de Interior (IBA): "Así es como debe sentirse una feria líder. ORGATEC 2022 ha superado claramente nuestras expectativas, tanto por el interés de los visitantes como por la intensidad de los debates. En los últimos días hemos tenido tantos debates de alto nivel como pocas veces".

Asimismo, fue una edición en la que las empresas expositoras aprovecharon al máximo su potencial creativo y mostraron un nivel de innovación especialmente alto. Esto también fue muy bien recibido por los visitantes profesionales. El alto nivel de diseño de producto que exhibieron los expositores y que da ese postín a esta feria quedó patente en todos los aspectos en esta feria.

Por otro lado, las cifras refuerzan la posición dominante de este certamen a nivel internacional, pues a este acuden las empresas más destacadas del sector y la cuota de internacionalidad de los expositores sigue creciendo y ya casi alcanza el 80 %. También queda reflejado en el origen de los visitantes que en esta edición procedían de 130 países distintos.

Igualmente, fue destacable la buena organización y el formato de la feria que, al aglutinar diferentes subsectores y segmentos de oferta, cubre todas las necesidades del sector y permite numerosas presentaciones de nuevos productos.

4.2. Valoración de la participación española

En Orgatec 2022 se registraron un total de 52 empresas españolas, lo cual supone un ligero descenso respecto a la anterior edición como ya hemos mencionado anteriormente. Del total de empresas españolas expositoras, 25 acudieron con apoyo económico de ICEX en la participación agrupada de FAMO, la asociación de fabricantes de mobiliario y equipamiento general de oficina y colectividades. Cabe resaltar que la calidad de la oferta presentada era alta, así como la buena presencia y ubicación de los stands expositores.

Las empresas españolas, por lo general, se mostraron satisfechas con su participación y con el desarrollo del certamen, su organización y el servicio al expositor. La percepción frente a la oferta es buena, consideran que hay calidad y alta profesionalidad. Asimismo, este certamen se ha convertido en un escaparate clave para las empresas que acuden regularmente.

Se debe comentar que a las empresas españolas les gustaría recibir más visitas de posibles clientes alemanes, no obstante, teniendo en cuenta el carácter de internacionalización y lo difícil que es competir con las empresas alemanas en cuanto al mobiliario de oficina, es lógico que las visitas de dichos clientes no sean tan frecuentes. Aún así, este año se han mostrado especialmente satisfechos por la calidad de los contactos realizados de distintos países.

A continuación se encuentra el listado completo de expositores españoles.

TABLA 3: EXPOSITORES ESPAÑOLES (POR ORDEN ALFABÉTICO)

| Empresas | Modalidad de participación | Web |
|---|-----------------------------------|--|
| Aistec Aislamientos, S.L. | PA-FAMO | www.aistec.com |
| AKABA, S.A. | | www.akaba.net |
| ARREGUI Buzones y sistemas de seguridad, S.L. | | www.arregui.es |
| Arthur Holm Albiral Display Solutions, S.L. | | www.arthurholm.com |
| BD Barcelona 1972, S.L. | PA-FAMO | www.bdbarcelona.com |
| Boln - Poliuretanos Rivas, S.A. | | www.boln.eu |
| BOS 1964, S.L. | PA-FAMO | www.bosbarcelona.com |
| BPM Iluminación S.L. | | www.bpmlighting.com |
| Cluster Habic | | www.habic.eus |
| Crevin, S.A. | | www.crevin.com |
| DE LA OLIVA, S.A. | PA-FAMO | www.delaoliva.es |
| Dileoffice, S.L. | | www.dileoffice.com |
| DISTRITO EDICIONES, S.L. | | www.distritooficina.com |
| Ecocero - Paneles Acústicos, S.L. | PA-FAMO | www.ecocero.es |
| Embok - Andaluza de Oficinas, S.L. | PA-FAMO | www.emobok.com |
| Equilan Mobiliario, S.L. | | www.equilan.com |
| Eredu S.Coop | | www.eneadesign.com |
| EUROMOF - Europea del Mueble de Oficina, S.A. | PA-FAMO | www.euromof.com |
| Euroseating International, S.A. | | www.euroseating.com |
| Exit Fabric, S.L. | PA-FAMO | www.exitfabrics.com |
| FINSA - FINANCIERA MADERERA, S.A. | | www.finsa.es |
| Flat By Artis, S.L.U. | PA-FAMO | www.flatbyartis.com |
| Forma 5, S.A.U. | | www.forma5.com |
| GIRONES EDITORE TESSILE, S.L. | PA-FAMO | www.gironeshome.com |
| IBCONNECT, S.L. | | www.ib-connect.com |
| INCLASS DESIGNWORKS, S.L. | | www.inclass.es |
| Industrias Tagar, S.A. | PA-FAMO | www.tagar.es |



| | | |
|---|---------|--|
| iSiMAR - INDUSTRIAS SAN ISIDRO S.L. | | www.isimar.es |
| Kettal, S.L. | | www.kettal.com |
| Mamba & Omelette, S.L. | PA-FAMO | www.omelette-ed.com |
| Megablok, S.A.U. | | www.megablok.com |
| Mirplay - Mobles Mir I Equipaments, S.L. | PA-FAMO | www.mirplayschool.com |
| MOBEL LINEA, S.L. | | www.mobellinea.es |
| Muebles Treku, S.A. | PA-FAMO | www.treku.es |
| Nani Marquina, S.L. | PA-FAMO | www.nanimarquina.com |
| Ofifran, S.L. | PA-FAMO | www.ofifran.com |
| Ofitres - Grupo Alvic Mobiliario, S.L. | PA-FAMO | www.ofitres.es |
| Ojmar, S.A. | PA-FAMO | www.ojmar.com |
| Ondarreta Mesas y Sillas, S.L. | PA-FAMO | www.ondarreta.com |
| Planning Sisplamo, S.L. | | www.madedesign.es |
| PME 1910, S.L. | | www.federicoginer.com |
| Rocada, S.L. | PA-FAMO | www.rocada.com |
| RS Barcelona - RS Metal Games, S.L. | PA-FAMO | www.rs-barcelona.com |
| Sellex, S.A.U. | | www.sellex.es |
| Sillera Vergés, S.A. | PA-FAMO | www.verges.design |
| Sitab System, S.L.U. | | www.sitab.es |
| SITTA Sillería de Oficina, S.L. | | www.sitta.es |
| Sociedad Cooperativa Obreros de Ezcaray | | www.ezcarayseating.es |
| Studiobricks, S.L. | PA-FAMO | www.studiobricks.com |
| Texfel - Filtros y Tejidos Industriales, S.L. | PA-FAMO | www.texfel.com |
| Tuvatextil, S.L. | PA-FAMO | www.agorafabrics.com |
| WORK ANYWHERE MLJ, S.L. | | WWW.BEAKTOR.COM |

*PA= Participación Agrupada

Fuente: Köln Messe

4.3. 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

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.

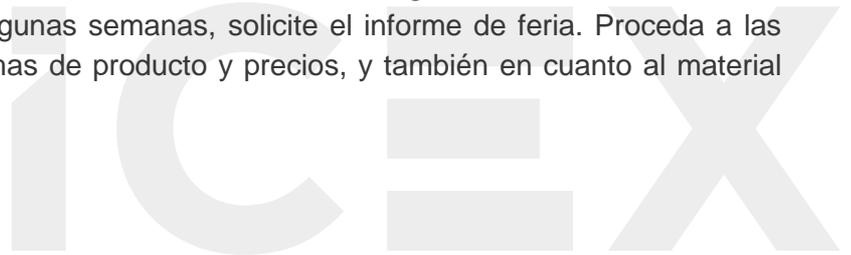
c) **Después de la feria:**

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.





5. Anexos

5.1. Direcciones de interés

- **Página web de la feria**
www.orgatec.com
- **Impresiones**
<https://www.orgatec.com/trade-fair/review/>
- **Suscripción al boletín de noticias (Newsletter) de la feria**
<https://www.orgatec.com/news/newsletter/>

5.2. Artículos de prensa

- **Informe final ORGATEC 2022**
[https://www.orgatec.com/news/content-for-media-representatives/press-releases/?fairnumber=0271&fairyear=2022&pressrelease=21&language=EN%20\(GB\)&abbreviation=EN%20\(GB\)&datei=pm_0271_2022_21_EN%20\(GB\).xml](https://www.orgatec.com/news/content-for-media-representatives/press-releases/?fairnumber=0271&fairyear=2022&pressrelease=21&language=EN%20(GB)&abbreviation=EN%20(GB)&datei=pm_0271_2022_21_EN%20(GB).xml)
- **Tendencias ORGATEC 2022**
https://media.koelnmesse.io/orgatec/redaktionell/orgatec/downloads/pdf/exhibitor/orgatec_salesfolder_de-en.pdf

ICEX

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