



INFORME  
DE FERIA

---

2019



# SPOGA+GAFA / Feria internacional del jardín

**Colonia**  
**1-3 de septiembre de 2019**

Oficina Económica y Comercial  
del Consulado General de España en Düsseldorf

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

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

icex



INFORME  
DE FERIA

10 de octubre de 2019  
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por  
Carlos González Blázquez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
del Consulado General de España en Düsseldorf

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

NIPO: 114-19-041-8



# 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:** 1-3 de septiembre de 2019

**Edición:** 46ª

**Frecuencia:** Anual

**Carácter:** Internacional

**Próxima edición:** 6-8 de septiembre de 2020

**Lugar de celebración:** Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln

**Página web:** [www.spogagafa.com](http://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: 55 € (Anticipada: 35 €)

Abono de temporada: 80 € (Anticipada: 65 €).

**Precio del espacio:** 184 €/m<sup>2</sup>

Tasas adicionales:

Tasa medioambiental 11,50 €/m<sup>2</sup>

Tasa AUMA (ente supervisor) 0,60 €/m<sup>2</sup>

Si no se participó en la edición anterior 13,50 €/m<sup>2</sup>

Paquete de *marketing* 1.229 €

IVA +19% sobre total



**Superficie:** 230.000 m<sup>2</sup>

**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.

icex

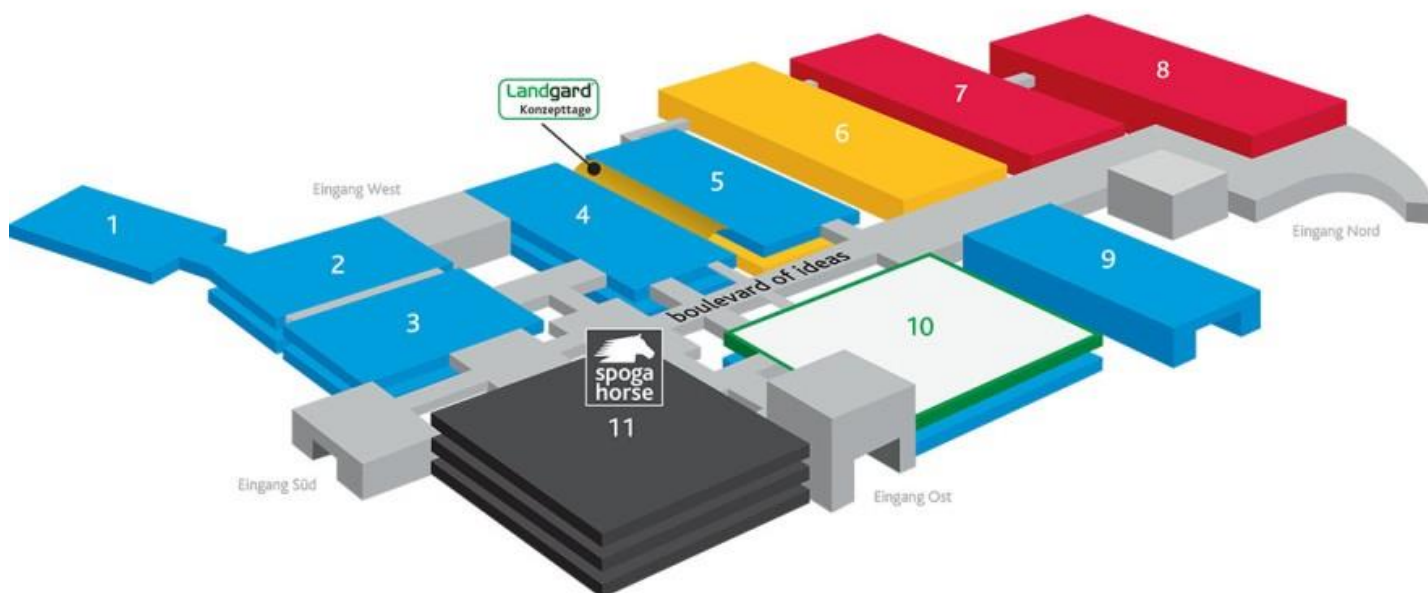
## 2. Descripción y evolución de la Feria

### 2.1. Organización

La feria SPOGA+GAFA de mueble de jardín es la más importante del sector en el mundo. La 46ª edición se ha celebrado entre el domingo 1 y el martes 3 de septiembre de 2019. 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 m<sup>2</sup> de los 284.000 m<sup>2</sup> brutos del recinto ferial distribuidos en 12 pabellones, contando 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 y otros productos. 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 Konzepttage,  
Pflanzen & Blumen,  
Biochemie & Erden,  
Maschinen & Zubehör,  
Garten ausstattung & Häuser,  
IVG Power Places Green,  
POS Green Solution Islands

### garden creation & care

Halle 6  
Maschinen & Zubehör,  
Werkzeuge & Zubehör,  
Garten ausstattung & Häuser,  
Wasser & Licht,  
IVG Power Place Akku,  
Power Place City Gardening  
Boulevard of ideas  
POS Green Solution Islands

### garden bbq

Hallen 7, 8  
Grill & BBQ,  
Outdoorküchen & Zubehör,  
Outdoor Kitchen World  
Start-Up Area BBQ

### soga horse

Hallen 11.1, 11.2

Fuente: Köln Messe GmbH.

## EXPOSITORES POR GRUPO DE PRODUCTO

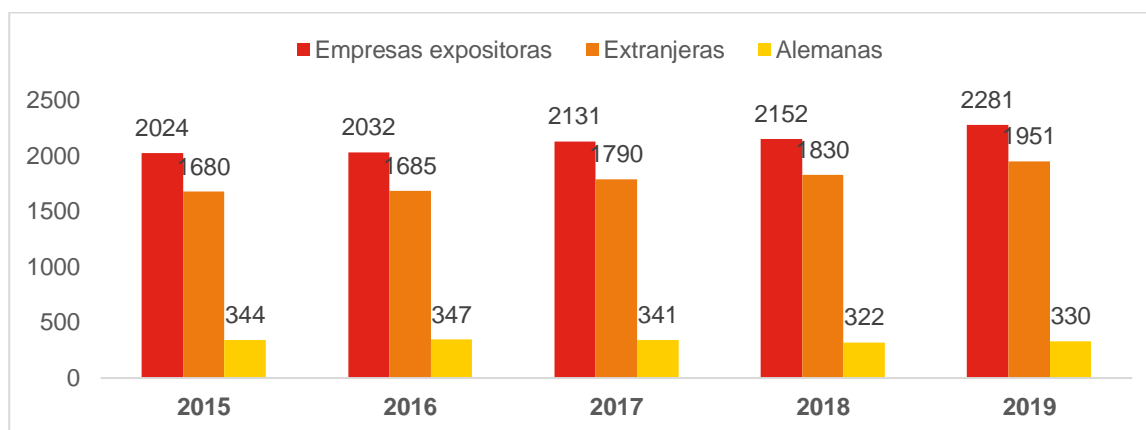
Grupo de producto	Expositores
Mueble de jardín	749
Barbacoas y parrillas	330
Equipamiento para el cuidado del jardín	280
Decoración de jardín	236
Cobertizos y estructuras para el jardín	176
Camping y ocio	153
Herramientas para mantenimiento del jardín y paisajismo	138
Máquinas y accesorios automáticos y manuales para cuidado de jardines	123
Suministros para floristería	113
Deporte y juegos	105
Iluminación y tecnología para estanques	92
Equipamiento para el cuidado del césped	90
Sistemas de riego	75
Invernaderos	67
Plantas y flores	45
Suministros para mascotas	44
Garden Unique	43
Fertilizantes y suelos	42
Sector servicios	32
Herramientas para parques, construcción de caminos y cementerios	31
Campos de golf	15
Tecnología de operaciones para el comercio	14
Tecnología para parques, caminos y cementerios	12
Contract	1

Fuente: Köln Messe GmbH.

## 2.2. Datos estadísticos de participación

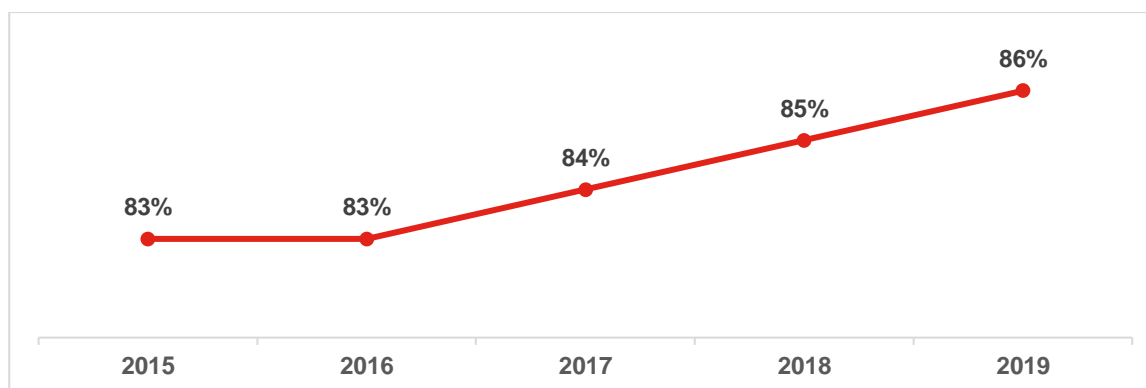
En el certamen han participado un total de 2.281 expositores (2.152 en 2018) procedentes de 67 países (61 en 2018), de los cuales 330 eran alemanes (322 el año anterior). Un 86% venían del extranjero, un porcentaje ligeramente superior al de 2018 (85%). Con una superficie de exposición bruta de 230.000 m<sup>2</sup>, 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* de los veinte primeros **países expositores**, observándose que el 41% de los mismos proceden de Europa y el 59% de Asia.

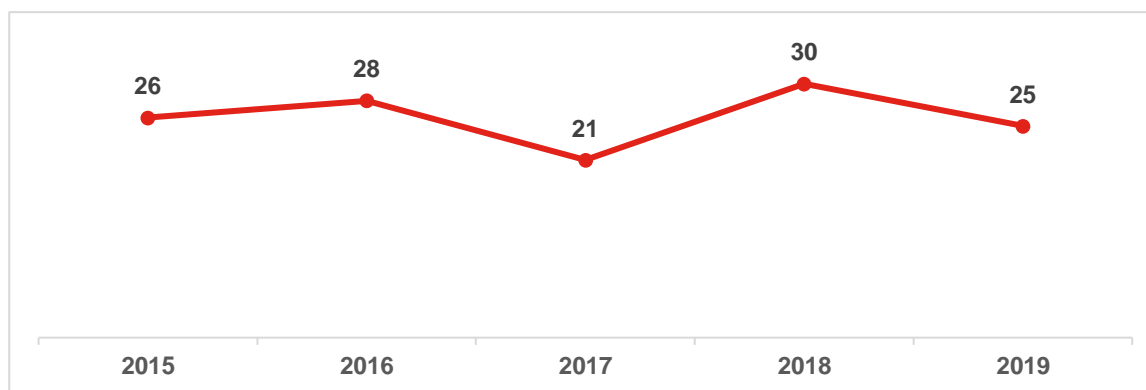
### RANKING DE PAÍSES EXPOSITORES

<b>Ranking</b>	<b>País</b>	<b>Expositores</b>
1	China	730
2	Alemania	262
3	Países Bajos	123
4	Hong Kong	116
5	Italia	81
6	Reino Unido	56
7	Taiwán	53
8	Polonia	47
9	EE. UU.	39
10	Francia	31
11	Turquía	31
<b>12</b>	<b>España</b>	<b>25</b>
13	Bélgica	22
14	Vietnam	21
15	Dinamarca	20
16	Indonesia	18
17	Austria	13
18	Canadá	11
19	Suiza	10
20	India	10

Fuente: Köln Messe GmbH.

