



IFEMA se diversifica a ritmo de música y grandes eventos

Más allá de ferias y congresos, la música: IFEMA se estrenó los pasados 13, 14 y 15 de julio con el Festival Río Babel, una alegría para los amantes de la música, y un paso adelante en la nueva línea de negocio que permite diversificar mercado hacia actividades culturales y de ocio, con la celebración en las instalaciones de Feria de Madrid de eventos y conciertos para el gran público. Y hablamos de seguir avanzando... porque el recinto ya ha albergado distintas actividades ampliando su marco de actividad: grandes fiestas, carreras, eventos deportivos, festivales cinematográficos... El director comercial de IFEMA, Carlos González, nos da las claves de esta iniciativa.

La novedad. El recinto de IFEMA ya ha albergado muchos conciertos y actividades culturales, pero esta ha sido la primera vez que un festival musical pisa sus instalaciones. La idea es ampliar la oferta de eventos enfocados a un público más local y numeroso. Y para ello, como nos recuerda Carlos González: “las grandes dimensiones de las instalaciones y su versatilidad son muy favorables para este tipo de conciertos: 200.000m² y 12 pabellones“. En esta línea de actividad, contamos con promotores externos homologados para atraer a IFEMA eventos, como Río Babel, donde la implicación de IFEMA se hace patente en la comunicación y soporte técnico del evento.

Programación musical. El Festival Río Babel contó con una programación de gran variedad de artistas y grupos, desde Macaco hasta Estopa, Residente, entre otros. Un festival de fusión de música española y latina, con un repertorio de conciertos que tuvo lugar en la zona exterior del pabellón 2. Un espacio diáfano preparado que albergó hasta 14.000 personas.

Público local. Una idea clave de esta iniciativa es acercar la música a los ciudadanos de Madrid, además de aproximar el recinto a la vida de los madrileños, como un espacio público más de la ciudad para grandes eventos. Además el recinto ofrece elementos que ayudan a esta visión y que facilitan la visita: 14.000 plazas de parking, conexiones con la M-30 y M-40, y una línea de metro directa; “para los conciertos que finalizan en horarios más tempestivos colaboramos con el consorcio de transportes para ampliar el horario de servicio de metro”, nos comenta Carlos González

Estrategia de comunicación. Existe una clara diferencia a la hora de comunicar la programación cultural, si se compara con una agenda de congresos y ferias. El director Comercial de IFEMA insiste en que “el objetivo es llegar al público que nos interesa; la radio es un medio estupendo, además de la colaboración que se establece con la promotora para la difusión del evento por distintas plataformas. La estrategia depende del tipo de concierto o evento: “insertamos publicidad en el metro, cartelería por la ciudad; en nuestra pantalla gigante de la entrada al recinto y en la fachada del edificio vamos variando según las necesidades; hacemos una campaña en medios generalistas; incluso en la agenda de la app de IFEMA anotamos estos eventos”.

Planes de futuro. Las actividades culturales van en aumento en el calendario de IFEMA: “tenemos algunas peticiones interesantes: desde el circo del sol hasta incluso una ópera en el pabellón 12”. “Somos conscientes de que IFEMA tiene pabellones con aspecto de naves industriales y el mundo cultural a veces demanda espacios singulares”, reconoce González, pero entre su enorme capacidad y las facilidades de conexión que añade, nos podemos preparar para un IFEMA cada vez más integrado en la vida cultural de la ciudad. Las próximas citas confirmadas son dos importantes eventos de gran público, la Exposición internacional HARRY POTTER Exhibition y el CIRCO MÁGICO, y nuevamente el espectáculo musical ORO VIEJO.

Un complemento interesante de su innegable status de punto de encuentro comercial y foro de negocio.

LOS PRÓXIMOS EVENTOS DE GRAN FORMATO SERÁN HARRY POTTER EXHIBITION, EL CÍRCO MÁGICO Y EL CONCIERTO ORO VIEJO, TRES ICITAS CLAVE PARA ESTAS NAVIDADES

