

MEMORIA ANUAL
ANNUAL REPORT
2012



MEMORIA ANUAL
ANNUAL REPORT
2012

ÍNDICE

CONTENTS



1 Madrid en feria - entes consorciados

Madrid and its trade fairs -
participating entities

1.1 Comunidad de Madrid	08
1.1 Madrid Regional Government	
1.2 Ayuntamiento de Madrid	10
1.2 Madrid City Council	
1.3 Cámara de Comercio e Industria de Madrid	12
1.3 Madrid Chamber of Commerce and Industry	
1.4 Fundación Especial Caja Madrid	14
1.4 Caja Madrid Special Foundation	



2 Presentaciones

Presentations

2.1 Presidente de la Junta Rectora	18
2.1 Chairman of the Governing Board	
2.2 Presidente Ejecutivo	20
2.2 Chief Executive Officer	
2.3 Presidente de la Comisión Permanente de la Junta Rectora para la Planificación y Programación Ferial	22
2.3 Chairman of the Governing Board's Standing Committee for Exhibition Planning and Programming	



3 Gestión

Management

3.1 Informe del Director General	24
3.1 Managing Director's report	
3.2 Balance de actividad ferial	28
3.2 Summary of Events	
3.3 Balance de actividad de Convenciones y Congresos	38
3.3 Summary of Conventions and Congresses	
3.4 Expansión Internacional	42
3.4 International Development	
3.5 Responsabilidad Social Corporativa	46
3.5 Corporate Social Responsibility	
3.6 Desarrollos tecnológicos	62
3.6 Technological developments	
3.7 Inversiones	66
3.7 Investments	



4 IFEMA, balance económico

IFEMA,
financial results

4.1 Informe económico de gestión	68
4.1 Financial management report	
4.2 Balance de situación al 31 de diciembre de 2012	80
4.2 Balance sheet at 31 December 2012	
4.3 Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2012	82
4.3 Profit and loss statement for 2012	
4.4 Resumen de ingresos y gastos 2012 por actividad	83
4.4 Summary of income and expenditure by activity in 2012	



5 IFEMA, feria a feria

IFEMA,
trade fair to trade fair

5.1 Ferias organizadas por IFEMA	84
5.1 Trade fairs organised by IFEMA	
5.2 Otros certámenes en Feria de Madrid	94
5.2 Other events at Feria de Madrid	
5.3 Congresos con exposición	100
5.3 Congresses with exhibition	
5.4 Calendario 2012 - ferias, congresos y actividades	102
5.4 2012 Calendar - fairs, congresses and activities	



6 Órganos de Gobierno y Gestión

Governing and
Management Bodies

6.1 Órganos de Gobierno	104
6.1 Governing Bodies	
6.2 Órganos de Gestión	110
6.2 Management Bodies	





MADRID EN FERIA - ENTES CONSORCIADOS

MADRID AND ITS TRADE FAIRS - PARTICIPATING ENTITIES

1.1 Comunidad de Madrid

1.1 Madrid Regional Government

1.2 Ayuntamiento de Madrid

1.2 Madrid City Council

1.3 Cámara de Comercio e Industria de Madrid

1.3 Madrid Chamber of Commerce and Industry

1.4 Fundación Especial Caja Madrid

1.4 Caja Madrid Special Foundation

1



1.1 COMUNIDAD DE MADRID

Ignacio González González, Presidente de la Comunidad de Madrid

IFEMA se ha convertido en sus más de treinta años de andadura en la principal institución ferial de España y una de los más importantes de Europa, gracias a su dilatada experiencia en organización ferial y a la intensa actividad que desarrolla, con la convocatoria de alrededor 80 ferias y más de 500 eventos anuales.

Desde 2003 el Gobierno de la Comunidad de Madrid ha querido situar a nuestra región en el centro del turismo cultural, comercial y de ocio. Para este reto contamos con la valiosísima labor de IFEMA, que ha sido capaz de consolidar su actividad a lo largo de sus tres décadas de trayectoria y ser referencia del sector por su excelencia en la gestión de este tipo de eventos.

Gracias a la labor que realiza IFEMA de dinamización de los distintos sectores económicos, así como a las políticas de liberalización que hemos emprendido y al apoyo constante que el Gobierno de esta región presta a las empresas y emprendedores, hemos conseguido que la Comunidad de Madrid sea centro de inversiones y negocios.

Es ahora, al atravesar momentos económicos delicados, cuando tenemos que aprovechar todas las oportunidades a nuestro alcance y poner a disposición de empresas y emprendedores cuantas herramientas sean posibles para impulsar su creatividad y su esfuerzo.

La Comunidad de Madrid pondrá todos sus recursos a disposición de la recuperación económica, del emprendimiento y del empleo, para que Madrid siga siendo un lugar de oportunidades, y el lugar europeo de referencia para convenciones, ferias y congresos.

IFEMA es una de las grandes instituciones madrileñas, cuyas ferias, muchas de ellas verdaderos referentes internacionales, son el mejor exponente del excelente trabajo que lleva a cabo esta institución para la promoción de nuestra región, tanto en España como en el exterior. Un año más, volverá a ser el centro de atracción, impulso y dinamización de negocios de la Comunidad de Madrid.



Comunidad de Madrid

1.1 MADRID REGIONAL GOVERNMENT

Ignacio González González, President of the Madrid Regional Government

In its over thirty years of existence, IFEMA has become the leading exhibition institution in Spain and one of the most important in Europe. These results from its extensive experience in the organisation of trade fairs and from its intense activity, with around 80 fairs and over 500 events held annually.

Since 2003, the Madrid Regional Government has wished to situate our region at the centre of cultural, commercial and leisure tourism. In order to meet this challenge, we boast the highly valuable work of IFEMA, which has been capable of consolidating its activity over its three decades of existence and of being a sector benchmark due to its excellence in the management of this type of events.

As a result of IFEMA's work in the revitalisation of the various economic sectors, as well as the deregulation policies we have implemented and the constant support provided by the Region's Government to companies and entrepreneurs, we have succeeded in making the Madrid Region a centre for investment and businesses.

It is now, when treading delicate economic waters, that we have to take advantage of the opportunities within our reach and place as many tools as possible at the disposal of companies and entrepreneurs in order to boost their creativity and drive.

The Madrid Regional Government is placing all its resources at the disposal of economic recovery, entrepreneurial spirit and employment, in order that Madrid may continue to be a land of opportunities and a benchmark in Europe for conventions, trade fairs and congresses.

IFEMA is one of the great Madrid institutions, whose fairs, many of them true international references, are the best exponent of the excellent work performed by this institution in the promotion of our region, both in Spain and abroad. For another year, it will be the centre of attention, drive and revitalisation of businesses in the Madrid Region.



1.2 AYUNTAMIENTO DE MADRID

Ana Botella Serrano, Alcaldesa de Madrid

Madrid siempre ha sido un punto de encuentro, tanto de personas, como de culturas, negocios, actividades de ocio y eventos deportivos. Eso la ha convertido en una ciudad abierta que acoge distintas sensibilidades. Por ello, aun siendo una gran ciudad, es acogedora y a la vez innovadora; moderna pero también tradicional, tanto para el residente como para nuestros visitantes, que encuentran un abanico de posibilidades cuya oferta es difícil de igualar.

Desde 1980, IFEMA simboliza el mayor centro de referencia para generar oportunidades de negocio. Éste es uno de los alicientes de la ciudad para incentivar la actividad económica, ya que representa la cara más conocida para las empresas en lo relativo a ferias y congresos.

A pesar de las dificultades asociadas a la crisis, IFEMA ha obtenido unos buenos resultados y mantiene un calendario de eventos importante. De esta forma, Madrid continúa con su elevado nivel de actividad y ocupa el 4º puesto en el ranking de ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones).

Esto es debido en buena medida al prestigio, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, de ferias tan relevantes y tan asentadas como FITUR en materia de turismo; ARCOmadrid, en promoción de arte y cultura o MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, como gran escaparate de

la moda y creación española. Éstos y otros muchos certámenes han convertido a IFEMA, un año más, en uno de los motores económicos de Madrid.

IFEMA trabaja junto a nuestros empresarios para abrir oportunidades de acceso a nuevos mercados a través de la participación en las ferias internacionales que está celebrando fuera de nuestras fronteras. Para ello, ofrece eficacia, experiencia y profesionalidad, y contribuye con su trabajo a poner en valor, tanto la marca España como la marca Madrid.

Mi principal objetivo es continuar potenciando la actividad económica de la ciudad. IFEMA contará con todo el apoyo institucional del Ayuntamiento de Madrid para que juntos sigamos siendo un gran atractivo para el turismo de negocios y para que la imagen de la capital se consolide como un referente de oportunidades a nivel europeo y mundial.



1.2 MADRID CITY COUNCIL

Ana Botella Serrano, Mayor of Madrid

Madrid has always been a meeting point, both for people and for cultures, businesses, leisure activities and sporting events. This has made it an open city which plays host to a variety of interests. Accordingly, although large, it is both welcoming and innovative; modern but traditional, both for its residents and for our visitors, who find a range of possibilities whose offer is difficult to equal.

Since 1980, IFEMA has been the benchmark for the generation of business opportunities. It is one of the incentives provided by the city to boost economic activity since it represents the most familiar face for companies in the area of trade fairs and congresses.

Despite the difficulties associated with the crisis, IFEMA has obtained sound results and a significant events calendar. As a consequence, Madrid remains a highly active location and occupies fourth position in the ranking of the ICCA (International Congress and Convention Association).

This is due to a great extent to the prestige, both at home and abroad, of trade fairs as important and deeply-rooted as FITUR in the area of tourism; ARCOMadrid, which promotes art and culture, or the MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, a great showcase for Spanish fashion and creation. These and many other exhibitions

have made IFEMA, for yet another year, one of Madrid's economic motors.

IFEMA works with our entrepreneurs to create opportunities for accessing new markets through its participation in the international fairs that it holds beyond our frontiers. In doing so, it offers effectiveness, experience and professionalism and helps to promote both the Spanish and Madrid brands.

My main objective is to continue boosting the city's economic activity. IFEMA will have all the institutional support of the Madrid City Council so that, together, we will continue to be highly attractive for the business tourism sector and the capital's image will constitute a benchmark in terms of opportunities at European and world level.



1.3 CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID

Arturo Fernández Álvarez, Presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid

IFEMA representa para la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid uno de los mejores exponentes de nuestra implicación con el desarrollo económico y comercial de las empresas, así como con el del territorio que nos compete. No es casual que la figura de las cámaras de comercio esté presente, como actor fundamental, no sólo en el conjunto de instituciones feriales españolas, sino también en el resto de los países. Y esto es así porque este tipo de entidades se han convertido en uno de los más potentes dinamizadores de la economía local, además de dotar a los diferentes sectores productivos de plataformas de encuentro y negocio.

Desde otra perspectiva, las ferias son, por definición, espacios de colaboración sectorial, puntos de reunión y de encuentro, que favorecen, además del intercambio comercial, la transmisión de conocimiento y la capacitación profesional. Una visión de nuevo coincidente con la tarea que realizamos desde la Cámara de Comercio de Madrid, y que desde aquí aplaudimos y queremos poner en valor.

Del mismo modo, hoy más que nunca, quiero señalar la contribución de las ferias a la internacionalización de la empresa madrileña y española. Doy fe del especial esfuerzo que viene realizando IFEMA por ofrecer oportunidades a los participantes en sus salones de abrirse a mercados exteriores. Ese es el fin de las campañas de promoción

internacional que se implementan; de las presentaciones en múltiples países; de la labor de sus delegaciones, y muy particularmente de los programas de compradores que se ejecutan para sus principales ferias.

Por eso, y porque la internacionalización es una vez más coincidente con uno de nuestros cometidos más relevantes, la Cámara que presido colabora en esta tarea con IFEMA, más allá de lo que significa ser parte de su consorcio.

Tres aproximaciones a las tareas y estrategia de IFEMA, que premeditadamente he querido vincular a líneas maestras de la actuación de la Cámara de Comercio de Madrid, que bajo mi opinión argumentan sobradamente nuestro compromiso con esta institución.

Vaya pues mi invitación a seguir participando en este gran proyecto en permanente construcción y evolución. En él nos encontrarán siempre.

1.3 MADRID CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Arturo Fernández Álvarez, Chairman of the Madrid Chamber of Commerce and Industry

The Madrid Chamber of Commerce and Industry views IFEMA as one of the finest exponents of our involvement in the economic and commercial development of companies, as well as that of the region we represent. It is no coincidence that the Chamber of Commerce is present as a major player both in trade fair institutions as a whole in Spain and in other countries. This is because this type of institution, apart from providing meeting and business platforms to various productive sectors, is now one of the most powerful driving forces of the local economy.

From another perspective, trade fairs are, by definition, sectorial collaborative spaces, locations for meetings and encounters, which encourage the transmission of knowledge and professional training as well as commercial exchange. This is a vision which coincides with the work we perform at the Madrid Chamber of Commerce and one which we would like to applaud and highlight.

Similarly, today more than ever, I would like to note the contribution made by trade fairs to the internationalisation of Madrid and Spanish companies. I acknowledge the special effort IFEMA makes to provide opportunities to the participants in its events to open up foreign markets. This is the aim of the international promotion campaigns which it implements; of its presentations in multiple countries; of

the work of its delegations; and most particularly of the buyers' programmes which it runs for its principal trade fairs. For this reason and because internationalisation once again coincides with one of our most important tasks, the Chamber I preside collaborates in this task with IFEMA beyond what it means to be part of its consortium.

These three approaches to IFEMA's tasks and strategy which I have chosen to link to the main lines of action of the Madrid Chamber of Commerce I believe provide more than good reason for our commitment to this institution.

I therefore would invite you to continue to participate in this great project in constant construction and evolution. You will always find us within it.



1.4 FUNDACIÓN ESPECIAL CAJA MADRID

Carmen Cafranga Cavestany, Presidenta de la Fundación Especial Caja Madrid

Caja Madrid ha venido acompañando a la trayectoria de IFEMA desde la creación del consorcio que rige esta institución. Ya han pasado tres décadas desde el nacimiento de la Feria de Madrid, y a lo largo de estos años, se ha consolidado una actividad ferial en nuestra región que ha servido de exponente de las posibilidades de generar valor a partir de unas infraestructuras y una organización que busca dar soporte a la sociedad civil en ámbitos tan distintos como el económico o el cultural.

Desde esta perspectiva, creo que puede afirmarse que IFEMA representa un ejemplo de la amplia labor en la que está comprometida la Fundación Especial Caja Madrid. Así, no sólo colaboramos con ARCOMadrid a través de nuestra presencia en los órganos rectores de IFEMA y en el comité organizador de la feria, sino que espacios tan emblemáticos para nosotros como la Casa Encendida se vinculan de forma muy directa con su celebración.

También pueden servir de argumento para comprender nuestra vinculación al proyecto de IFEMA el impulso de salones con especial protagonismo en sectores como la educación, el deporte, la sanidad o la infancia, que tanto reflejo tienen en los programas que desarrollamos en la Fundación Especial Caja Madrid.

Vean por tanto en IFEMA un reflejo de nuestra Fundación, sin olvidar

el fundamento consustancial a la Institución Ferial de Madrid, que no es otro que generar riqueza en su entorno. El movimiento de bienes y personas que significan las ferias multiplican los ingresos que se derivan de las reuniones de negocios, ya sean salones profesionales y de público, o grandes congresos internacionales.

Por último, quisiera llamar la atención sobre otro aspecto fundamental e íntimamente vinculado a la actividad de estos recintos: el intercambio de conocimiento. La mayor palanca de progreso de nuestra sociedad reside en la capacitación profesional y el transvase del saber hacer entre personas y organizaciones. A ello contribuyen enormemente las ferias, y en esa tarea encontrarán también nuestra voluntad de apoyar el desarrollo de IFEMA.

Muchas gracias.

1.4 CAJA MADRID SPECIAL FOUNDATION

Carmen Cafranga Cavestany, President of the Caja Madrid Special Foundation

Caja Madrid has accompanied IFEMA throughout its history, ever since the creation of the consortium which governs the institution. Three decades have now passed since Feria de Madrid was born, and over these years trade fair activity has become consolidated in our region. This has served as a model for creating value from a set of infrastructures and an institution which seeks to provide support to civil society in areas as diverse as the economy or culture.

From this viewpoint, it is fair to say that IFEMA is an example of the extensive work to which the Caja Madrid Special Foundation is committed. Not only do we collaborate with ARCOMadrid through our presence in IFEMA's governing bodies and in the trade fair organising committee, but also the spaces which are so emblematic for us like La Casa Encendida are very directly linked to the holding of this event.

The thrust of events with special importance in areas such as education, sports, health and childhood, which are strongly reflected in the programmes we create at the Caja Madrid Special Foundation, can also serve as a way of understanding our connection to the IFEMA project.

I would like you to see therefore in IFEMA a reflection of our Foundation, without forgetting that it is of the same substance as the

Madrid Trade Fair Institution, whose goal is simply to create wealth in its environment. The movement of goods and people represented by trade fairs multiply revenue from business meetings, whether they be professional and public events or major international congresses.

Finally, I would like to draw your attention to another essential aspect which is intimately linked to the activity which takes place at these premises: the exchange of knowledge. The progress of our society is, without a doubt, powered the most by professional training and the transfer of know-how between people and organisations. Trade fairs play a huge part in this and here you will also discover our will to support IFEMA's development.

Thank you very much.





PRESENTACIONES PRESENTATIONS

2.1 Presidente de la Junta Rectora

2.1 Chairman of the Governing Board

2.2 Presidente Ejecutivo

2.2 Chief Executive Officer

2.3 Presidente de la Comisión Permanente de la Junta Rectora para la Planificación y Programación Ferial

2.3 Chairman of the Governing Board's Standing Committee
for Exhibition Planning and Programming

2



2.1 PRESIDENTE DE LA JUNTA RECTORA

José María Álvarez del Manzano y López del Hierro

IFEMA nació con la finalidad de contribuir a la mejora económica y social de nuestra región –ahora Comunidad- y de nuestra capital y sigue fiel en este objetivo. No es solo un centro de actividad económica, sino también un punto de encuentro cultural y social. Nuestras ferias, sin olvidar su finalidad comercial, sirven de estímulo a nuestro mundo cultural. Recuérdense ferias como FITUR, ARCOmadrid, FERIAARTE, ALMONEDA, FRUIT ATTRACTION, GIFTRENDS MADRID o MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, entre otras muchas. Por eso podemos afirmar que IFEMA es algo más que un espacio de encuentro económico, es, además, un lugar que favorece la cultura y un punto de encuentro para la sociedad, no solo madrileña, sino nacional e internacional.

Como todos los años, IFEMA presenta su Memoria Anual, un ejercicio -el 2012- en el que han continuado las difíciles circunstancias económicas por las que viene atravesando la economía mundial, y de manera especial, las de Europa y España.

No obstante, IFEMA sigue manteniendo un fuerte ritmo de actividad, aun cuando sus resultados económicos están atenuados con respecto a otros años, por las especiales circunstancias económicas.

La vitalidad de IFEMA nos permite continuar como un referente en el conjunto de la organizaciones de ferias europeas y españolas, siendo nuestro principal activo, su personal, que sigue trabajando con esfuerzo, inteligencia e imaginación para llegar a unos resultados que, como se

puede ver en esta Memoria, nos permiten mantener un ritmo de actividad adecuado a los tiempos que vivimos.

En el ejercicio que ahora damos cuenta, no solamente hemos mantenido nuestras tradicionales ferias, sino que avanzamos en nuestro deseo de ir internacionalizando nuestros certámenes. Hemos seguido incorporando innovaciones tecnológicas en nuestra actividad, y mejoramos y mantenemos nuestras infraestructuras, siendo cada vez más modernas y competitivas. Nuestro propósito es ofrecer a expositores y visitantes el mayor grado de competitividad y eficacia. Es de significar, también en este ejercicio, el impulso a la actividad congresual, que hace que nuestras instalaciones sean cada vez más solicitadas internacionalmente.

Como decíamos al principio, nuestras ferias y congresos aumentan el turismo de negocios y generan riqueza para nuestra Comunidad y, de modo muy singular, para nuestra ciudad, hoy posicionada entre las primeras congresuales del mundo.

Con el ánimo renovado, seguimos trabajando para continuar prestando nuestro mejor servicio a las administraciones madrileñas, a nuestra nación y, muy especialmente, a nuestros empresarios y expositores.

2.1 CHAIRMAN OF THE GOVERNING BOARD

José María Álvarez del Manzano y López del Hierro

IFEMA was born for the purpose of contributing to the economic and social improvement of our region –now, an autonomous one– and our capital and it remains true to this goal. The institution is not only a centre of economic activity, but also a cultural and social meeting point. Our trade fairs, without forgetting their commercial purpose, serve to stimulate our cultural world. One needs only to think of events like FITUR, ARCOMadrid, FERIAARTE, ALMONEDA, FRUIT ATTRACTION, GIFTRENDS MADRID, MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, among many others. This is why it is fair to say that IFEMA is rather more than an economic meeting space. It is also a place which promotes culture and a meeting point for society, not only that of Madrid, but also nationally and internationally.

As for every other year, IFEMA presents its Annual Report for 2012, which saw a continuation of the difficult economic circumstances experienced by the world economy, and especially, those of Europe and Spain.

However, IFEMA continued to maintain a strong pace of activity even though its economic performance was attenuated compared to other years due to the special economic circumstances.

IFEMA's vitality allows us to continue as a benchmark for European and Spanish trade fair organisations as a whole. Our main asset is our personnel, who continue to work hard, intelligently and imaginatively to attain results which, as may be seen in this Report, enable us to maintain a pace of activity appropriate to the times in which we live.

In the year we are now appraising, not only did we maintain our traditional fairs but we progressed in our desire to internationalise our events. We continued to incorporate technological innovations into our business and to improve and maintain our infrastructure, becoming increasingly modern and competitive. Our aim is to offer exhibitors and visitors the highest level of competitiveness and efficiency. It is important to note, also in 2012, the impetus in congress activity which placed our facilities increasingly in demand internationally.

As we said initially, our trade fairs and congresses increase business tourism and create wealth for our region and, in a very singular manner, for our city, which is now one of the world's top locations for conferences.

With renewed enthusiasm, we continue to work so we can keep providing our finest service to Madrid's authorities, to our nation and, especially, to our entrepreneurs and exhibitors.



2.2 PRESIDENTE EJECUTIVO

Luis Eduardo Cortés Muñoz

En la Memoria Anual que ahora tiene en sus manos se desmenuza con amplio detalle el resultado de un año lleno de esfuerzo y trabajo en un contexto poco favorable en términos económicos. Por la propia naturaleza de este documento, las páginas que siguen a estas palabras contienen multitud de cifras y estadísticas que de forma sintética dibujan el balance de nuestra gestión en 2012. Pero más allá de los parámetros concretos que aquí se aportan, me gustaría compartir ciertas conclusiones que creo ayudarán a dar el verdadero sentido a la profusión de información que a continuación se expone.

En primer término, es imprescindible señalar que IFEMA sigue siendo una entidad autosuficiente en su gestión; con capacidad plena de operar sin precisar la aportación de fondos públicos. Esta es una institución que no tiene endeudamiento y que, lo señalo con orgullo, puede considerarse un modelo a seguir por su trayectoria como consorcio que ha sabido obtener por sí misma los recursos suficientes para financiar todos sus proyectos, incluidos los recintos feriales que ocupa y sus sucesivas ampliaciones, a la vez que cumplir con sus fines: generar valor y riqueza en su entorno.

En la lógica del momento actual, es innegable que hemos debido ajustar costes y derrochar creatividad e ingenio para hacer más con menos. Sin embargo, ello no nos ha desviado de nuestros principales objetivos, como son organizar y albergar ferias y eventos que sean útiles y rentables para sus participantes y que generen para Madrid un creciente turismo de negocios.

Desde esta perspectiva, es altamente satisfactorio constatar que, según el barómetro de la ICCA, Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, Madrid alcanzó en 2012 el cuarto puesto en el ranking que elabora, sólo por detrás de Viena, París y Berlín; dos puestos por delante de la posición que ocupamos en 2011, lo que ha significado adelantar a otras ciudades como Singapur, Londres o Barcelona. Me permito solo señalar un par de ejemplos que sirven de exponente de la gran aportación de algunos de los eventos captados por nuestra organización: CPhI Worldwide 2012, la gran feria internacional de la industria de ingredientes farmacéuticos, que reunió a 2.200 empresas y 16.980 profesionales venidos de todo el mundo, y el Congreso mundial SAP TechEd, de la prestigiosa multinacional de software de gestión empresarial, que atrajo a 10.000 congresistas internacionales.

Queremos para Madrid los más importantes eventos internacionales, y para nuestra entidad, la inteligencia suficiente para seguir dotando a los sectores que confían en nosotros de las mejores plataformas de negocio. Y esto solo es posible si somos más eficientes y más innovadores. Nuestro compromiso, pueden estar seguros, está centrado en esa tarea.

2.2 CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Luis Eduardo Cortés Muñoz

The Annual Report you now hold in your hands breaks down into substantial detail the result of a year which has been packed with endeavour in economically difficult circumstances. By the very nature of this document, the pages which follow these words contain a multitude of figures and statistics which in summarised form take stock of our management in 2012. But beyond the specific parameters provided here, I would like to share some conclusions which I believe will help to provide the true meaning of the wealth of information outlined further on.

Firstly, it is imperative to note that IFEMA remains self-sufficient in its management, with a total capacity to operate without requiring the contribution of public funds. This is an institution with no debt and, I am proud to point out, one which may be considered as a role model due to its history as a consortium which has managed by itself to obtain sufficient resources to fund all its projects, including the exhibition sites it occupies and their successive enlargements, while meeting its objectives: creating value and wealth in its environment.

In the logic of the present time, it is undeniable that we have had to cut costs and burst with creativity and ingenuity to do more with less. However, this has not diverted us from our main objectives, such as the organising and hosting of trade fairs and events which are useful and profitable for their participants and which bring increasing business tourism to Madrid.

From this perspective, it is highly satisfying to see that the ICCA, the International Congress and Convention Association, placed Madrid fourth in its ranking in 2012, trailing only Vienna, Paris and Berlin and two places higher than in 2011, which means it has overtaken other cities like Singapore, London or Barcelona. I would just draw attention to a couple of examples which serve to explain the great contribution made by some of the events attracted by our institution: CPhI Worldwide 2012, the major international fair of the pharmaceutical ingredients industry, which gathered 2,200 companies and 16,980 professionals from around the world, and the SAP TechEd world congress, of the prestigious business management software multinational, which drew 10,000 international delegates.

We want the most important international events for Madrid, and for our Institution, the intelligence to keep providing the sectors which trust in us with the best business platforms. This is only possible if we are more efficient and more innovative. Our commitment, you can be sure, is focused on the task.

Thank you very much.



2.3 PRESIDENTE DE LA COMISIÓN PERMANENTE DE LA JUNTA RECTORA PARA LA PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN FERIAL

Enrique Ossorio Crespo

La Institución Ferial de Madrid, IFEMA, tanto por la calidad de su gestión y servicio, como por la gran capacidad de sus infraestructuras, es el más relevante centro de turismo de negocios de nuestro país y es, además, uno de los primeros destinos feriales europeos.

En un escenario económico que afecta a todos los sectores empresariales, IFEMA viene adoptando las medidas necesarias para impulsar su actividad. Para ello, busca novedosas líneas de actuación y nuevos mercados.

La adaptación de su gestión a las demandas actuales de negocio, le ha permitido acometer distintas actuaciones que han hecho posible que el balance del difícil ejercicio 2012 sea positivo. Así desde fortalecer sus salones y diversificar las actividades, pasando por potenciar su expansión internacional y atraer compradores extranjeros, han centrado los objetivos de IFEMA, sin olvidar también la importancia de impulsar el uso de herramientas tecnológicas como medios de interactividad y negocio. Por su parte, el entorno "business-friendly" propiciado en los últimos años por las políticas liberales del gobierno regional, ha facilitado un escenario más ágil y dinámico para las empresas, al eliminar trabas burocráticas que favorecen el desarrollo de nuevas manifestaciones feriales.

En 2012, la actividad ferial de IFEMA se ha caracterizado por su continuidad acogiendo a las grandes ferias de los principales sectores de consumo y servicios. Así, ha liderado el calendario ferial regional al acoger en sus recintos, el 55% de las ferias celebradas en la Comunidad de Madrid.

El liderazgo de esta institución ferial se manifiesta también a nivel nacional, al celebrarse en sus instalaciones 33 ferias, de las 107 catalogadas como internacionales por la Secretaría de Estado de Comercio a nivel nacional.

Para finalizar, quiero expresar mi reconocimiento a las empresas y profesionales que han participado en las actividades feriales de este año 2012, y por supuesto a IFEMA, por su contribución al desarrollo y proyección internacional de nuestra región.

2.3 CHAIRMAN OF THE GOVERNING BOARD'S STANDING COMMITTEE FOR EXHIBITION PLANNING AND PROGRAMMING

Enrique Ossorio Crespo

IFEMA (the Madrid Trade Fair Institution), both due to the quality of its management and service, and to the huge capacity of its infrastructures, is the most significant business tourism centre in Spain and one of the leading European exhibition destinations.

In an economic scenario which is affecting all business sectors, IFEMA has been adopting the measures required to boost its activity. In this regard, it is seeking novel lines of action and new markets.

The adaptation of its management to the current business demands has enabled IFEMA to implement different measures which have caused the balance of a difficult year such as 2012 to be positive. Accordingly, strengthening its fairs and diversifying its activities, including boosting its international expansion and attracting foreign buyers, have centred IFEMA's objectives over the year. We must also not forget the importance of promoting the use of technological tools as a means of interactivity and business. For its part, the business-friendly environment provided in recent years by the Regional Government's liberal policies, have given rise to a more agile and dynamic scenario for companies, by eliminating bureaucratic obstacles, thereby favouring the development of new exhibition fairs.

In 2012, IFEMA's trade fair activity was characterised by its continuity, welcoming the big fairs and the main consumer and services sectors. Accordingly, it has led the regional exhibition calendar by welcoming to its sites 55% of the fairs held in the Madrid Region.

The leadership of this trade fair institution is also revealed at Spanish level, by holding at its facilities 33 of the 107 fairs categorised as international by the State Secretary for Trade.

To conclude, I wish to express my gratitude to the companies and professionals to have participated in the trade fair activities in 2012, and of course, to IFEMA for its contribution to our region's development and international projection.





GESTIÓN MANAGEMENT

3.1 Informe del Director General

3.1 Managing Director's report

3.2 Balance de actividad ferial

3.2 Summary of events

3.3 Balance de actividad de Convenciones y Congresos

3.3 Summary of Conventions and Congresses

3.4 Expansión Internacional

3.4 International Development

3.5 Responsabilidad Social Corporativa

3.5 Corporate Social Responsibility

3.6 Desarrollos tecnológicos

3.6 Technological developments

3.7 Inversiones

3.7 Investment

3



3.1 INFORME DEL DIRECTOR GENERAL

Fermín Lucas Giménez

El año 2012, al igual que los ejercicios inmediatamente anteriores, ha significado un reto para todos los actores económicos. Un proceso de aprendizaje continuo, de adaptación a las necesidades de nuestros clientes, que nos permita seguir prestando el mejor servicio para el contexto en cada momento adecuado.

Vivimos un momento que puede catalogarse como excepcional, y como tal hemos de actuar. Sabemos que nuestros clientes tienen dificultades, y por ese motivo, desde IFEMA se han llevado al límite sus márgenes de rentabilidad para apoyar su participación en nuestras ferias. Eso sí, sin renunciar a una máxima que es igualmente importante: mantener nuestra sostenibilidad en la gestión. Por ambas cosas debemos congratularnos de los resultados que recoge esta Memoria. También este año IFEMA ha obtenido un resultado de explotación positivo de 16 millones de euros, y un beneficio neto de 1 millón, excedente que como todos los obtenidos por esta entidad a lo largo de su trayectoria, será reinvertido en su propio funcionamiento.

Y es que lejos de ver depreciados por la coyuntura actual los beneficios de la actividad ferial para las empresas, seguimos creyendo en las ferias como palancas imprescindibles para dinamizar la economía. Ninguna otra herramienta de marketing permite al mismo tiempo satisfacer objetivos como consolidar nuevos mercados y abrir nuevas oportunidades de negocio; fortalecer las redes de distribución; y analizar el mercado.

Pero entre las virtudes arriba enunciadas de las ferias, sabemos que particularmente debemos fortalecer la línea de trabajo encaminada a internacionalizar al máximo a la institución y a cada uno de sus salones.

Con un consumo interior débil, nuestro horizonte ha de trascender necesariamente los límites nacionales y amoldarse a los escenarios globales de la economía. IFEMA quiere representar, en este sentido, un auténtico apoyo a las empresas para aproximarse con las mejores garantías de éxito a esos mercados mundiales, y con ese fin hemos tratado de facilitar la llegada de compradores internacionales a nuestras ferias, así como de impulsar proyectos en el exterior para acompañar a las empresas a nuevos mercados.

En 2012 hemos recibido a más de 2,5 millones de visitantes y cerca de 15.000 empresas expositoras directas que han ocupado casi 670.000 metros cuadrados de superficie. Tres grandes cifras que definen un año en el que todo el equipo humano que compone IFEMA se ha esforzado por dar lo mejor de sí mismos. De ello me siento muy orgulloso. En todos y cada uno de nosotros encontrarán siempre un aliado y un apoyo al servicio de su negocio.

Gracias una vez más por su confianza.

3.1 MANAGING DIRECTOR'S REPORT

Fermín Lucas Giménez

Like the years which immediately preceded it, 2012 posed a challenge for all economic actors. This entailed a continuous process of learning to adapt to our customers' needs, enabling us to keep providing the service which best suits the situation at the right time.

We live in a time which may be viewed as exceptional and we have to act as such. We know our customers experience difficulties and therefore IFEMA has taken its profit margins to the limit in order to provide support for their participation in our trade fairs. However, we have never ignored a maxim which is equally important: maintain our sustainability in management. Both of these aspects should lead us to congratulate ourselves on the results contained in this report. In 2012, IFEMA obtained a positive operating result of 16 million euros and a net profit of 1 million euros which, like all those the Institution has achieved over its history, will be reinvested in its own operations.

Far from seeing the benefits of trade fair activity for companies reduced by the present situation, we still believe in trade fairs as vital levers for stimulating the economy. No other marketing tool can simultaneously meet objectives like the consolidating of new markets and opening up of new business opportunities; the strengthening of distribution networks; and analysis of the market and the competition.

But among the virtues of the trade fairs outlined above, we realise that in particular we must strengthen the line of work aimed at internationalising to the utmost both the institution and each of its events. Given our weak domestic consumption, our goal must necessarily go beyond national limits and adapt to the economy's global

scenarios. Accordingly, IFEMA wishes to be seen as representing real support to companies in getting closer to those world markets with the best guarantees of success. To that end, we have attempted to help international buyers attend our trade fairs as well as to promote projects abroad which accompany companies to new markets.

In 2012 we received over 2.5 million visitors as well as some 15,000 direct exhibitors who occupied nearly 670,000 sq. m. of surface area. These three large figures define a year in which the entire IFEMA team strove to give the best of themselves. I am very proud of this. In each and every one of us, you will always find an ally and support at the service of your business.

Once again, thank you for your trust.

3.2 BALANCE DE ACTIVIDAD FERIAL

3.2 SUMMARY OF EVENTS

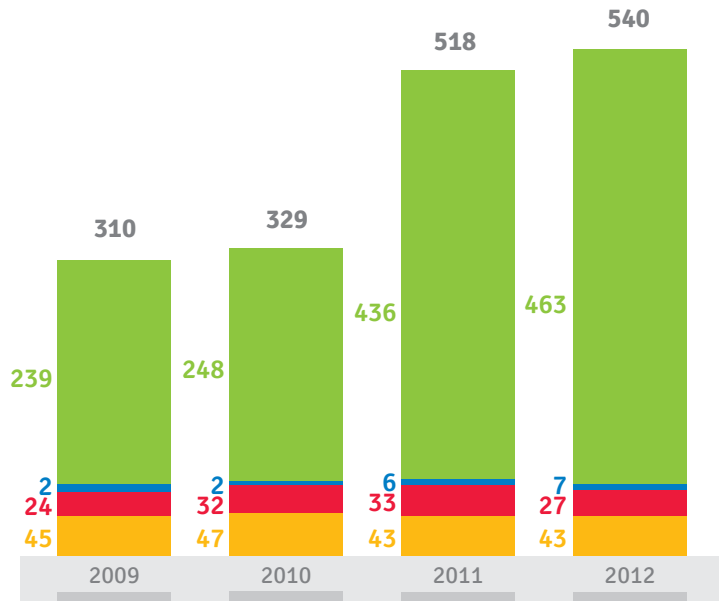
NÚMERO DE EVENTOS CELEBRADOS

NUMBER OF EVENTS HELD

Número de convocatorias Number of events	2009	2010	2011	2012
● Ferias propias IFEMA - organised trade fairs	45	47	43	43
● Ferias externas Externally-organised trade fairs	24	32	33	27
● Congresos con exposición Congresses with an exhibition	2	2	6	7
● Congresos, convenciones y actos Congresses, conventions and events	239	248	436	463
Total convocatorias Total events	310	329	518	540

IFEMA ALBERGÓ EN 2012 LA CELEBRACIÓN DE 540 CONVOCATORIAS, DE LAS CUALES 77 FUERON FERIAS Y CONGRESOS CON EXPOSICIÓN

En 2012, IFEMA registró un mayor número de actos celebrados en Feria de Madrid, con respecto a 2011, gracias al incremento de la actividad de Convenciones y Congresos. En total 540 convocatorias se han celebrado a lo largo del ejercicio en las instalaciones de IFEMA. De ellos, los más importantes fueron las ferias y congresos con exposición que sumaron un total de 77, manteniendo en términos similares los datos relativos a las ferias organizadas por IFEMA y los congresos con exposición, que aportaron un especial dinamismo por la trascendencia internacional de sus convocatorias.



IN 2012 IFEMA HOSTED 540 EVENTS, OF WHICH 77 WERE TRADE FAIRS AND CONGRESSES WITH AN ACCOMPANYING EXHIBITION

In 2012, IFEMA registered a higher number of events at Feria de Madrid than in 2011, due to the increase in the activities of Conventions and Congresses. In total, 540 events were held at the Institution's site during the year. Of these, the most important were trade fairs and congresses with an accompanying exhibition which totalled 77, with the figures for both IFEMA-organised trade fairs and congresses with an accompanying exhibition remaining similar to the previous year. This added a special dynamism due to the international importance of the events.

NUEVOS PROYECTOS

Cabe destacar que, a pesar del difícil entorno económico general, en 2012 se han cumplido objetivos de actividad, con el mantenimiento de todas las ferias programadas en calendario, incluidos los dos nuevos proyectos iniciados en los dos años anteriores, dirigidos al público, como DABADUM y 100x100 MASCOTA, además de la incorporación en 2012 de dos ferias nuevas también orientados al gran público como son MULAFEST y el FESTIVAL SOY CIBELINO. A ello se suma además el piloto de un nuevo proyecto de IFEMA que verá la luz en 2013, y que ya en 2012 se inicia con el lanzamiento de los SHOWROOMS DE PUERICULTURA, evento desarrollado como antesala de la celebración en 2013 del Salón Profesional de Productos para la Infancia, PUERICULTURA MADRID.

Además, 2012 ha permitido también el mantenimiento de la estrategia de expansión y diversificación de su actividad, con el desarrollo de propuestas que trascienden al ámbito profesional y a los target habituales, y extendiendo su actividad en el exterior con marcas propias en los continentes de Latinoamérica y Asia.

Principales congresos y eventos

En el capítulo de congresos y convenciones, actividad que está conociendo en los últimos años una creciente progresión, cabe destacar por su relevancia, la celebración en 2012 de grandes eventos internacionales, como el CPhI Worlwide 2012, la gran feria internacional de la industria de ingredientes farmacéuticos, que reunió en 9 pabellones y en una superficie neta expositiva de 56.548 m², a 2.200 empresas expositoras y 16.980 profesionales de todo el mundo; el European Planetary Science Congress, el Congreso ESRI, sobre sistemas de información y localización geográfica, o el Congreso SAP TechEd, que ocupó 6 pabellones de la Feria de Madrid y todas sus salas de reuniones, y que contó con la presencia de más de 10.000 congresistas.

En lo que se refiere a ferias de organización externa, IFEMA cerró el año con dos nuevas convocatorias dirigidas al gran público: MADRID HORSE WEEK BANCO SABADELL, y TRAMO, Exposición de Coches y Motos de Ensueño.

NEW PROJECTS

It is worth noting that, despite the difficult overall economic environment, IFEMA met its business aims in 2012, with all scheduled trade fairs going ahead, including two new projects for the public initiated in the previous two years, DABADUM and 100x100 MASCOTA, plus the addition in 2012 of two new fairs also aimed at the general public, MULAFEST and FESTIVAL SOY CIBELINO. There was also IFEMA's new pilot project which will see the light in 2013, and which already began in 2012 with the launch of the SHOWROOM PUERICULTURA MADRID, an event created as a prelude to the holding of the Childhood Products Trade Show, PUERICULTURA MADRID.

In addition, 2012 saw the maintaining of the strategy of expansion and diversification of the institution's activities, with the creation of proposals which go beyond the professional area and the customary targets, and the expanding of its activities abroad with its own brands in the continents of Latin America and Asia.

Principal congresses and events

In the area of congresses and conventions, an activity which is experiencing a growing progression in recent years, the holding in 2012 of major international events was especially relevant. These included CPhI Worldwide 2012, the major international fair of the pharmaceutical ingredients industry, which took in 9 halls, a net exhibition area of 56,548 sq.m., 2,200 exhibiting companies and 16,980 professionals from around the world; the European Planetary Science Congress, the ESRI Congress, on information systems and geographical location, or the SAP TechEd Congress, which occupied six halls at Feria de Madrid and all its meeting rooms and was attended by over 10,000 delegates.

With regard to externally-organised trade fairs, IFEMA closed the year with two new events aimed at the public at large: MADRID HORSE WEEK BANCO SABADELL, and TRAMO, Cars and Motorbikes Exhibition.



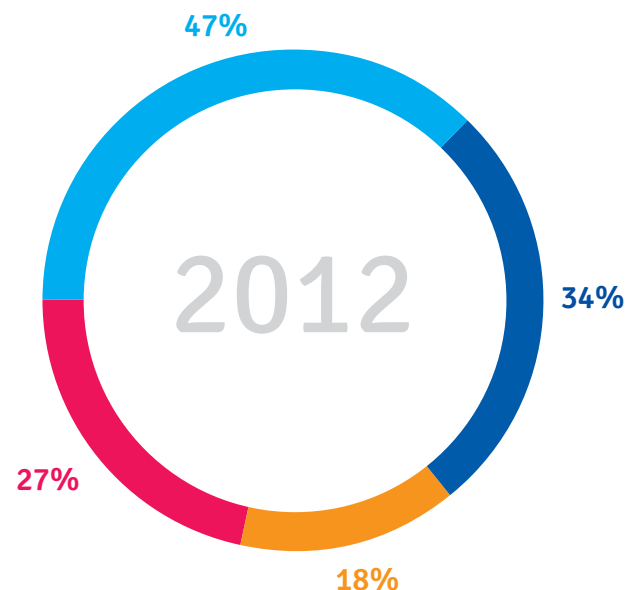
DISTRIBUCIÓN DE FERIAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

DISTRIBUTION OF FAIRS ACCORDING TO SECTOR

Distribución de ferias Distribution of fairs	2012
● Bienes inversión Investment goods	47%
● Bienes de consumo Consumer goods	34%
● Servicios Services	18%
● Público Public	27%

LAS CONVOCATORIAS PROFESIONALES REPRESENTAN EL 73% DE LA ACTIVIDAD DE IFEMA

La especialización de IFEMA en el sector de ferias profesionales queda reflejada en el volumen de convocatorias celebradas en 2012 dirigidas a sectores industriales. En este sentido, se convocaron 56 certámenes profesionales, frente a 21 dirigidos al público general –estas cifras incluyen también las ferias de organización externa-. Entre las de perfil profesional, se sitúan a la cabeza aquellas de bienes de inversión, que representan un 47% del total; seguido de las de bienes de consumo, con un 34%, y las de servicios, que alcanzan el 18%. Por su parte, las citas abiertas al público general representan el 27% del total.



TRADE EVENTS REPRESENT 73% OF IFEMA ACTIVITY

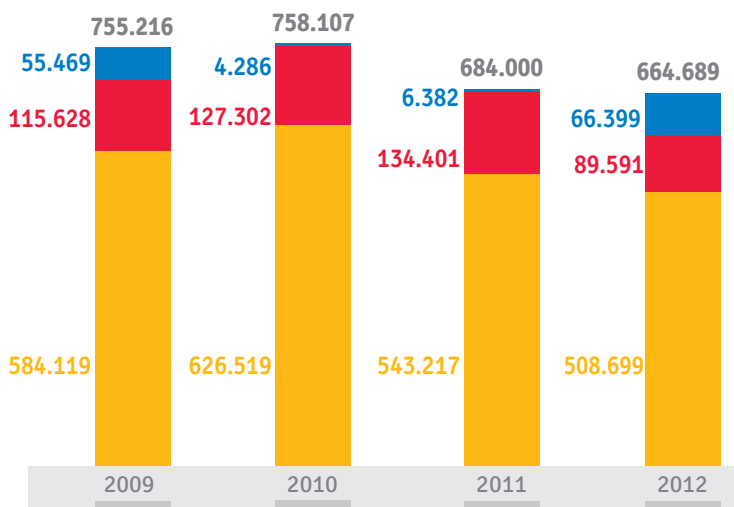
IFEMA's specialisation in the field of trade fairs is reflected in the volume of events held in 2012 which were aimed at sectors of industry. 56 trade events were organised, compared to 21 for the general public -these figures also include externally-organised fairs. Those with a trade profile were headed by investment goods, which accounted for 47% of the total, followed by consumer goods, with 34%, and services, with 18%. For their part, events open to the general public represented 27% of the total.

SUPERFICIE OCUPADA (m²)

La actividad ferial desarrollada durante el ejercicio 2012 ha permitido alcanzar una ocupación bruta del recinto de 1.574.520 m², y una ocupación efectiva de la superficie de exposición de 664.688,9 m².

El mayor porcentaje de superficie ocupada lo registran los salones organizados por IFEMA, que suponen casi el 80% del total, seguido de ferias externas, 14% y de congresos con exposición, el 9%.

El índice de aprovechamiento de pabellones fue del 41'07% y la rotación –considerando también la actividad no ferial– alcanzó el 8'2%.



Superficie neta ocupada (m²) Net surface occupied (sq.m)	2009	2010	2011	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	584.119	626.519	543.217	508.699
● Ferias externas Externally - organised fairs	115.628	127.302	134.401	89.591
● Congresos con exposición Congresses with exhibition	55.469	4.286	6.382	66.399
Total	755.216	758.107	684.000	664.689

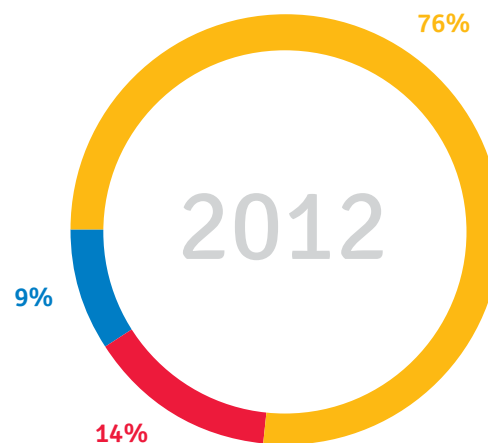
Nota: los años 2009 y 2012 incluyen CPhI Worldwide
Note: 2009 and 2012 include CPhI Worldwide

NET SURFACE AREA OCCUPIED (sq. m.)

Trade fair activity in 2012 led to the gross occupation of 1,574,520 sq. m. of the exhibition complex and an effective occupation of surface area of 664,688.9 sq.m.

The highest percentage of occupied surface area was registered by IFEMA-organised events, which represented almost 80% of the total, followed by external fairs, with 14%, and congresses with an accompanying exhibition, with 9%.

The index for hall take-up was 41.07% and rotation –also taking non-trade fair activity into consideration– was 8.2%.

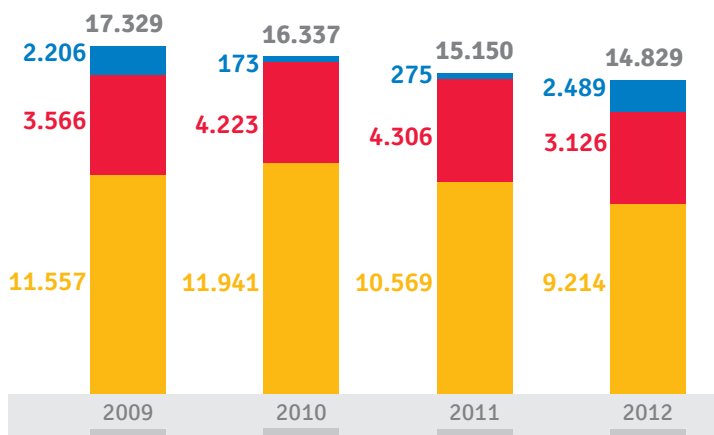


Distribución superficie ocupada Net surface area occupied	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	76%
● Ferias externas Externally - organised fairs	14%
● Congresos con exposición Congresses with an exhibition	9%

EMPRESAS EXPOSITORAS

MÁS DE 28.000 EMPRESAS BUSCARON OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN FERIA DE MADRID

El número de empresas que participó durante 2012 en certámenes celebrados en Feria de Madrid ascendió a 28.842 manteniéndose prácticamente en los mismos parámetros que en el ejercicio anterior, lo que constituye un dato especialmente valorado dada la situación económica actual. Del mismo modo, las cifras de participación empresarial directa se mantuvieron estables, con la presencia de 14.829 compañías, la mayoría -9.214- en salones organizados por IFEMA, frente a 3.126 en ferias de organización externa. La participación internacional se mantuvo también dentro de los parámetros del ejercicio anterior, con más de un 22% del total. Por su parte, la participación indirecta registró la cifra de 14.013 empresas.



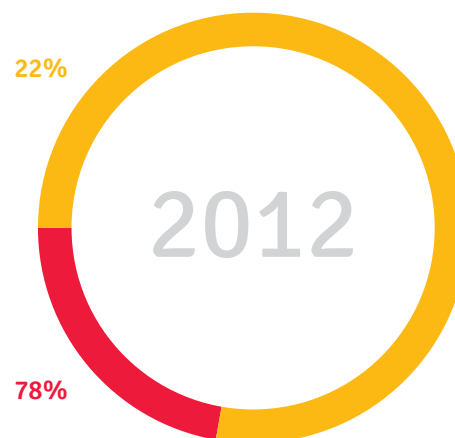
Expositores directos Direct exhibitors	2009	2010	2011	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	11.557	11.941	10.569	9.214
● Ferias externas Externally - organised fairs	3.566	4.223	4.306	3.126
● Congresos con exposición Congresses with exhibition	2.206	173	275	2.489
Total	17.329	16.337	15.150	14.829

Nota: los años 2009 y 2012 incluyen CPhI Worldwide
Note: 2009 and 2012 include CPhI Worldwide

EXHIBITING COMPANIES

OVER 28,000 COMPANIES SEEK BUSINESS OPPORTUNITIES AT FERIA DE MADRID

The number of companies which participated in 2012 in events held at Feria de Madrid amounted to 28,842, remaining virtually the same as the previous year, which is particularly notable given the current economic situation. Similarly, the figures for direct business participation stayed stable, with the presence of 14,829 companies. Most of these -9,214- were at IFEMA-organised events, compared to 3,126 at externally-organised fairs. International participation also remained within the parameters of the previous year, with more than 22% of the total. For its part, indirect participation registered 14,013 companies.



Participación internacional: expositores directos International participation: direct exhibitors	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	22%
● Ferias externas Externally - organised fairs	78%

VISITANTES

FERIA DE MADRID CONCENTRÓ LA PARTICIPACIÓN DE MÁS DE 2'5 MILLONES DE VISITANTES

Un total de 2.538.237 de visitantes asistieron en 2012 a Feria de Madrid, con motivo de la convocatoria de los distintos actos celebrados a lo largo del ejercicio.

Por lo que respecta a ferias organizadas por IFEMA, estas recibieron 1.919.531 visitantes. De ellos, 449.505 fueron profesionales, con un perfil que, atendiendo a su procedencia, responde a los siguientes parámetros: un 90% son visitantes nacionales y un 10% extranjeros.

Profesionales nacionales: referenciado a la totalidad del visitante nacional, las comunidades autónomas con mayor presencia son: Madrid (45%); Andalucía (9%); Cataluña (7%); Valencia (7%); Castilla-La Mancha (5%) y Castilla y León (5%).

Profesionales extranjeros: Unión Europea (68%); Centro y Sudamérica (15%); resto de Europa (7%); Asia (4%); África (4%) y Norteamérica (2%).

VISITORS

FERIA DE MADRID DREW OVER 2.5 MILLION VISITORS

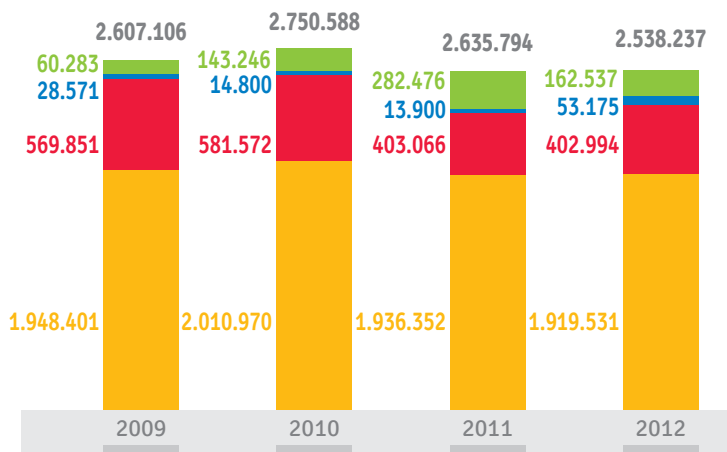
A total of 2,538,237 visitors attended the different events at Feria de Madrid during 2012.

IFEMA-organised fairs received 1,919,531 visitors. Of these, 449,505 were trade visitors, whose origin responded to the following parameters: 90% were domestic visitors and 10% foreign.

Domestic trade visitors: with reference to the total domestic visitors, the Autonomous Regions with the largest presence were: Madrid (45%); Andalusia (9%); Catalonia (7%); Valencia (7%); Castile-La Mancha (5%) and Castile and Leon (5%).

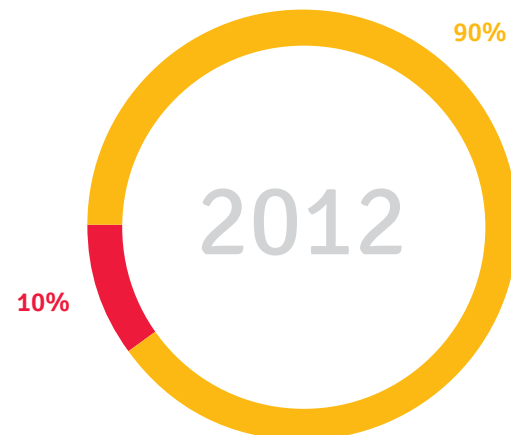
Foreign trade visitors: European Union (68%); Central and South America (15%); rest of Europe (7%); Asia (4%); Africa (4%) and North America (2%).





Visitantes totales Total visitors	2009	2010	2011	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	1.948.401	2.010.970	1.936.352	1.919.531
● Ferias externas Externally - organised fairs	569.851	581.572	403.066	402.994
● Congresos con exposición Congresses with exhibition	28.571	14.800	13.900	53.175
● Congresos, convenciones y actos Congresses, exhibition and events	60.283	143.246	282.476	162.537
Total	2.607.106	2.750.588	2.635.794	2.538.237

Nota: los años 2009 y 2012 incluyen CPHI Worldwide
Note: 2009 and 2012 include CPHI Worldwide



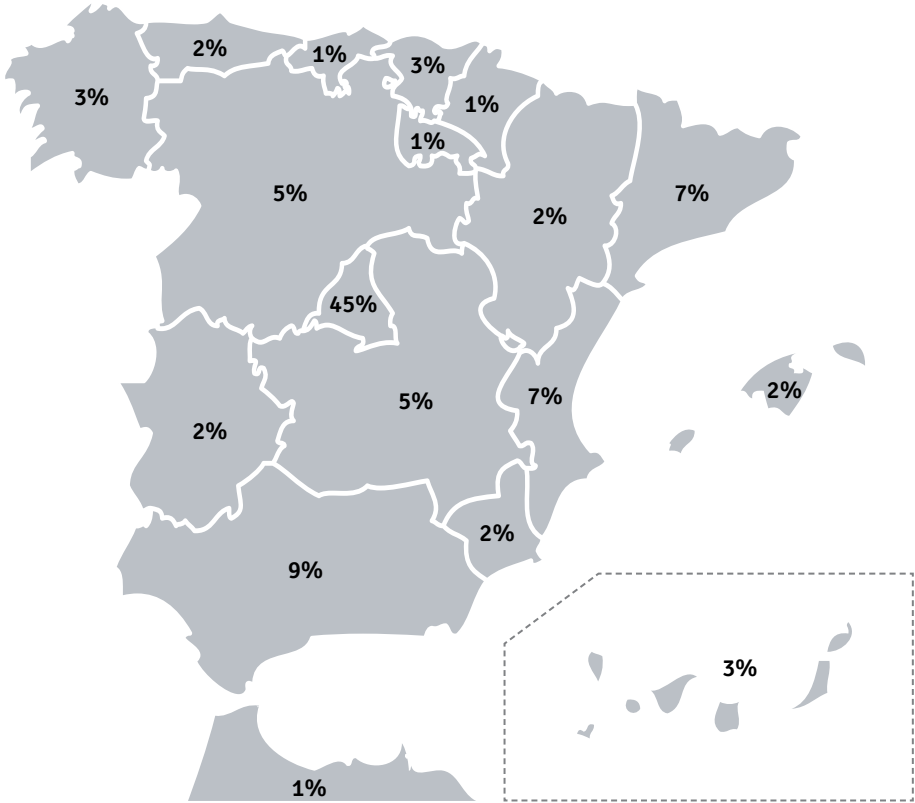
Participación internacional: visitantes identificados International participation: visitors identified	2012
● Ferias propias IFEMA - organised fairs	90%
● Ferias externas Externally - organised fairs	10%



Procedencia de visitantes profesionales nacionales en ferias 2012 organizadas por IFEMA

Origin of national visitors to IFEMA-organised fairs in 2012

C.A. de Madrid	45%
Madrid Region	
C.A. de Andalucía	9%
Andalusia	
C.A. de Cataluña	7%
Catalonia	
C.A. de Valencia	7%
Valencia	
C.A. de Castilla - La Mancha	5%
Castile-La Mancha	
C.A. de Castilla y León	5%
Castile and Leon	
C.A. de Galicia	3%
Galicia	
C.A. de País Vasco	3%
Basque Country	
C.A. de Canarias	3%
Canary Islands	
Región de Murcia	2%
Region of Murcia	
C.A. de Aragón	2%
Aragon	
C.A. de Baleares	2%
Balearic islands	
C.A. de Extremadura	2%
Extremadura	
Principado de Asturias	2%
Principality of Asturias	
C.A. de Cantabria	1%
Cantabria	
Ciudades autónomas de Ceuta y Melilla	1%
Autonomous Cities of Ceuta and Melilla	
C.A. de Navarra	1%
Navarre	
C.A. de La Rioja	1%
La Rioja	



PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL

Uno de los objetivos de IFEMA es potenciar su dimensión internacional como organizador de ferias internacionales y como receptor de participantes procedentes de distintos países. Así se desprende de las cifras obtenidas en 2012 que reflejan un porcentaje del 22% en lo referente al número de expositores directos internacionales participantes en ferias convocadas a lo largo del año. Por su parte la asistencia internacional supuso el 10% de los visitantes profesionales recibidos en el conjunto de salones que han tenido lugar en Feria de Madrid.

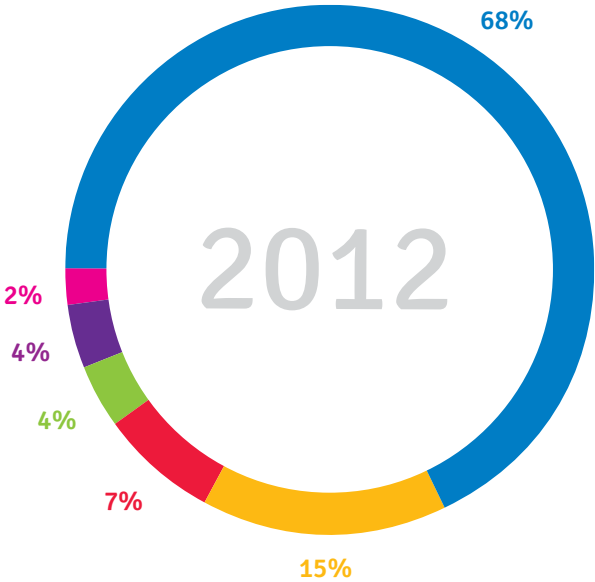
Procedencia de visitantes extranjeros (ferias organizadas por IFEMA) Origin of foreign visitors (IFEMA - organised trade fairs)		
Unión europea European Union	68%	
Centro y sudamérica Central and South America	15%	
Resto Europa Rest of Europe	7%	
Asia Asia	4%	
África Africa	4%	
Norteamérica North America	2%	

*No se contempla Oceanía
*Oceania is not included

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN: Portugal, Italia, Francia, Reino Unido, México, Alemania, Brasil, Países Bajos, Rusia, Venezuela, Marruecos, Estados Unidos, Argentina, Bélgica, Turquía, Colombia, Polonia, Chile, Andorra y Grecia.

INTERNATIONAL PARTICIPATION

One of IFEMA's goals is to strengthen its international dimension as an organiser of international exhibitions and as a recipient of participants from different countries. This may be inferred from the figures obtained in 2012 which show a percentage of 22% with regard to the number of direct international exhibitors who participated in fairs held during the year. Meanwhile, international attendance accounted for 10% of the trade visitors received at all the events to have taken place at Feria de Madrid.



PRINCIPAL COUNTRIES OF ORIGIN: Portugal, Italy, France, United Kingdom, Mexico, Germany, Brazil, Netherlands, Russia, Venezuela, Morocco, United States, Argentina, Belgium, Turkey, Colombia, Poland, Chile, Andorra and Greece.

3.3 BALANCE DE ACTIVIDAD DE CONVENCIONES Y CONGRESOS

3.3 SUMMARY OF CONVENTIONS AND CONGRESSES

IFEMA CONTRIBUYE A SITUAR MADRID EN EL CUARTO LUGAR COMO DESTINO MUNDIAL DEL TURISMO DE NEGOCIO

La actividad de CONVENCIONES Y CONGRESOS de IFEMA se ha afianzado en los últimos años como una sólida línea de negocio, que permite generar un importante dinamismo en la economía de Madrid, así como rentabilizar las instalaciones de Feria de Madrid con la gestión de los distintos espacios y servicios que ofrece el recinto, para la celebración de eventos y encuentros profesionales. Dicha actividad, que en 2012 ha alcanzado unos positivos resultados, con la celebración de 463 congresos, convenciones y actos, ha representado un crecimiento del 6%, con respecto a 2011, al tiempo que constituye una importante contribución al reconocimiento de Madrid como uno de los grandes destinos internacionales de turismo de negocio a nivel mundial.

A lo largo del ejercicio 2012 la actividad de CONVENCIONES Y CONGRESOS de IFEMA generó la asistencia a Feria de Madrid de un total de 162.537 visitantes.

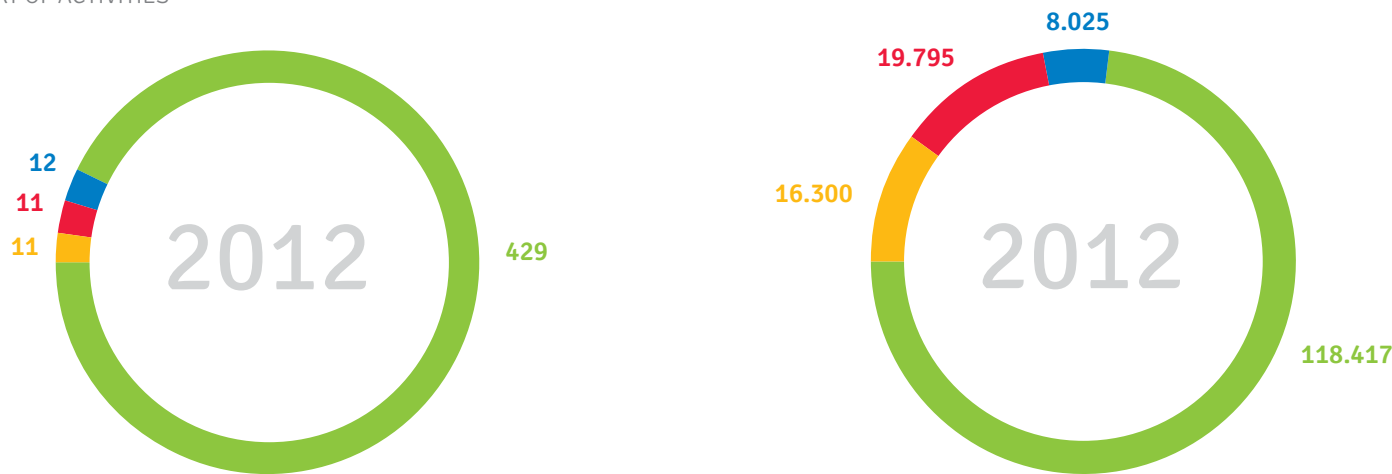
IFEMA HELPS TO MAKE MADRID THE WORD'S FOURTH LEADING GLOBAL BUSINESS TOURISM DESTINATION

IFEMA's CONVENTIONS AND CONGRESSES has established itself in recent years as a solid line of business, one which significantly invigorates the economy of Madrid and profits from the facilities of Feria de Madrid by managing the various spaces and services offered by the complex to hold events and professional meetings. This activity produced positive results in 2012, with its 463 congresses, conventions and other events representing an increase of 6% compared to 2011 and making an important contribution to the recognition of Madrid as one of the top international destinations for business tourism worldwide.

In 2012, IFEMA's CONVENTIONES AND CONGRESSES generated a total attendance at Feria de Madrid of 162,537 visitors.



RESUMEN DE ACTIVIDADES
SUMMARY OF ACTIVITIES



Número de actos Number of events	2012
Congresos Congresses	11
Convenciones Conventions	11
Jornadas y presentaciones Symposiums and presentations	12
Otros* Others*	429
Total Total	463

* Asambleas, juntas, reuniones, rodajes, etc.

* Assemblies, shareholders meetings, meetings, film shorts, etc.

Número de asistentes Number of attending	2012
Congresos Congresses	16.300
Convenciones Conventions	19.795
Jornadas y presentaciones Symposiums and presentations	8.025
Otros* Others*	118.417
Total Total	162.537



CONGRESOS CONGRESSES

VII Congreso de Actualización en Implantología
7th Implantology Update Congress

EXPOCIDA 2012 – Congreso Control de Plagas
EXPOCIDA 2012 – Pest Control Congress

Congreso Joven y en Red – Asociación Protégeles
Young and Online Congress – Protegeles Association

III Congreso de Energía Geotérmica en la Edificación y la Industria
3rd Congress on Geothermal Energy in Construction and Industry

I Expocongreso de Nutrición desde la Farmacia – SYN
1st Pharmaceutical Nutrition Expocongress – SYN

Congreso Tecnomarketing
Tecnomarketing Congress

European Planetary Science Congress
European Planetary Science Congress

Congreso Esri
Esri Congress

Congreso Manager Forum – Interban Network
Manager Forum Congress – Interban Network

Congreso Nacional del Medio Ambiente – Conama
National Environmental Congress – Conama

46º Congreso Anual de la SEPA – Soc. Española Periodoncia y Osteointegración
46th Annual Congress SEPA – Spanish Society for the Periodontology and Osseointegration

JUNTAS/ASAMBLEAS SHAREHOLDERS MEETINGS/ASSEMBLIES

Asamblea Anual APCE
Shareholders APCE Annual Assembly

Asamblea General AFE
Shareholders AFE General Assembly

Asamblea General de Mutualistas Pelayo
Shareholders Mutualistas Pelayo General Assembly

Asamblea General de la Mutua MMT Seguros
Shareholders Mutua MMT Seguros General Assembly

Asamblea Purísima Concepción
Purísima Concepción Assembly

Asamblea Socios Real Madrid Club de Fútbol
Shareholders Real Madrid Members Assembly

Junta General de Accionistas de Telefónica
Telefónica, Annual Shareholders Meeting

Junta General de Accionistas de ACS
ACS, Annual Shareholders Meeting

Junta General de Accionistas SACYR
SACYR, Annual Shareholders Meeting

Junta General de Accionistas IAG
IAG, Annual Shareholders Meeting

CONVENCIONES Y PRESENTACIONES CONVENTIONS AND PRESENTATIONS

SAP- Sapphire Now & Madrid TechEd
SAP Sapphire Now & Madrid TechEd

Foro Roche
Roche Forum

Microsoft Destino La Nube
Microsoft: Destination The Cloud

Semana del Seguro
Insurance Week

Foro Tecnológico de la Instrumentación Virtual
Virtual Instrumentation Technology Forum

Convención Anual Merkamueble Europa
Annual Merkamueble European Convention

**TRAJENTA – Construyendo puentes contra la Diabetes –
Boehringer Ingelheim**
TRAJENTA – Building Bridges against Diabetes – Boehringer
Ingelheim

Convención Leroy Merlin
Leroy Merlin Convention

Cassidian Solutions – Presentación de Producto
Cassidian Solutions Presentation

OTROS ACTOS OTHER EVENTS

Pokemon Video Game World Championships Qualifier
Pokemon Video Game World Championships Qualifier

ESIC - Hoy es Marketing 2012
ESIC Business Marketing School- Hoy es Marketing 2012

Seminario Intensivo de la Mente Millonaria
Intensive Seminar for the Millionaire's Mind

Ahora Tú Madrid – MSM
“Ahora Tú Madrid” – MSM

50 Edición Premios del Ejercito
Army Awards 50th Edition

Conferencia Anual Asoc. Antiguos Alumnos del Instituto de Empresa
Annual Alumni Association Conference – Instituto de Empresa

Acto Conmemorativo del Día de la Policía
Commemoration of the Police Day

Homenaje PYME
Tribute to PYME (small and medium size enterprises)

XVII Jornadas de Auditoría Interna
The 17th Internal Audit Sessions

I Encuentro Mundial de Eficiencia Energética en Edificios
1st World Meeting of Energy Efficiency in Buildings

OPTICALIA – Pasarela gafas de ver
OPTICALIA – Eyeglass Catwalk Show

TRAMO – Exposición de Coches y Motos de Ensueño
TRAMO – Cars and Motorbikes Exhibition

Entrega Insignias Real Madrid
Insignia Presentation for Real Madrid Members

Entrega de medallas CEPSA
Medal Award Ceremony CEPSA

Madrid Horse Week Banco Sabadell
Madrid Horse Week Banco Sabadell

3.4 EXPANSIÓN INTERNACIONAL

3.4 INTERNATIONAL DEVELOPMENT

LATINOAMÉRICA Y ASIA, PRINCIPALES OBJETIVOS

En el contexto actual, la búsqueda de nuevos mercados donde proyectar la marca y ampliar negocio se hace imprescindible, no solo de cara a la mejora de los balances económicos, sino también, y muy especialmente, al compromiso de IFEMA con el sector empresarial. En este sentido, uno de los factores de la expansión internacional de IFEMA de mayor valor lo constituye la oportunidad de dar soporte a las empresas con vocación internacional, y ayudar a dar el salto a mercados de gran potencial hacia los cuales IFEMA está dirigiendo sus proyectos en el exterior.

Esta dinámica se enmarca en el trabajo de internacionalización que está desarrollando IFEMA, cuyos esfuerzos se dirigen a potenciar su expansión internacional, así como a diversificar su estrategia con el objetivo de afianzar su posición como receptor de grandes congresos mundiales y como emisor de proyectos feriales para su organización e implantación en mercados de especial interés.

Así, desde finales de 2011, la vocación internacional de IFEMA, ha puesto el foco en el desarrollo de una labor estratégica de internacionalización, con la creación de la Dirección de Expansión Internacional, orientada a ampliar la actividad de IFEMA en el exterior y a exportar su conocimiento en el ámbito ferial, así como su experiencia en la gestión de exposiciones profesionales y en el asesoramiento de espacios de congresos en distintos lugares del mundo.

El trabajo de Expansión Internacional de IFEMA ha tenido gran proyección en 2012, con la implantación en otros países de ferias de IFEMA, en colaboración con operadores locales, como es el caso de SICUR LATINOAMÉRICA, que se celebró en

LATIN AMERICA AND ASIA, PRINCIPAL OBJECTIVES

In the current context, the search for new markets in which to project the brand and increase business is essential, not only with a view to improving the balance sheet, but also, and especially, to IFEMA's commitment to the business sector. Accordingly, one of the most valuable elements of the Institution's international expansion is the opportunity to provide support to internationally-focussed companies and to help make the leap to the high-potential markets at which IFEMA is directing its projects abroad.

This dynamic forms part of the internationalisation work being developed by IFEMA, whose efforts are directed at enhancing its international expansion and diversifying its strategy. The aim is to strengthen its position as a receiver of major world congresses and as a transmitter of trade fair projects to be organised and implemented in markets of special interest.

Since the end of 2011, IFEMA's international vocation has thereby focussed on the development of strategic internationalisation, with the creation of the International Development Department, which is geared to expanding IFEMA's activity abroad and exporting its knowledge of trade fairs, together with its experience in the management of exhibitions and in providing advice on spaces for congresses in different parts of the world.

IFEMA's International Development was wide-reaching in 2012, with the implementation in other countries of IFEMA fairs in collaboration with local operators, such as SICUR LATINOAMÉRICA, held in Santiago, Chile from 3-5 April 2013 and MATELEC EIBT CHINA in Shanghai from 27-29 March 2013.

Santiago de Chile del 3 al 5 de abril de 2013 y MATELEC EIBT CHINA, que ha tenido lugar en Shanghai del 27 al 29 de marzo de 2013, u otras que tuvieron también su gestación en 2012, como GENERA LATINOAMÉRICA, que verá la luz en Santiago de Chile del 16 al 18 de octubre de 2013, y que sitúan a IFEMA como el único organizador ferial español con proyectos propios fuera de España. A ellas se suma FORO DE POSTGRADO, que ha alcanzado un acuerdo con Expo Universidad de Argentina, la mayor cita de estudios de tercer grado de Latinoamérica, que celebró un tour por las ciudades de Buenos Aires, Bogotá y Caracas entre 19 a 21 octubre de 2012, a las que asistieron empresas españolas.

Así mismo IFEMA viene desarrollando su labor en el área de gestión y comercialización de ferias internacionales, como es el caso del acuerdo alcanzado con COEX, el primer operador ferial de Corea del Sur y propietario del primer centro de convenciones del país, cuya colaboración se inició en 2012, concretamente con las ferias Korea Food Expo (alimentación); Green City Week (energía y sostenibilidad); World Smart Grid Expo (energía y sostenibilidad); Franchise Seoul Spring/Fall (franquicia) y Kosing, Korea International Sign & Design Show, y que aportan a las empresas nacionales una vía de internacionalización y acceso a nuevas oportunidades de negocio.

A todo ello se suma el esfuerzo de IFEMA por atraer compradores internacionales a sus ferias, objetivo al que destina, con la colaboración de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, importantes inversiones para dar valor y rentabilidad a sus expositores, así como por acoger empresas internacionales en sus certámenes.

En este sentido, IFEMA cuenta con una amplia red de oficinas de representación en distintas partes del mundo que realizan una labor de apoyo a la comercialización internacional de IFEMA.

Others were prepared in 2012, such as GENERA LATINOAMÉRICA, to be unveiled in Santiago, Chile, from 16-18 October 2013, and which place IFEMA as the sole Spanish organiser of trade fairs with its own projects outside the country. Added to these is FORO DE POSTGRADO, which has reached an agreement with Expo Universidad de Argentina, Latin America's largest gathering of third-level education which undertook a tour of Buenos Aires, Bogota and Caracas between 19-21 October 2012 and which saw the attendance of Spanish companies.

IFEMA has also developed its work in the area of management and marketing of international fairs, such as the agreement with COEX, the top operator in South Korea and owner of the country's first convention centre. Their collaboration began in 2012 in the form of Korea Food Expo; Green City Week (energy and sustainability); World Smart Grid Expo (energy and sustainability); Franchise Seoul Spring/Fall (franchise) and Kosing, Korea International Sign & Design Show, which provide national companies with a channel of internationalisation and access to new business opportunities.

Added to this is IFEMA's endeavour to attract international buyers to its fairs, an aim for which, in collaboration with the Madrid Chamber of Commerce and Industry, it invests significantly to provide its exhibitors with value and profitability and to host international companies at its events.

IFEMA also has a wide network of representative offices in different parts of the world. These work in support of IFEMA's international marketing.

OFICINAS EN EL EXTRANJERO OFFICES ABROAD

ALEMANIA

GERMANY



D. / Mr. José Antonio Rodríguez Priego

IFEMA Asprechpartner in Deutschland
Friedrich-Ebert-Anlage 56
D-60325 Frankfurt am Main

Tel: (49) 69 74 30 88 88
Fax: (49) 69 74 30 88 99
ifema@messe-madrid.de

BENELUX

BENELUX



D. / Mr. Ton Willemse

Intraservice bv
Raadhuisplein 45
2914 KM Nieuwerkerk aan den IJssel
PAÍSES BAJOS/THE NETHERLANDS

Tel: (31) 180 32 13 46
Fax: (31) 180 32 48 75
info@intraservice.nl

BRASIL

BRAZIL



Dña. / Ms. Mercedes Blázquez

Feria de Madrid
Câmara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
Madrid Chamber of Commerce and Industry
Avenida Paulista, 807 conjs. 701/703
CEP 01311-100 São Paulo

Tel: (55) 11 32 05 81 00/07
Fax: (55) 11 32 05 81 08
braziloffice@madridinternational.com

CHINA

CHINA



Dña. / Ms. Susana Fernández Pérez

Feria de Madrid
Câmara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
Madrid Chamber of Commerce and Industry
Cloud Nine Tower, 1118 West Yan An Road, Room 1602, Changning District
200052 Shanghai

Tel: (86) 21 525 85 004/5
Fax: (86) 21 525 85 006
ifema.china@madridinternational.cn

EGIPTO, JORDANIA Y LÍBANO

EGYPT, JORDAN AND LEBANON



D. / Mr. Tarek Leheta

Aviatrans Ltd.
El Nasr Bldg, El Nile Str., P.O. Box 24, Orman
12612 Guiza
EGIPTO/EGYPT

Tel: (20) 2 37 48 44 73
Fax: (20) 2 33 38 43 23
ifema@aviatrans-eg.com

EE.UU.

USA



D. / Mr. Javier Sánchez

Madrid International Business, Inc.
1221 Brickell Avenue, 1540
FL 33131 Miami
ESTADOS UNIDOS/USA

Tel: (1) 305 358 5988
Fax: (1) 305 358 6844
miamioffice@madridinternational.com

FRANCIA

FRANCE

**D. /Mr. Mariano Martínez**

Cámara Oficial de Comercio de España en Francia
Spanish Chamber of Commerce in France
22, rue Saint Augustin
75002 Paris FRANCE

Tel: (33) 1426 13310
Fax: (33) 1 426 11622
ifema@cocef.com

ITALIA Y SAN MARINO

ITALY AND SAN MARINO

**D. / Mr. Diego Moroni**

Diego Moroni, Ind.
Via Faravelli, 10
20149 Milano
ITALIA/ITALY

Tel: (39) 02 58 31 81 81
Fax: (39) 02 99 98 80 26
info@fieramadrid.com

MÉXICO

MEXICO

**Dña. /Ms. Marisol Fernández Alonso**

Feria de Madrid
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
Enlaxex Representaciones, Promoción y Comercio Exterior S.A. de C.V.
Fuente de Pirámides 1 despacho 506A
Col. Lomas de Tecamachalco. 53950 Naucalpan de Juárez

Tel: (52) 55 52 82 54 55
Fax: (52) 55 52 02 40 65
mfernandez@madridinternational.com

PORTUGAL

PORTUGAL

**D. / Mr. Nuno Almeida**

NFA, Lda.
Travessa de Santa Quitéria, 38 – 2º
1250-212 Lisboa

Tel: (351) 213 86 85 17/8
Fax: (351) 213 86 85 19
info@nfa.pt

REINO UNIDO E IRLANDA

UNITED KINGDOM AND IRELAND

**Dña. / Ms. Anita Wegner**

International Trade Shows Link Ltd.
Ramsay House, Marchmont Farm, Link Road, Piccotts End, Hemel Hempstead
Hertfordshire HP2 6JH
REINO UNIDO/UNITED KINGDOM

Tel: (44) 1442 23 00 33
Fax: (44) 1442 23 00 12
louisa@itsluk.com

3.5 RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

3.5 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

LA FORMACIÓN CONTINUA Y LA CONCILIACIÓN SON LOS EJES CENTRALES DE LAS POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS, JUNTO A LAS ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

CONTINUOUS TRAINING AND RECONCILIATION ARE THE CORNERSTONES OF ITS HUMAN RESOURCES POLICY, TOGETHER WITH SOCIAL RESPONSIBILITY WORK

IFEMA, UNA INSTITUCIÓN RESPONSABLE

Recursos humanos

IFEMA cerró el ejercicio 2012 con una plantilla integrada por 414 empleados, y un índice de personal fijo del 98'3%. Un dato significativo que se suma al alto nivel de paridad entre sexos, así como de permanencia en la empresa, que ronda los 15'5 años, cifrándose la media de edad en torno a los 44 años, lo que dibuja un perfil comprometido alineado al dinamismo y a los objetivos empresariales de la institución.

La política de recursos humanos de IFEMA tiene entre sus principales ejes de actuación, los planes de formación continua de sus empleados, en distintas áreas de actividad. Durante el año 2012 se promovieron un total 674 puestos de formación, lo que supuso 7.894 horas de dedicación y un coste total del plan anual de 78.552,29 euros.

Entre las áreas de formación destacaron, por este orden, los idiomas, mantenimiento técnico y obra civil, seguridad, autoprotección y prevención de riesgos laborales, tecnologías de la información, management y recursos humanos, comercial y marketing y administración económico-financiera.

Firma del VIII Convenio Colectivo

En 2012 se inicia la vigencia del VIII Convenio Colectivo de IFEMA, que se extenderá hasta finalizar el año 2015. Este nuevo convenio se ha negociado bajo los condicionantes que exige el excepcional escenario económico actual nacional.

IFEMA, A RESPONSIBLE INSTITUTION

Human resources

IFEMA closed 2012 with a total of 414 employees and an index of permanent staff of 98.3%. This significant figure combines with the high gender parity and longevity in the company, which stands at around 15.5 years. With the average age of its personnel being approximately 44, IFEMA's profile is one of commitment aligned with the dynamism and business objectives of the institution.

The cornerstones of IFEMA's human resources policy include continuous training plans for its employees in different areas of activity. In 2012, the Institution provided a total of 674 training places, representing 7,894 hours of work and with the annual plan costing a total of 78,522.29 euros.

Areas of training include, in this order, languages, technical maintenance and civil engineering, self-protection and labour risk prevention, ICT, management and human resources, commerce and marketing and economic-financial administration.

Signing of the 8th Collective Agreement

2012 saw the entry into force of the 8th IFEMA Collective Agreement which will run until the end of 2015. Negotiations for this agreement were conducted under the conditions imposed by Spain's current economic situation.

This, therefore, is an agreement which gathers and adapts all the provisions of a new implementation of labour laws.

Se trata, por tanto, de un convenio que recoge y adapta todas las disposiciones de nueva implantación del ordenamiento jurídico laboral.

Planes de retribución flexible

IFEMA consolida el proyecto de mejora continua en el sistema de retribución flexible implantado como parte de la retribución anual de los empleados. A los productos incorporados a este plan (cheque guardería, adquisición de equipos informáticos y seguro médico privado para el trabajador y sus familiares directos) se suman en 2012 otros, como los tickets restaurante y el cheque transporte.

Conciliación y buenas prácticas

IFEMA da continuidad al compromiso adquirido tras el reconocimiento como Empresa Familiarmente Responsable, EFR, cuya certificación oficial ostenta desde 2007, siendo ratificada por el Premio Madrid Empresa Flexible 2010 y por el accésit en los Premios Alares a la Conciliación de la Vida Personal, Laboral y Familiar, y a la Responsabilidad Social 2011. Esta certificación avala el respeto de IFEMA hacia sus trabajadores y sus responsabilidades, y su contribución a la conciliación entre vida profesional y vida familiar y personal. Por este motivo, fomenta de manera activa que sus empleados alcancen un equilibrio entre sus ambientes vitales.

Programas de cooperación educativa

La institución tiene suscritos acuerdos con 25 entidades educativas nacionales e internacionales, por los que un total de 138 alumnos completaron sus planes de estudios en IFEMA, llevando a cabo un total de **33.602 horas de prácticas remuneradas** en todas las áreas de actividad profesional y niveles educativos.

Flexible payment plans

IFEMA consolidates its project for continuous improvement within the flexible payment system implemented as part of the annual salaries of its employees. As well as the products incorporated into this scheme (nursery cheque, procurement of computer equipment and private medical insurance for the employee and his/her immediate family), others were added in 2012 such as luncheon vouchers and transport cheques.

Reconciliation and good practices

IFEMA has maintained the commitment it acquired after receiving official recognition as a Family Responsible Company (the EFR) in 2007. This was ratified by the Madrid Flexible Company Award in 2010 and by the second prize in the Alares Awards for the Reconciliation of Personal, Working and Family Life and Social Responsibility in 2011. These have provided an endorsement of IFEMA's respect for its workers and their responsibilities and of its contribution to the reconciliation of their working obligations with their family and personal lives. For this reason, IFEMA actively encourages its employees to achieve balance between their living environments.

Educational cooperation programmes

The institution has agreements with 25 national and international educational organisations, by which a total of 138 students completed their study plans at IFEMA, undertaking a combined total of **33,602 hours of paid internship** in all areas of professional activity and educational levels.

Responsabilidad Social Corporativa

IFEMA potenció, en 2012, su compromiso social, a través de nuevos acuerdos con entidades de acción social y solidaria. Entre otros, el alcanzado con la Fundación Másfamilia, que otorgó el certificado EFR, por el que distingue a IFEMA como Empresa Familiarmente Responsable.

Además ha llevado a cabo acciones sociales en las que colabora con entidades como la Asociación Española Contra el Cáncer, AECC, para la divulgación de mensajes de prevención y detección precoz, y campañas de cuestación; con la Cruz Roja, colaborando en la gestión de campañas periódicas de donación de sangre; con la ONCE, en la cesión de las instalaciones para favorecer la labor de los vendedores en espacios de amplia concurrencia; con la Agencia de la ONU para los Refugiados, ACNUR, a través de aportaciones indirectas para la educación de refugiados; con el Grupo Fundosa, en la implementación de relaciones comerciales reconocidas, como medidas alternativas a la contratación de minusválidos, y con la Asociación de Colegios de la Guardia Civil, con quien IFEMA tiene establecidos acuerdos comerciales con fines benéficos y asistenciales en proyectos educativos. A estas acciones se suma el Plan ONG, puesto en marcha en 2011, centrado en la lucha contra la pobreza infantil.

Corporate Social Responsibility

IFEMA boosted its social commitment in 2012 through new agreements with organisations involved in social action and solidarity. These included the one concluded with Fundación Másfamilia, which distinguishes IFEMA as a Family Responsible Company.

The institution has also involved itself in social work, exemplified by its collaborations with organisations such as the Spanish Association Against Cancer (AECC) to publicise prevention and early detection as well as charity collection campaigns; with the Red Cross, in helping to run periodic campaigns for blood donation; with the Spanish Organisation for the Blind (ONCE) in providing facilities in busy spaces to assist its sales people with their work; with the UN Refugee Agency (UNHCR) through indirect contributions for the education of refugees; with the Fundosa Group in the implementation of recognised business relations as alternatives to the employment of the disabled; and with the Association of Colleges of the Guardia Civil, with which IFEMA has business agreements with charitable and welfare aims in educational projects. Added to all this is the NGO Plan which was launched in 2011 and focuses on the fight against child poverty.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA FERIAS

La responsabilidad de IFEMA como vertebrador de los distintos sectores que giran en torno a sus convocatorias, le ha llevado a impulsar desde algunas de sus principales plataformas y al calor de su impacto social y mediático, acciones de apoyo a proyectos e iniciativas profesionales de especial calado, y de reconocimiento a los valores en los que se sustenta la actividad empresarial, con especial atención a su capacidad de innovación.

Campañas de promoción, concienciación y solidaridad

Entre los proyectos puestos en marcha, figuran la celebración en el marco de SIMO Network, de la acción “15 minutos de gloria” convocada a través de la Red, y que tiene por objetivo brindar apoyo a la labor y las iniciativas que llevan a cabo las *start ups* tecnológicas, permitiendo su presentación pública y la posibilidad de encontrar inversores o apoyos que den soporte a sus ideas.

A lo largo de 2012, se han emprendido también iniciativas como la Semana de la Eficiencia Energética, al calor de la feria MATELEC, orientada a fomentar la concienciación social hacia el uso responsable de la energía eléctrica y a promover usos y costumbres que favorezcan el consumo eficiente de los recursos energéticos.

En la misma línea de actuación, se han convocado otras dos convocatorias, dentro del marco de las ferias FRUIT ATTRACTION y MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA. La primera, que organizó la Semana de las Frutas y Hortalizas, fomentando una campaña de consumo de estos productos naturales, apoyado en una iniciativa de gran impacto como la Guía de Restaurantes de Madrid con platos tematizados con motivo de la Feria. Esta feria, que se ha convertido en una importante plataforma de negocio para el sector hortofrutícola nacional e internacional, puso también en marcha en 2012 una iniciativa de especial calado social con la cesión del excedente del producto expuesto al Banco de Alimentos de Madrid, recaudando una donación de 22.000 kilos de productos hortofrutícolas para su distribución entre las entidades benéficas de la capital.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – TRADE FAIRS

IFEMA's responsibility as the lynchpin of the various sectors connected to its events has led it to utilise some of its principal platforms and their social and media impact to promote a series of actions. These support especially important projects and professional initiatives which recognise the values which underpin business activity, paying particular attention to innovative capacity.

Promotion, awareness and solidarity campaigns

Among the projects launched at SIMO Network was the competition “15 minutes of glory” which was organised through the web and aimed to provide support for the work and initiatives carried out by technology start-ups. This enabled them to be presented to the public and gave them the possibility of finding investors or support for their ideas.

During 2012, there were initiatives like Energy Efficiency Week as part of MATELEC, the International Trade Fair for the Electrical and Electronics Industry, which was geared to fostering social awareness of the responsible use of electrical energy and to promoting the uses and habits which favour the efficient consumption of energy resources.

Another two events have been organised as part of the trade fairs, FRUIT ATTRACTION, the International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry, and MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, Iberia's Leading Trade Fair for Automotive Parts, Equipment and Service Suppliers. To encourage consumption of its natural products, FRUIT ATTRACTION held Fruit and Vegetable Week, which was backed by a high-impact initiative like the Madrid Restaurant Guide with themed dishes to mark the holding of the fair. This event, which has become an important business platform for the national and international fruit and vegetable sector, launched another initiative with great social impact. This involved surplus exhibited product being donated to the Madrid Food Bank, which received 22,000 kg of fruit and vegetable products for distribution among charities in the Spanish capital.

Por su parte, la Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios de Automoción, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, celebró la Semana del Taller, un evento de alcance nacional con el que la feria como referente del sector, quería trasladar a la sociedad el conocimiento y la sensibilidad hacia la importancia de las revisiones periódicas de los automóviles incidiendo en sus principales ejes como la seguridad, la economía y la eficiencia.

Reconocimientos

Así mismo, 2012 ha sido un año marcado por el reconocimiento que se impulsa desde las principales ferias referentes en su sector, para subrayar el esfuerzo continuo de las empresas por innovar, como principal vía de competitividad, y por invertir, a pesar del actual entorno económico, en investigación y desarrollo. Así a lo largo de año han sido convocados por las principales ferias profesionales distintos premios y galerías de Innovación, como GENERA, CLIMATIZACIÓN, SICUR, MATELEC, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, FIAA, SALÓN LOOK INTERNACIONAL, FRUIT ATTRACTION y FITUR, entre otras.

Premios Pyme

En 2012, y siguiendo una larga tradición de apoyo a la labor empresarial en todos los pilares de su actividad, IFEMA en colaboración con el diario económico EXPANSIÓN convocó los Premios Pyme a las Mejores Empresas 2011.

A través de estos galardones, IFEMA pretende hacer un reconocimiento público de gran impacto mediático, al trabajo que realizan las pequeñas y medianas empresas españolas por sacar adelante su proyecto, con gran esfuerzo emprendedor y por la eficacia de sus prácticas empresariales. Estos premios, que se han consolidado como un reconocido homenaje a las nuevas generaciones de las pymes españolas, por su contribución al desarrollo económico y empresarial del país, cobran especial significación en un momento complejo como el actual, en el que la falta de financiación así como de un entorno favorable para el consumo y la inversión, hace más difícil la viabilidad de los proyectos.

For its part, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA held Workshop Week, an event of national scope with which the trade fair as a sector benchmark wished to increase society's awareness of the importance of periodic checks on vehicles, concentrating on key areas like safety, economy and efficiency.

Recognition

2012 was marked by the recognition afforded by the key trade fairs in their sector for the continuous effort by companies to innovate, as the primary channel to competition, and to invest in R&D despite the current economic climate. During the year, a variety of awards were bestowed and innovation galleries created by the leading professional trade fairs including GENERA, the Energy and Environment International Trade Fair, CLIMATIZACIÓN, the International Air-Conditioning, Heating, Ventilation and Refrigeration Exhibition, SICUR, the International Security, Safety and Fire Exhibition, MATELEC, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, FIAA, the International Bus and Coach Trade Fair, SALÓN LOOK INTERNACIONAL, the Image and Integral Aesthetics Exhibition, FRUIT ATTRACTION and FITUR, the International Tourism Trade Fair.

SME Awards

Continuing a long tradition of support for business activities in all the pillars of its work, IFEMA collaborated in 2012 with the financial newspaper EXPANSIÓN to organise the SME Awards for the Best Companies of 2011.

These prizes helped IFEMA make a public acknowledgement with great media impact of the contribution of Spanish small and medium enterprises in furthering its project through their tremendous entrepreneurial effort and the effectiveness of their business practices. Now recognised as a tribute to the new generations of Spanish SMEs for their contribution to the country's economic and business development, the awards are of particular significance at such a difficult time, when the viability of projects is hindered by lack of funding and an environment which is unfavourable for consumption and investment.





FUNDACIÓN ARCO

COMPROMISO CON EL COLECCIONISMO Y LA CREACIÓN DE PATRIMONIO ARTÍSTICO

IFEMA creó en 1987 la Fundación ARCO, una entidad sin ánimo de lucro destinada a la promoción de las artes visuales contemporáneas, cuya finalidad principal sería contribuir a la difusión del arte contemporáneo y al impulso de la creación de patrimonio artístico. De esta manera, una vez más, el marco de una feria de gran proyección mediática e internacional, ha permitido a IFEMA generar valor y dar contenido a su compromiso con la sociedad y la cultura.

En este contexto, la Fundación ARCO inició una colección con obras adquiridas durante la feria, y enriquecida, año tras año, asumiendo la responsabilidad de fomentar el desarrollo de la creación contemporánea nacional e internacional, y difundir sus fondos a través de programas teóricos y expositivos. Esta vocación encierra además un doble objetivo mantenido a lo largo de los años de existencia de la Fundación; por un lado, servir de ejemplo a otras instituciones en su ánimo por adquirir obras en ARCOMadrid y por otro, incentivar el coleccionismo internacional además de impulsar el mercado en torno a la feria.

Así, surge la Colección Fundación ARCO de claro estilo pluralista, internacional y representativo de algunas de las principales tendencias artísticas de la segunda mitad del siglo XX y XXI, con la presencia de obras de autores clave en la reciente historia del arte contemporáneo. Actualmente, la Colección Fundación ARCO cuenta con 302 obras de 219 artistas que se han adquirido en más de 130 galerías participantes en las diferentes ediciones de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, actualmente depositadas en el Centro Gallego de Arte Contemporáneo CGAC de Santiago de Compostela.

THE ARCO FOUNDATION

COMMITTED TO COLLECTING AND THE CREATION OF ARTISTIC HERITAGE

In 1987 IFEMA created the ARCO Foundation, a non-profit entity devoted to the promotion of the contemporary visual arts and whose main aim is to help disseminate contemporary art and encourage the creation of artistic heritage. Here, once again, a fair of great international and media projection has enabled IFEMA to create value and give substance to its commitment to society and culture.

With this in mind, the ARCO Foundation began a collection with works acquired during the fair and enriched yearly. The Foundation has shouldered responsibility for encouraging national and international contemporary creation to develop and disseminate its collection through theoretical and exhibition programmes. This vocation also carries a double objective which has been maintained over the Foundation's years of existence: on the one hand, to serve as an example to other institutions in its enthusiasm to acquire works at ARCOMadrid and, on the other, to encourage international collectors while supporting the market revolving around the fair.

This has given rise to the ARCO Foundation Collection, with a style which is clearly pluralist, international and representative of some of the major artistic movements of the latter half of the twentieth and of the twenty-first century. This contains the works of key artists in the recent history of contemporary art. The ARCO Foundation Collection currently possesses 302 works by 219 artists acquired at more than 130 galleries to have participated in the various editions of the International Contemporary Art Fair and which are now housed in the Galician Contemporary Art Centre in Santiago de Compostela.



EGO

PLATAFORMA DE LANZAMIENTO DE JÓVENES CREADORES

IFEMA tiene entre sus objetivos prioritarios el apoyo a la dinamización de los sectores económicos, a través de la organización de sus ferias y de la convocatoria de encuentros profesionales de negocio. En este contexto, y dando un paso más en su compromiso social, IFEMA amplía el radio de acción de sus ferias con el desarrollo de proyectos, que aporten valor añadido a la sociedad y a los diferentes sectores económicos, con acciones que trascienden el mero encuentro comercial. Este es el caso del EGO, iniciativa que se enmarca la gran pasarela de moda MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, cuyo principal fin es contribuir al descubrimiento y la promoción de los jóvenes creadores españoles, en apoyo al sector.

Con catorce ediciones en su haber, incluyendo esta convocatoria, un total de 93 jóvenes diseñadores han participado en EGO, desde su creación por IFEMA, en febrero de 2006. Su participación en esta plataforma les ha otorgado el impulso necesario para continuar desarrollando su trayectoria profesional en el ámbito de la moda en los años siguientes. En este tiempo, concretamente, cuatro de estos diseñadores han pasado a formar parte del programa general de desfiles de la pasarela madrileña: Maria Escoté, Martín Lamothe, Sara Coleman y Maya Hansen, y a compartir presencia junto a los diseñadores consagrados.



EGO

A LAUNCH PAD FOR YOUNG DESIGNERS

One of IFEMA's priority aims is to support the revitalisation of economic sectors through the organising of trade fairs and professional business meetings. With this in mind, and taking another step forward in its commitment to society, IFEMA extends the radius of action of its fairs by developing projects which transcend mere business meetings and bring added value to society and the different economic sectors. This is the case of EGO, an initiative which forms part of the major fashion show, MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID and whose main aim is to help discover and promote young Spanish artists in support of the sector.

With fourteen editions to its credit, including this event, a total of 93 young designers have participated in EGO since its creation by IFEMA in February 2006. Their participation in this platform has given them the impetus necessary to further develop their professional career in the fashion world in the years which followed. At present, four of these designers have become part of the general programme of the Madrid catwalk: Maria Escoté, Martín Lamothe, Sara Coleman and Maya Hansen, and they are now present alongside established designers.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

IFEMA, COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Las políticas de responsabilidad social corporativa cuentan cada vez con mayor peso dentro de objetivos de IFEMA, como organización al tanto del correcto funcionamiento de todos aquellos aspectos que permitan compatibilizar su desarrollo económico con el compromiso social y el respeto al medio ambiente.

En este contexto, IFEMA, cuya principal responsabilidad es promover la dinamización de los sectores económicos que actúan en sus ferias, compatibiliza su compromiso empresarial con su contribución al desarrollo sostenible a través de acciones orientadas a promover el respeto al medio ambiente y a aportar valor a su entorno. En este sentido, su aportación a la minimización del impacto medioambiental se ha convertido en uno de los objetivos de los recursos que destina a la mejora, el equipamiento y el mantenimiento de sus instalaciones en Feria de Madrid.

Las energías renovables, una alternativa responsable

Así, en los últimos años IFEMA ha apostado por las energías alternativas dotando a sus instalaciones de sistemas que garantizan ahorros energéticos y una disminución de emisiones contaminantes. Entre ellos cuenta con un equipo de cogeneración, destinado a la producción conjunta de electricidad y de agua caliente sanitaria; un equipo de energía solar fotovoltaica para consumo propio, que genera energía útil anual de más de 8.000 Kw/h así como un ahorro en emisión de contaminantes tales como CO₂, SO₂ y NO_x, y la instalación de 36 módulos solares para generación de energía. Además, el consumo eléctrico de IFEMA, que alcanza los 22.000.000 Kw/h al año, verá minimizado el consumo de alumbrado en pabellones con un ahorro del 40% como consecuencia de la sustitución que

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

IFEMA, COMMITTED TO ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

Corporate social responsibility policies carry increasingly greater weight among the goals of IFEMA, an organisation which is in tune with the proper functioning of all those aspects which make economic development compatible with social commitment and respect for the environment.

IFEMA, whose principal responsibility is to promote the revitalisation of the economic sectors involved in its fairs, therefore combines its business commitment with its contribution to sustainable development through initiatives which are geared to promoting respect for the environment and adding value to its surroundings. Accordingly, helping to minimise environmental impact has become a goal of the resources which are allocated to the improvement, equipment and maintenance of its facilities at Feria de Madrid.

Renewable energies, a responsible alternative

In recent years IFEMA has opted for alternative sources of energy and provided its facilities with systems to ensure energy savings and reduce pollutant emissions. Among these is a cogeneration unit for the joint production of electricity and sanitary hot water; photovoltaic solar energy equipment for IFEMA's own use, which generates annual useful energy of over 8,000 Kw/h and cuts the emission of pollutants such as CO₂, SO₂ and NO_x, together with the installation of 36 solar modules for power generation. In addition, IFEMA's electricity consumption, which attains 22,000,000 Kw/h per year, will see the consumption of lighting in halls minimised with a 40% saving after it undertook the replacement of conventional fluorescent lighting in the halls by an energy-saving eco equivalent and installed electronic ballasts. The incorporation of LED technology for hall lighting is also in the

se ha acometido del alumbrado fluorescente convencional de los pabellones por otro eco de bajo consumo así como la instalación de balastros electrónicos. En esta línea, actualmente está en proyecto la incorporación de tecnología LED para alumbrado de pabellones lo que permitirá un ahorro del orden del 80% en el consumo eléctrico con su consecuente minimización de impacto.

Puntos de recarga de vehículos eléctricos

Así mismo IFEMA cuenta desde el 2010 con la dotación de dos puntos de recarga accionados mediante un sistema que permite el control remoto y en tiempo real de los mismos, promoviendo así entre los visitantes que recibe al año el respeto al entorno, la eficiencia energética y la promoción de sistemas de propulsión menos contaminantes, lo que ha llevado también a la renovación de su flota de BusFeria para el transporte interno de visitante por vehículos ecológicos propulsados por biodiesel.

El reciclado es otra de las áreas de especial tratamiento por parte de IFEMA, que genera al año un total de 14.500 toneladas de residuos, y que son tratados para su recuperación selectiva en plantas de reciclaje de madera, vidrio y materiales tóxicos. Así mismo cuenta con un gestor para tratamiento de residuos de equipos eléctricos y electrónicos que facilita el reciclaje de todo el material fuera de uso.

Espacio cardio-protégido

En el ámbito de la prevención y atención sanitaria orientada a los más de 2'3 millones de visitantes que reciben las instalaciones de IFEMA a lo largo del año con motivo de la celebración de alrededor de las 80 ferias programadas en su calendario, IFEMA ha impulsado la iniciativa de constituir en Feria de Madrid un “espacio cardio-protégido” para asegurar atención inmediata en casos de paradas cardiorrespiratorias a través de la dotación de desfibriladores, que están situados en puntos estratégicos y de mayor tránsito, así como de personal cualificado para su tratamiento.

pipeline, enabling a saving of the order of 80% in electricity consumption with its consequent minimisation of impact.

Charging points for electric vehicles

Since 2010, IFEMA has provided two charging points powered by a system which enables them to be controlled remotely in real time. This engenders among the institution's visitors a respect for the environment, energy efficiency and the promotion of less polluting propulsion systems, the latter having led to the renewal of its BusFeria fleet for on-site transportation of visitors with biodiesel-powered, environmentally-friendly vehicles.

Recycling is another area which receives special attention from IFEMA. The institution generates a total of 14,500 tonnes of waste annually and this is treated for selective recovery in plants which recycle wood, glass and toxic materials. The institution also possesses an administrator for treatment of waste electrical and electronic equipment which facilitates the recycling of all end-of-life materials.

Cardio-protected space

In the field of prevention and healthcare directed at over 2.3 million visitors drawn to IFEMA by approximately 80 fairs scheduled in its calendar during the year, IFEMA has promoted the creation at Feria de Madrid of a “cardio-protected space”. This ensures immediate attention in cases of cardiac arrests by providing both defibrillators, which are located strategically at the busiest points, and qualified personnel to treat them.

Mantenimiento de pabellones y zonas verdes

Las inversiones en mantenimiento de las instalaciones de Feria de Madrid constituyen otro capítulo de atención medioambiental. En total, durante los procesos de renovación de cubiertas de los pabellones, se han instalado un total de 75.000 metros cuadrados con material de aluminio reciclado de bajo gasto energético en su producción, y con aislantes térmicos de hasta 16 cm de espesor con el consecuente ahorro energético y de emisiones contaminantes.

Por su parte, las 100 hectáreas de zonas verdes y ajardinadas que se extienden por toda la superficie de Feria de Madrid, y que requieren de altos consumos de agua, han sido objeto también de actuación durante 2011 con el uso de agua regenerada, lo que supone un ahorro de agua potable de 90.000 m³ al año.

Otras medidas implementadas por IFEMA para mejorar la eficiencia energética y la sostenibilidad medioambiental son la implantación de detectores de humedad y temperatura en los pabellones, la instalación de un sistema de tratamiento del agua en torres de refrigeración que permiten un ahorro del 40% en el agua que consumen, y la instalación de medidores de información medioambiental para analizar el control de las emisiones contaminantes dentro del recinto.

Upkeep of halls and green areas

Investment in the upkeep of the facilities at Feria de Madrid is another facet of environmental care. During the hall roofing renewal process a total of 75,000 square meters was fitted with recycled aluminium material of low energy consumption in production and with thermal insulation of up to 16 cm thickness, resulting in savings in energy and pollutant emissions.

Meanwhile, the 100 hectares of green areas and gardens which extend across Feria de Madrid and which require significant water consumption were subject to action in 2011 with the use of reclaimed water, which represents a saving in potable water of 90,000 sq. m. a year.

Other measures introduced by IFEMA to improve energy efficiency and environmental sustainability are the implementation of humidity and temperature sensors in halls, the installing of a water treatment system in cooling towers which can save 40% in water consumed, and the fitting of environmental information meters to analyse the control of pollutant emissions within the exhibition complex.



IFEMA EN LAS REDES SOCIALES

IFEMA CUENTA CON MÁS DE 260.000 SEGUIDORES EN SUS CANALES DE FACEBOOK Y TWITTER

Dentro del marco de acciones de responsabilidad social corporativa que IFEMA promueve a favor de las empresas participantes en sus ferias, el apoyo en la promoción de sus marcas y en la difusión de sus proyectos empresariales y novedades a través de sus distintos canales de comunicación, figuran entre sus principales objetivos. En este sentido, desde el año 2009 IFEMA puso en marcha su estrategia de presencia en Redes Sociales, en su ánimo de abordar nuevas herramientas de apoyo a la participación y de información e interacción con sus visitantes.

Después de definir el modelo de presencia y de establecer sus objetivos, la actividad de IFEMA en medios sociales ha logrado en 2012 un alto grado de consolidación y un nivel significativo de seguimiento, gracias al diseño de una estrategia de comunicación que le permite no solo promocionar sus ferias y potenciar sus marcas en Internet, sino además dar servicio a sus expositores, aportando un nuevo soporte para la promoción de su actividad y de sus novedades, e implicando activamente en las acciones de marketing y comunicación 2.0 que se gestionan en las propias redes de las ferias a las empresas participantes.

En 2012, la presencia de IFEMA en Redes Sociales alcanzó un total de 46 páginas de ferias activas y 1 Institucional en Facebook, que en total suman 200.000 seguidores. Entre éstas, destacan como casos de éxito FITUR, con 53.661 fans; ARCOMadrid, con 17.300; 100x100 MASCOTA, con 16.519 seguidores, (cifras a diciembre de 2012).

La creación y alimentación de contenidos de las páginas depende de la Dirección de Comunicación y Marketing de IFEMA, en ocasiones apoyada por expertos en comunicación y marketing digital para el desarrollo de una estrategia específica

IFEMA ON SOCIAL MEDIA

IFEMA HAS OVER 260.000 FOLLOWERS ON ITS FACEBOOK AND TWITTER CHANNELS

As part of the corporate social responsibility action which IFEMA promotes on behalf of the companies participating in its events, providing support for their brands and publicising their business projects and new developments through its various channels of communication are among its main goals. Accordingly, in 2009 IFEMA launched its social media presence strategy in its enthusiasm to embrace new tools which support participation and provide visitors with information and interaction.

After defining the model for its presence and setting its objectives, IFEMA's social media activity achieved in 2012 a high degree of consolidation and a significant level of followers. This was due to the design of a communication strategy which enables the Institution not only to promote its trade fairs and boost its brands online but also to serve its exhibitors, providing a new medium for promoting their businesses and new developments and actively involving participating companies in the marketing and 2.0 communication activities which are managed in the networks of the events themselves.

In 2012, IFEMA's social media presence attained a total of 46 facebook pages for active trade fairs as well as one relating to the Institution itself, totalling 200,000 followers. Among these, successes included FITUR, the International Tourism Trade Fair, with 53,661 fans; ARCOMadrid, the International Contemporary Art Fair, with 17,300; and 100x100 MASCOTA, the Madrid Pet Fair, with 16.519 followers, (figures as of December 2012).

The creating and providing of page content depends on IFEMA's Communications and Marketing Direction, which on occasions is assisted by experts in communication and digital marketing experts to develop a specific strategy and invigorate channels. As well as incorporating information of interest about fairs,

y la dinamización de los canales. Además de la incorporación de información de interés, relativas a las ferias, sus novedades, y sus participantes, se desarrollan estrategias concretas para fomentar la participación de los seguidores y para dar la mayor visibilidad de los expositores y principales referentes sectoriales en la Red. Además, contempla otros valores más orientados al ocio con el fin de trasladar una cultura en torno al evento, como la activación de Spotify, en el caso de las páginas del FESTIVAL SOY CIBELINO, ARCOmadrid y AULA, en Facebook.

El perfil de tipo profesional que aporta Twitter representa un complemento perfecto para la presencia de IFEMA y sus ferias en Internet, lo que ha supuesto en 2012 contabilizar un total de 27 perfiles de ferias además de 1 Institucional, con un total de 60.500 seguidores. Entre éstas, destacan como casos de éxito MBFWM -22.921 seguidores-; FITUR -13.770; IFEMA -9.643, y ARCOmadrid -9.490.

La actividad de IFEMA se ha visto beneficiada por la agilidad y actualidad que proporciona Twitter para ofrecer información inmediata tanto del día a día como de momentos destacados. Por ejemplo, la retransmisión de todos los desfiles de MBFWM o de conferencias magistrales, que a pesar de su aforo limitado se abre a la comunidad Twitter y se hacen más participativas. Así mismo, la vinculación Twitter-Facebook, y la comunicación transversal en los distintos perfiles permite que los mensajes se difundan multiplicando su impacto sobre los usuarios y en consecuencia, en los resultados de participación e interacción.

Con respecto a YouTube, en enero de 2010, IFEMA crea un canal institucional que cuenta con más de 550 vídeos distribuidos en sus distintas listas de reproducción. Estos vídeos registran cerca de 180.000 reproducciones. Además, FITUR dispone de su propio canal cuyos vídeos han sido reproducidos más de 25.000 veces. Ambos canales se han visto, igualmente, beneficiados por su vinculación con Facebook.

Además IFEMA y sus Ferias cuentan con canales específicos en LinkedIn, Flickr, Pinterest e Instagram.

their new features and their participants, specific strategies are designed to encourage follower participation and to provide exhibitors and sector benchmarks with the utmost visibility on the Web. They also includes other elements which are geared more to leisure in order to create a culture around the event, such as Spotify, in the case of the pages of FESTIVAL SOY CIBELINO and ARCOmadrid, and AULA on Facebook.

The professional profile provided by Twitter is a perfect complement to the presence of IFEMA and its fairs on the Internet. This led in 2012 to a total of 27 trade fair profiles as well as one relating to the Institution itself, attaining a total of 60,500 followers. These included success stories like MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID with 22,921 followers, FITUR, with 13,770; IFEMA, with 9,643, and ARCO, with 9,490.

IFEMA's activity has benefited from Twitter's flexibility and modernity in providing instant information both from day to day and at key moments. For example, the broadcasting of all the shows at MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID or keynote speeches, which despite limited capacity may be opened to the Twitter community and become more participatory. Likewise, the Twitter-Facebook link-up and cross-communication in the different profiles enable messages to be disseminated and multiply their impact on users and consequently on the results of participation and interaction.

With regard to YouTube, in January 2010, IFEMA created its own channel with over 550 videos distributed among its various playlists. These videos recorded nearly 180,000 views. FITUR also has its own channel whose videos have been watched over 25,000 times. Both channels have also benefited from their relationship with Facebook.

IFEMA and its events also have specific channels on Youtube, LinkedIn, Flickr and Pinterest.

Resultados

Tras la experiencia y recorrido de IFEMA y sus ferias en Redes Sociales se podría concluir que la acogida ha sido muy positiva, y la alta participación desde el momento del lanzamiento, especialmente destacable.

Entre los beneficios que ha proporcionado a IFEMA su presencia en Redes Sociales, figura la el acceso a una plataforma flexible y rentable de comunicación, promoción, interacción y diálogo, que se ha planteado como una herramienta que beneficia no sólo a la imagen y reputación de IFEMA y sus ferias, sino también a expositores, patrocinadores, visitantes profesionales y público general.

Así mismo las Redes sociales, como plataformas gratuitas, ilimitadas y universales han jugado un papel significativo en la estrategia de consolidación y extensión de la imagen de IFEMA y sus ferias en Internet, además de haber permitido diversificar estrategias de comunicación, minimizar la inversión económica en el diseño y mantenimiento de herramientas propias, y economizar los esfuerzos para promocionarlas, además de aportar valor añadido como servicio a sus clientes.

Otros beneficios de la presencia de IFEMA en Redes Sociales, son su contribución al posicionamiento en buscadores. IFEMA con el fin de maximizar la visibilidad de sus web en los principales buscadores (Google, MSN, Yahoo Search, Lycos, Hotbot, Wanadoo, etc.), está llevando a cabo un proyecto de optimización y posicionamiento orgánico SEO, tanto del portal corporativo como de los de sus ferias, en su versión castellano e inglés. Una iniciativa que se está viendo reforzada con la presencia en Redes Sociales, a través de una estrategia de redireccionamiento.

Además, para hacer más visible el diálogo en las Redes, está incorporando en todos sus portales de Internet un gestor de contenidos que recoge la actividad generada (Twitter y Facebook).

Results

The experience and record of IFEMA and its fairs in social media lead to the conclusion that they have been very well received, with the high participation since their launch being particularly noteworthy.

The advantages afforded to IFEMA by its social media presence include the access to a flexible and profitable platform for communication, promotion, interaction and dialogue, which is a tool which benefits not only the image and reputation of IFEMA and its fairs, but also exhibitors, sponsors, trade visitors and the general public.

As free, unlimited and universal platforms, social media have played a significant role in the strategy of consolidation and extension of the image of IFEMA fairs online. They have also helped to diversify communication strategies, minimise economic investment in the design and maintenance of the Institution's own tools, economise on efforts to promote them and add value as a service to its customers.

Other benefits of IFEMA's social media presence are its contribution to search engine positioning. In order to maximise the visibility of its websites on major search engines (Google, MSN, Yahoo Search, Lycos, Hotbot, Wanadoo, etc.), IFEMA is undertaking an organic SEO positioning project, both for the institution's portal and for its trade fairs, in Spanish and English. This initiative is being reinforced with the institution's social media presence through a redirection strategy.

To make media dialogue more visible, IFEMA is also incorporating a content manager into all its websites to record the activity generated (Twitter and Facebook).

Premio UFI

Toda esta trayectoria se ha visto reconocida con el premio “Best Practice of Social Media within the exhibition industry”, concurso internacional convocado por la UFI, -Unión de Ferias Internacionales- con el objetivo de destacar la mejor estrategia de comunicación desarrollada por organizadores feriales de todo el mundo en Redes Sociales.

El premio reconoció la estrategia global de IFEMA en Redes Sociales, que contempla tanto un enfoque institucional, como el desarrollo de acciones específicas para cada una de sus ferias.

The UFI Award

IFEMA's record has been recognised with the award “Best Practice of Social Media within the Exhibition Industry”, an international competition run by the UFI -the Global Association of the Exhibition Industry- with the aim of distinguishing the best communication strategy developed on social media by trade fair organisers throughout the world.

The award recognises IFEMA's global social media strategy, which embraces both an institutional approach and the development of specific action for each of its events.



3.6 DESARROLLOS TECNOLÓGICOS

3.6 TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS

GESTIÓN-INNOVACIÓN-TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

La actividad de IFEMA sujeta a los distintos condicionantes del mercado requiere de una constante actualización tecnológica para la optimización de sus recursos y servicios. A continuación se relacionan los proyectos y desarrollos tecnológicos más significativos puestos en marcha durante 2012.

APLICACIONES CANAL WEB

A lo largo del ejercicio se han desarrollado nuevas funcionalidades relacionadas con el canal web de IFEMA, algunas de ellas iniciadas y otras finalizadas como:

Listado de avance de empresas de catálogo en la web

Se ha realizado la mejora de diseño y ampliación de la funcionalidad de la lista de avance de expositores, un directorio que permite la identificación de las empresas participantes facilitando información puntual.

Envío del contrato de exposición

Asimismo se ha llevado a cabo la estandarización del procedimiento de contratación, con el desarrollo de una aplicación que incorpora las tres fases de comunicación: un modelo de contrato de exposición, el aviso de envío de contrato de exposición, y el acuse de recibo.

MANAGEMENT-INNOVATION-INFORMATION TECHNOLOGIES

Subject to different market factors, IFEMA's activity requires constant technological updating in order to optimise resources and services. The most significant projects and technological developments implemented in 2012 are listed below.

WEB CHANNEL APPLICATIONS

New functionalities related to the IFEMA web channel were developed during the year. Some of them were started while others were completed, such as:

Advance company list of the web catalogue

There was improvement of the design and enlargement of the functionality of the advance exhibitors' list, a directory which enables participating companies to be identified and up-to-date information provided.

Sending of the exhibition contract

In addition, the contracting procedure has been standardised, with the development of an application which incorporates the three communication phases: a template of the exhibition contract, notification of the sending of the exhibition contract and the acknowledgment of receipt.

Actualización de la aplicación de contratación de servicios Zona de Expositores

El objetivo principal del proyecto es optimizar la usabilidad de la aplicación de contratación de servicios por parte de los expositores, incluyendo nuevas funcionalidades, tales como información sobre servicios complementarios, alternativos o sugerencias a lo contratado, etc., y con su adaptación a dispositivos móviles.

App catálogo móvil, aplicación web de catálogo para dispositivos móviles

Durante el año se ha desarrollado la app del catálogo de expositores para móviles, que incorpora ficha de empresa y localización en planos, y cuyos contenidos se generan automáticamente.

La aplicación incorpora además algunas secciones generales para todas las app de las distintas ferias: cómo llegar, con visualización de la ruta en Google Maps, condiciones legales de uso y propiedad, ayuda de la aplicación, acceso a versión en inglés, selección de empresas favoritas. Contenido generado automáticamente.

Por su parte la aplicación cuenta con secciones específicas, que se desarrollan para cada una de las distintas ferias, como son la agenda y eventos, acceso a redes sociales, información general sobre horarios, tarifas de entrada y restauración.

Updating of the application for contracting services through the Exhibitors' Area

The main aim of this project is to optimise the usability of the application for contracting services by exhibitors, including new functionalities, such as information on complementary or alternative services or suggestions relating to what has been contracted etc., and to its adaptation to mobile devices.

Catalogue app, catalogue web application for mobile devices

The mobile app for the exhibitors' catalogue was developed during the year. This incorporates a company file and map localisation. Its content is generated automatically.

The application incorporates some general sections covering all the apps of the different trade fairs: how to arrive, with visualisation of the route on Google Maps, legal conditions of use and ownership, help with the application, access to the English version, selection of favourite companies. Its content is generated automatically.

The application also has specific sections, which apply to each of the different trade fairs, such as the agenda and events, access to social media, general information on opening times, entrance prices and catering.



OTROS PROYECTOS RELACIONADOS CON APLICACIONES WEB

Asimismo a lo largo del ejercicio se ha llevado a cabo la implantación de nuevos servicios web, como blogs y el microsite del nuevo servicio IFEMA + desarrollado por la institución y orientado a potenciar el turismo de negocios; todos ellos basados en entornos tipo WordPress, LAMP, etc.

Otro de los proyectos realizados ha sido la puesta en marcha del nuevo calendario de eventos de Convenciones y Congresos, que viene a reforzar la visibilidad de este creciente área de negocio, así como la nueva sección internacional de ifema.es, que ofrece toda la información sobre los distintas ferias que IFEMA organiza en el exterior, y facilita el contacto con aquellas empresas interesadas en abordar nuevos mercados.

Por su parte el proyecto de incorporación de webs feriales al entorno Oracle – UCM, ha continuado su proceso dando unidad a todo el entorno y una mayor funcionalidad.

Ferias en el extranjero

IFEMA, en su estrategia de internacionalización, impulsa su presencia como organizadora de salones en el extranjero. Nuestro objetivo es ayudar a las empresas a aprovechar grandes oportunidades que ofrecen los nuevos mercados, participando en eventos en el extranjero.

Implantación de publicación certificada y sellado de tiempo en la web de licitaciones

OTHER PROJECTS RELATED TO WEB APPLICATIONS

2012 also saw the implementation of new web services, such as blogs and the microsite of the new IFEMA + service, created by the Institution and aimed at enhancing business tourism. All of these are based on environments like WordPress, LAMP, etc.

Another project undertaken was the implementation of the new events' calendar of Conventions and Congresses, which boosts the visibility of this growing area of business. There also was the new international section of ifema.es, which provides all the information about the different trade fairs organised by IFEMA abroad and facilitates contact with those companies interested in embracing new markets.

For its part, the project incorporating trade fair websites into the Oracle–UCM environment continued by unifying the environment as a whole and providing greater functionality.

Trade fairs abroad

As part of its internationalisation strategy, IFEMA promotes its presence as an organiser of events abroad. The aim is to assist companies in taking advantage of the great opportunities offered by the new markets by participating overseas.

Implementation of certified publication and time stamping on the tenders website



PROYECTOS INTERNOS

Otros proyectos internos, desarrollados durante el 2012, relacionados fundamentalmente con proyectos de sistemas, han sido la continuación del proyecto iniciado en ejercicios precedentes, de consolidación de almacenamiento y virtualización de sistemas.

Asimismo se ha implementado el proyecto piloto de virtualización de escritorios (VDI). El escritorio “virtualizado” es almacenado remotamente en un servidor central en lugar de en un ordenador personal. Esto significa que todos sus programas, aplicaciones, procesos y datos se almacenan y ejecutan desde el servidor central, lo que permite a los usuarios acceder remotamente a sus escritorios.

Por último se ha llevado a cabo el proceso de migración pasarela de pago EMV, con la finalización del proyecto de instalación de dispositivos PINPAD EMV en los distintos puntos de venta del recinto, tanto en los puntos de venta asistidos como en los cajeros automáticos.



INTERNAL PROJECTS

Other internal projects developed in 2012 and related fundamentally to systems projects included the continuation of the project for storage consolidation and systems virtualisation, which commenced in previous years.

In addition, the pilot project for virtualisation desktop infrastructure (VDI) was implemented. The “virtualised” desktop is stored remotely in a central server instead of a personal computer. This means that all of its programmes, applications, processes and information are stored and executed from the central server, which enables users to access their desktops remotely.

Finally, the EMV payment migration gateway, with the completion of the project installing PIN-pad EMV readers at the different points of sale in the exhibition complex, both those which are manned and those with automatic dispensers.



3.7 INVERSIONES

3.7 INVESTMENT

DURANTE EL EJERCICIO 2012, IFEMA HA REALIZADO INVERSIONES POR VALOR DE 4,7 MILLONES DE EUROS

Actualmente, y tras la política expansiva llevada a cabo por IFEMA hasta 2008, en la que se acometieron los proyectos de la 1ª y 2ª ampliación de Feria de Madrid (terminadas en 2002 y 2008 respectivamente), las inversiones realizadas por la institución se han ajustado al actual entorno, concentrándose en aquellas actuaciones directamente enfocadas en la reducción de los costes o la generación de nuevos ingresos, además de las exigidas por el marco legal y normativo vigente.

Durante el ejercicio 2012, IFEMA ha realizado inversiones por valor de 4,7 millones de euros, de los cuales 2,6 millones de euros corresponden a la liquidación del litigio del aparcamiento sureste.

Asimismo se han destinado recursos a otras áreas como:

Aplicaciones informáticas y equipos de proceso de información.

Una parte importante de las inversiones se ha orientado a la migración del programa de nóminas para adaptarlo a la nueva ley y, a continuar con el desarrollo e implantación de BO (módulo Sap) dirigido a la elaboración de reportes ejecutivos de información agregada y representación gráfica. Además se han destinado inversiones de menor cuantía a la sustitución de hardware y a la actualización de software, y se han virtualizado sistemas informáticos para la optimización y mejora de los mismos.

Instalaciones técnicas, en este apartado destacan las inversiones dirigidas a la adquisición de cajeros automáticos de los aparcamientos para su adecuación a nuevos sistemas de cobros; a la incorporación de fibra óptica en todo el cableado de oficinas, y a la adquisición de mangueras de cableado eléctrico necesarias para reforzar la instalación durante la celebración de eventos con mayores requerimientos tecnológicos.

IN 2012, IFEMA INVESTED 4.7 MILLION EUROS

Following the policy of expansion conducted by IFEMA up to 2008, during which the First and Second Enlargement Phases of Feria de Madrid were completed in 2002 and 2008 respectively, the Institution's investments have been tailored to the current environment. These have focused on work aimed at reducing costs or generating new revenue as well as complying with new legal requirements.

In 2012, IFEMA invested 4.7 million euros, of which 2.6 million euros related to the settlement of the litigation over the south-east car park.

Resources have also been devoted to areas such as:

Computer applications and information processing equipment.

A major portion of investment was directed at the migration of payroll software in order to adapt it to new legal requirements and at the continuing of the development and implementation of BO (SAP module) aimed at creating executive reports containing aggregated information and graphical representations. Smaller sums were devoted to the replacement of hardware and the updating of software while computer systems were virtualised for optimisation and improvement purposes.

Technical facilities. Notable in this area were investments made on the acquisition of ATMs in car parks for adaptation to new payment collection systems; the fitting of optical fibre in cabling throughout the offices and the purchase of electrical cable piping needed for events with greater technological requirements.

Proyecto de renovación de las cubiertas de los núcleos de conexión. Durante el ejercicio, se ha continuado el proyecto de ejecución con la solución constructiva que consiste en realizar una cubierta adicional elevada en los núcleos de conexión entre pabellones y las unidades de restauración situadas en los mismos.

Proyecto de redes de distribución de agua caliente. Desde hace algunos años se han producido varias fugas en los circuitos de agua caliente del recinto. Para resolver el problema se ha optado por sustituir las tuberías actuales utilizando los túneles y galerías existentes para asegurar un fácil acceso a las tuberías en caso de avería sin que represente un problema grave para el desarrollo de la actividad ferial en los pabellones.

Finalmente, se han realizado otras inversiones en el desarrollo de marcas y productos, así como en la adquisición de obras de arte en la feria ARCOMadrid, como apoyo al coleccionismo del arte contemporáneo.

Roofing renovation project for connecting areas. The year saw continued implementation of the project which consists of building an additional roof over the connecting areas between halls and the catering units located in them.

Hot water distribution network project. In recent years there have been several leaks in the hot water circuits of the exhibition complex. To solve the problem, it was decided to replace pipes using the existing tunnels and galleries to ensure easy access in the case of a fault without these seriously affecting trade fair activities in the halls.

Finally, there was investment in the developing of brands and products, as well as in the purchasing of works at the ARCOMadrid fair in support of contemporary art collecting.







IFEMA, BALANCE ECONÓMICO

IFEMA, FINANCIAL RESULTS

4.1 Informe económico de gestión

4.1 Financial management report

4.2 Balance de situación al 31 de diciembre de 2012

4.2 Balance sheet at 31 December 2012

4.3 Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2012

4.3 Profit and loss statement for 2012

4.4 Resumen de ingresos y gastos 2012 por actividad

4.4 Summary of income and expenditure by activity in 2012

4

4.1 INFORME ECONÓMICO DE GESTION

4.1 FINANCIAL MANAGEMENT REPORT

En un entorno complejo como el actual, es significativo subrayar el esfuerzo de IFEMA durante el ejercicio 2012 por mantener el equilibrio de sus resultados. Un esfuerzo que se ha concentrado en la gestión, así como en una línea estratégica de trabajo enfocada a mejorar la calidad y diversificación de su oferta y de sus servicios, y a potenciar su nivel de competitividad, además de impulsar diversas iniciativas de valor añadido orientadas a fomentar la participación empresarial, y nuevos proyectos dentro de su política de expansión internacional.

In today's complex environment, it is important to emphasise IFEMA's endeavour in maintaining the balance of its results in 2012. This focused on management and a strategic line of work aimed at improving the quality and diversification of its offer and its services, while enhancing its level of competitiveness. In addition, the Institution promoted various value-added initiatives directed at fomenting business participation and new projects within its policy of international expansion.

RESULTADOS

IFEMA ha cerrado el ejercicio económico 2012 con un Resultado de Explotación (EBITDA) cifrado en 16,0 millones de euros, lo que representa un descenso de un 20,3% respecto a 2011.

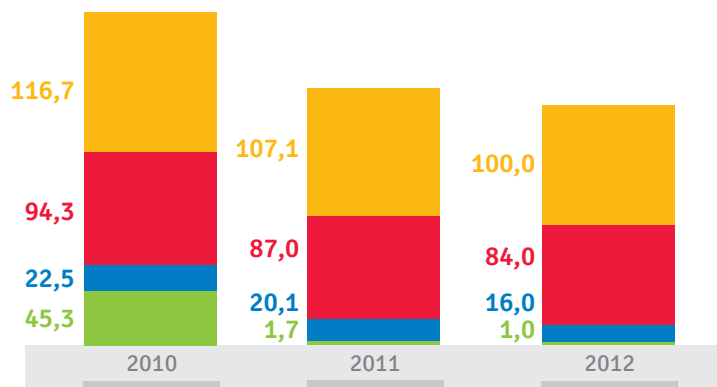
Por su parte, el Beneficio del Ejercicio 2012 ha sido de 1,0 millones de euros, ligeramente inferior al ejercicio 2011, año en el que se obtuvieron unos beneficios de 1,7 millones de euros.

Ejercicios / millones de € Years / million of €	2010	2011	2012
● Ingresos Income	116,7	107,1	100,0
● Gastos Expenditure	94,3	87,0	84,0
● Resultados de explotación Operating profit	22,5	20,1	16,0
● Resultado del ejercicio Net profit	45,3	1,7	1,0

RESULTS

IFEMA closed the 2012 financial year with an Operating Profit (EBITDA) of 16.0 million euros, which represents a decrease of 20.3% compared to 2011.

Net Profits in 2012 were 1.0 million euros, slightly lower than 2011, when the figure obtained was 1.7 million euros.



En el capítulo del Margen de Explotación del año, este se sitúa en el 16,0%, lo que representa una bajada de un 14,6% sobre el ejercicio precedente (16,7%).

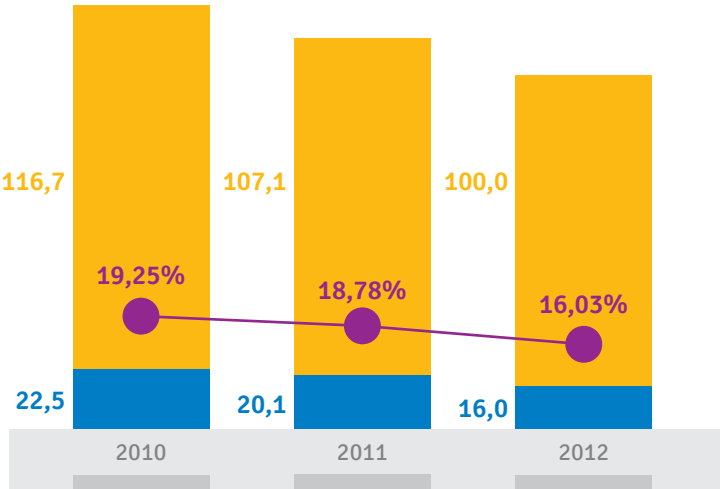
Por su parte, el Margen Neto del año es de un 1,0%, inferior tanto al ejercicio 2011 como al presupuesto origen.

The year's Operating Margin was 16.0%, a decrease of 14.6% on the previous year (16.7%).

The Net Margin for the year was 1.0%, below both 2011 and the original budget.

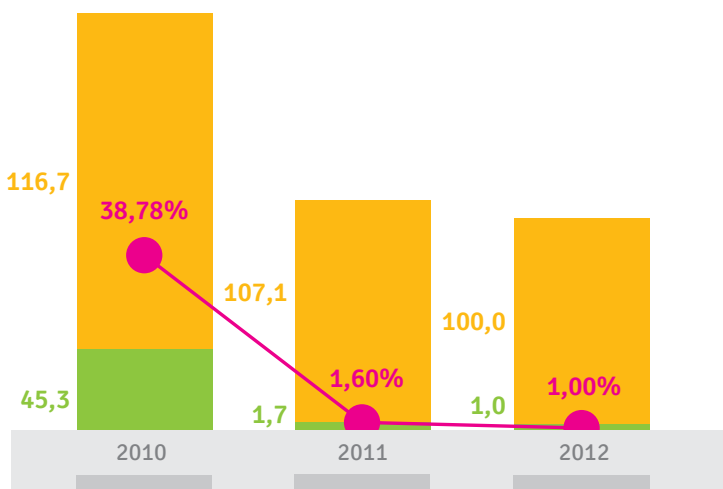
Ejercicios Years	2010	2011	2012
Margen de explotación Operating margin	19,25%	18,78%	16,03%
Margen neto Net margin	38,78%	1,60%	1,00%

Margen de explotación
Operating margin



- Ingresos (millones de €)
Income (million of €)
- EBITDA (millones de €)
EBITDA (million of €)
- EBITDA (% ingresos)
EBITDA (% incomes)

Margen neto
Net margin



- Ingresos (millones de €)
Income (million of €)
- Resultado del ejercicio (millones de €)
Net profit (million of €)
- Resultado del ejercicio (% ingresos)
Net profit (% incomes)

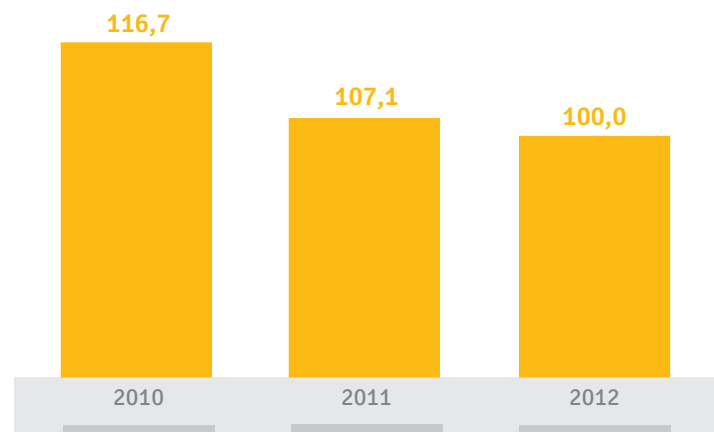
INGRESOS

La actividad de IFEMA durante el ejercicio 2012 generó un volumen de Ingresos de 100,0 millones de euros, lo que representa un descenso del 14,3% sobre el ejercicio 2010, año par con calendario similar de certámenes y del 6,6% con respecto al año precedente.

Ejercicios / millones de € Years / million of €	2010	2011	2012
● Ingresos Income	116,7	107,1	100,0

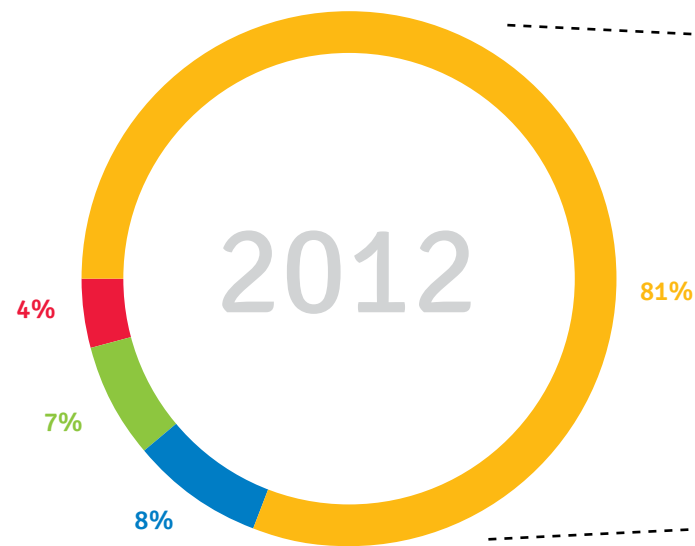
INCOME

IFEMA's activity in 2012 generated Income of 100.0 million euros, a decrease of 14.3% on 2010, an even-numbered year with a similar events' calendar, and of 6,6% on the previous year.



Ingresos por línea de negocio

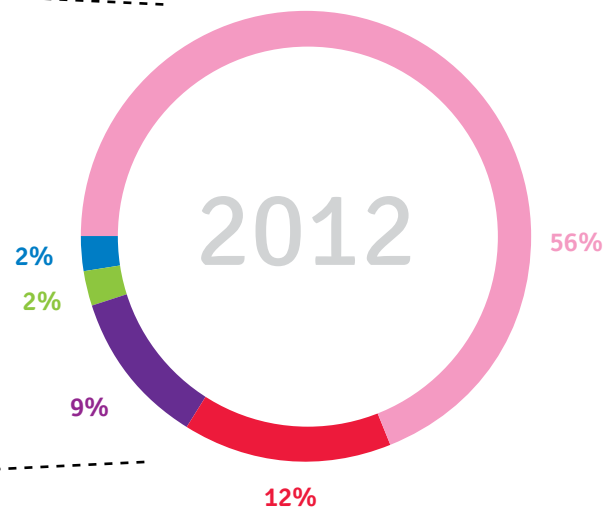
Este gráfico indica la distribución porcentual de los ingresos por líneas de negocio sobre el total de ingresos del ejercicio y al mismo tiempo la distribución de los ingresos de ferias propias.



Ingresos por línea de negocio		
Income by line of business		
	Ferias propias	81%
IFEMA - organised fairs		
	Ferias externas	8%
Externally - organised fairs		
	Convenciones y congresos	7%
Conventions and congresses		
	Ingresos varios	4%
Incomes		

Income by line of business

This figure shows the distribution of income by line of business as a percentage of total annual income as well as the distribution of income from in-house events.



Ingresos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA		
Income by line of business for in-house events		
	Espacio de exposición	56%
Exhibition space		
	Otros ingresos	12%
Other incomes		
	Servicios	9%
Services		
	Otros expositores	2%
Other exhibitors		
	Visitantes	2%
Visitors		

La principal línea de negocio lo constituyen las ferias propias, que representan el 81% del total de ingresos del ejercicio 2012. Destacan entre las principales ferias celebradas FITUR, GIFTRENDS MADRID, ARCOmadrid, MOMAD METRÓPOLIS, EXPODENTAL y SICUR por la fortaleza de sus convocatorias así como FRUIT ATTRACTION por su progresivo crecimiento desde su creación en 2009.

Por su parte, el apartado de alquileres a organizadores externos que representa el 15% del total de ingresos del ejercicio, se distribuye en dos líneas de negocio, ferias externas (8%) y congresos y convenciones (7%).

En el capítulo de ferias externas destaca la celebración, por tercera vez, del Congreso Internacional de Ingredientes Farmacéuticos, CPhI, así como del SALÓN DE GOURMETS, por su impacto en ingresos de esta línea de negocio.

Así mismo, se han sumado por primera vez al calendario de IFEMA, nuevas ferias organizadas por operadores independientes, como el Congreso Europeo de Oficina de Farmacia. Salón de Medicamentos y Parafarmacia – INFARMA, y EXPOBIKE.

En la línea de congresos y convenciones, se ha visto incrementada su actividad, motivado por la celebración de 7 congresos con exposición, incluyendo la parte congresual de CPhI, el Congreso Sap (ambos de marcado carácter internacional) y los Congreso Sepa y Conama celebrados por primera vez en diciembre, así como 463 actos más de convenciones.

Por su parte, los servicios representan el 9% del total de ingresos del ejercicio.

The principal line of business was in-house events, which represented 81% of total annual income. The most important fairs held included FITUR, GIFTRENDS MADRID, ARCOmadrid, MOMAD METRÓPOLIS, EXPODENTAL and SICUR which all displayed their pulling power, together with FRUIT ATTRACTION which continued the growth it has displayed since its inception in 2009.

The section of renting to external organisers, which contributed 15% of total annual revenues, is divided into two lines of business: external trade fairs (8%) and congresses and conventions (7%).

Standing out in the area of externally-organised events was the holding for the third time of the International Congress of Pharmaceutical Ingredients, CPhI, together with the SALÓN DE GOURMETS (International Fine, Food, and Beverage Fair) due to their impact on income in this line of business.

In addition, new fairs organised by independent operators were added to the IFEMA calendar for the first time. These included the European Pharmaceutical and Parapharmaceutical Congress and Trade Exhibition - INFARMA, and EXPOBIKE.

In the line of congresses and conventions, activity increased due to the holding of 7 congresses with a parallel exhibition, including the congress part of CPhI, the Sap Congress (both of a strongly international nature) and the SEPA and Conama Congresses which were held for the first time in December, together with 463 more convention-based events.

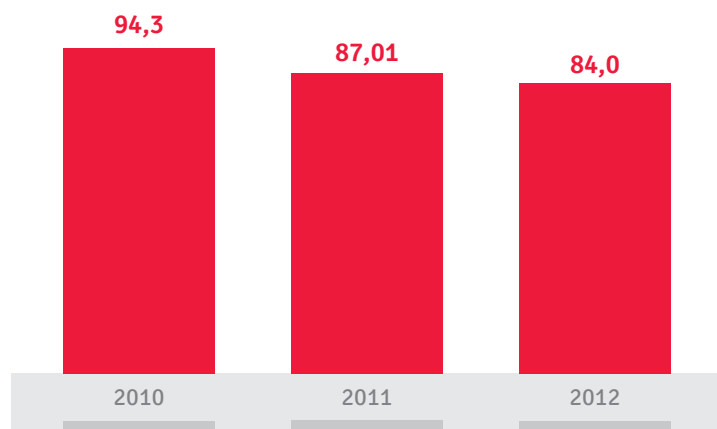
For their part, services represented 9% of the total income for the year.

GASTOS

Los Gastos de Explotación (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) del ejercicio 2012 han ascendido a 84,0 millones de euros, representando una reducción del 3,4% sobre el ejercicio anterior y un 10,9% sobre el ejercicio 2010.

Durante el ejercicio 2012 se ha realizado con precisión una eficaz gestión de costes tanto en el entorno de ferias propias como de servicios, adaptándolos a los objetivos de negocio de la institución.

En este sentido, la gestión de costes ha resultado un factor clave para mantener el Resultado de Explotación en el nivel necesario y permitir un resultado económico positivo.



Ejercicios / millones de € Years / million of €	2010	2011	2012
● Gastos Expenditure	94,3	87,01	84,0

EXPENDITURE

Operating Expenditure (excluding depreciation and provisions for commercial transactions, together with other current operating expenses) rose to 84.0 million euros in 2012. This was a fall of 3.4% on the previous year and of 10.9% on 2010.

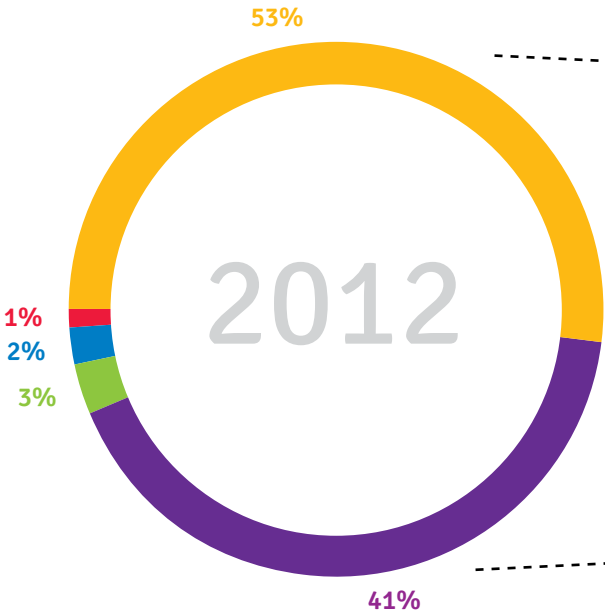
2012 saw IFEMA undertake effective cost management with precision both in terms of in-house events and services, adapting them to its business objectives.

Accordingly, cost management proved a key factor in maintaining the Operating Result at the necessary level and providing a positive financial result.



Distribución de gastos por línea de negocio

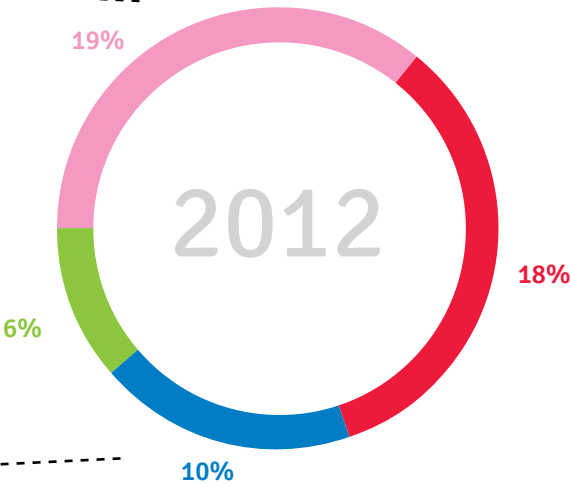
Este gráfico indica la distribución porcentual de los gastos por líneas de negocio sobre el total de gastos del ejercicio y al mismo tiempo la distribución de los gastos de ferias propias.



Distribución de gastos por línea de negocio		
Distribution of expenditure by line of business		
	Ferias propias	53%
IFEMA - organised fairs		
	Gastos estructurales	41%
Structural expenses		
	Convenciones y congresos	3%
Conventions and congresses		
	Ferias externas	2%
Externally - organised fairs		
	Servicios de recinto	1%
Exhibition complex services		

Distribution of expenditure by line of business

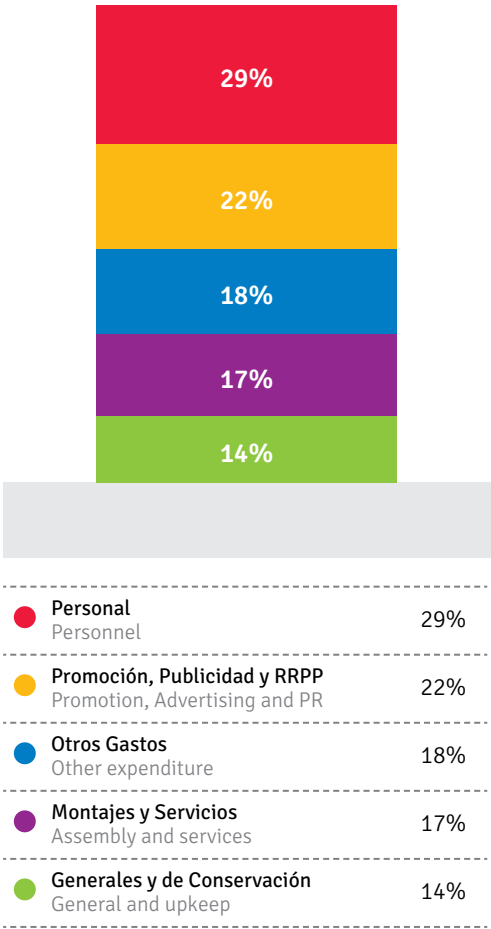
This figure shows the distribution of expenditure by line of business as a percentage of total annual expenditure as well as the distribution of expenditure for in-house events.



Distribución de gastos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA		
Distribution of expenditure by line of business for in-house events		
	Gastos de infraestructura	19%
Infrastructure expenses		
	Promoción, Publicidad y RRPP	18%
Promotion, Advertising and PR		
	Varios	10%
Others		
	Personal	6%
Personnel		

Los siguientes gráficos indican la distribución porcentual de los gastos por actividades sobre el total de gastos del ejercicio el primero y sobre el total de ingresos del ejercicio el segundo.

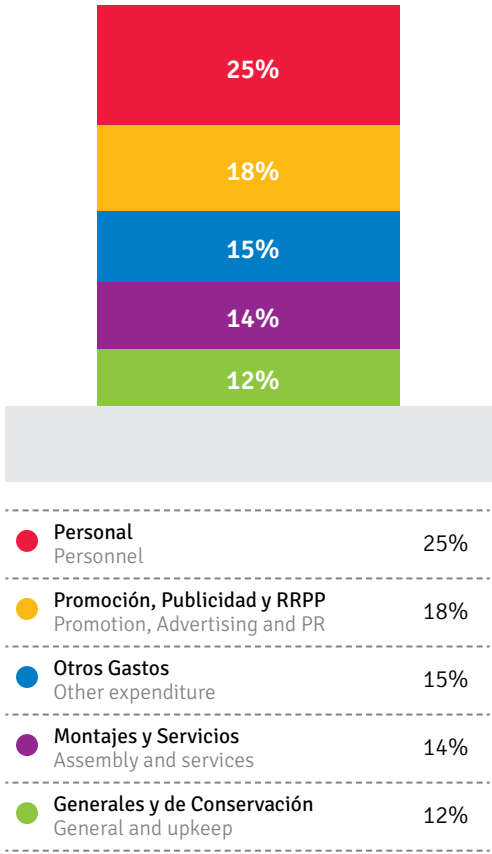
Sobre gastos
Of expenditure



Nota; otros gastos recoge los siguientes conceptos: oficinas en el extranjero, asociaciones, agentes mediadores, actividades coincidentes con ferias, servicios auxiliares (traducciones, fotografías, material oficina, etc.) y varios de gastos generales (consultorías, asesorías, litigios, seguros, gastos bancarios, impuestos locales, etc.).

The following figures show the distribution of expenditure by activity as a percentage of total annual expenditure in the first and of total annual income in the second.

Sobre ingresos
Of income

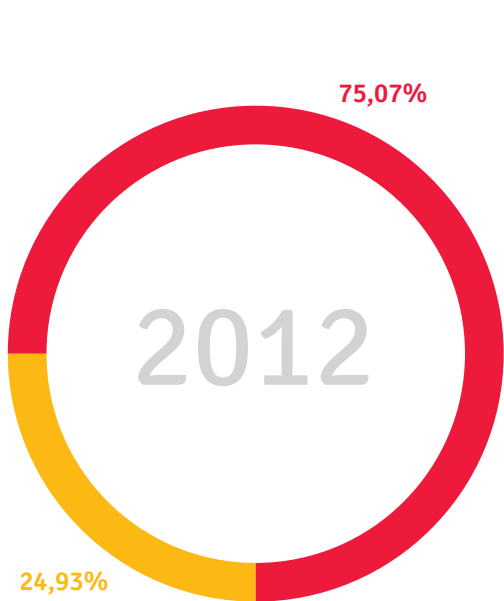


Note; other expenditure includes the following: offices abroad, associations, intermediaries, activities coinciding with trade fairs, auxiliary services (translations, photography, office material, etc.) and a number of types of general expenditure (consultancies, litigation, insurance, banking fees, local taxes etc.).

Distribución de gastos generales 2012

Estos gráficos indican la distribución porcentual de los gastos generales por repercusión de costes generales y costes secundarios y por línea de negocio.

Los costes secundarios se distribuyen por demandas de servicios de las unidades de negocio a los centros de costes de servicios y la repercusión de gastos generales se hace por ocupación de pabellones.

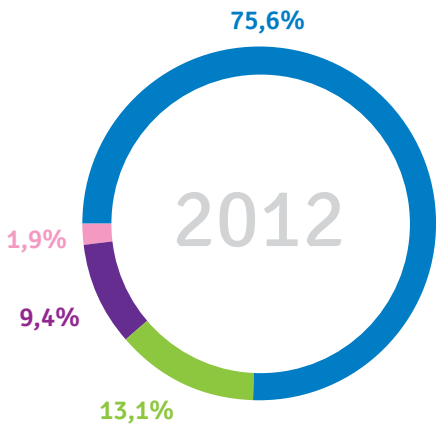


Distribución de gastos generales	
Distribution of general expenditure	
● Repercusión	75,07%
Repercussion	
● Secundarios	24,93%
Secondaries	

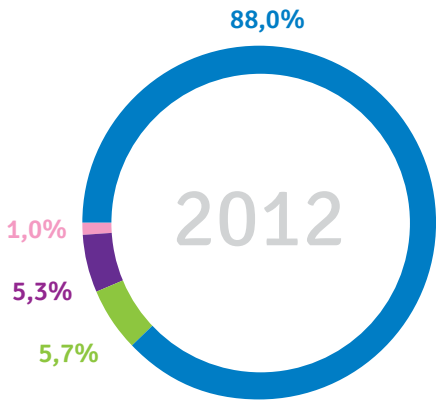
Distribution of general expenditure 2012

These figures show distribution as a percentage of general expenditure by repercussion of general costs and secondary costs and by line of business.

Secondary costs are distributed by demands for the services of business units to service cost centres and the repercussion of general expenditure is made by occupancy of halls.



Distribución de costes secundarios	
Distribution of secondary costs	
● Ferias propias	75,6%
IFEMA - organised fairs	
● Ferias externas	13,1%
Externally - organised fairs	
● Congresos	9,4%
Congresses	
● Convenciones	1,9%
Conventions	



Distribución de repercusión costes	
Distribution of repercussion costs	
● Ferias propias	88,0%
IFEMA - organised fairs	
● Ferias externas	5,7%
Externally - organised fairs	
● Congresos	5,3%
Congresses	
● Convenciones	1,0%
Conventions	

ASPECTOS FINANCIEROS

El modelo de gestión de IFEMA y su capacidad de autofinanciación ha favorecido el manteniendo de un nivel cero de endeudamiento, dato a destacar en las actuales circunstancias, así como una sólida posición de tesorería.

OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Las dotaciones para amortizaciones del inmovilizado del ejercicio ascienden a 18,1 millones de euros, que representan aproximadamente un 3,40% de los activos fijos de la institución.

El beneficio del ejercicio 2012 de 1,0 millones de euros se destinará a remanente, con lo cual el patrimonio neto al 31 de diciembre de 2012 se sitúa en 269,7 millones de euros.

FINANCIAL ASPECTS

The IFEMA management model and its self-financing capacity has enabled it to maintain zero indebtedness, which is important to note given the current climate, as well as a solid position in terms of liquid assets.

OTHER ASPECTS OF INTEREST

Appropriations for depreciations of fixed assets for the year rose to 18.1 million euros, which represents approximately 3.40% of the Institution's fixed assets.

The profit from 2012 of 1.0 million euros will be devoted to surplus, with which net wealth to 31 December 2012 amounted to 269.7 million euros.



4.2 BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

4.2 BALANCE SHEET AT 31 DECEMBER 2012

ACTIVO ASSETS (euros)	2012
ACTIVO NO CORRIENTE NON_CURRENT ASSETS	252.145.465
Inmovilizado intangible Intangible fixed	4.355.668
Propiedad industrial Industrial property	3.523.526
Aplicaciones informáticas Computer applications	832.142
Inmovilizado material Tangible fixed assets	246.314.042
Terrenos y construcciones Land and buildings	198.233.669
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material Technical facilities and other tangible fixed assets	47.222.050
Inmovilizado en curso y anticipos Current cost of fixed assets and advances	858.323
Inversiones financieras a largo plazo Long-term financial investments	358.927
Créditos a terceros a largo plazo Long-term third-party credits	275.875
Otros activos financieros a largo plazo Other long-term financial assets	83.052
Activos por impuesto diferido Deferred tax assets	1.116.828
ACTIVO CORRIENTE WORKING ASSETS	53.534.724
Existencias Stock	529.512
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar Commercial obligors and other receivables	15.708.543
Clientes por ventas y prestaciones de servicios Clients per sales and services rendered	7.371.417
Clientes, empresas vinculadas Clients, related companies	220.054
Deudores varios Miscellaneous obligors	2.627.716
Personal Personnel	94.375
Activos por impuesto corriente Current tax assets	1.198.873
Otros créditos con las Administraciones Públicas Other credits with Public Administrations	4.196.108
Periodificaciones a corto plazo Short-term accruals	2.067.355
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes Cash and other equivalent liquid assets	35.229.314
Tesorería Cash and banks	9.425.431
Otros activos líquidos equivalentes Other equivalent liquid assets	25.803.883
TOTAL ACTIVO TOTAL ASSETS	305.680.189

PASIVO LIABILITIES (euros)	2012
PATRIMONIO NETO NET WEALTH	269.725.993
FONDOS PROPIOS EQUITY	269.725.993
Aportaciones de las entidades consorciadas Contributions from partner bodies	60.356.483
Reservas Reserves	378.766
Remanente Surplus	207.986.206
Superávit del ejercicio, según cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio Profit for the year, according to year's profit and loss statement	1.004.538
PASIVO NO CORRIENTE NON-CURRENT LIABILITIES	61.992
Provisiones a largo plazo Long-term provisions	27.871
Deudas a largo plazo Long-term debts	34.121
PASIVO CORRIENTE CURRENT LIABILITIES	35.892.204
Deudas a corto plazo Short-term debt	1.492.363
Otros pasivos financieros Other financial liabilities	1.492.363
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar Commercial creditors and other accounts to be charged	34.399.841
Proveedores Suppliers	14.743.990
Acreeedores, empresas vinculadas Creditors, related companies	351.652
Acreeedores Creditors	135.771
Personal Personnel	272.924
Otras deudas con las Administraciones Públicas Other debts with Public Administrations	1.264.833
Anticipos de clientes Clients advance payments	17.630.671
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO TOTAL NET WEALTH AND LIABILITIES	305.680.189

4.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2012

4.3 PROFIT AND LOSS STATEMENT FOR 2012

OPERACIONES CONTINUADAS CONTINUED OPERATIONS (euros)	2012
Importe neto de la cifra de negocios Net revenues	84.904.679
Ventas Sales	62.962.362
Prestación de servicios Provision of services	21.942.317
Aprovisionamientos Supplies	(1.563.521)
Otros ingresos de explotación Other operating income	15.193.960
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente Sundry and other current operating revenues	15.085.238
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio Operating subsidies incorporated into year-end results	108.722
Gastos de personal Personnel expenditure	(24.483.191)
Sueldos, salarios y asimilados Wages, salaries and similar expenses	(18.703.482)
Cargas sociales Social charges	(5.779.709)
Otros gastos de explotación Other operating expenses	(58.285.060)
Servicios exteriores External services	(53.466.258)
Tributos Tax	(4.474.987)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales Losses, deterioration and variation of provisions due to commercial operations	(340.938)
Otros gastos de gestión corriente Other current management expenses	(2.877)
Amortización del inmovilizado Depreciation of fixed assets	(18.099.133)
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado Deterioration and result of fixed-asset transfers	(44.164)
Deterioro y pérdidas Deterioration and losses	(44.164)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN OPERATING RESULT	(2.376.430)
Ingresos financieros Financial income	3.862.556
De valores negociables y otros instrumentos financieros From negotiable and other financial instruments	3.862.556
Gastos financieros Financial expenses	(22.417)
Por deudas con terceros Due to third-party debts	(22.417)
Diferencias de cambio Exchange differences	(1.745)
RESULTADO FINANCIERO FINANCIAL RESULT	3.838.394
SUPERÁVIT ANTES DE IMPUESTOS TOTAL PRE-TAX PROFITS	1.461.964
Impuestos sobre beneficios Tax on profits	(457.426)
SUPERÁVIT DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR	1.004.538

4.4 RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS 2012 POR ACTIVIDAD

4.4 SUMMARY OF INCOME AND EXPENDITURE BY ACTIVITY IN 2012

INGRESOS INCOME (euros)	2012
Por expositores From exhibitors	66.915.239
Por visitantes From visitors	2.142.945
Otros ingresos / Otros ingresos varios de feria Miscellaneous income/Miscellaneous trade fair income	15.506.659
Ferias de organización externa Externally-organised trade fairs	8.365.905
Convenciones y congresos Conventions and congresses	7.088.549
TOTAL INGRESOS TOTAL INCOME	100.019.298

GASTOS EXPENDITURE	53.534.724
Promoción/Publicidad/Relaciones Públicas Promotion/Advertising/Public Relations	18.193.636
Montajes/Costes de servicios Assembly and service costs	14.391.537
Personal Personnel	24.520.202
Gastos generales/Conservación General expenditure/Upkeep	11.697.121
Otros gastos Miscellaneous	15.185.461
TOTAL GASTOS TOTAL EXPENDITURE	83.987.957

RESULTADO DE EXPLOTACION OPERATING RESULTS	16.031.341
RESULTADO FINANCIERO FINANCIAL RESULT	3.838.394
PARCIAL PARTIAL	19.869.735
DOTACIONES PARA AMORTIZACIONES APPROPRIATIONS FOR DEPRECIATION	-18.099.133
DOTACIONES A LAS PROVISIONES APPROPRIATIONS FOR PROVISIONS	-340.938
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS EXTRAORDINARY RESULTS	32.300
IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS TAX ON PROFITS	-457.426
SUPERÁVIT DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR	1.004.538





IFEMA, FERIA A FERIA IFEMA, TRADE FAIR TO TRADE FAIR

5.1 Ferias organizadas por IFEMA

5.1 Trade fairs organised by IFEMA

5.2 Otros certámenes en Feria de Madrid

5.2 Other events at Feria de Madrid

5.3 Congresos con exposición

5.3 Congresses with exhibition

5.4 Calendario 2012 - Ferias, congresos y actividades

5.4 2012 Calendar - Fairs, congresses and activities

5.1 FERIAS ORGANIZADAS POR IFEMA

5.1 TRADE FAIRS ORGANISED BY IFEMA



FITUR 
Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair



18 – 22 ENERO JANUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	61.949
Empresas expositoras Exhibiting companies	9.007
Directas Direct	1.524
Indirectas Indirect	7.483
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	93.751
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	210.877

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

GIFTRENDS MADRID 
Semana Internacional del Regalo, Decoración,
Joyería y Bisutería
International Gift & Decoration, Jewellery
and Fashion Jewellery Week



01 – 05 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	64.499
Empresas expositoras Exhibiting companies	1.509
Directas Direct	974
Indirectas Indirect	535
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	37.111
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	160.536

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID



01 - 05 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 6.083

Empresas expositoras Exhibiting companies 100

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 60.000

ARCOmadrid ufi
Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair



15 - 19 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 19.419

Empresas expositoras Exhibiting companies 307

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 6.798

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 148.621

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SIMM ufi
Salón Internacional de Moda de Madrid
Madrid International Fashion Fair



02 - 04 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 13.883

Empresas expositoras Exhibiting companies 380

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 12.044

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 39.697

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

EXPOÓPTICA ufi
Salón Internacional de Óptica y Optometría
International Optics and
Optometry Exhibition



17 - 19 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 905

Empresas expositoras Exhibiting companies 124

Directas Direct 40

Indirectas Indirect 84

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 5.576

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 11.324

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

AULA ufi
Salón Internacional del Estudiante
y de la Oferta Educativa
International Educational Opportunities
Exhibition



22 - 26 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 6.749

Empresas expositoras Exhibiting companies 247

Directas Direct 150

Indirectas Indirect 97

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

FORO DE POSTGRADO
Salón de la Educación de Tercer Ciclo
The Higher Education Studies Fair



23 - 25 FEBRERO FEBRUARY

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 840

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 151.918

EXPODENTAL

Salón Internacional de Equipos,
Productos y Servicios Dentales
International Dental Equipment, Supplies and Services
Show

EXPODENTAL**23 - 25 FEBRERO** FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	16.705
Empresas expositoras Exhibiting companies	764
Directas Direct	284
Indirectas Indirect	480
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	26.929
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	32.429
Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)	

SICUR

Salón Internacional de la Seguridad
International Security, Safety and Fire Exhibition

**28 FEBRERO** FEBRUARY – **02 MARZO** MARCH

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	23.987
Empresas expositoras Exhibiting companies	1.366
Directas Direct	500
Indirectas Indirect	866
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	32.499
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	43.933
Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)	

PROPET

Feria para el Profesional del Animal de Compañía
Pet Industry Trade Fair

**09 - 11 MARZO** MARCH

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.850
Empresas expositoras Exhibiting companies	222
Directas Direct	92
Indirectas Indirect	130
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	9.145
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	20.938

MODACALZADO + IBERPIEL

Feria Internacional de Calzado
y Artículos de Piel
Footwear and Leather Goods International Fair

**11 - 13 MARZO** MARCH

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	10.580
Empresas expositoras Exhibiting companies	219
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	6.696
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	26.800
Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)	

ALMONEDA

Feria de Antigüedades,
Galerías de Arte y Coleccionismo
Antiques, Art Galleries and Collectors Fair

**14 - 22 ABRIL** APRIL

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.326
Empresas expositoras Exhibiting companies	132
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	166
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	27.042

EXPOFRANQUICIA 
Salón Internacional de la Franquicia
International Franchising Trade Fair

**19 - 21 ABRIL** APRIL

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.832
Empresas expositoras Exhibiting companies	288
Directas Direct	159
Indirectas Indirect	129
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	10.035
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	16.714
Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)	

MOMAD ETIQUETA NEGRA
Salón de Moda Nupcial, Galas y Ceremonias
Bridal, Events and Ceremony Attire



03 - 06 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **4.297**
Empresas expositoras Exhibiting companies **44**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **2.514**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **11.339**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN Y REHABILITACIÓN EFICIENTE



INTERNATIONAL WEEK
FOR EFFICIENT CONSTRUCTION AND RENOVATION

08 - 11 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **18.624**
Empresas expositoras Exhibiting companies **792**
Directas Direct **348**
Indirectas Indirect **444**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **22.860**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **34.928**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)
*SCS [PIEDRA + CONSTRUTEC]

GENERA
Feria Internacional de Energía y Medio Ambiente
Energy and Environment International Trade Fair



23 - 25 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **6.662**
Empresas expositoras Exhibiting companies **588**
Directas Direct **178**
Indirectas Indirect **410**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **15.275**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **17.829**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL DE MADRID
MADRID INTERNATIONAL AUTO SHOW



25 MAYO MAY - **03 JUNIO** JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **10.015**
Empresas expositoras Exhibiting companies **77**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **709**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **50.229**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

100x100 MASCOTA
Feria del Animal de Compañía
Madrid Pet Fair



26 - 27 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **6.961**
Empresas expositoras Exhibiting companies **58**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **295**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **52.283**

TECMA
Feria Internacional del Urbanismo y Medio Ambiente
International Town Planning and Environment Trade Fair



23 - 25 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **6.546**
Empresas expositoras Exhibiting companies **279**
Directas Direct **128**
Indirectas Indirect **151**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **4.882**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **6.631**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

SECOND-HAND VEHICLE SHOW



15 – 24 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 27.649

Empresas expositoras Exhibiting companies 64

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 263

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 53.358

MULAFEST

Festival de Tendencias Urbanas

Urban Life & Arts Festival



12 – 15 JULIO JULY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 10.884

Empresas expositoras Exhibiting companies 130

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 975

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 20.435

SIMM

Salón Internacional de Moda de Madrid

Madrid International Fashion Fair



14 – 22 ABRIL APRIL

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 10.762

Empresas expositoras Exhibiting companies 292

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 9.093

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 34.679

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

FESTIVAL SOY CIBELINO

Música y Moda para gente como tú

Music and Fashion for people like you



1 – 24 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 493

Empresas expositoras Exhibiting companies 14

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 128

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 2.093

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID



31 AGOSTO AUGUST – 04 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 6.053

Empresas expositoras Exhibiting companies 123

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 60.000

GIFTRENDS MADRID

Semana Internacional del Regalo, Decoración, Joyería y Bisutería

International Gift & Decoration, Jewellery and Fashion Jewellery Week



19 – 21 ABRIL APRIL

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) 61.893

Empresas expositoras Exhibiting companies 1.658

Directas Direct 1.008

Indirectas Indirect 650

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits 31.416

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes 147.621

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

MODACALZADO + IBERPIEL
Feria Internacional de Calzado
y Artículos de Piel
Footwear and Leather Goods International Fair



22 - 24 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **10.157**
Empresas expositoras Exhibiting companies **193**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **6.956**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **30.951**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SIMO NETWORK
Feria Internacional de Servicios
y Soluciones TIC para Empresas
International ITC Services
and Solutions Trade Fair



25 - 27 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **4.939**
Empresas expositoras Exhibiting companies **117**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **6.525**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **17.974**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

SALÓN LOOK INTERNACIONAL
La Feria de la Imagen y la Estética Integral
The Image and Integral Aesthetics Exhibition



28 - 30 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **10.059**
Empresas expositoras Exhibiting companies **271**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **45.346**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **82.518**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

**SHOWROOM
PUERICULTURA MADRID**
Salón Profesional de Productos para la Infancia
Childhood Products Trade Show

05 - 07 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **3.625**
Empresas expositoras Exhibiting companies **39**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **2.250**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **3.085**

FIAA
Feria Internacional del Autobús y del Autocar
International Bus and Coach Trade Fair



23 - 26 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **17.052**
Empresas expositoras Exhibiting companies **180**
Directas Direct **99**
Indirectas Indirect **81**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **7.583**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **9.986**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

MATELEC
Salón Internacional de Soluciones
para la Industria Eléctrica y Electrónica
International Trade Fair for the Electrical
and Electronics Industry



23 - 26 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **17.560**
Empresas expositoras Exhibiting companies **934**
Directas Direct **396**
Indirectas Indirect **583**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **27.017**
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **82.017**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

FRUIT ATTRACTION 
Feria Internacional del Sector
de Frutas y Hortalizas
International Trade Show for the Fruit
and Vegetable Industry



24 – 26 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **16.249**

Empresas expositoras Exhibiting companies **1.094**

Directas Direct **438**

Indirectas Indirect **656**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **19.567**

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **98.062**

Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio)
International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)

MOMAD 1001BODAS
Salón de Productos y Servicios para
Celebraciones
Exhibition of Products and Services
for Celebrations



26 – 28 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **2.973**

Empresas expositoras Exhibiting companies **153**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **292**

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **22.321**

NATURIVA THE WINTERFESTIVAL
Festival de los Deportes y Actividades
en la Naturaleza
The Sports and Nature Activities Festival



16 – 18 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **2.539**

Empresas expositoras Exhibiting companies **115**

Directas Direct **48**

Indirectas Indirect **67**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **20.860**

FERIARTE
Feria de Arte y Antigüedades
Art and Antiques Fair



17 – 25 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **4.450**

Empresas expositoras Exhibiting companies **90**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **798**

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **30.932**

DABADUM
Salón del Ocio Infantil en Familia
Kids and Family Fun Expo



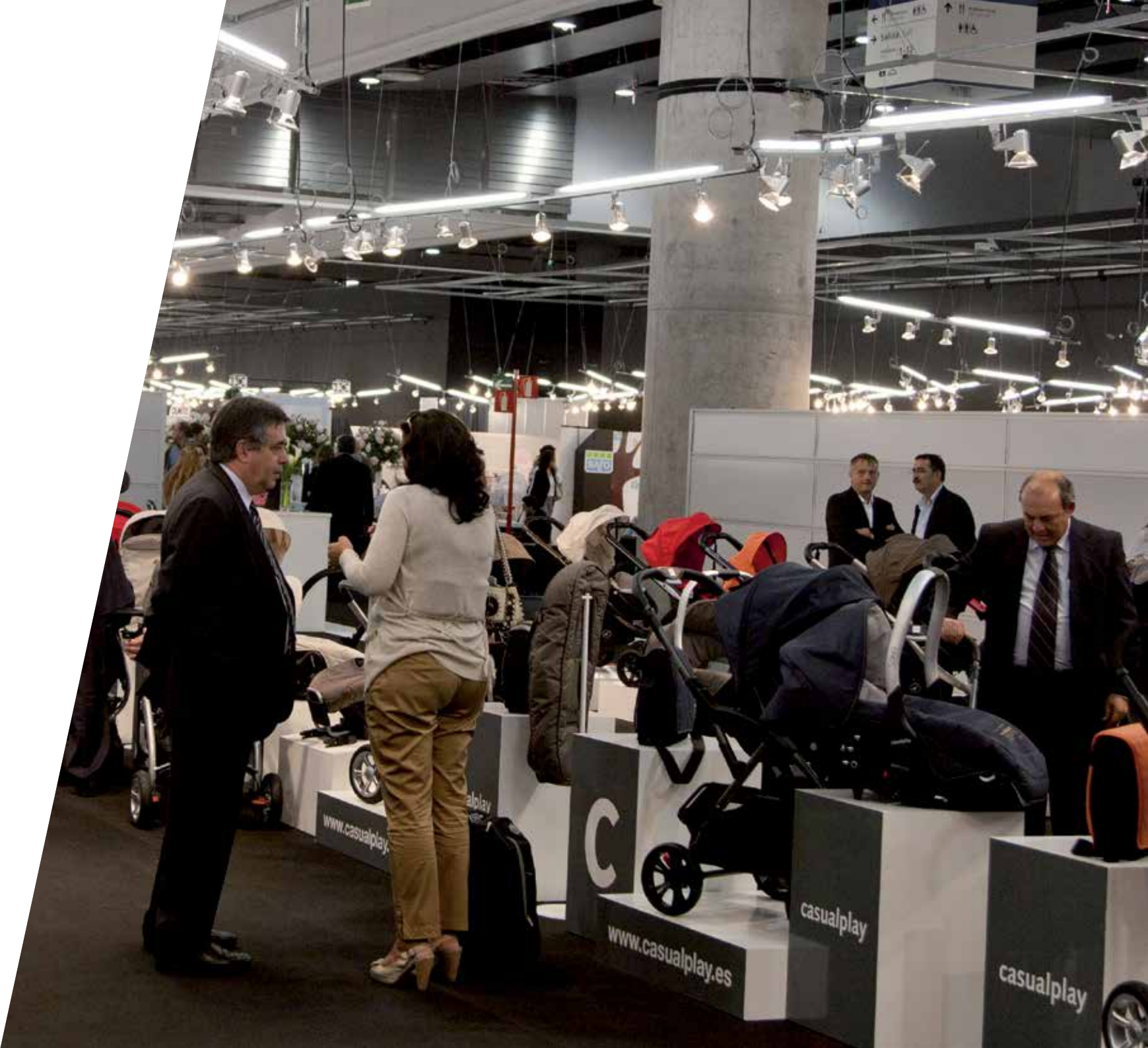
05 – 09 DICIEMBRE DECEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.) **12.498**

Empresas expositoras Exhibiting companies **45**

Visitas de profesionales identificados Registered trade visits **171**

Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes **78.571**



5.2 OTROS CERTÁMENES EN FERIA DE MADRID

5.2 OTHER EVENTS AT FERIA DE MADRID

		ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS/ INDIRECTOS DIRECT/ INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
EXPO RECLAM Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario The International Advertising and Promotional Gift Show 14 - 16 FEBRERO FEBRUARY 		REED EXHIBITION IBERIA, S.A.	5.561	204	-	9.217
RESTAURACIÓN MODERNA El Salón de la Alimentación Urbana, Colectividades, Catering y Vending The Urban Food, Catering & Vending Show 15 - 16 FEBRERO FEBRUARY 		EASYFAIRS IBERIA, S.L.	1.106	76	-	2.845
EXPOEARNING Congreso Internacional y Feria Profesional International Congress and Trade Fair 22- 23 FEBRERO FEBRUARY 		AEFOL-EXPOEARNING, S.L.	1.500	58	-	3.580
CINEGÉTICA & SUBARU Pasión por la Caza Passion for Hunting- The Greatest Hunting Convention in Europe 01 - 03 MARZO MARCH 		EXPOCINEGÉTICA, S.L.	6.000	300	290/10	26.500
SALÓN DE GOURMETS  Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad International Fine, Food and Beverage Fair 05 - 08 MARZO MARCH 		PROGOURMET, S.A.	18.303	1.056	692/364	148.464

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORA EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS/ INDIRECTOS DIRECT/ INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
FERIA DE EMPLEO DE FORMACIÓN PROFESIONAL ANNUAL JOB FAIR MADRID 14 - 15 MARZO MARCH 	COMUNIDAD DE MADRID Consejería de Educación y Empleo	6.226	139	54/85	35.722
EXPO E-COMMERCE ESPAÑA Salón-Congreso sobre el Comercio Electrónico OMExpo MADRID Feria-Congreso sobre el Marketing Digital y la Publicidad Online Trade Fair and Congress about Digital Marketing and Online Advertising 21 - 22 MARZO MARCH 	EVENTOS OME, S.L	2.934	240	-	10.000
FER-INTERAZAR Feria Internacional del Juego International Gaming and Gambling Trade Show 26 - 28 MARZO MARCH 	ZARKIA HISPANIA, S.L.	9.987	463	158/305	19.154
SITI/asLAN Feria Profesional Especializada en Redes y Tecnologías Convergentes The Professional's Trade Show Specialized in Networks and Convergent Technologies in Spain 27 - 29 MARZO MARCH 	@asLAN	1.196	60	-	8.000
SIMA Salón Inmobiliario Internacional de Madrid Madrid International Real Estate Exhibition 19 - 22 ABRIL APRIL 	PLANNER EXHIBITIONS, S.L.U.	N.D. N.A.	N.D. N.A.	N.D. N.A.	N.D. N.A.

N.D. Datos no disponibles N.A. Data not available

		ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS/ INDIRECTOS DIRECT/ INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
evento Days 04 – 05 JULIO JULY		EVENTOPLUS MEDIOS, S.L.	5.050	136	-	3.000
EXPOBIKE Feria de la Bicicleta The Bicycle Fair 14 – 16 SEPTIEMBRE SEPTEMBER		EXPOBIKE SOLUTIONS, S.L.	2.225	216	77/139	17.317
eShow Salón Profesional de Negocios Online / Cloud & Hosting / Social Media y Online Marketing Professional Show of Online Business / Cloud & Hosting / Social Media and Online Marketing 26 – 27 SEPTIEMBRE SEPTEMBER		BE WATER TEAM, S.L.	1.628	114	-	9.376
ORTO MEDICAL CARE Feria de la Ortoprotésica, Productos de Apoyo a la Discapacidad, Servicios Profesionales a la Tercera Edad y Equipamiento Médico Hospitalario Trade Fair for the Orthopaedics, Technical Aids, Professional Services for the Elderly and Hospital Medical Equipments 27 – 28 SEPTIEMBRE SEPTEMBER		FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORTESISTAS PROTESISTAS	3.950	93	-	11.000
EMPACK El Salón Profesional del Envase, Etiquetado, Embalaje y Acondicionamiento Packaging Trade Show LOGISTICS MADRID El Salón Profesional del Almacenaje, Manutención y Logística The Storage, Handling and Logistic Show 17 – 18 OCTUBRE OCTOBER	 	EASYFAIRS IBERIA, S.L.	2.364	122	-	4.540

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS/ INDIRECTOS DIRECT/ INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
DIGITAL SIGNAGE WORLD Soluciones para la Publicidad Digital y Punto de Venta Digital Advertising and Point-of Sale Solutions 	REED EXHIBITON IBERIA, S.A.	4.277	110	-	4.531
EXPO RETAIL Innovación y Soluciones para el Retail Innovation and Solutions for Retailers 					
VISCOM SIGN ESPAÑA Exposición Internacional para la Industria de la Comunicación Visual Internacional Visual Communication Spain 					
17 - 18 OCTUBRE OCTOBER					
BIOCULTURA Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable Organic Products Fair and Responsible Consumption 	ASOCIACIÓN VIDA SANA	3.816	455	336/119	49.326
FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD JOB FAIR FOR HANDICAPPED PEOPLE 	COMUNIDAD DE MADRID Consejería de Educación y Empleo	6.226	64	-	14.884
SIMA OTOÑO SIMA AUTUMN Salón Inmobiliario de Madrid Madrid Real Estate Exhibition Autumn 16 - 18 NOVIEMBRE NOVEMBER 	PLANNER EXHIBITIONS, S.L.U.	N.D. N.A.	N.D. N.A.	N.D. N.A.	N.D. N.A.

N.D. Datos no disponibles N.A. Data not available

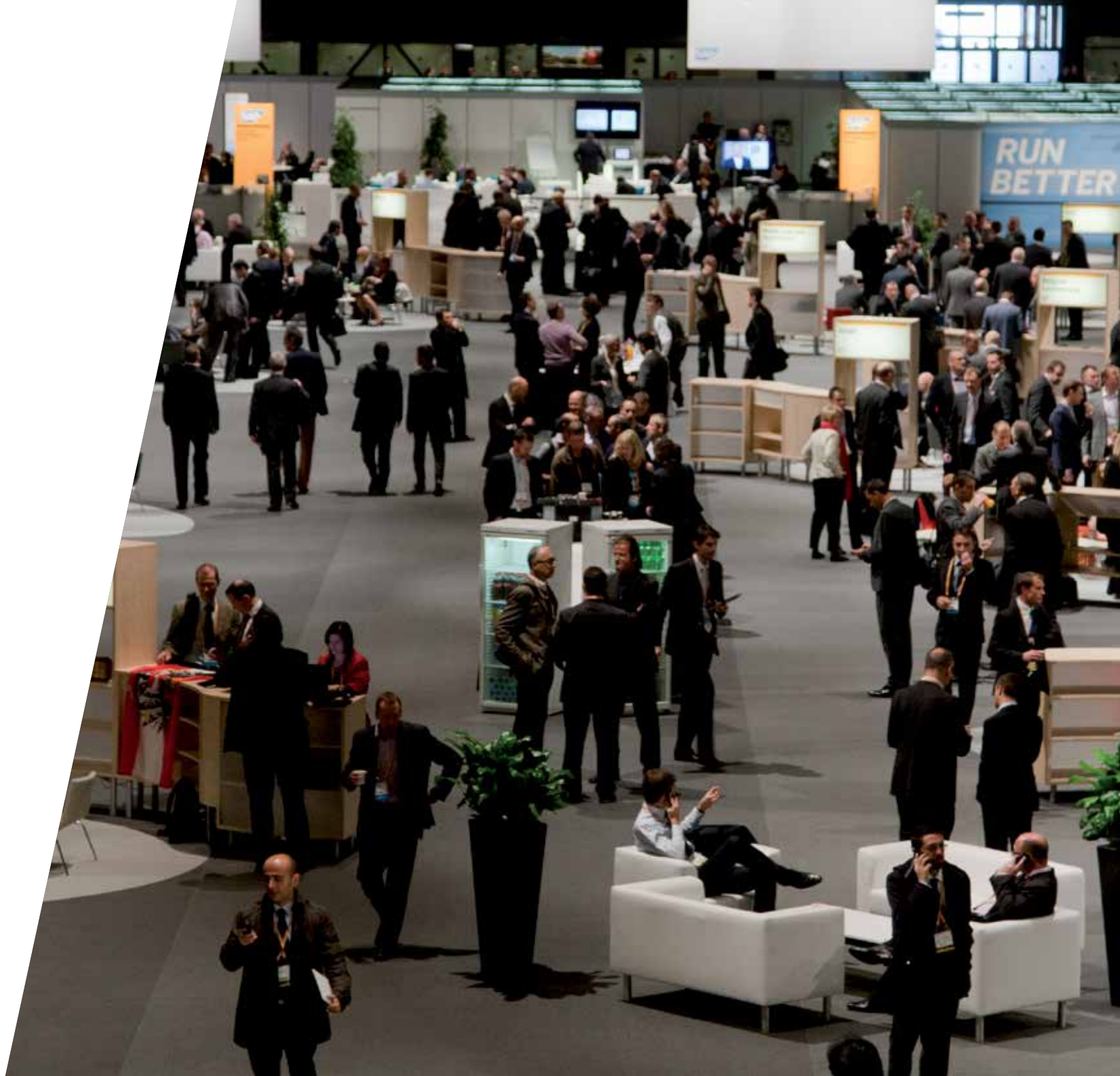
	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS/ INDIRECTOS DIRECT/ INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
MetalMadrid Feria Industrial de la Comunidad de Madrid Madrid Industrial Fair 21 – 22 NOVIEMBRE NOVEMBER 	METALIA GESTIÓN INTEGRAL, S.L.	1.692	155	105/50	1.918
BEBÉS Y MAMÁS El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition 24 – 25 NOVIEMBRE NOVEMBER 	FERIA BEBÉ, S.L.	2.442	80	-	11.120
¡ TAXI ! Feria del Taxi Taxi Fair 24 – 25 NOVIEMBRE NOVEMBER 	MOSAIK, ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN, S.L.	2.500	59	46/13	12.025



5.3 CONGRESOS CON EXPOSICIÓN

5.3 CONGRESSES WITH EXHIBITION

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (sq.m.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
EXPOCIDA IBERIA Congreso Profesional y Feria de Control de Plagas y Sanidad Ambiental 23 - 24 FEBRERO FEBRUARY	ANECPLA	468	33	800
INFARMA Madrid Congreso Europeo de Oficina de Farmacia. Salón de Medicamentos y Parafarmacia European Pharmaceutical and Parapharmaceutical Congress and Trade Exhibition 20 - 22 MARZO MARCH	INTERALIA, FERIAS PROFESIONALES Y CONGRESOS, S.A.	6.355	311	21.275
CPHI ICSE INNOPACK P-MEC 09 - 11 OCTUBRE OCTOBER	UBM Live	56.548	2.200	16.980
46ª CONGRESO ANUAL DE LA SEPA Soc. Española Periodoncia y Osteointegración 46 th ANNUAL CONGRESS SEPA Spanish Society for the Periodontology and Osseointegration 15 - 17 NOVIEMBRE NOVEMBER	GRUPO PACÍFICO, S.L	ND	ND	ND
CONAMA Congreso Nacional de Medio Ambiente CONAMA National Environmental Congress 26 - 30 NOVIEMBRE NOVEMBER	FUNDACIÓN CONAMA	3.000	70	14.125



5.4 CALENDARIO 2012 - FERIAS, CONGRESOS Y ACTIVIDADES

5.4 2012 CALENDAR - FAIRS, CONGRESSES AND ACTIVITIES

ENERO JANUARY

- 18-22 FITUR** 
Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair
- 27-28 VII JORNADAS DE ACTUALIZACIÓN EN IMPLANTOLOGÍA**
VII MOZO-GRAU IMPLANTOLOGY SYMPOSIUM

FEBRERO FEBRUARY

- 01-05 GIFTRENDS MADRID** 
Semana Internacional del Regalo, Decoración, Joyería y Bisutería
International Gift & Decoration, Jewellery and Fashion Week
- INTERGIFT** 
Salón Internacional del Regalo y Decoración
International Gift & Decoration Fair
- IBERJOYA** 
Salón Internacional de la Joyería, Platería, Relojería e Industrias Afines
International Jewellery, Silverware, Watch and Auxiliary Industries Exhibition
- BISUTEX** 
Salón Internacional de la Bisutería y Complementos
International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair
- 01-05 MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** 
- 02-04 SIMM** 
Salón Internacional de Moda de Madrid
Madrid International Fashion Fair
- 14-16 EXPO RECLAM**
Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario
The International Advertising and Promotional Gift Show
- 15-16 RESTAURACIÓN MODERNA**
El Salón de la Alimentación Urbana, Colectividades, Catering y Vending
The Urban Food, Catering & Vending Show
- 15-19 ARCOmadrid** 
Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair
- 17-19 EXPOÓPTICA** 
Salón Internacional de Óptica y Optometría
International Optics and Optometry Exhibition
- 22-23 EXPOEARNING**
Congreso Internacional y Feria Profesional
International Congress and Trade Fair
- 22-26 AULA** 
Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa
International Educational Opportunities Exhibition

- 23-24 EXPOCIDA IBERIA**
Congreso Profesional y Feria de Control de Plagas y Sanidad Ambiental
- 23-25 FORO DE POSTGRADO** 
Salón de la Educación de Tercer Ciclo
The Higher Education Studies Fair
- 23-25 EXPODENTAL** 
Salón Internacional de Equipos, Productos y Servicios Dentales
International Dental Equipment, Supplies and Services Show
- 28-02 SICUR** 
Salón Internacional de la Seguridad
International Security, Safety and Fire Exhibition

MARZO MARCH

- 01-03 CINEGÉTICA & SUBARU**
Pasión por la Caza
Passion for Hunting - Greatest Hunting Convention in Europe
- 05-08 SALÓN DE GOURMETS** 
Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad
International Fine, Food and Beverage Fair
- 09-11 PROPET** 
Feria para el Profesional del Animal de Compañía
Pet Industry Trade Fair
- 11-13 MODACALZADO + IBERPIEL** 
Feria Internacional de Calzado y Artículos de Piel
Footwear and Leather Goods International Fair
- 13-15 SEMANA DEL SEGURO. XIX EDICIÓN**
El Punto de Encuentro del Sector Asegurador
The Insurance Meeting Point
- 14-15 FERIA DE EMPLEO DE FORMACIÓN PROFESIONAL**
ANNUAL JOB FAIR MADRID
- 20-22 INFARMA Madrid**
Congreso Europeo de Oficina de Farmacia.
Salón de Medicamentos y Parafarmacia
European Pharmaceutical and Parapharmaceutical Congress and Trade Exhibition
- 21-22 EXPO E-COMMERCE ESPAÑA**
Salón-Congreso sobre el Comercio Electrónico
- 21-22 OMExpo Madrid**
Feria-Congreso sobre el Marketing Digital y la Publicidad Online
Trade Fair and Congress about Digital Marketing and Online Advertising

- 26-28 FER-INTERAZAR**
Feria Internacional del Juego
International Gaming and Gambling Trade Show
- 27-29 SITI/asLAN**
Feria Profesional Especializada en Redes y Tecnologías Convergentes
The Professional's Trade Show Specialized in Networks and Convergent Technologies in Spain

ABRIL APRIL

- 14-22 ALMONEDA** 
Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo
Antiques, Art Galleries and Collectors Fair
- 19-21 EXPOFRANQUICIA** 
Salón Internacional de la Franquicia
International Franchising Trade Fair
- 19-22 SIMA**
Salón Inmobiliario Internacional de Madrid
Madrid International Real Estate Exhibition

MAYO MAY

- 03-06 MOMAD ETIQUETA NEGRA** 
Salón de Moda Nupcial, Galas y Ceremonias
Bridal, Events and Ceremony Attire
- MOMAD PASARELA CIBELES MADRID NOVIAS** 
- 08-11 SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN Y REHABILITACIÓN EFICIENTE** 
INTERNATIONAL WEEK FOR EFFICIENT CONSTRUCTION AND RENOVATION
- SCS** 
Salón Internacional de Soluciones para la Construcción Sostenible
Sustainable Construction Solutions International Show
- VETECO** 
Salón Internacional de la Ventana y el Cerramiento Acrilado
International Window, Curtain Walls and Structural Glass Trade Show
- 23-25 GENERA** 
Feria Internacional de Energía y Medio Ambiente
Energy and Environment International Trade Fair
- 25-03 SALÓN INTERNACIONAL DEL AUTOMÓVIL DE MADRID** 
MADRID INTERNATIONAL AUTO SHOW
- 26-27 100x100 MASCOTA** 
Feria del Animal de Compañía
Madrid Pet Fair

JUNIO JUNE

- 12-15 TECMA** 
Feria Internacional del Urbanismo y Medio Ambiente
International Town Planning and Environment
Trade Fair
- 15-24 SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN** 
SECOND-HAND VEHICLE SHOW
- 21-24 FESTIVAL SOY CIBELINO** 
Música y Moda para gente como tú
Music and Fashion for people like you

JULIO JULY

- 04-05 evento Days**
- 12-15 MULAFEST** 
Festival de Tendencias Urbanas
Urban Life & Arts Festival

SEPTIEMBRE SEPTEMBER

- 31-04 AGOSTO AUGUST** **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** 
- 01-03 SIMM** 
Salón Internacional de Moda de Madrid
Madrid International Fashion Fair
- 12-16 GIFTRENDS MADRID** 
Semana Internacional del Regalo, Decoración,
Joyería y Bisutería
International Gift & Decoration, Jewellery and
Fashion Jewellery Week
- INTERGIFT** 
Salón Internacional del Regalo y Decoración
International Gift & Decoration Fair
- IBERJOYA** 
Salón Internacional de la Joyería, Platería,
Relojería e Industrias Afines
International Jewellery, Silverware, Watch and
Auxiliary Industries Exhibition
- BISUTEX** 
Salón Internacional de la Bisutería y Complementos
International Fashion Jewellery and
Accessories Trade Fair
- 14-16 EXPOBIKE**
Feria de la Bicicleta
The Bicycle Fair
- 22-24 MODACALZADO + IBERPIEL** 
Feria Internacional de Calzado y Artículos de Piel
Footwear and Leather Goods International Fair
- 24-28 EUROPEAN PLANETARY SCIENCE CONGRESS**
- 25-27 SIMO NETWORK** 
Feria Internacional de Servicios y Soluciones
TIC para Empresas
International ITC Services and Solutions Trade Fair
- 26-27 E-SHOW**
Salón Profesional de los Negocios Online /
Cloud & Hosting / Social Media y Online Marketing
Professional Show of Online Business / Cloud &
Hosting / Social Media and Online Marketing

- 27-28 ORTO MEDICAL CARE**
Feria de la Ortoprotésica, Productos de Apoyo a la
Discapacidad, Servicios Profesionales a la Tercera
Edad y Equipamiento Médico Hospitalario
Trade Fair of Orthopaedics, Technical Aids,
Professional Services for the Elderly and Hospital
Medical Equipments
- 28-30 SALÓN LOOK INTERNACIONAL** 
La Feria de la Imagen y la Estética Integral
The Image and Integral Aesthetics Exhibition

OCTUBRE OCTOBER

- 03-04 Conferencia Esri España**
- 05-07 SHOWROOM PUERICULTURA MADRID** 
Salón Profesional de Productos para la Infancia
Childhood Products Trade Show
- 09-11 CPHI**
- 09-11 ICSE**
- 09-11 INNOPACK**
- 09-11 P-MEC**
- 17-18 EMPACK**
El Salón Profesional del Envase, Etiquetado,
Embalaje y Acondicionamiento
Packaging Trade Show
- 17-18 LOGISTICS MADRID**
El Salón Profesional del Almacenaje,
Manutención y Logística
The Storage, Handling and Logistic Show
- 17-19 DIGITAL SIGNAGE WORLD**
Soluciones para la Publicidad Digital y Punto de Venta
Digital Advertising and Point-of Sale Solutions
- 17-19 EXPO RETAIL**
Innovación y Soluciones para el Retail
Innovation and Solutions for Retailers
- 17-19 VISCOM SIGN ESPAÑA**
Exposición Internacional para la Industria de la
Comunicación Visual
International Visual Communication Spain
- 19-26 EXPOUNIVERSIDAD – FORO DE POSTGRADO –
TOUR LATINOAMERICANO** 
Buenos Aires (19 - 21)
Bogotá (23 - 24)
Caracas (26)
- 23-26 FIAA** 
Feria Internacional del Autobús y del Autocar
International Bus and Coach Trade Fair
- 23-26 MATELEC** 
Salón Internacional de Soluciones para la
Industria Eléctrica y Electrónica
International Trade Fair for the Electrical and
Electronics Industry
- 24 Congreso Nacional de Finanzas / Congreso Nacional
de MKT Ventas / Congreso Nacional RRHH**

- 24-26 FRUIT ATTRACTION** 
Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas
International Trade Show for the Fruit and
Vegetable Industry
- 26-28 MOMAD 1001BODAS** 
Salón de Productos y Servicios para Celebraciones
Exhibition of Products and Services for Celebrations

NOVIEMBRE NOVEMBER

- 08-11 BIOCULTURA**
Feria de Productos Ecológicos y Consumo
Responsable
Organic Product Fair and Responsible
Consumption
- 13-15 SAPPHIRE NOW**
- 13-16 SAP TechEd**
- 15-16 FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS
CON DISCAPACIDAD**
JOB FAIR FOR HANDICAPPED PEOPLE
- 16-18 NATURIVA THE WINTERFESTIVAL** 
Festival de los Deportes y Actividades
en la Naturaleza
The Sports & Nature Activities Festival
- 16-18 SIMA OTOÑO SIMA AUTUMN**
Salón Inmobiliario de Madrid
Madrid Real Estate Exhibition Autumn
- 17-25 FERIAARTE** 
Feria de Arte y Antigüedades
Art and Antiques Fair
- 21-22 XVII JORNADAS DE AUDITORÍA INTERNA**
- 21-22 MetalMadrid**
Feria Industrial de la Comunidad de Madrid
Madrid Industrial Fair
- 24-25 BEBÉS Y MAMÁS**
El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias
The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition
- 24-25 ¡ TAXI !**
Feria del Taxi
Taxi Fair

DICIEMBRE DECEMBER

- 05-09 DABADUM** 
Salón del Ocio Infantil en Familia
Kids and Family Fun Expo
- 20-23 MADRID HORSE WEEK BANCO SABADELL**
- 21-06 ENERO JANUARY** **TRAMO**
Exposición de Coches y Motos de Ensueño
-  Certamen internacional certificado por UFI
(Asociación Mundial de la Industria Ferial)
International event certified by UFI
(The Global Association of the Exhibition Industry)
-  **IFEMA INTERNACIONAL**
FEMA INTERNATIONAL





ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN

GOVERNING AND MANAGEMENT BODIES

6.1 Órganos de Gobierno

6.1 Governing Bodies

6.2 Órganos de Gestión

6.2 Management Bodies

6

6.1 ÓRGANOS DE GOBIERNO

6.1 GOVERNING BODIES

JUNTA RECTORA

GOVERNING BOARD

PRESIDENTE

CHAIRMAN

Don/Mr. José María Álvarez del Manzano y López del Hierro

VICEPRESIDENTES

DEPUTY CHAIRMEN

Don/Mr. Ignacio González González
Don/Mr. Luis Eduardo Cortés Muñoz
Don/Mr. Pablo Abejas Juárez

VOCALES

MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid

Madrid Regional Government

Don/Mr. Salvador Victoria Bolívar
Don/Mr. Enrique Ossorio Crespo
Don/Mr. Manuel Beltrán Pedreira
Doña/Ms. Carmen González Fernández
Don/Mr. Joaquín Castillo Dolagaray

Excmo. Ayuntamiento de Madrid

Madrid City Council

Don/Mr. Miguel Ángel Villanueva González
Don/Mr. José Enrique Núñez Guijarro
Doña/Ms. Concepción Dancausa Treviño
Doña/Ms. M^a de la Paz González García
Doña/Ms. Josefa Aguado del Olmo

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

Official Madrid Chamber of Commerce and Industry

Don/Mr. Miguel Garrido de la Cierva
Don/Mr. Carlos Prieto Menéndez
Don/Mr. Juan Ignacio Lamata Cotanda
Don/Mr. Pedro Antonio Martín Marín
Don/Mr. Salvador Santos Campano

Fundación Especial Caja Madrid

Caja Madrid Special Foundation

Don/Mr. Guillermo Marcos Guerrero

Director General de IFEMA

Managing Director of IFEMA

Don/Mr. Fermín Lucas Giménez

Secretario

Secretary

Don/Mr. Federico Andrés López de la Riva Carrasco

COMITÉ EJECUTIVO EXECUTIVE COMMITTEE

PRESIDENTE CHAIRMAN

Don/Mr. Luis Eduardo Cortés Muñoz

VICEPRESIDENTES DEPUTY CHAIRMEN

Don/Mr. José Enrique Núñez Guijarro
Don/Mr. Salvador Victoria Bolívar
Don/Mr. Guillermo Marcos Guerrero

VOCALES MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid
Madrid Regional Government
Don/Mr. Enrique Ossorio Crespo
Don/Mr. Manuel Beltrán Pedreira
Doña/Ms. Carmen González Fernández (*)

Excmo. Ayuntamiento de Madrid
Madrid City Council
Doña/Ms. Concepción Dancausa Treviño
Don/Mr. Enrique Torres Valverde
Don/Mr. Javier Conde Londoño (*)

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
Official Madrid Chamber of Commerce and Industry
Don/Mr. Arturo Fernández Álvarez
Don/Mr. Miguel Corsini Freese
Don/Mr. Salvador Santos Campano (*)

Director General de IFEMA
Managing Director of IFEMA
Don/Mr. Fermín Lucas Giménez

Secretario
Secretary
Don/Mr. Federico Andrés López de la Riva Carrasco

(*) suplentes substitutes

COMISIÓN PERMANENTE DE LA JUNTA RECTORA PARA LA PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN FERIA

STANDING COMMITTEE OF THE GOVERNING BOARD FOR EXHIBITION AND PLANNING

PRESIDENTE

CHAIRMAN

Don/Mr. Enrique Ossorio Crespo

VICEPRESIDENTES

DEPUTY CHAIRMEN

Don/Mr. José Enrique Núñez Guijarro

Don/Mr. José Miguel Guerrero Sedano

Don/Mr. Guillermo Marcos Guerrero

VOCALES

MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid

Madrid Regional Government

Don/Mr. Manuel Beltrán Pedreira

Don/Mr. Ángel Luis Martín Martín

Excmo. Ayuntamiento de Madrid

Madrid City Council

Don/Mr. Enrique Torres Valverde

Don/Mr. Javier Conde Londoño

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

Official Madrid Chamber of Commerce and Industry

Don/Mr. Miguel Garrido de la Cierva

Don/Mr. Carlos Prieto Menéndez

Director General de IFEMA

Managing Director of IFEMA

Don/Mr. Fermín Lucas Giménez

Secretario

Secretary

Don/Mr. Federico Andrés López de la Riva Carrasco

← 7 8 →



6.2 ÓRGANOS DE GESTIÓN

6.2 MANAGEMENT BODIES

COMITÉ DE DIRECCIÓN MANAGEMENT COMMITTEE

Presidente Ejecutivo

Chief Executive Officer

Don/Mr. Luis Eduardo Cortés Muñoz

Director General

Managing Director

Don/Mr. Fermín Lucas Giménez

Secretario General

General Secretary

Don/Mr. Juan Carlos Gómez y Moreno de Ávila

Director Económico-Financiero y de Infraestructuras

Financial Services and Infrastructure Director

Don/Mr. Alberto de la Torre López

Directora de Organización, RR.HH. y Sistemas

Organisation Human Resources and Systems Director

Doña/Ms. María Alejandra Martínez García

Director de Desarrollo de Negocio

Business Development Director

Don/Mr. Carlos González García de la Barga

Director de Comunicación y Marketing

Corporate Communication and Marketing Director

Don/Mr. Raúl Díez Vázquez





EQUIPO DE DIRECCIÓN MANAGEMENT TEAM

Direcciones Áreas Centrales y Técnicas Central and Technical Areas

Directora de Control de Gestión

Controller

Doña/Ms. Telma Carlini Biagioli

Director de Compras y Logística

Purchasing and Logistics Director

Don/Mr. Francisco José Monge Herrera

Director Expansión Internacional

International Development Director

Don/Mr. Santiago Quiroga Fernández-Ladreda

Directora de Relaciones Externas

External Affairs Director

Doña/Ms. Nuria Hernández de Tejada

Director de Seguridad y Autoprotección

Security and Self-Protection Director

Don/Mr. Alfonso Illescas Riaño

Director de Servicios FERIALES

Exhibition Services Director

Don/Mr. Jesús Navarro Lorenzo

Director Técnico y de Mantenimiento

Technical and Maintenance Director

Don/Mr. Mariano Ramírez Redón

Direcciones Grupos FERIALES, Convenciones y Congresos

Exhibition Groups,
Convention and Congress Centre

Directora del Grupo Ferial 1

Exhibition Group 1 Director

Doña/Ms. Ana Larrañaga Larrañaga

Director del Grupo Ferial 2

Exhibition Group 2 Director

Don/Mr. Alberto Díaz Domínguez

Directora del Grupo Ferial 3

Exhibition Group 3 Director

Doña/Ms. Lola González Barbado

Directora del Grupo Ferial 4

Exhibition Group 4 Director

Doña/Ms. M^a José Sánchez Moncada

Directora del Grupo Ferial 5

Exhibition Group 5 Director

Doña/Ms. María Valcarce Rodríguez

Director del Grupo Ferial 8

Exhibition Group 8 Director

Don/Mr. Francesco Malatesta Pennacchini

Director del Grupo Ferial 9

Exhibition Group 9 Director

Don/Mr. Carlos Urroz Arancibia

Director del Grupo Ferial 12

Exhibition Group 12 Director

Don/Mr. Raúl Calleja Rocha

Directora de Convenciones y Congresos

Convention and Congress Director

Doña/Ms. Belén Mann Cerdeira

Directora de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID Director

Doña/Ms. Leonor Pérez Pita

 **EDITA** PUBLISHER
IFEMA

DIRECCIÓN EDITORIAL EXECUTIVE EDITORS
IFEMA
Dirección de Comunicación y Marketing
Corporate Communication and Marketing

FOTOGRAFÍA PHOTOGRAPHY
© FOTOTECA IFEMA

DISEÑO GRÁFICO GRAPHIC DESIGN
QUINCE PUBLICIDAD S.A.

TRADUCCIÓN TRANSLATION
CLS Communication, S.L.

IMPRESIÓN PRINTING
T.F. Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL CATALOGUE NUMBER
M-32734-2013

© IFEMA **NOVIEMBRE** NOVEMBER **2013**



MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
Paper from responsible sources
FSC® C007622



IFEMA
Feria de
Madrid

www.ifema.es