Por su parte, la cifra de expositores españoles ha sido de 25 en 2019, lo que representa un descenso con respecto a 2018, así como la cifra más baja de los últimos años después de la de 2017.

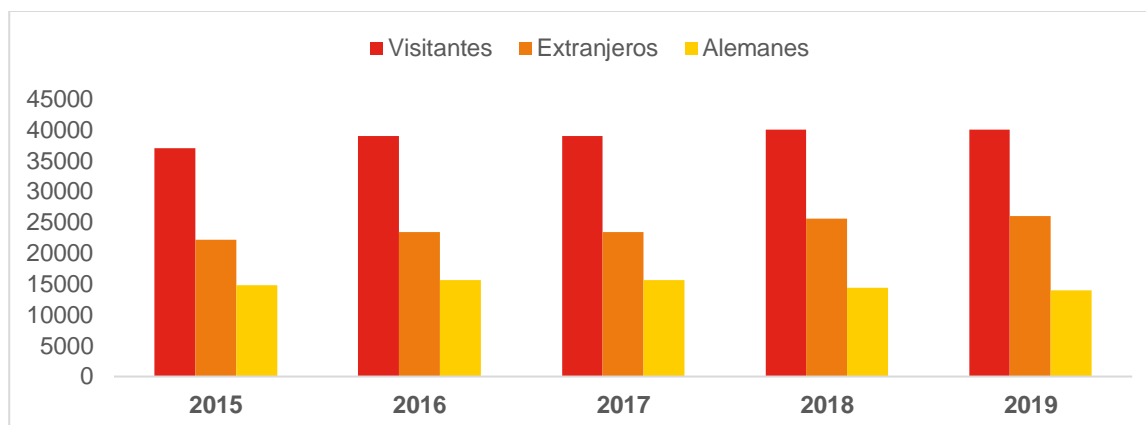
### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS



Fuente: Köln Messe GmbH.

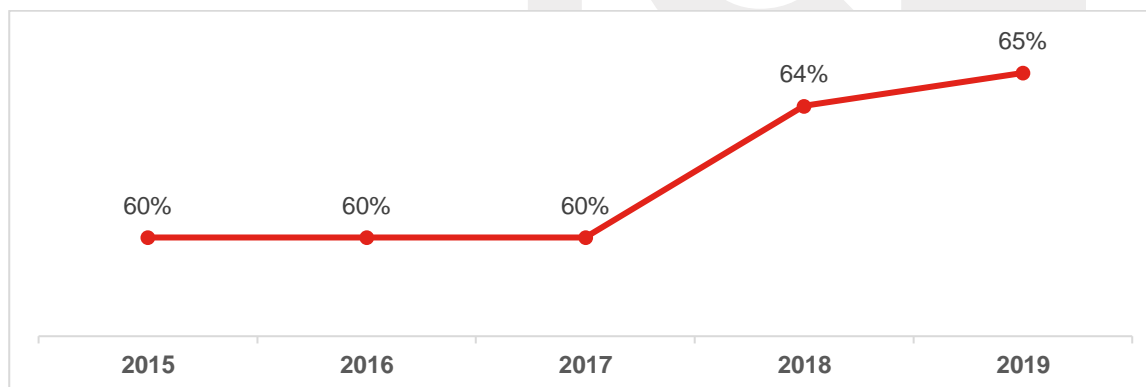
Respecto a los visitantes del certamen, se alcanzó la cifra de 40.000 asistentes, igualando la cifra del año anterior, procedentes de 124 países. Con una cuota de internacionalidad del 65%, SPOGA+GAFA se mantiene como un certamen con una tendencia marcadamente internacional.

### 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 segmento **garden unique** se presentó mobiliario de exterior de alta gama. Por segundo año consecutivo, SPOGA+GAFA presentó "Icons of Outdoor Furniture", donde las tendencias del mañana y los iconos más populares y distinguidos del mobiliario de hoy se exponen al público. 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.

La sección de **garden living** fue, como todos los años, la más extensa de la feria y comprendió mobiliario de jardín, decoración, nuevos productos de deporte, así como, artículos del ocio y de acampada en casi todos los pabellones. Una de las tendencias más notables es el uso de materiales reciclados o el rechazo al plástico. Los procesos de producción sostenible están más al día que nunca. El número de empresas con un suministro de materiales alternativos provenientes de productos residuales para la fabricación de muebles y maceteros sigue aumentando. Otras tendencias de este año fueron el color blanco y la optimización en el uso de los espacios disponibles con elementos individuales que pueden combinarse de diferentes maneras.

En el área de **garden creation & care** encontramos todo lo relacionado con la jardinería y las plantas. Además de maquinaria, herramientas, equipamiento y los accesorios necesarios, también se pueden encontrar aquí abonos y productos relacionados con la bioquímica. Este año destacó el mundo de la jardinería urbana.

La zona de **garden bbq** ofreció una gran variedad de productos del área de parrillas y barbacoas, desde unidades modernas y tradicionales hasta aparatos y accesorios de un gran abanico de proveedores de cocina de exterior de todo el mundo, pasando por empresas fabricantes exclusivas y actores globales de la industria. Durante los distintos días de la feria se realizaron seminarios y entrevistas, así como demostraciones de cocina del más alto nivel.



## 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 hace años, 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 65%.

Un total de 40.000 visitantes han acudido a la oferta de 2.281 expositores repartidos en una superficie total de 230.000 m<sup>2</sup>. 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 25 empresas españolas, cinco menos que en la edición de 2018. 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 volvió a registrar la cifra más alta de visitantes.



## TABLA DE EMPRESAS ESPAÑOLAS

<b>Empresa</b>	<b>Pabellón</b>	<b>Stand</b>
Sp-Berner Plastic Group, S.L.U.	02.1	A010
Resinas OLOT, S.L.	02.1	B030
Manufacturas Ruiz, S.A.	03.1	D041
Iniciativa Exterior 3i, S.A.	03.2	E050 G051
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
Goizper S. Coop	06.1	C030
Manufacturas Gre, S.A.	06.1	C038
Extruline Systems S.L.	06.1	C044
Jardin Y Natura Outdoor And Garden Products S.L.	06.1	D041
Sanz Export	07.1	E047
Leñas Legua, S.L.	07.1	C031a
Manuel Obrero Ruiz, S.A.	07.1	C038
Mic Development, S.L.	07.1	D084
Smokey Olive Wood	08.1	B032
Forge Adour	08.1	C058
Red Gorilla Europa S.L.	09.1	A003
Herstera Garden S.L.	10.1	F030 G031
Texsilk-Etisilk S.A.	10.2	L050
1 Tapiza, S.L.	10.2	L060
Tuvatextil S.L.	10.2	L071
Fernando Cerda Blanes e Hijos S.A. Cerdalon	10.2	O031
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 DÜSSELDORF



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

Correo electrónico: [DHC@comercio.mineco.es](mailto: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 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 su 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 Unique**  
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-unique/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 Living**  
<http://www.spogagafa.com/spogagafa/Trade-Fair/Segments/garden-living/index.php>

### 5.3. Artículos de prensa

- **Informe final Spoga+Gafa 2018**  
[https://www.spogagafa.com/news/content-for-media-representatives/press-releases/press-releases-5.php?aktion=pfach&p1id=kmpresse\\_spogagafae&format=html&base=&tp=kme9&search=&pmid=kmeigen.kmpresse\\_0080\\_2019pm7\\_e&start=0&anzahl=10&channel=kmeigen&language=e&archiv=](https://www.spogagafa.com/news/content-for-media-representatives/press-releases/press-releases-5.php?aktion=pfach&p1id=kmpresse_spogagafae&format=html&base=&tp=kme9&search=&pmid=kmeigen.kmpresse_0080_2019pm7_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](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones