



INFORME
DE FERIAS

2018

ICEX España
Exportación
e Inversiones

SPOGA+GAFA / Feria internacional del jardín

Colonia
2-4 de septiembre de 2018

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

19 de octubre de 2018
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Isabel Ardanuy Soldevilla

Bajo la supervisión del Consulado General de España en Düsseldorf

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

NIPO: 060-18-044-9



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	17
5.1. Direcciones de interés	17
5.2. Secciones de la feria	17
5.3. Artículos de prensa	17



1. Perfil de la Feria



1.1. Ficha técnica

SPOGA + GAFA / Feria internacional del jardín

Fecha	2-4 de septiembre de 2018
Edición:	45ª
Frecuencia:	Anual + SPOGA Horse
Carácter:	Internacional
Próxima edición:	1-3 de septiembre de 2019
Lugar de celebración:	Koelnmesse GmbH Messeplatz 1 50679 Köln
Página web	www.spogagafa.com
Horario:	Para visitantes: 9:00-18:00. Último día hasta las 17:00. Para expositores: 8:00-19:00. Último día hasta las 18:00.
Precio de entrada:	1 día: 48 € (Anticipada: 29 €) 2 días: 58 € (Anticipada: 44 €) Abono de temporada: 69 € (Anticipada: 57 €). Catálogo 36 €



Precio del espacio: 187 €/m²

Tasas adicionales:

Tasa medioambiental	10,50 €/m ²
Tasa AUMA (ente supervisor)	0,60 €/m ²
Si no se participó en la edición anterior	13,50 €/m ²
Paquete de marketing	1.199 €
IVA	+19 % sobre total

Superficie: 230.000 m²

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 Dusseldorf.

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.

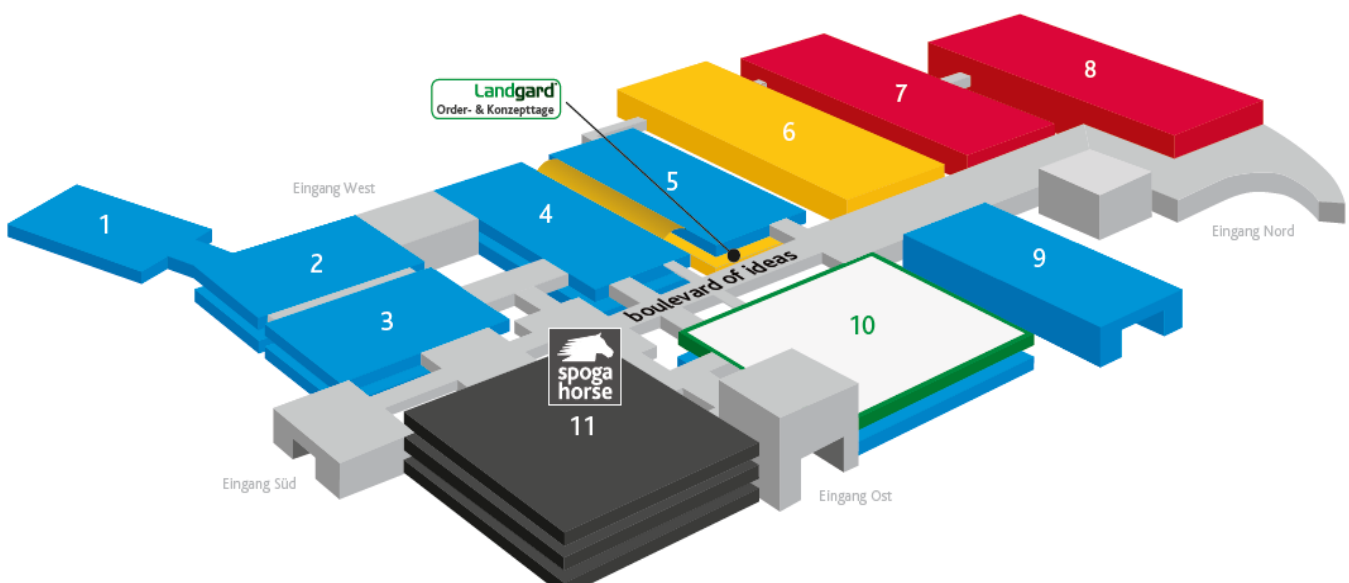
2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización

La feria SPOGA+GAFA de mueble de jardín es la más importante del sector a nivel mundial. La 45ª edición se ha celebrado entre el domingo 2 y el martes 4 de septiembre de 2018. En ella, los expositores han presentado las tendencias y novedades en mobiliario de jardín, decoración, cuidado y mantenimiento de exteriores, equipos de jardinería, accesorios y todo tipo de productos relacionados con los espacios al aire libre.

En esta edición, los expositores han ocupado un área total de 230.000 m² de los 284.000 m² brutos del recinto ferial distribuidos en 12 pabellones incluyendo el pasillo 4/5. Además, se habilitaron las áreas al aire libre de los pasillos 6/7 y 7/8 para los expositores del segmento de barbacoa de jardín. El pabellón 11 en su totalidad estaba dedicado exclusivamente al mundo de la hípica bajo el nombre de Spoga Horse.

PLANO DE LA FERIA



Fuente: Köln Messe GmbH



A continuación se muestran los **grupos y áreas de producto** por pabellón al detalle:

DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS TEMÁTICAS POR PABELLONES

garden unique

Halle 10.2
Exklusive Präsentationen
im Bereich Outdoor Living

garden living

Hallen 1, 2, 3, 4, 5.2, 9, 10.1
Gartenmöbel,
Dekoration & Ausstattung,
Camping & Freizeit,
Sport & Spiel

garden creation & care

Halle 5.1, Passage 4/5
Landgard Order- & Konzepttage,
Pflanzen & Blumen,
Biochemie & Erden,
Maschinen & Zubehör,
Gartenausstattung & Häuser,
IVG Power Places Green,
POS Green Solution Islands

garden creation & care

Halle 6
Maschinen & Zubehör,
Werkzeuge & Zubehör,
Gartenausstattung & Häuser,
Wasser & Licht,
Smart Gardening Welt,
IVG Power Place Akku
Boulevard of ideas
POS Green Solution Islands

garden bbq

Hallen 7, 8
Grill & BBQ,
Outdoorküchen & Zubehör,
Outdoor Kitchen Welt

soga horse

Hallen 11.1, 11.2

Fuente: Köln Messe GmbH

EXPOSITORES POR GRUPOS DE PRODUCTO

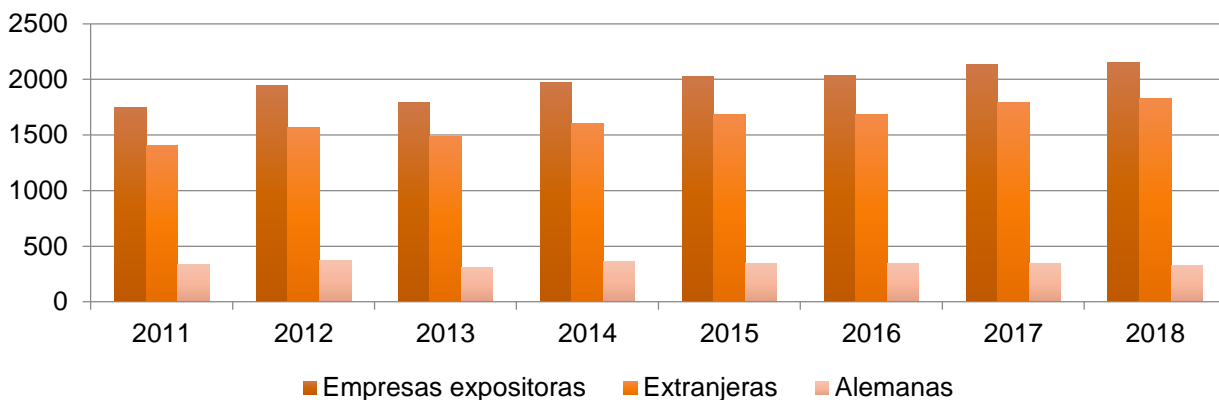
Grupo de producto	Expositores
Mueble de jardín	709
Barbacoas y parrillas	312
Equipamiento para el cuidado del jardín	263
Decoración de jardín	195
Herramientas para mantenimiento del jardín y paisajismo	163
Cobertizos y estructuras para el jardín	152
Camping y ocio	147
Máquinas y accesorios automáticos y manuales para cuidado de jardines	103
Deporte y juegos	94
Sistemas de riego	81
Iluminación y tecnología para estanques	77
Equipamiento para el cuidado del césped	75
Suministros para floristería	75
Invernaderos	65
Fertilizantes y suelos	43
Plantas y flores	43
Sector servicios	26
Suministros para mascotas	24
Herramientas para parques, construcción de caminos y cementerios	22
Garden Unique	21
Campos de golf	11
Tecnología de operaciones para el comercio	9
Tecnología para parques, caminos y cementerios	8

Fuente: Köln Messe GmbH

2.2. Datos estadísticos de participación

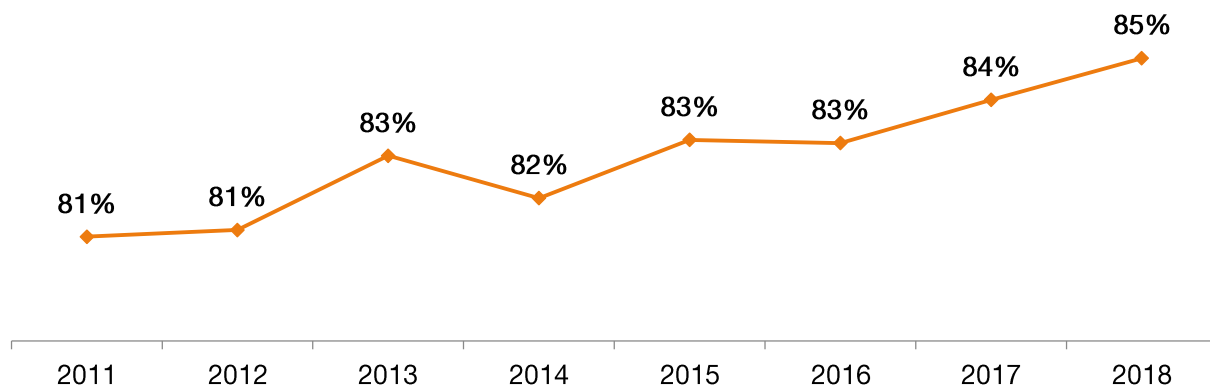
En el certamen han participado un total de 2.152 expositores (2.131 en 2017) procedentes de 61 países (59 en 2017), de los cuales 322 eran alemanes (341 el año anterior). Un 85 % provenían del extranjero, un porcentaje ligeramente superior al de 2017 (84%). Con una superficie de exposición bruta de 230.000 m², SPOGA+GAFA continúa siendo la mayor feria especializada en equipamiento para jardín. La tasa de internacionalidad se mantiene constante por encima del 80 % en los últimos años.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: Köln Messe GmbH

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIDAD DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS



Fuente: Köln Messe GmbH



A continuación se expone el ranking **top 20 de países expositores**, observándose que el 44 % de los mismos proceden de Europa y el 53 % de Asia.

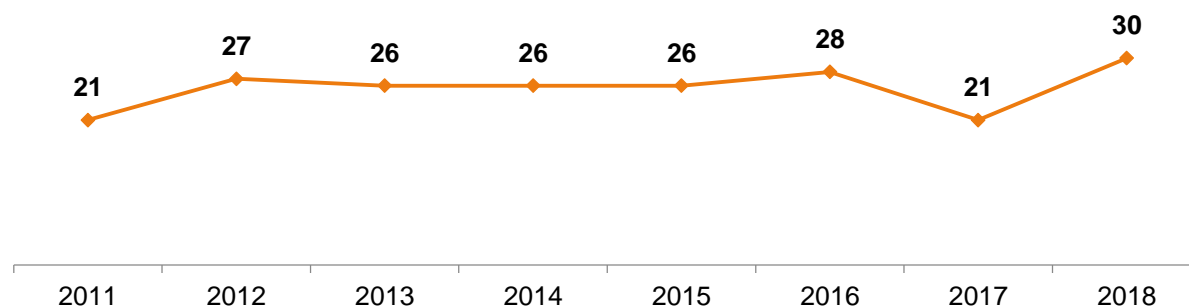
RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

Ranking	País	Expositores
1	China	646
2	Alemania	248
3	Países Bajos	115
4	Hong Kong	114
5	Italia	79
6	Reino Unido	61
7	Taiwán	53
8	EEUU	31
9	España	30
10	Francia	27
11	Bélgica	26
12	Polonia	26
13	Turquía	26
14	Dinamarca	24
15	Vietnam	21
16	Indonesia	20
17	Suiza	18
18	Austria	13
19	Canadá	13
20	Portugal	11

Fuente: Köln Messe GmbH

Por su parte, la cifra de **expositores españoles** ha sido de 30 en 2018, lo que representa un aumento con respecto a 2017, así como la cifra más alta de los últimos años.

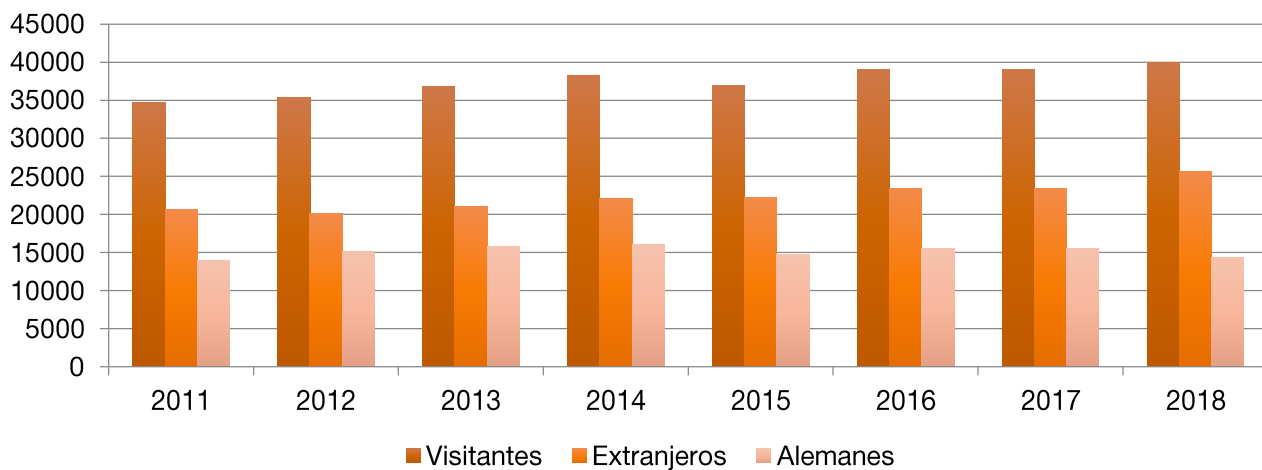
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS



Fuente: Köln Messe GmbH

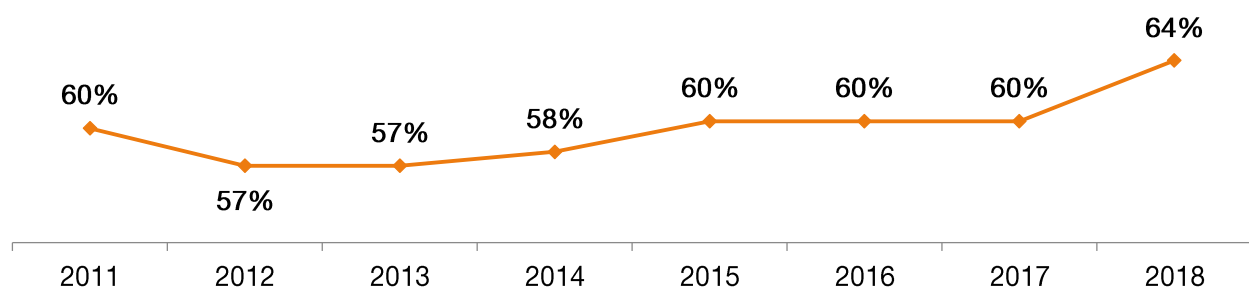
Respecto a los visitantes del certamen, se registró una cifra alrededor de los 40.000, algo mayor que la del año anterior, procedentes de 114 países. Con una cuota de internacionalidad del 64%, SPOGA+GAFA se mantiene como un certamen con una tendencia marcadamente internacional.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES



Fuente: Köln Messe GmbH

EVOLUCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE VISITANTES



Fuente: Köln Messe GmbH

3. Tendencias y novedades presentadas

Tal y como se ha informado a través del blog de la feria, algunas de las tendencias y novedades más llamativas fueron las siguientes.

En el área de **garden creation & care** destacó todo lo relacionado con la jardinería respetuosa con el medio ambiente. Por ejemplo, muchos expositores presentaron suelos con cantidades reducidas de turba o productos para la protección de plantas respetuosos con las abejas.

La zona de **garden bbq** ofreció a los asistentes una amplia variedad de productos del área de parrillas y barbacoas. Como en los años pasados, era evidente que la diversidad fue el tema principal. Aunque el foco está puesto, sobre todo, en la preparación de carne, cada vez más los expositores introducen parrillas y productos para para verduras. Por otra parte, las unidades cocina completas para el exterior son actualmente uno de los productos estrella. En este sentido, varios fabricantes presentaron sus sistemas modulares que además de la parrilla también ofrecen encimeras, neveras, recipientes o canillas de cerveza.

La sección de **garden living** fue la más extensa de la feria y comprendió mobiliario de jardín, decoración, nuevos productos de deporte, así como, artículos del ocio y de acampada. Una de las tendencias más notables es que el mobiliario al aire libre imita al mobiliario de interior. Por otra parte, el mobiliario de relajación clásico como mecedoras o hamacas de diseño moderno experimenta un gran auge. Gracias a la utilización de materiales innovadores de alta tecnología el mobiliario de exterior es más duradero, no obstante, el ratán y el mimbre todavía están muy presentes. Por otra parte, el mobiliario de jardín tiende a presentar colores vivos y los cojines ayudan a aportar toques de luz.

Por su parte, en el segmento **garden unique** se presentó mobiliario de exterior de alta gama acompañado de accesorios. Por primera vez, SPOGA+GAFA 2018 presentó “Icons of Outdoor Furniture” donde las tendencias del mañana y los iconos del mobiliario de hoy se presentaron en este acontecimiento especial. El mobiliario innovador se caracteriza, principalmente, por sus materiales y funcionalidad. Por una parte, se trata de productos que presentan nuevas combinaciones y multifuncionalidad y, por otra, destacan características como comodidad, ergonomía y flexibilidad.

4. Valoración

4.1. Valoración del evento en su conjunto

SPOGA+GAFA ha confirmado durante esta edición que continúa siendo el certamen líder internacional, además de punto de encuentro de referencia para el sector del mueble de jardín y exteriores, como demuestran sus cifras de expositores y visitantes. Desde el año 2011 experimenta un crecimiento del número de expositores y de visitantes, como se ha podido observar en los gráficos anteriores. Cabe destacar que la cuota de internacionalidad de los visitantes ha aumentado con respecto a la edición anterior alcanzando un 64%.

Un total de 40.000 visitantes han acudido a la oferta de 2.152 expositores repartidos en una superficie total de 230.000 m². Estas altas cifras de participación y la gran calidad del producto expuesto corroboran el liderazgo del certamen en el sector.

Asimismo, fue destacable la buena organización y el formato de la feria, aglutinando diferentes subsectores y segmentos de oferta, cubriendo todas las necesidades del sector, permitiendo numerosas presentaciones de nuevos productos.

4.2. Valoración de la participación española

En el certamen se registraron un total de 30 empresas españolas, 9 más que en la edición de 2017. Pese a que no se trata de una participación numerosa, sí que 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, teniendo en cuenta, además, que esta edición registró la cifra más alta de visitantes.



TABLA EMPRESAS ESPAÑOLAS

Empresa	Pabellón	Stand
Sp-Berner Plastic Group, S.L.U.	02.1	A010
Resinas OLOT, S.L.	02.1	B030
Industrias Bitex S.A.	02.2	F042
Manufacturas Ruiz, S.A.	03.1	D020
Iniciativa Exterior 3i, S.A.	03.2	E050 G051
Riguje S.L.	05.1	A001
Maderas Nordicas VEEK S.L.1297	05.1	A027
Soportes Plásticos Pincho, S.L.	05.2	D030
Deves-Sport Mediterraneo, S.L.U.	05.2	D063
Cegeco & Alar S.L.	05.2	D069
CRESPO - Indual Mobiliario S.L.u.	05.2	D076 D078
Catral Garden & Home Depot, S.L.	06.1	A033
Goizper S. Coop	06.1	C030
Manufacturas Gre, S.A.	06.1	C038
Extruline Systems S.L.	06.1	C044
Radarcán, S.L.	06.1	D035
Jardin Y Natura Outdoor And Garden Products S.L.	06.1	D041
Manuel Obrero Ruiz, S.A.	07.1	C035
Mic Development, S.L.	07.1	D084
Porta Praetoria SL	08.1	A031
Red Gorilla Europa S.L.	09.1	A003
Glasswelt, S.L	09.1	C024
Ceras Roura S.A.	09.1	D026
Herstera Garden S.L.	07.1	D084
S.C.A. Fábrica de Macetas Candelaria	08.1	A031
Texsilk-Etisilk S.A.	10.2	L050
Tuvatextil S.L.	10.2	L071
Balliu Export S.A.	10.2	L100
Fernando Cerda Blanes e Hijos S.A. Cerdalon	10.2	N019 O018
Productos Flower S.A.	Pasillo 4/5	B010

Fuente: Köln Messe Gmbh



4.3. Recomendaciones

Para recibir más información sobre el certamen puede dirigirse a:

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN DÚSSELDORF



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

Correo electrónico: dhc.dusseldorf@comercio.mineco.es
Teléfono: 0049 (0) 211-49366-26 / 27

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 mayor 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**
<http://www.spogagafa.com/>
- **Planificación y preparación de la próxima feria**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/For-Exhibitors/index.php>
- **Suscripción al boletín de noticias (newsletter) de la feria**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/For-Visitors/Newsletter/index.php>

5.2. Secciones de la feria

- **Garden Living**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-living/index.php>
- **Garden Creation & Care**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-creation-care/index.php>
- **Garden BBQ**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-bbq/index.php>
- **Garden Unique**
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-unique/index.php>

5.3. Artículos de prensa

- **Informe final Spoga+Gafa 2018**
http://www.spogagafa.com/spogagafa/Press/Press-Releases/index.php?aktion=pfach&p1id=kmpresse_spogagafae&format=html&base=&tp=k3content&search=&pmid=kmeigen.kmpresse_0080_2018pm9_e&start=0&anzahl=10&channel=kmeigen&language=e&archiv=

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones