



MEMORIA ANUAL ANNUAL REPORT 2013

MEMORIA ANUAL ANNUAL REPORT 2013



IFEMA
Feria de
Madrid

www.ifema.es



www.ifema.es



IFEMA
Feria de
Madrid

MEMORIA ANUAL
ANNUAL REPORT
2013

ÍNDICE

INDEX



1 | MADRID EN FERIAS- ENTES CONSORCIADOS MADRID AND ITS TRADE FAIRS- PARTICIPATING ENTITIES

1.1	Comunidad de Madrid.....	8
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	



2 | PRESENTACIONES PRESENTATIONS

2.1	Presidente de la Junta Rectora.....	16
2.1	Chairman of the Governing Board	
2.2	Presidente Ejecutivo.....	18
2.2	Chief Executive Officer	
2.3	Presidente de la Comisión Permanente de la Junta Rectora para la Planificación y Programación Ferial.....	20
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.....	26
3.2	Summary of events	
3.3	Balance de actividad de convenciones y congresos.....	36
3.3	Summary of conventions and congresses	



4 | EXPANSIÓN INTERNACIONAL INTERNATIONAL EXPANSION

		42
--	--	----



5 | RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY

		48
--	--	----



6 | INNOVACIÓN INNOVATION

		70
--	--	----



7 | INVERSIONES INVESTMENTS

		84
--	--	----



8 | IFEMA, BALANCE ECONÓMICO IFEMA, FINANCIAL RESULTS

8.1	Informe económico de gestión.....	88
8.1	Financial management report	
8.2	Balance de situación al 31 de diciembre de 2013.....	100
8.2	Balance sheet at 31 December 2013	
8.3	Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2013.....	102
8.3	Profit and loss statement for 2013	
8.4	Resumen de ingresos y gastos 2013 por actividad.....	103
8.4	Summary of Income and expenditure by activity in 2013	



9 | IFEMA, FERIA A FERIA IFEMA, TRADE FAIR TO TRADE FAIR

9.1	Ferias organizadas por IFEMA.....	106
9.1	Trade fairs organised by IFEMA	
9.2	Otros certámenes en Feria de Madrid.....	114
9.2	Other events at Feria de Madrid	
9.3	Congresos con exposición.....	120
9.3	Congresses with exhibition	
9.4	Otras actividades en Feria de Madrid.....	122
9.4	Other activities at Feria de Madrid	
9.5	Calendario 2013-ferias, congresos y actividades.....	124
9.5	2013 Calendar -trade fairs, congresses and activities	
9.6	2013 en imágenes.....	126
9.6	2013 in pictures	



10 | IFEMA, GENERADORA DE TURISMO DE NEGOCIO EN MADRID IFEMA, A GENERATOR OF BUSINESS TOURISM IN MADRID

		132
--	--	-----



11 | ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN GOVERNING AND MANAGEMENT BODIES

11.1	Órganos de Gobierno.....	140
11.1	Governing Bodies	
11.2	Órganos de Gestión.....	144
11.2	Management Bodies	



1



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



1.1 | COMUNIDAD DE MADRID

IGNACIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ, PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE MADRID

IFEMA nació hace más de treinta años con la ambición de que Madrid se convirtiera en un referente mundial en la organización de ferias y, de esta forma, en punto de encuentro obligado para profesionales de distintos sectores.

Desde entonces, la institución ferial no solo se ha consolidado como la mayor de España y una de las más destacadas de Europa y del mundo, sino que también ha adquirido un papel protagonista en el buen funcionamiento de la economía regional.

Cada año se celebran en IFEMA en torno a 80 ferias y 500 eventos, muchas veces de enorme trascendencia internacional y que congregan a más de 2,5 millones de visitantes. En estas convocatorias, los profesionales encuentran un marco ideal para iniciar nuevas relaciones comerciales, presentar sus novedades a potenciales clientes, acceder a nuevas vías de negocio y el acceso a mercados exteriores.

Los encuentros que se producen en el recinto ferial generan una intensa actividad empresarial y, al mismo tiempo, dan visibilidad a nuestra región en el mundo entero. Esto es tremendamente positivo para Madrid y para todos los madrileños porque, al final, atraer inversores y empresarios y permitirles que lleven a cabo sus proyectos con libertad y seguridad, genera empleo, riqueza y desarrollo.



Comunidad de Madrid

1.1 | MADRID REGIONAL GOVERNMENT

IGNACIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ, PRESIDENT OF THE MADRID REGIONAL GOVERNMENT

IFEMA came into being over thirty years ago with the aim of making Madrid a global benchmark in the organisation of trade fairs and therefore an obligatory meeting point for professionals from different sectors.

Since then, the Institution has not only become consolidated as the leader in Spain and one of the most important in Europe and the world, but it has also acquired a major role in the correct functioning of the regional economy.

Some 80 trade fairs and 500 events are held at IFEMA annually, many of them of huge international importance, and they attract over 2.5 million visitors. Providing professionals with the ideal framework for initiating commercial relationships, they present their latest innovations to potential customers and gain access to new lines of business and overseas markets.

The meetings at the exhibition complex generate intense business activity and, at the same time, provide our region with visibility throughout the world. This is tremendously positive for Madrid and for all its citizens because, at the end of the day, attracting investors and business people and enabling them to carry out their projects freely and safely, creates employment, wealth and development.

Steadfast in this belief, we in the Madrid Regional Government promote liberalising and supporting measures that benefit companies. These include the removal of red tape, the flexibilisation of business hours and the introduction of a variety of tax breaks, which serve to energise business and act in tandem with the hard-working, open nature of Madrid's inhabitants.

We also maintain our support for IFEMA as it is a faithful reflection of what the Madrid Region is all about and of what it intends to remain: a place where ideas become reality and are successfully developed, the right place for investment, endeavour and access to the opportunities it offers as a gateway to Europe and a bridge with Latin America.



1.2 | AYUNTAMIENTO DE MADRID

ANA BOTELLA SERRANO, ALCALDESA DE MADRID

Madrid recobra la pujanza económica y vuelve a ser el motor de la recuperación nacional. A ello ha contribuido decisivamente IFEMA, que durante 2013 congregó en nuestra ciudad a más de dos millones de profesionales y alrededor de 30.000 empresas de distintos sectores económicos con motivo de las ferias, congresos, convenciones y eventos que se celebran en sus instalaciones de Feria de Madrid.

Estos buenos resultados, unidos al progresivo crecimiento y reconocimiento de la actividad congresual que genera IFEMA, sin duda tienen una amplia repercusión sobre la capital, lo que ha contribuido decididamente a situar Madrid en la segunda posición del ranking mundial de ciudades congresuales, según el prestigioso barómetro ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones).

La actividad de IFEMA genera un impacto en la economía de nuestra región de 2.000 millones de euros y, algo que es fundamental, más de 40.000 empleos. Todo ello es fruto del esfuerzo con que la Institución Ferial de Madrid ha afrontado la crisis económica: con amplitud de miras, extendiendo su calendario de eventos, reforzando su actividad y abriendo nuevas ocasiones de negocio con la atracción de grandes congresos mundiales y la internacionalización de su actividad, especialmente hacia Iberoamérica y Asia.



1.2 | MADRID CITY COUNCIL

ANA BOTELLA SERRANO, MAYOR OF MADRID

Madrid is recovering its economic strength and is again the driving force of Spain's recovery. A decisive contribution to this has been made by IFEMA, which in 2013 drew to our city over two million professionals and around 30,000 companies from an array of economic sectors for the trade fairs, congresses, conventions and events held at its Feria de Madrid home.

These positive results, together with the progressive growth and recognition of the congress activity generated by IFEMA, have without doubt had a wide impact on the capital. They have gone a long way to giving Madrid second place in the world ranking of congress cities, according to the prestigious ICCA (International Congress and Convention Association).

IFEMA's activity impacts on our region's economy to the tune of 2,000 million euros and, importantly, provides over 40,000 jobs. This is all the result of the endeavour with which the Madrid Trade Fair Institution has addressed the economic crisis: it has shown foresight by extending its events' calendar, reinforcing its activities and opening up new business opportunities through the lure of major global congresses and the internationalisation of its work, especially towards Latin America and Asia.

Madrid's international reach as a major capital, a city of opportunity and a destination par excellence for business tourism has found an exceptional ally in the IFEMA PLUS programme. This initiative, which I celebrate, was created to combine the interests of trade fairs with those of the Madrid tourist sector. It enjoys the support of the Madrid City Council so that, with new ideas, we can promote economic development together and move towards our strategic goal to grow tourism in our region.

I congratulate IFEMA on its achievements and on the recognition it has won from the Global Association of the Exhibition Industry (UFI) for its IT project. This award is deserved recompense for the management of an Institution that has become an international benchmark in a tremendously competitive sector.



1.3 | CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID

ARTURO FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID

IFEMA es para la Cámara de Comercio e Industria de Madrid piedra angular de nuestro compromiso e implicación con el desarrollo empresarial y, por tanto, de la economía de nuestra región. No es casual que, al igual que sucede en otros países, las cámaras de comercio españolas jueguen un papel fundamental en las instituciones feriales. Y esto es así porque estas entidades con naturaleza de corporaciones de derecho público proporcionan a las empresas el punto de encuentro y los resortes necesarios para facilitar su negocio, de forma que constituyen uno de los dinamizadores más potentes de la economía en cada territorio.

Nuestra misión no puede ser más coincidente con la de las instituciones feriales. Por definición, las ferias son espacios de colaboración sectorial, puntos de reunión y de encuentro, que favorecen, además del intercambio comercial, la trasmisión de conocimiento y la capacitación profesional. Las ferias abren una ventana del quehacer de los sectores empresariales por la que merece la pena mirar, observar y aprender.

Mención aparte merece la decidida contribución de IFEMA a la proyección internacional de las empresas, especialmente en estos momentos en los que las expectativas de negocio han tenido necesariamente que abrirse a oportunidades en otros países.

Doy fe del especial esfuerzo que viene realizando IFEMA por ofrecer vías de acceso a mercados exteriores. Ese es el fin de las campañas de promoción internacional que conjuntamente llevamos a cabo, de las presentaciones que realizamos en múltiples países, de la labor de las delegaciones comerciales y, especialmente, de los programas de compradores que ejecutamos para las principales ferias de IFEMA.

IFEMA, como la propia Cámara de Comercio e Industria de Madrid, es también la casa de las empresas. De hecho, compartimos espacio en nuestros centros internacionales en Sao Paulo (Brasil), Shanghai (China) y México D.F. (México), que constituyen nuestro mejor soporte para desplegar acciones conjuntas en las distintas regiones del globo. Son una magnífica carta de presentación en el exterior, ya que así conseguimos acercar nuestros servicios a las empresas que operan en los mercados internacionales.

Los frutos que ofrece la sinergia de ambas instituciones son espléndidos. La Cámara acompañará a IFEMA allá donde quiera encaminar su gran proyecto, en permanente construcción y evolución.



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 the cornerstone of our commitment and involvement with business development and therefore with our region's economy. It is no coincidence that, just like in other countries, Spanish Chambers of Commerce play a key role in trade fair institutions. This is because these institutions, which are public law corporations in nature, provide companies with the meeting point and means to facilitate their business and are therefore one of the most powerful drivers of each territory's economy.

Our mission could not coincide more with that of trade fair institutions. By definition, trade fairs are spaces for sectorial collaboration, meeting and rendezvous points, which foster commercial exchange, knowledge transfer and professional training. Trade fairs open a window on the work of business sectors and therefore are worth watching, studying and learning from.

Worthy of special mention is IFEMA's decisive contribution to the international reach of companies, especially at a time when it has been vital for business expectations to be open to opportunities abroad.

I can vouch for the special effort IFEMA has made to offer access routes to overseas markets. That is the aim of the international promotion campaigns that we conduct together, of our presentations in multiple countries, of the work of trade delegations and, especially, of the buyers' programmes we implement for IFEMA's leading trade fairs.

Like the Madrid Chamber of Commerce and Industry itself, IFEMA is also the home of companies. In fact, we share space in our international offices in Sao Paulo (Brazil), Shanghai (China) and Mexico City, which form a great base for undertaking joint work in different regions of the globe. They are a marvellous letter of introduction for us abroad as they will help to bring our services closer to companies operating in international markets.

The benefits provided by the synergy of both institutions are excellent. The Chamber will accompany IFEMA wherever it wishes to direct its great project, one that is in constant construction and evolution.



2



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



2.1 | PRESIDENTE DE LA JUNTA RECTORA

JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ DEL MANZANO Y LÓPEZ DEL HIERRO

Una vez más, presentamos la Memoria Anual de IFEMA, que recoge los resultados correspondientes al ejercicio 2013, un año en el que todavía han estado muy presentes las especiales circunstancias económicas vividas en España, pero que con sereno optimismo vamos dejando atrás, trazando un nuevo camino que nos conduce con mayor ilusión hacia un futuro más nítido.

IFEMA es un observatorio económico excepcional, desde el cual se divisa, con gran precisión, la realidad actual de nuestro país. Esta cercanía nos ha llevado a desarrollar numerosas acciones dirigidas a reforzar la posición de IFEMA dentro del mundo ferial y generar la confianza necesaria para el funcionamiento de un sector tan importante para la economía madrileña y española.

Seguimos siendo la primera institución ferial de España –posición que ocupamos desde el año 1994 ininterrumpidamente- y nos mantenemos entre los principales organizadores de Europa y del mundo gracias a nuestras modernas y competitivas instalaciones y, principalmente, a nuestro magnífico capital humano, que es el verdadero motor de esta Institución.

Estamos trabajando continuamente para potenciar la internacionalización de nuestros certámenes, lo que ha contribuido, en gran manera, a que Madrid se haya convertido en un destino europeo de referencia y en una de las ciudades feriales más importantes del mundo.

Las ferias y congresos que organiza IFEMA durante todo el año, son un factor determinante para que aumente el turismo de negocio y se genere riqueza en su entorno, e inciden muy directamente en la ocupación de hoteles, restaurantes, espectáculos, transportes y la utilización de otros muchos servicios. Esta sólida actividad ferial y congresual, junto con las acertadas políticas económicas llevadas a cabo desde hace décadas por la Comunidad y el Ayuntamiento, han contribuido a que Madrid se haya convertido en una de las regiones europeas de más rápido crecimiento económico.

En IFEMA estamos orgullosos de haber ayudado con nuestra actividad, a que Madrid se haya convertido en un gran centro de negocio, y en un importante foco de la actividad turística y comercial, transformándose así, en una de las grandes ciudades del mundo.

Continuaremos trabajando para que esta Institución siga prestando sus mejores servicios a nuestros expositores y empresarios, a las administraciones madrileñas y a nuestra nación.

2.1 | CHAIRMAN OF THE GOVERNING BOARD

JOSÉ MARÍA ÁLVAREZ DEL MANZANO Y LÓPEZ DEL HIERRO

Here we are again with the IFEMA Annual Report, which gathers the results for 2013, a year in which the arduous economic circumstances Spain is experiencing continued to leave their mark. However, we are quietly optimistic that we are leaving these difficulties behind, charting a new path that will lead us with greater enthusiasm to a brighter future.

IFEMA is an exceptional economic observatory, from which Spain's reality may be perceived with great exactitude. Our proximity has led us to undertake numerous actions aimed at strengthening IFEMA's position in the world of trade fairs and creating the confidence necessary for such an important sector of the Madrid and Spanish economy to function.

We remain the top trade fair institution in Spain – a position we have held continuously since 1994 – and we have stayed among the leading organisers in Europe and the world thanks to our modern and competitive facilities and, principally, our magnificent human capital, which is IFEMA's true driving force.

We are working continuously to boost the internationalisation of our events, which has contributed largely to Madrid becoming a benchmark destination in Europe and one of the world's most important cities for trade fairs.

The trade fairs and congresses organised by IFEMA over the year are a determining factor in increasing business tourism and creating wealth in its environment. They also have a very direct impact on the occupancy of hotels, restaurants, shows, transport and the use of many other services. This solid trade fair and congress activity, together with the sound economic policies the Madrid's Regional Government and the City Council have undertaken for decades, have helped Madrid to become one of the European regions with the fastest economic growth.

Through our work, we at IFEMA are proud to have helped Madrid to become a great business centre and an important focus of tourist and commercial activity, thereby making it one of the world's major cities.

We will continue working for this Institution to keep providing its finest services to our exhibitors and business people, to Madrid's administrations and to our nation.



2.2 | PRESIDENTE EJECUTIVO

LUIS EDUARDO CORTÉS MUÑOZ

IFEMA ha mantenido como prioridades estratégicas durante el ejercicio 2013 dos objetivos clave que han venido a fortalecer a la Institución frente al entorno económico actual. Hemos trabajado buscando la eficiencia en la gestión para generar los recursos suficientes con los que cubrir necesidades y generar actividad, además de revalidar su solvencia financiera, garantizando el equilibrio de IFEMA. Unos objetivos que se han materializado en la consecución de unos resultados como los que se describen en esta Memoria que, a pesar de las dificultades, se han saldado un año más en positivo.

Si bien se ha mantenido un control exhaustivo del gasto, no se ha escatimado esfuerzo en potenciar la actividad de IFEMA, con el fin de seguir siendo útiles a nuestras empresas como palanca de dinamización de los distintos sectores que se dan cita en Feria de Madrid, y como generador de un turismo de negocios de alto valor para la región.

IFEMA ha hecho frente a la crisis en 2013 con la incorporación de 6 nuevos salones que se han sumado al calendario ferial y, en paralelo, con el desarrollo de otras 5 ferias, previstas para su estreno en el próximo ejercicio.

Es significativo también destacar el esfuerzo que se está llevando a cabo en torno a la actividad congresual, que ha hecho ganar peso a IFEMA en la escena internacional, atrayendo a Madrid grandes congresos y encuentros profesionales frente a otros competidores internacionales. Durante 2013, hasta un total de 8 grandes congresos, algunos de alcance mundial o europeo se han celebrado en las instalaciones de IFEMA, contribuyendo un año más al posicionamiento de Madrid en el ranking mundial de ciudades congresuales, según el barómetro de la ICCA.

Asimismo, el ejercicio 2013 también ha sido testigo de un importante hito de IFEMA; el arranque de su expansión internacional con proyectos feriales en Asia y Latinoamérica, que están conociendo ya su consolidación.

Un trabajo constante, que unido al apoyo de nuestras instituciones, nos hace seguir siendo una Institución útil, generadora de riqueza en la región y embajadora de la imagen de Madrid y de España en el exterior; una gran tarea en la que seguiremos poniendo todo nuestro empeño.

2.2 | CHIEF EXECUTIVE OFFICER

LUIS EDUARDO CORTÉS MUÑOZ

In 2013, IFEMA maintained as strategic priorities two key objectives that strengthened the Institution in the face of the present economic situation. We worked for management efficiency in order to create sufficient resources to cover needs and generate activity, and we confirmed IFEMA's financial solvency and ensured its equilibrium. These objectives translated into the results contained in this Annual Report which, despite the difficulties, remained positive for another year.

While there was exhaustive control on spending, no effort was spared in strengthening IFEMA's activities. The aim was to stay useful to our companies as a lever for energising the various sectors that meet at Feria de Madrid, and as a generator of high-value business tourism for the region.

IFEMA addressed the crisis in 2013 by incorporating six new events into the trade fair calendar and, in parallel, by developing another five trade fairs that are expected to make their debut next year.

It is also important to note the effort being made in the area of congresses. This has increased IFEMA's international status and has drawn major congresses and professional meetings to Madrid rather than to other international competitors. In 2013, a total of eight major congresses, some with global or European scope, were held on IFEMA's premises. This helped Madrid position itself for another year in the global ranking of congress cities, according to the ICCA.

Moreover, 2013 saw IFEMA achieve an important milestone; the commencement of its international expansion with trade fair projects in Asia and Latin America, which are now becoming consolidated.

Our work is unyielding, and combined with the support of our institutions, it enables us to remain a useful, wealth-generating Institution in the region and an ambassador for Madrid and Spain's image abroad; a major task in which we direct all our efforts.



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

ENRIQUE OSORIO CRESPO

La actividad de IFEMA siempre se ha distinguido por su capacidad organizativa y de gestión, así como por la calidad en la prestación de sus servicios.

En un entorno económico como el del año 2013, IFEMA ha basado su estrategia en aportar valor al cliente, redimensionando las ferias y reduciendo costes de participación. En este sentido, ha apostado por la concentración de sectores, lo que ha contribuido para aprovechar las sinergias existentes entre ellos, favoreciendo en las empresas expositoras una racionalización de sus costes.

La especialización en la organización de ferias profesionales y la colaboración en proyectos para atraer y fidelizar público en general, han sido otras de las medidas adoptadas para promover la dinamización de todos los sectores económicos que directa o indirectamente participan en la actividad ferial.

Ello le ha permitido cumplir con la celebración de todas las ferias previstas en el calendario 2013, además de impulsar su expansión internacional con la organización de alguna de sus más importantes ferias industriales en mercados de gran proyección para las empresas españolas como China o Chile.

La fortaleza manifestada por las grandes ferias del turismo, la moda o el regalo, entre otras, con resultados satisfactorios tanto para expositores como para visitantes, son ejemplo de la consolidación y proyección de futuro de la actividad ferial desarrollada por la Institución.

Por otra parte, el liderazgo de IFEMA a nivel internacional es claro, al acoger en sus recintos 35 ferias, de las 98 catalogadas como internacionales por la Secretaría de Estado de Comercio para 2013.

Por todo ello quiero señalar que IFEMA es una herramienta clave con que cuenta nuestra región, al contribuir a proyectar la imagen de Madrid, dentro y fuera de nuestras fronteras, poniendo asimismo en valor la marca España, a través de su actividad y de algunas de sus ferias más prestigiosas que han contribuido a situar Madrid en la escena internacional.

Para concluir, quiero hacer llegar mi agradecimiento a todos aquellos agentes económicos que han formado parte de esta actividad y mis felicitaciones a IFEMA por su labor de apoyo empresarial y por contribuir día a día a promover la riqueza de nuestra región.

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

ENRIQUE OSORIO CRESPO

IFEMA's work has always distinguished itself for its organisational and management capacity and for quality in the provision of its services.

Given the economic situation in 2013, IFEMA based its strategy on contributing value to customers, resizing trade fairs and reducing participation costs. Accordingly, it opted to concentrate sectors, which helped to capitalise on the synergies between them and rationalise the costs of exhibiting companies.

Specialisation in the organisation of trade fairs and collaboration in projects in order to attract and retain the loyalty of the public were other measures the Institution adopted to boost all the economic sectors that participate in trade fairs directly or indirectly.

This enabled IFEMA to comply with all the trade fairs programmed in its 2013 calendar. It also promoted its international expansion by holding some of the most important industrial trade fairs in markets such as China and Chile, which are viewed as high profile by Spanish companies.

The strength displayed by the major trade fairs centred on tourism, fashion or gifts among others, producing satisfactory results for both exhibitors and visitors, are an example of the consolidation and future reach of the Institution's work.

IFEMA's leadership at an international level is also apparent. Its premises hosted 35 of the 98 trade fairs catalogued as international by the Secretary of State for Commerce in 2013.

All this leads to my belief that IFEMA is a key tool possessed by our region. It helps to project Madrid's image within and beyond our borders and increases the value of the Spain brand through its work and that of some of its most prestigious trade fairs that have helped to place Madrid on the international stage.

In conclusion, I would like to express my gratitude to all the economic agents that have formed part of this work. I congratulate IFEMA on its endeavour in supporting business and for helping to promote our region's wealth day by day.



3



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



3.1 | INFORME DEL DIRECTOR GENERAL

FERMÍN LUCAS GIMÉNEZ

El año 2013 ha representado para el tejido empresarial español el ejercicio quizás más difícil de los últimos años, y en consecuencia el que mayores esfuerzos de inteligencia, imaginación y gestión ha requerido. En este entorno, IFEMA también ha sabido estar a la altura. Para ello ha sido crucial amoldar su actividad al contexto actual, con el objetivo de brindar ahora más si cabe el apoyo que requieren las empresas en promoción, negocio e internacionalización.

Hemos trabajado por optimizar recursos y servicios; por ofrecer a las empresas las mejores condiciones de participación, que les permitiesen acceder a las oportunidades de negocio que ofrecen las ferias.

Para hacer esto posible, un año más, hemos llevado al límite los márgenes de rentabilidad, si bien con la responsabilidad de ser eficientes para el mantenimiento de nuestra actividad y de seguir siendo autosuficientes en la gestión, un modelo que ha hecho de IFEMA un ejemplo para otras instituciones.

En este difícil equilibrio, hemos optado por la acción, para seguir evolucionando nuestras ferias hacia las demandas actuales del mercado. Hemos invertido esfuerzos y recursos en ofrecer a nuestras empresas nuevos apoyos y acceso a mercados exteriores, a través de incentivos, y también de inversión en programas de compradores, para que las empresas puedan rentabilizar su participación. Desde grandes foros que enriquecen la oferta y generan importantes vínculos, hasta espacios de transferencia

de conocimiento y experiencias, o al desarrollo de programas de compradores de mercados potenciales, son algunas de las acciones implementadas en cada una de las ferias, para ser realmente palancas de dinamización de su sector.

Este ejercicio se ha visto además enriquecido por nuevas ferias, un mayor número de congresos, ámbito en el que IFEMA está ganando espacio como sede de grandes encuentros, y ferias que han sido exportadas como marca y modelo ferial a mercados internacionales, una vía también que hemos iniciado para dar apoyo y asesoramiento a las empresas que hoy se esfuerzan por salir al exterior.

En 2013 IFEMA ha acogido la celebración de 78 ferias y congresos con exposición, además de 460 eventos profesionales. Una actividad que ha promovido la asistencia de 2.5 millones de visitantes de todas partes del mundo, y ha reunido la participación de más de 24.000 empresas directas y representadas, que han ocupado más de 540.000 m² de superficie de exposición. Unas cifras que merecen atención enmarcadas en la compleja coyuntura económica actual.

Mi agradecimiento a todos nuestros clientes por la confianza que depositan en nuestra Institución y por su incansable esfuerzo por contribuir con su trabajo a generar riqueza y empleo en nuestro país.

Sepan que todos los trabajadores de esta Institución sabrán mantener su ilusión y máximo esfuerzo por corresponderles. Ese es nuestro compromiso colectivo.

3.1 | MANAGING DIRECTOR'S REPORT

FERMÍN LUCAS GIMÉNEZ

2013 was perhaps the toughest of recent years for Spain's business fabric. As such, it required greater effort in intelligence, imagination and management. In this environment, IFEMA also proved up to the task. It was crucial to mould our work to the current situation, with the aim of providing more than ever the support that companies need in promotion, business and internationalisation.

We worked to optimise resources and services; to offer companies the best participation conditions, which would enable them to gain access to the business opportunities provided by trade fairs.

To make this possible, this year once again, we stretched profitability margins to the limit although this was always tempered by the responsibility to stay efficient in the maintenance of our work and to remain self-sufficient in management, a model that has made IFEMA a paragon for other institutions.

Given this difficult balancing act, we opted for action in order to keep tailoring our trade fairs to current market demands. We invested effort and resources in offering our companies new support and access to overseas markets through incentives and investment in buyers' programmes. This enabled these companies to exploit their participation to the full. Ranging from large forums that enrich the offer and generate important links to spaces where knowledge and experience is transferred as well as the development of buyers' programmes for potential markets, these actions were implemented in each trade fair and proved to be real levers in energising their sector.

The year was also brightened by new trade fairs, a greater number of congresses, a field in which IFEMA is gaining ground as a host for major events, while trade fairs were exported as a brand and model to international markets. This was also a new initiative to support and advise the companies that today are endeavouring to take steps into foreign markets.

In 2013, IFEMA hosted 78 trade fairs and congresses with an accompanying exhibition, as well as 460 professional events. This brought the attendance of 2.5 million visitors worldwide and saw the participation of over 24,000 direct and represented companies that have occupied over 540,000 sq. m. of exhibition space. Such figures merit attention given the current complex economic situation.

I would like to express my gratitude again this year to all our customers for the faith they have placed in our Institution and for their tireless efforts in helping create wealth and employment in our country through their work.

They may be sure that all those who work for IFEMA will maintain all their enthusiasm and endeavour to return this faith and effort. This is our collective commitment.

3.2 | BALANCE DE ACTIVIDAD FERIAL SUMMARY OF EVENTS

La actividad ferial durante el año 2013 se caracterizó por tres hitos significativos: la creación y desarrollo de 6 nuevas ferias organizadas por IFEMA, el incremento del número de eventos de organización externa y la internacionalización de ferias de marca propia en el exterior.

NÚMERO DE EVENTOS CELEBRADOS

EN 2013, IFEMA ACOGIÓ LA CELEBRACIÓN DE 460 CONVOCATORIAS, DE LAS CUALES 78 FUERON FERIAS Y CONGRESOS CON EXPOSICIÓN

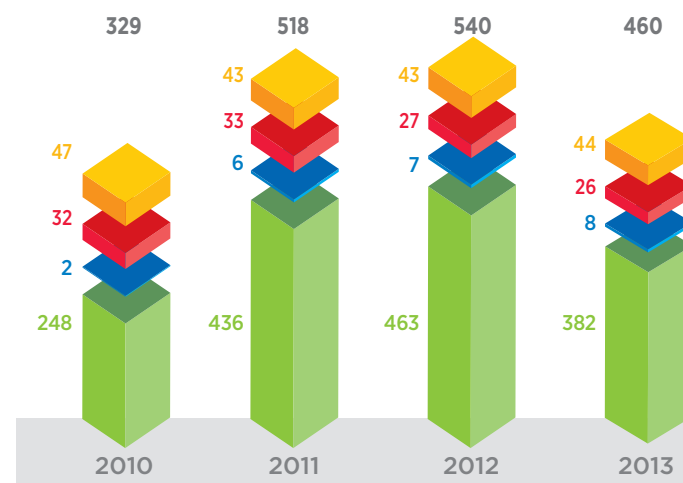
Número de convocatorias Number of events	2010	2011	2012	2013
● Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	47	43	43	44
● Ferias externas Externally-organised trade fairs	32	33	27	26
● Congresos con exposición Congresses with an exhibition	2	6	7	8
● Congresos, convenciones y actos Congresses, conventions and events	248	436	463	382
Total convocatorias Total events	329	518	540	460

IFEMA celebró en 2013 un total de 460 convocatorias en Feria de Madrid. De ellas, las más relevantes fueron las ferias y congresos con exposición, que sumaron un total de 78. En esta cifra se aprecia un ligero crecimiento de las ferias propias -44 en total- y el mantenimiento en los mismos términos de las ferias externas y los congresos con exposición -26 y 8 respectivamente, que en un alto porcentaje fueron de alcance internacional.

IFEMA's trade fair activity in 2013 was marked by three significant milestones. These were the creation and development of 6 new trade fairs organised by the Institution, the increase in the number of externally-organised events and the internationalisation of in-house events abroad.

NUMBER OF EVENTS HELD

IN 2013, IFEMA HOSTED 460 EVENTS, OF WHICH 78 WERE TRADE FAIRS AND CONGRESSES WITH ACCOMPANYING EXHIBITIONS



IFEMA held 460 events at Feria de Madrid in 2013. The largest component was trade fairs and congresses with accompanying exhibitions, which numbered 78. There was a slight growth of in-house trade fairs - a total of 44 - while externally-organised trade fairs and congresses with accompanying exhibitions maintained their respective totals of 26 and 8, a high proportion of them possessing international scope.

NUEVOS PROYECTOS

A pesar del complejo contexto económico en el que se ha desarrollado el ejercicio 2013, IFEMA ha mantenido su dinamismo con la incorporación de nuevas ferias de organización propia, que han permitido incrementar su actividad.

Así, durante 2013 se pusieron en marcha un total de seis nuevos salones, de los cuales cuatro fueron completamente nuevos - EXPOBIKE, SALÓN PROFESIONAL DE FLOTAS DE MADRID, PUERICULTURA MADRID y MADRID GAMES WEEK -. Los otros dos - SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN y ALMONEDA - fueron salones que ya formaban parte del calendario ferial desde hace años, si bien dado el éxito e interés que vienen registrando sus convocatorias anuales entre el público, tuvieron una segunda edición a finales del mismo año 2013, con el nombre SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN EDICIÓN ESPECIAL OTOÑO y ALMONEDA Navidad, respectivamente.

Además, durante 2013, IFEMA ha dado inicio a su estrategia de expansión a otros mercados y ha puesto en marcha acciones encaminadas a profundizar aún más en la internacionalización de algunas de sus ferias más emblemáticas, con la creación de marcas propias en Latinoamérica y Asia: GENERA LATINOAMÉRICA, MATELEC CHINA y SICUR LATINOAMÉRICA.

Asimismo, durante el año 2013 se convocaron en IFEMA cinco nuevas ferias organizadas por operadores externos que vinieron a enriquecer la oferta del calendario oficial, como fueron ClassicAuto y CINEGÉTICA & SUBARU, en febrero y la SEMANA DEL SEGURO, la WORLD BULK OIL EXHIBITION y MotoMadrid celebradas en el mes de marzo.

NEW PROJECTS

Despite the tough financial situation during the year, IFEMA maintained its dynamism with the incorporation of new in-house fairs, enabling it to increase its activity.

In 2013, six events were launched, of which four were completely new - The Bicycle Fair, EXPOBIKE, the PROFESSIONAL FORUM MADRID FLEETS, PUERICULTURA MADRID, the Childhood Products Trade Show and the Great Videogames Fair, MADRID GAMES WEEK. The SECOND-HAND VEHICLE SHOW and ALMONEDA, the Antiques Art Gallery and Collectors' Fair were annual events that had already formed part of the calendar for some years. Given their success and the public interest in them, they received a second edition at the end of 2013, under the respective names of the SECOND-HAND VEHICLE SHOW AUTUMN SPECIAL EDITION and the Antiques, Art Galleries and Collector's Fair Christmas Edition.

IFEMA also commenced its strategy of expansion into other markets and implemented action aimed at even further internationalisation of some of its most emblematic trade fairs. This saw the creation of its own brands in Latin America and Asia: GENERA LATINOAMÉRICA, the Energy and Environment Trade Fair, MATELEC CHINA, the Electrical and Intelligent Building Technology Exhibition and SICUR, the International Exhibition of Equipment, Products, Technologies and Services for Comprehensive Safety.

In addition, five new trade fairs organised by outside operators were held at IFEMA in 2013. Enriching the official calendar were ClassicAuto, the International Classic Car Show and CINEGÉTICA & SUBARU, Passion for Hunting- The Greatest Hunting Convention in Europe, in February and the INSURANCE MEETING POINT, the WORLD BULK OIL EXHIBITION and MotoMadrid, the Motorcycle Trade Show, held in March.

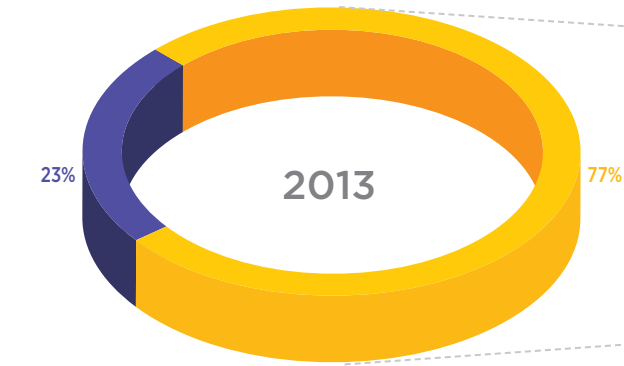
Principales congresos y eventos

En 2013, la actividad congresual de IFEMA continuó con su favorable progresión, manteniéndose como uno de los mayores espacios de reuniones internacionales, acogiendo la celebración de 382 convocatorias y 112.834 visitantes. En este contexto, Feria de Madrid volvió a ser escenario de grandes eventos internacionales. Este es el caso de EULAR, the European League Against Rheumatism Congress, el mayor a nivel internacional de esta especialidad médica, que reunió a más de 14.000 reumatólogos y profesionales del área de la patología osteoarticular y ocupó siete pabellones del recinto ferial, y de Microsoft TechEd Europe 2013, el mayor encuentro para profesionales del sector IT y desarrolladores empresariales de Microsoft, en el que se dieron cita más de 5.000 participantes de todo el mundo. A ellos se sumaron otros congresos como World ATM Congress, Madrid Fusión, @asLAN "Cloud&Network Future", FEA, 28th International Aerosol Congress and 17th Exhibition, XXXVI Congreso de la Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular (SEBBM), la Conferencia Esri, el 1er Congreso Español de la Mama, y el XI Congreso de la Sociedad Española de Cirugía Bucal.

Principal congresses and events

IFEMA's congress work in 2013 continued to progress and the Institution remained one of the largest spaces for international meetings, with 382 events hosted and 112,834 visitors welcomed. As such, Feria de Madrid was again the stage for major international events. This was the case of the congress held by EULAR, the European League against Rheumatism, the world's largest with regard to this medical speciality, which received over 14,000 rheumatologists and professionals from the field of osteoarticular pathology and occupied seven halls in the exhibition complex. Another was Microsoft TechEd Europe 2013, the largest meeting for IT professionals and Microsoft's enterprise developers, which attracted over 5,000 participants from around the world. Others included the World ATM Congress, Madrid Fusión, @aslan: "Cloud & Network Future", the 28th FEA International Aerosol Congress and 17th Exhibition, the 36th Congress of the Spanish Society for Biochemistry and Molecular Biology (SEBBM), the ESRI Conference, the 1st Spanish Breast Health Congress, and the 11th Congress of the Spanish Society of Oral Surgery.

DISTRIBUCION DE FERIAS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

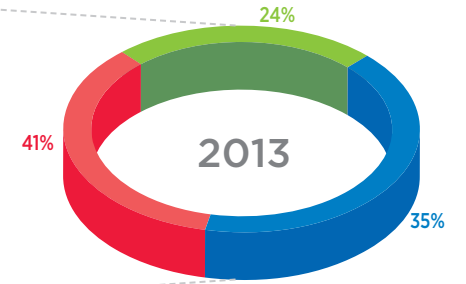


Distribución de ferias Distribution of fairs	2013
Ferias profesionales Trade fairs	77%
Ferias abiertas al público Fairs open to the general public	23%

EL 77% DE LA ACTIVIDAD DE IFEMA LO ACAPARA LAS FERIAS PROFESIONALES

Durante 2013 se consolidó la tendencia a la especialización de IFEMA en el sector de ferias profesionales. Así, en este periodo se convocaron 51 certámenes profesionales, frente a 18 dirigidos a público general y 9 convocatorias mixtas, cifras que en los tres casos incluyen las ferias de organización externa. Dentro del capítulo de ferias de perfil profesional, el mayor porcentaje correspondió a las ferias de bienes de inversión, que concentraron un 41% del total. Le siguieron las de bienes de consumo, con un 35% del total, mostrando un ligero incremento respecto a 2012, y las de servicios, que crecieron en 6 puntos porcentuales respecto a 2012. En lo que respecta a las ferias abiertas al público general, representaron un 23% del total celebradas.

DISTRIBUTION OF TRADE FAIRS ACCORDING TO SECTOR



Bienes de inversión Investment goods	41%
Bienes de consumo Consumer goods	35%
Servicios Services	24%

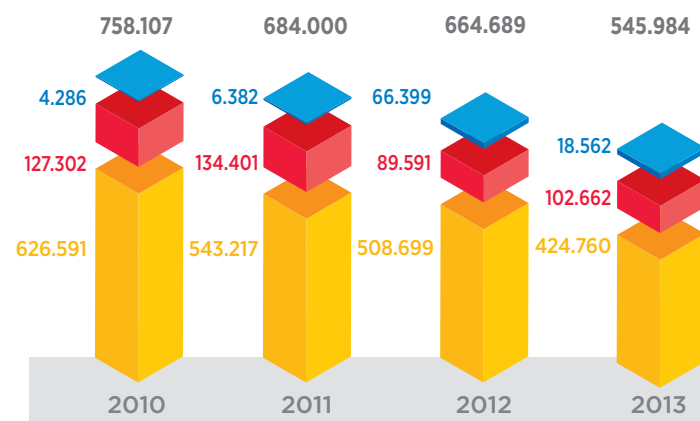
77% OF IFEMA'S WORK TAKEN UP BY TRADE FAIRS

2013 saw consolidation of the trend for specialisation by IFEMA in the trade fair sector. 51 trade events were held, compared to 18 aimed at the general public and 9 mixed events, with externally-organised fairs included in these three categories. With regard to trade fairs, the highest percentage (41%) corresponded to those focused on investment goods. This was followed by consumer goods (35%), a slight increase on 2012, and services, which grew 6 percentage points compared to 2012. Fairs open to the general public represented 23% of the total.



SUPERFICIE OCUPADA

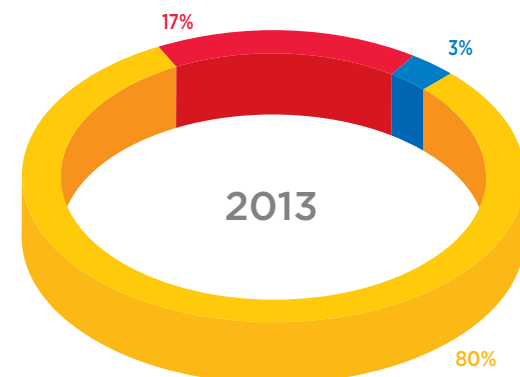
La actividad ferial desarrollada por IFEMA en el año 2013 permitió alcanzar una ocupación bruta del recinto de 1.629.340 m² y una ocupación neta de la superficie de 545.984 m². El mayor porcentaje de superficie ocupada lo concentraron las ferias organizadas por IFEMA, que representan el 80% del total, seguido de las ferias externas, con un 17%, y de congresos con exposición, con un 3%.



Superficie neta ocupada (m ²) Net surface occupied (sq.m)	2010	2011	2012	2013
Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	626.591	543.217	508.699	424.760
Ferias externas Externally-organised trade fairs	127.302	134.401	89.591	102.662
Congresos con exposición Congresses with an exhibition	4.286	6.382	66.399	18.562
Total	758.107	684.000	664.689	545.984

SPACE OCCUPIED

IFEMA trade fairs in 2013 produced a gross occupation of the exhibition complex of 1,629,340 sq. m. and net occupation of 545,984 sq.m. The highest percentage of surface area occupied was for IFEMA-organised trade fairs (80%), followed by externally-organised fairs (17%) and congresses with an accompanying exhibition (3%).



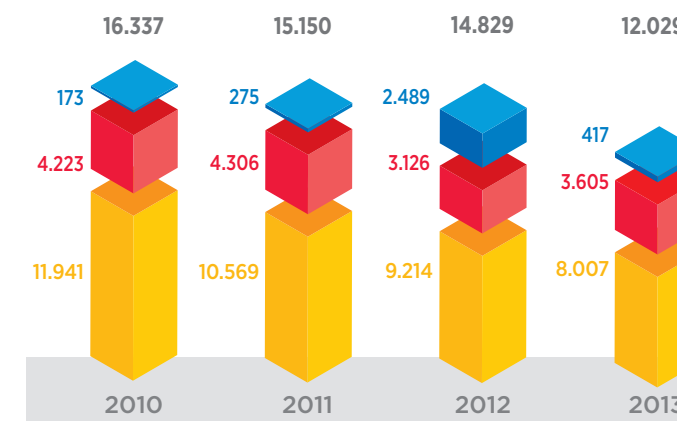
Distribución superficie ocupada Net surface area occupied	2013
Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	80%
Ferias externas Externally-organised trade fairs	17%
Congresos con exposición Congresses with an exhibition	3%

EMPRESAS EXPOSITORAS

MÁS DE 24.400 EMPRESAS ACUDIERON A **FERIA DE MADRID** EN BUSCA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

El número total de empresas participantes en certámenes celebrados en Feria de Madrid durante 2013 fue de 24.409. De ellas, 12.029 lo hicieron de forma directa, en su mayor parte en salones organizados por la entidad, como lo demuestra la cifra de 8.007 empresas presentes en ferias de IFEMA, frente a 3.605 y 417 que lo hicieron en salones y congresos con exposición de organización externa. La participación internacional aumentó en seis puntos porcentuales en ferias propias hasta alcanzar el 28% del total.

Por su parte, la participación indirecta registró la cifra de 12.380 empresas.



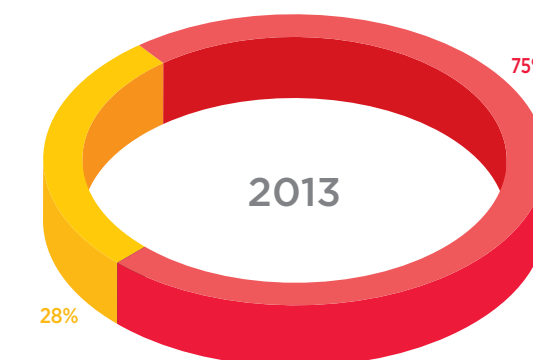
Expositores directos Direct exhibitors	2010	2011	2012	2013
Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	11.941	10.569	9.214	8.007
Ferias externas Externally-organised trade fairs	4.223	4.306	3.126	3.605
Congresos con exposición Congresses with an exhibition	173	275	2.489	417
Total	16.337	15.150	14.829	12.029

EXHIBITING COMPANIES

OVER 24,400 COMPANIES PARTICIPATED AT **FERIA DE MADRID** IN SEARCH OF BUSINESS OPPORTUNITIES

The total number of companies to have participated at events at Feria de Madrid in 2013 was 24,409. 12,029 of these did so directly, with 8,007 participating at IFEMA-organised fairs and 3,605 and 417 at externally-organised trade fairs and congresses. International participation rose by six percentage points for in-house fairs to reach 28% of the total.

For its part, indirect participation registered 12,380 companies.



Participación internacional: expositores directos International participation: direct exhibitors	2013
Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	28%
Ferias externas Externally-organised trade fairs	75%

VISITANTES

FERIA DE MADRID RECIBIÓ MÁS DE 2,5 MILLONES DE VISITANTES

A lo largo del ejercicio 2013, un total de 2.563.842 visitantes acudieron a Feria de Madrid a los distintos eventos programados.

De ellos, 2.156.624 lo hicieron a ferias organizadas por IFEMA, mostrando un incremento del 12 por ciento con respecto al año anterior.

En el ámbito nacional, las comunidades autónomas que aportaron mayor número de visitantes a las ferias organizadas por IFEMA fueron Madrid (44%), Andalucía (9%), Cataluña (6%); Valencia (7%); Castilla-La Mancha (6%) y Castilla y León (6%).

En el plano internacional, los visitantes extranjeros, que representan un 10% del total, procedían en su mayoría de las zonas geográficas de Unión Europea (72%), Centro América y Sudamérica (9%), resto de Europa (3%); Asia (6%); África (5%) y Norteamérica (5%).

VISITORS

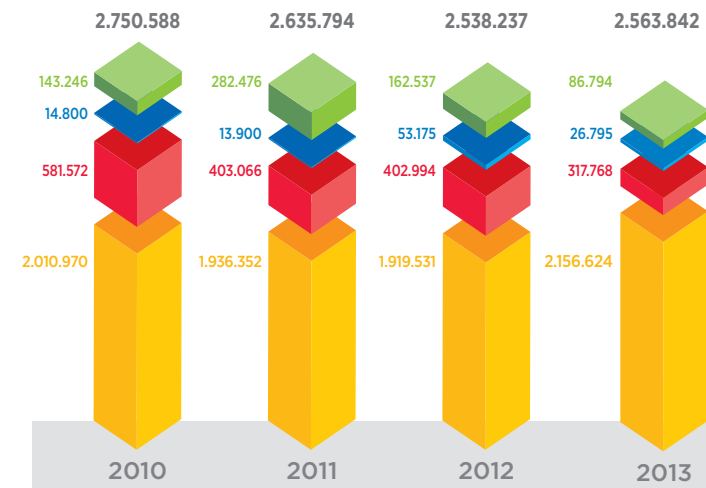
FERIA DE MADRID RECEIVED OVER 2.5 MILLION VISITORS

A total of 2,563,842 people visited Feria de Madrid for the different events scheduled in 2013.

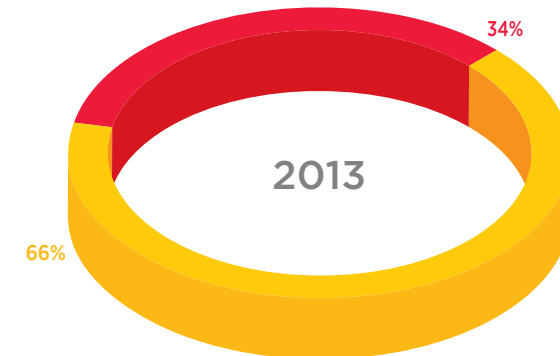
2,156,624 of them came for IFEMA-organised fairs, a 12% increase on the previous year.

With regard to Spain, the autonomous regions providing the highest number of visitors to fairs organised by IFEMA were: Madrid Region (44%), Andalusia (9%), Catalonia (6%); Valencia (7%); Castile-La Mancha (6%) and Castile and León (6%).

Foreign visitors, who form 10% of the total, came mainly from the European Union (72%), followed by Central America and South America (each 9%), the rest of Europe (3%), Asia (6%), Africa (5%) and North America (5%).



Visitantes totales Total visitors	2010	2011	2012	2013
● Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	2.010.970	1.936.352	1.919.531	2.156.624
● Ferias externas Externally-organised trade fairs	581.572	403.066	402.994	317.768
● Congresos con exposición Congresses with an exhibition	14.800	13.900	53.175	26.795
● Congresos, convenciones y actos Congresses, conventions and events	143.246	282.476	162.537	86.794
Total Total	2.750.588	2.635.794	2.538.237	2.563.842



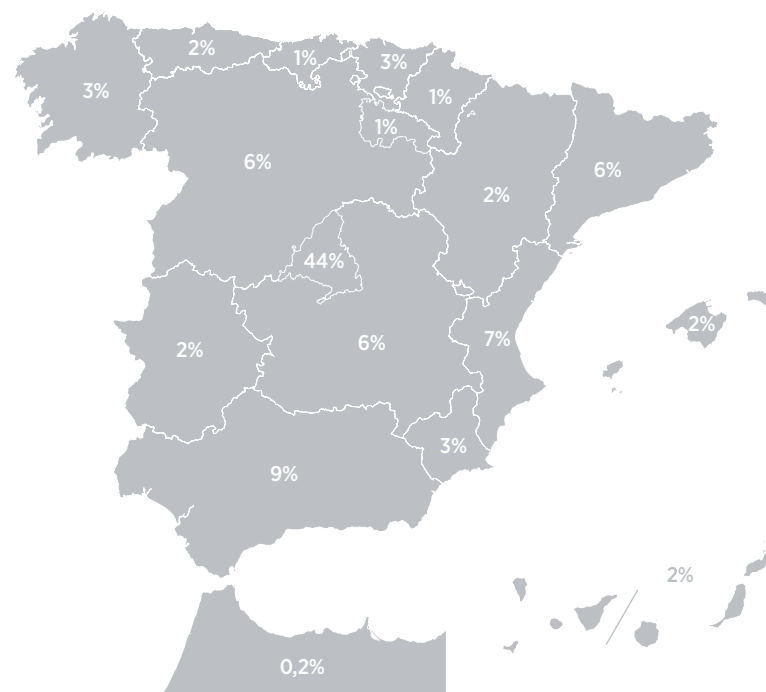
Participación internacional: visitantes identificados International participation: visitors identified	2013
● Ferias propias IFEMA-organised trade fairs	66%
● Ferias externas Externally-organised trade fairs	34%



Procedencia de visitantes profesionales nacionales en ferias 2013 organizadas por IFEMA

Origin of national visitors to IFEMA-organised trade fairs in 2013

C.A. DE MADRID Madrid Region	44%
C.A. DE ANDALUCÍA Andalusia	9%
C.A. DE CATALUÑA Catalonia	6%
C.A. DE VALENCIA Valencia	7%
C.A. DE CASTILLA - LA MANCHA Castile-La Mancha	6%
C.A. DE CASTILLA Y LEÓN Castile and Leon	6%
C.A. DE GALICIA Galicia	3%
C.A. PAÍS VASCO Basque Country	3%
C.A. DE CANARIAS Canary Islands	2%
REGIÓN DE MURCIA Region of Murcia	3%
C.A. DE ARAGÓN Aragon	2%
C.A. DE BALEARES Balearic Islands	2%
C.A. DE EXTREMADURA Extremadura	2%
PRINCIPADO DE ASTURIAS Principality of Asturias	2%
C.A. DE CANTABRIA Cantabria	1%
C.A. DE LA RIOJA La Rioja	1%
C.A. DE NAVARRA Navarre	1%
CIUDADES AUTÓNOMAS DE CEUTA Y MELILLA Autonomous Cities of Ceuta and Melilla	0,2%



PARTICIPACION INTERNACIONAL

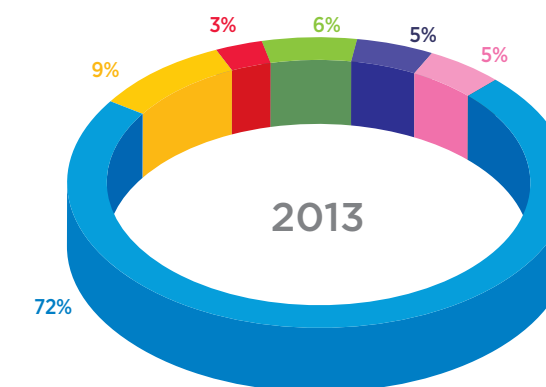
La potenciación de su dimensión internacional, que es uno de los objetivos estratégicos fijados por IFEMA para estos últimos años, también fue clave en 2013, tanto en su vertiente de organizador de ferias internacionales, como de receptor de participantes de distintos países. En lo que respecta a la asistencia internacional, se mantuvo en los mismos términos del año anterior, es decir, en el 10% del total de visitantes profesionales que se registraron en el conjunto del año en Feria de Madrid.

INTERNATIONAL PARTICIPATION

The reinforcement of IFEMA's international scope, one of the strategic objectives set by the Institution for recent years, also proved key in 2013, both in terms of organising international trade fairs and receiving participants from different countries. International attendance remained the same as the previous year, with foreigners comprising 10% of the total number of trade visitors to Feria de Madrid in 2013.

Procedencia de visitantes extranjeros en ferias organizadas por IFEMA To origin of foreign visitors to IFEMA-organised trade fairs	
UNIÓN EUROPEA European Union	72%
CENTRO Y SUDAMÉRICA Central and South America	9%
RESTO DE EUROPA Rest of Europe	3%
ASIA Asia	6%
ÁFRICA Africa	5%
NORTEAMÉRICA North America	5%

* No se contempla Oceanía
* Oceania is not included



3.3 | BALANCE DE ACTIVIDAD DE CONVENCIONES Y CONGRESOS | SUMMARY OF CONVENTIONS AND CONGRESSES

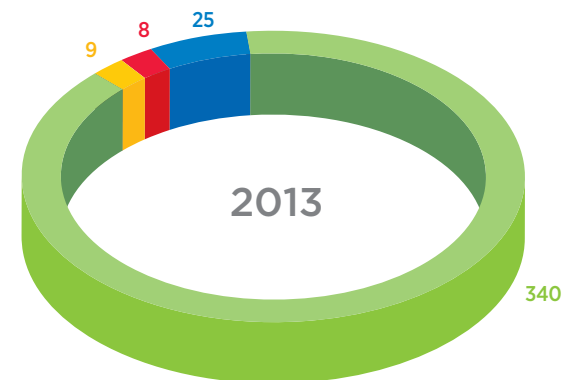
En los últimos años, IFEMA viene participando activamente como gran operador de congresos profesionales especializados de ámbito internacional y como uno de los principales dinamizadores del turismo de negocio en Madrid. La actividad de Convenciones y Congresos se ha afianzado como una sólida línea de negocio, que permite rentabilizar las instalaciones de Feria de Madrid con la gestión de los distintos espacios y servicios del recinto, para la celebración de distintos eventos y encuentros profesionales.

IFEMA mantuvo en el ejercicio 2013 esta privilegiada posición como uno de los mayores espacios de reuniones internacionales. Durante este periodo, acogió la celebración de 382 actos a los que asistieron 112.834 visitantes, contribuyendo decisivamente con su actividad congresual al ascenso de Madrid al segundo puesto del ranking mundial de ciudades congresuales ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones), situándose sólo por detrás de París.

IFEMA has actively participated over recent years as a major operator of specialised international trade congresses and an important driving force for business tourism in Madrid. Its work on Conventions and Congresses has become consolidated as a solid line of business, enabling the Institution to profit from the facilities at Feria de Madrid by managing the complex's different spaces and services to hold different trade events and meetings.

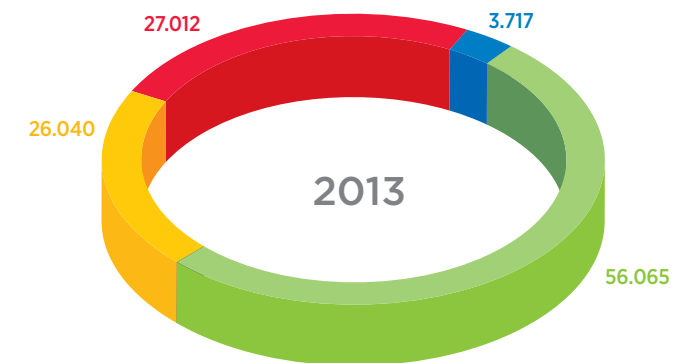
In 2013, IFEMA retained this privileged position as one of the top spaces for international meetings. Over the year, it hosted 382 events that received 112,834 visitors. This contributed decisively to Madrid's rise into second place in the ICCA (International Congress and Conventions Association) world ranking of congress cities, trailing only Paris.

Resumen de actividades Summary of events



Número de actos Number of events	2013
Congresos Congresses	9
Convenciones Conventions	8
Jornadas y presentaciones Day-events and presentations	25
Otros* Others	340
Total Total	382

* Asambleas, juntas, reuniones, rodajes, etc.
* Assemblies, shareholders meetings, meetings, film shoots, etc.



Número de asistentes Numbers attending	2013
Congresos Congresses	26.040
Convenciones Conventions	27.012
Jornadas y presentaciones Day-events and presentations	3.717
Otros* Others	56.065
Total Total	112.834



CONGRESOS CONGRESSES

Madrid Fusión
Madrid Fusión

World ATM Congress
Canso World ATM Congress

@aslan “Cloud&Network Future”
@aslan “Cloud&Network Future”

Eular Congress
European League Against Rheumatism Congress

XXXVI Congreso de la Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular (SEBBM)
XXXVI Congress of the Spanish Society Biochemical and Molecular Biology (SEBBM)

28th FEA International Aerosol Congress & 17th Exhibition
28th FEA International Aerosol Congress & 17th Exhibition

I Congreso Español de la Mama 2013
1st. Spanish Congress of Breast Cancer 2013

XI Congreso de la Sociedad Española de Cirugía Bucal
XI Congress of the Spanish Society of Dental Surgeons

Conferencia Esri 2013
Esri Conference 2013

JUNTAS / ASAMBLEAS SHAREHOLDERS MEETINGS / ASSEMBLIES

Asamblea Anual APCE
APCE Annual Assembly

Asamblea General AFE
AFE General Assembly

Asamblea General de Mutualistas Pelayo
Mutualistas Pelayo General Assembly

Junta General de Accionistas ACS
ACS, Annual Shareholders Meeting

Junta General y Asamblea de MAPFRE
MAPFRE, Annual Shareholders and Assembly

Junta General de Accionistas de MMT Seguros
Shareholders Mutua MMT Seguros General Assembly

Asamblea Purísima Concepción
Purísima Concepción Assembly

Asamblea Socios Real Madrid Club de Fútbol
Real Madrid Members Assembly

Junta General de Accionistas de Telefónica
Telefonica, Annual Shareholders Meeting

Junta General Banco Popular
Banco Popular, Annual Shareholders Meeting

Junta General de Accionistas de IAG
IAG, Annual Shareholders Meeting

Junta General de Accionistas SACYR VALLEHERMOSO
SACYR VALLEHERMOSO, Annual Shareholders Meeting

CONVENCIONES Y PRESENTACIONES CONVENTIONS AND PRESENTATIONS

Microsoft TechEd Europe 2013
Microsoft TechEd Europe 2013

NOVARTIS – Suma Aire Respira Vida
NOVARTIS – Suma Aire Respira Vida Presentation

Reunión SAGE Logic Control
SAGE Logic Control Meeting

ADVEO World 2013 – Presentación Producto
ADVEO World 2013 - Presentation

INFOSYS LODESTONE - ILO Europe Event 2013
INFOSYS LODESTONE - ILO Europe Event 2013

Boehringer Ingelheim Moving Forward, New Bridges in Diabetes
Boehringer Ingelheim Moving Forward, New Bridges in Diabetes

Manager Forum 2013
Manager Forum 2013

Electren Motracs – Presentación Producto
Electren Motracs – Presentation

Thyssenkrupp Elevadores – Presentación Producto
Thyssenkrupp Elevator – Presentation

A.C. Nielsen Company – Presentación Producto
A.C. Nielsen Company – Presentation

Samsung Life Passerelle
Samsung Life Passerelle Presentation

SAS Forum 2013
SAS Forum 2013

AIA Thailandia
AIA Thailandia Convention

Convención Tecnomarketing
Tecnomarketing Convention

OTROS ACTOS RELEVANTES OTHER NOTABLE EVENTS

ESIC – Hoy es Marketing 2013
ESIC Business Marketing School – Hoy es Marketing 2013

XVIII Jornadas de Auditoria Interna
The 18th Internal Audit Sessions

CEPSA – I Reunión Económico Financiera
CEPSA – 1st. Economic and Financial Meeting

It Future FUJITSU 2013
It Future FUJITSU 2013

I Foro del Autocuidado
1st. Selfcare Forum

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

Manager Forum 2013
Manager Forum 2013

Mercadillo Ralph Lauren
Ralph Lauren Market

INFOJOBS Jornadas
INFOJOBS Conferences

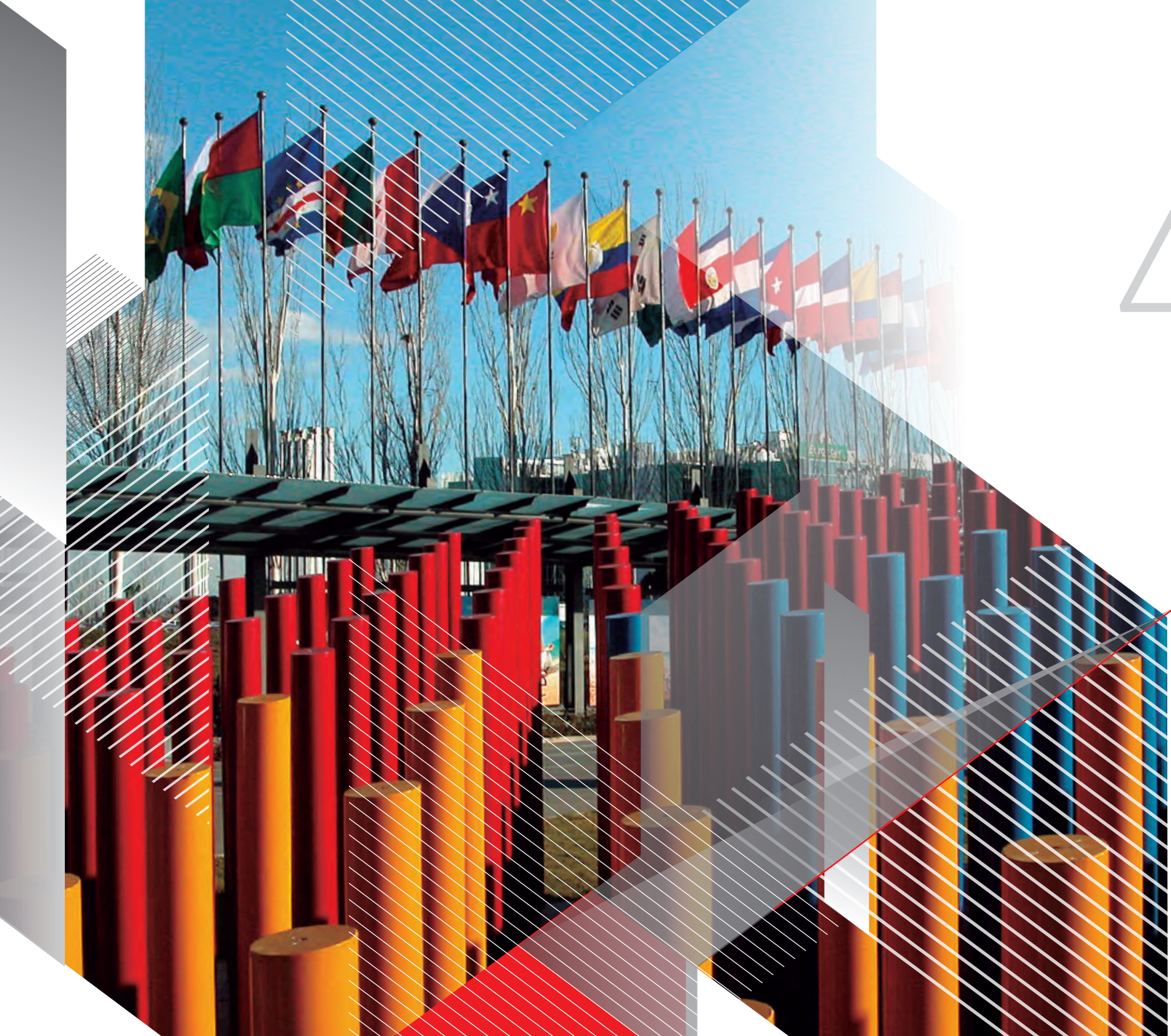
Entrega de Medallas CEPESA
Presentation of Medals for CEPESA

World Pádel Tour 2013
World Padel Tour 2013

Madrid Motor Days 2013
Madrid Motor Days 2013

Reunión FACONAUTO
Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción
FACONAUTO
Meeting - Federation of Associations of Authorised Dealers for Motorised Vehicles

Conferencia Anual Asociación Antiguos Alumnos de Instituto de Empresa
Annual Alumni Association Conference – Instituto de Empresa



EXPANSIÓN INTERNACIONAL
INTERNATIONAL EXPANSION

4

4 | EXPANSIÓN INTERNACIONAL INTERNATIONAL EXPANSION

PRIMEROS PROYECTOS FERIALES EN ASIA Y LATINOAMÉRICA

IFEMA, tras varios años trabajando en prospecciones de sectores con vocación internacional, así como en mercados receptivos para el desembarco de sus ferias, realizó en 2013 sus primeros proyectos de expansión internacional en Latinoamérica y Asia. El objetivo, exportar algunas de sus marcas más consolidadas, con las máximas garantías, a través de alianzas estratégicas con operadores locales y buscar nuevas vías de negocio y nuevos cauces a su actividad en el exterior. Los dos primeros proyectos con los que IFEMA hace su incursión en el mercado iberoamericano, concretamente en Chile, han sido SICUR LATINOAMÉRICA, vinculado con el sector de la Seguridad integral, y GENERA LATINOAMÉRICA, relacionado con el sector de las energías alternativas, ambos de amplio potencial de crecimiento en los mercados latinos. Los dos salones han consolidado su convocatoria, con la celebración de sus segundas ediciones en 2014. Además para 2015 está previsto un nuevo proyecto ferial, siguiendo el mismo modelo, dedicado al sector energético, MATELEC LATINOAMÉRICA.

La estrategia de IFEMA en el mercado latinoamericano se ha centrado en tres vías: trasladar a los mercados con mayores posibilidades de desarrollo de los sectores industriales protagonistas de sus modelos feriales de éxito en España; proporcionar a las empresas españolas su acceso a mercados de gran potencial, y operar como socio estratégico, en la participación en proyectos de consultoría y asesoramiento en infraestructuras y gestión ferial.

FIRST TRADE FAIR PROJECTS IN ASIA AND LATIN AMERICA

After several years of examining sectors with an international bent and markets that might be receptive to the arrival of its fairs, IFEMA embarked on its first international expansion projects in Latin America and Asia. The aim was to export some of its most consolidated brands, with the maximum guarantees, through strategic alliances with local operators and seek new business channels and outlets abroad. The opening two projects by which IFEMA made an entrance in the Latin American market were in Chile. These were SICUR LATINOAMÉRICA, the International Exhibition of Equipment, Products, Technologies and Services for Comprehensive Safety and GENERA LATINOAMÉRICA, the Energy Efficiency and Renewable Energies International Trade Fair, both of which possess excellent growth potential in Latin American markets. Both events are now consolidated after staging their second editions in 2014. A further trade fair project is planned for 2015, one that is also devoted to the energy sector: MATELEC LATINOAMÉRICA, the International Conference of Solutions for the Electrical and Electronic Industry.

IFEMA's strategy in the Latin American market has focused on three channels: transferring successful Spanish trade fair models to those markets with the highest possibilities of developing the industrial sectors represented at its fairs; providing Spanish companies with access to high-potential markets, and acting as a strategic partner in consultancy and advisory projects concerned with infrastructure and trade fair management.

En este sentido, la expansión internacional de IFEMA en Latinoamérica, representa el primer proyecto que ha venido a vincular de una forma real y efectiva a Europa y Latinoamérica en el ámbito ferial. El modelo por el que ha optado IFEMA, frente a otros operadores internacionales, se sustenta en la cooperación con los principales operadores locales, estableciendo relaciones de mutua colaboración y beneficio, con una clara visión de proyecto a largo plazo y con la aspiración de un posicionamiento más amplio, duradero y beneficioso para las empresas españolas con intereses comerciales en Latinoamérica.

También en 2013 IFEMA lleva su primera edición de MATELEC EIBT CHINA a Shanghai, con el objetivo de abrirse a nuevos mercados internacionales. MATELEC, la feria más importante del sector del material eléctrico en España, celebró del 27 al 29 de marzo su primera edición en Shanghai, puerta de entrada de un mercado que hasta ahora ha representado un 1,3% de las exportaciones del sector de material eléctrico español. Uno de los objetivos de esta iniciativa se centra en contribuir a incrementar las ventas de las empresas españolas, y a crear alianzas y sinergias comerciales de cara a la captación de compradores e importadores en España. MATELEC EIBT CHINA 2013, Exposición Internacional de Electricidad y Tecnología Inteligente para Edificación, ha supuesto un gran paso hacia la internacionalización del salón organizado por IFEMA, que ha alcanzado su consolidación con la celebración de su segunda edición en 2014.

MATELEC EIBT CHINA 2013 es fruto de un acuerdo entre los dos principales operadores feriales de España y China, IFEMA y Shanghai CHC Exhibition, en el que participa también la Asociación de Diseño e Investigación Eléctrica de Shanghai. Una feria que prevé la presencia de 10.000 visitantes, con una alta presencia de representantes de las distintas administraciones públicas del país y profesionales relacionados con la industria de la construcción. Este proyecto internacional nació con el objetivo de convertirse en referente en el mundo de la tecnología eléctrica.

Accordingly, IFEMA's international expansion in Latin America is the first trade fair project to link Europe and Latin America in a real and effective manner. IFEMA's preferred model, as opposed to that of other international operators, involves cooperating with the principal local operators and establishing relations which are of mutual benefit and possess a clear long-term view. The aim is for an improved, long-lasting and beneficial positioning for those Spanish companies with commercial interests in Latin America.

IFEMA also took the first edition of MATELEC EIBT CHINA, the Electrical and Intelligent Building Technology Exhibition to Shanghai, with the aim of entry into new international markets. The most important trade fair in the electrical materials sector in Spain, it made its debut on 27-29 March in China, the gateway to a market that up to then represented 1.3% of exports from the Spanish electrical materials sector. The aims of the initiative include helping to increase sales by Spanish companies and creating commercial alliances and synergies with a view to the recruitment of buyers and importers in Spain. MATELEC EIBT CHINA signified a major step towards the internationalisation of the IFEMA-organised event, which was consolidated by its second edition in 2014.

MATELEC EIBT CHINA 2013 results from an agreement between the two principal trade fair operators in Spain and China, IFEMA and Shanghai CHC Exhibition, in which the Shanghai Electrical Design and Research Association also participates. This event is expected to draw 10,000 visitors, with a large presence of representatives from the country's public administrations and professionals from the building industry. This international project came into being with the aim of becoming a benchmark in the world of electrical technology.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN DE IFEMA EN SU PROYECTO DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Las tres diferentes líneas de actuación en las que IFEMA está desarrollando su estrategia son en primer lugar la organización de proyectos de marca propia, cuya aportación se concentra además en el conocimiento y la experiencia y en la presencia de empresas españolas. No obstante la principal característica del modelo de negocio se basa, como ya se ha mencionado, en el establecimiento de relaciones comerciales y de colaboración con un socio local, bajo un modelo de coorganización.

El diseño y puesta en marcha de estos proyectos representa no solo una vía de expansión de la propia actividad y del modelo de negocio de IFEMA, sino un valor añadido para estos sectores industriales y para las empresas españolas y portuguesas interesadas en los mercados iberoamericano y asiático, así como el mejor reclamo para atraer compradores internacionales hacia nuestro país.

Una segunda vía de actuación, dentro de la estrategia de IFEMA en Latinoamérica, se centra en liderar la participación de exportadores españoles en las ferias en el exterior, colaborando en el desarrollo de las empresas nacionales y facilitándoles las vías y mecanismos necesarios para acceder a los mercados latinoamericanos y asiático con garantías de máxima efectividad y minimizando sus riesgos.

En este apartado, cabe destacar como acciones previas de apoyo a las empresas en su objetivo de internacionalización de su actividad, la estrategia de IFEMA en la dotación de recursos para la organización de programas de compradores invitados a sus ferias en España, en función de los cuales y tras un análisis del mercado y de sus principales prescriptores, atrae a sus ferias importadores de esos países, estableciendo modelos de agenda con empresas españolas que garanticen la posibilidad de encuentro y generen la oportunidad de un contacto previo antes de emprender la aventura de lanzarse a invertir en su promoción en esos países.

Por último, una tercera vía de actividad de IFEMA, en concreto en Latinoamérica, está ligada a aspectos de consultoría y de implementación de IFEMA en el continente con acuerdos de socio estratégico con operadores de allí para proyectos que van desde arquitectura y construcción de recintos feriales hasta consultoría de gestión.

IFEMA'S LINES OF ACTION IN ITS INTERNATIONAL EXPANSION PROJECT

IFEMA is developing its strategy according to three lines of action. The first is the organising of projects involving its own brand, whose contribution also focuses on know-how and the presence of Spanish companies. However, the business model's main characteristic is based, as stated above, on establishing trade relations and collaboration with a local partner under a model of co-organisation.

The design and implementation of these projects not only provides a channel of expansion for IFEMA's work and business model but also additional value for these industrial sectors and for Spanish and Portuguese companies interested in the Latin American and Asian markets and in the best way to attract international buyers to our country.

A second of line of action in IFEMA's strategy in Latin America is to lead the participation of Spanish exporters in overseas trade fairs. This involves collaborating in the development of Spanish companies and providing them with the necessary channels and mechanisms to gain access to Latin American and Asian markets by guaranteeing maximum effectiveness and minimising the risks.

In its strategy to internationalise its work, IFEMA undertakes prior actions in support of companies. This involves providing resources for programmes for the buyers invited to its trade fairs in Spain through which, following analysis of the market and its principal prescribers, it attracts trade fairs from those importing countries. This creates model agendas with Spanish companies that guarantee the opportunity of a meeting and a prior contact before embarking on investment in promoting them in these countries.

The third line of activity concerns Latin America. It is linked to IFEMA consultancy and action on the continent, with strategic partner agreements with operators from there on projects ranging from architecture and the construction of exhibition complexes to management advice.





5



RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA
SOCIAL CORPORATE
RESPONSIBILITY

5 | RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

IFEMA, UNA INSTITUCIÓN RESPONSABLE

Responsabilidad Social Corporativa con las empresas

IFEMA como dinamizador de la actividad empresarial y vertebrador de los distintos sectores económicos que centran sus convocatorias, y consciente del importante impacto social y mediático que genera su actividad, asume entre sus responsabilidades el impulso de acciones de distinta índole que actúan de apoyo a proyectos e iniciativas profesionales de especial calado, así como de reconocimiento a los valores en los que se sustenta el esfuerzo empresarial, con especial atención a su capacidad de innovación.

Campañas de promoción y concienciación

Entre los proyectos emprendidos en el marco de las ferias organizadas por IFEMA durante el año 2013, figura la convocatoria en el marco de SIMO NETWORK, de la acción *15 Minutos de Gloria* convocada a través de las Redes Sociales, y que tiene por objetivo brindar apoyo a la labor de investigación y las iniciativas de emprendimiento que llevan a cabo las *start-ups* tecnológicas, promoviendo su presentación pública y la posibilidad de encontrar inversores y apoyos que den soporte e impulso a sus ideas empresariales. Esta feria tecnológica, impulsó también la acción *Speed Dating*, convocada en el entorno digital, y celebrada en el marco de la feria promoviendo encuentros bilaterales entre inversores y jóvenes innovadores con proyectos empresariales.

Asimismo, ferias de componente tecnológico como SICUR, SIMO NETWORK y GENERA, en colaboración con la Fundación madrid+d, acogen una *Jornada Internacional de Transferencia Tecnológica* y que trata de impulsar la comunicación, la cooperación y las oportunidades de negocio entre empresas, universidades, centros tecnológicos y centros de i+D+I, mediante un programa de encuentros y entrevistas bilaterales, previamente programados.

IFEMA, A RESPONSIBLE INSTITUTION

Corporate Social Responsibility with companies

IFEMA is an energiser of business activity and a unifying force for the different economic sectors on which its events are focused. Aware of the important social and media impact of its work, the Institution assumes among its responsibilities the promotion of a variety of actions that support projects and professional initiatives with a special scope. It also recognises the values upon which entrepreneurial endeavour is based and places particular attention on its innovational capacity.

Promotion and awareness campaigns

Among the projects at the trade fairs organised by IFEMA in 2013 was *15 Minutes of Glory* at SIMO NETWORK, the International ITC Services and Solutions Trade Fair. Implemented through social networks, it provided support for the research and entrepreneurial initiatives of technology *start-ups* together with promoting their public presentation and the chance of finding investors and support for their ideas. This technology fair also featured *Speed Dating*, a digital event that encouraged bilateral meetings between investors and young innovators with business projects.

Fairs with a technological component like SICUR, the International Security, Safety and Fire Exhibition, SIMO NETWORK, the International ITC Services and Solutions Trade Fair and GENERA, the Energy and Environment International Trade Fair, in collaboration with the madrid+d Foundation, host an *International Conference on Technological Transfer*. This fosters communication, cooperation and business opportunities between companies, universities, technological centres and R&D&i centres through a programme of previously scheduled bilateral meetings and interviews.

También a lo largo de 2013 se han llevado a cabo iniciativas de concienciación social impulsadas desde algunas de sus ferias dando protagonismo a los distintos sectores implicados, y contribuyendo a trascender a la sociedad la importancia de los mismos así como su impacto en los hábitos de vida y consumo cotidiano. En esta línea de actuación las ferias MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA y FRUIT ATTRACTION, organizaron sendas “semanas” de concienciación social, apoyadas por amplias campañas de comunicación, que debido a su impacto informativo representan también un importante escaparate de promoción para sectores muy profesionales, aportando valor y visibilidad a su labor empresarial. La primera, en el marco de la Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios para la Automoción, asociada al mensaje de la importancia de un mantenimiento responsable y preventivo de los automóviles, de cara a reducir la siniestralidad, y la segunda, dentro del ámbito de la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas, orientada a difundir las propiedades y beneficios para la salud del consumo de alimentos naturales del campo, y apoyada de una iniciativa de gran impacto como la Guía de Restaurantes de Madrid con platos hortofrutícolas tematizados con motivo de la feria.

Iniciativas solidarias

Las ferias, por su capacidad de convocatoria y por su impacto social, son también un perfecto escenario para la generación de acciones solidarias.

Valga como ejemplo FRUIT ATTRACTION, una feria, que se ha convertido en una de las principales plataformas de negocio internacionales para el sector hortofrutícola, y que puso nuevamente en marcha en 2013 una iniciativa de especial calado social con la cesión del excedente del producto expuesto al Banco de Alimentos de Madrid, recaudando una donación de 30.000 kilos de frutas y verduras para su distribución entre las entidades benéficas de la capital.

The year also saw social awareness initiatives at several IFEMA trade fairs. Placing the different sectors involved at the forefront, they helped to demonstrate to society their importance and impact on lifestyles and daily consumption. MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, the Iberian's Leading Trade Fair for Automotive Parts, Equipment and Service Suppliers with FRUIT ATTRACTION, the International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry, each organised social awareness “weeks”, backed by far-reaching communication campaigns. They provided a major showcase for highly professional sectors and brought value and visibility to their work. The former event promulgated the importance of responsible and preventative car maintenance to avoid accidents. The latter disseminated the properties and benefits for health of consumption of natural foods, supported by a high-impact initiative that saw the Madrid Restaurant Guide promoting themed fruit and vegetable dishes during the fair.

Charitable initiatives

Given their drawing power and social impact, trade fairs also form an ideal stage for charitable action.

An example of this is FRUIT ATTRACTION, which has become a principal platform of international business for the industry. In 2013, it again implemented a special initiative by donating to the Madrid Food Bank the surplus of the product it exhibited. This involved the transfer of 30,000 kilograms of fruit and vegetables for distribution among the capital's charity organisations.



También ARCOmadrid, encuentra entre sus contenidos y audiencias el mejor entorno para el compromiso social. El potencial de la Feria en cuanto a difusión y comunicación, se puso en 2013 a disposición de iniciativas sociales y culturales como, el proyecto ARCOkids, impulsado por la Fundación Pequeño Deseo, cuya labor social es hacer realidad los deseos de menores con enfermedades crónicas o de mal pronóstico con el fin de darles apoyo anímico. Los fondos recaudados por las inscripciones solidarias de los niños participantes en la construcción colectiva de una obra de arte utilizando materiales reciclados, fueron donados a la Fundación.

La feria también apoyó la integración de personas con discapacidad, a través de la acción llevada a cabo por la Fundación ONCE, que contó con un espacio para la exhibición de la obra *Polvero de avispa*, un work in progress del artista malagueño David Escalona, que fue reconocido por el Comité de Honor de la IV Bienal de Arte Contemporáneo de Fundación ONCE. A ello se suma también el proyecto de la Fundación Balía, presente también en ARCOmadrid para promocionar la subasta que realiza para apoyar proyectos socioeducativos de asistencia y prevención, dirigidos a menores en riesgo de exclusión social y a sus familias.

Otras iniciativas solidarias desarrolladas en 2013 fueron la impulsada por CLIMATIZACIÓN, con la donación de las suscripciones empresariales a la Galería de Innovación de la ONG Oncawa, que trabaja para poner la tecnología al servicio del desarrollo humano y construir una sociedad más justa y solidaria. La promovida por GENERA, a través de la cesión de un espacio de promoción en la feria a la ONG Energía sin Fronteras, cuya misión es la de extender y facilitar el acceso a los servicios energéticos y de agua potable a los que todavía no los tienen. Y la que cada año promueve la feria de la oferta educativa, AULA, con la integración a su contenido de las principales ONG'S de jóvenes, o por la Feria del Animal de Compañía, 100 X 100 MASCOTA, que abre su espacio expositivo y promocional a las principales asociaciones protectoras y de adopción, y en cuyo marco se convoca el Premio Veterinarios Comprometidos a la mascota más comprometida con la sociedad.

A ello se suma, el ya consolidado programa de fomento de la inversión en desarrollos de turismo sostenible en África, promovido por FITUR, en colaboración con la OMT y CASA ÁFRICA, y que tiene por finalidad generar prosperidad y empleo en este sector del continente africano, de la mano de INVESTUR África.

The content and audience of ARCOmadrid, the International Contemporary Art Fair, provides a great environment for social engagement in 2013, its potential for dissemination and communication was employed to promote social and cultural initiatives such as the ARCOkids project promoted by the Little Wish Foundation, which grants the wishes of children with chronic or poor-prognosis diseases in the hope of boosting their morale. The project involved money being collected from the children who participated in the collective construction of a work of art with recycled materials and then being donated to the Foundation.

The Fair also supported the integration of the disabled through an initiative of the ONCE Foundation (National Organisation of Spanish Blind People). The Organisation exhibited *Powder Wasps*, a work in progress by David Escalona, an artist from Malaga who was recognised by the Honorary Committee of the 4th Contemporary Art Biennial of the ONCE Foundation. There was also the project of the Balía Foundation, which held an auction at ARCOmadrid in support of social and educational care and prevention projects for children at risk of social exclusion and their families.

Other charitable initiatives in 2013 included that of the Air-Conditioning, Heating, Ventilation and Refrigeration Exhibition, CLIMATIZACIÓN. This involved the donation of business subscriptions to the Innovation Gallery of the Ongawa NGO, which places technology at the service of human development to build a fairer and more charitable society. Meanwhile GENERA, the Energy and Environment International Trade Fair, gave over a promotional space to the Energy Without Borders NGO, whose mission is to extend and facilitate access to energy services and drinking water to those who still lack it. In addition, each year AULA, the International Educational Opportunities Exhibition, integrates content provided by the leading youth NGOs while 100 X 100 MASCOTA, the Madrid Pet Fair, opens its exhibition and promotional space to the principal animal protection and adoption associations and bestows the Committed Veterinarians' Award to the most socially-aware pet.

Added to this is the now-consolidated programme that encourages investment in the development of sustainable tourism in Africa. Promoted by FITUR, the International Tourism Trade Fair in collaboration with the WTO and CASA ÁFRICA, this aims to create prosperity and employment in the sector with the assistance of INVESTOUR Africa.

PREMIOS PYME

En 2013, 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.

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.

Reconocimiento empresarial

El apoyo a la innovación, como principal eje del desarrollo empresarial, constituye una de las más importantes palancas de actuación de IFEMA para con sus ferias y sus sectores representados, ofreciendo el mejor escaparate para la difusión y promoción de la capacidad competitiva de las empresas. De esta forma durante 2013, se organizaron espacios denominados *Galería de Innovación*, donde jurados expertos seleccionan de entre los productos candidatos, aquellos que representan una mayor aportación en cuanto a novedad en el mercado. Así, acogieron entre sus contenidos Galerías de Innovación, las ferias GENERA, CLIMATIZACIÓN, FRUIT ATTRACTION, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, SALÓN LOOK INTERNACIONAL, y la recién creada PUERICULTURA MADRID.

SME AWARDS

Continuing a long tradition of support in all the cornerstones of its business, IFEMA collaborated in 2013 with the EXPANSIÓN financial newspaper on the SME AWARDS for the best companies.

IFEMA's aim is to publicly recognise and highlight the work of small and medium Spanish companies for the outstanding entrepreneurial endeavour and efficiency of their practices in forging ahead with their businesses. The awards are now recognised as a tribute to the new generation of Spanish SMEs and their contribution to the country's economic and business development. They are particularly significant at a time of economic complexity in which lack of funding and an unfavourable environment for consumption and investment hinders the viability of their projects.

Business recognition

Support for innovation is the principal axis of business development. As such, it is one of IFEMA's most important levers for its events and the sectors represented at them and offers the finest showcase for the dissemination and promotion of the competitive capacity of businesses. This led in 2013 to the creation of spaces called *Innovation Galleries* where expert juries chose the candidate products that contributed most to innovation in the market. These galleries were adopted by GENERA, the Energy and Environment International Trade Fair, CLIMATIZACIÓN, the International Air-Conditioning, Heating, Ventilation and Refrigeration Exhibition, FRUIT ATTRACTION, the International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry, MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, the Iberian's Leading Trade Fair for Automotive Parts, Equipment and Service Suppliers, SALON LOOK INTERNACIONAL, the Image and Integral Aesthetics Exhibition and the recently-created PUERICULTURA MADRID, the Childhood Products Trade Show.

X edición PREMIOS PYME



IFEMA a su vez promueve el reconocimiento a los distintos valores que sustentan la labor de las empresas para significar el trabajo que realizan y su contribución a la sociedad. Así, el año 2013 también ha estado marcado por el reconocimiento que se impulsa desde IFEMA a través de 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. En este contexto, se impulsaron premios a empresas, proyectos, iniciativas y personas, con el afán de reconocer su labor, y contribuir a la proyección de sus carreras o negocios.

Entre otras ferias, se hizo entrega de galardones en MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (Ego Fashion Talent) para impulsar jóvenes talentos del diseño; ARCOMadrid, (Premios al Coleccionismo, Premio Comunidad de Madrid para Jóvenes Artistas; Premio illy SustainArt y Premio ARCOMadrid Beep); SIMO NETWORK (Premios Justicia y Premios Educación), y FITUR (Mejores stands, productos de turismo activo, e investigación Tribuna Jorge Vila Fradera), entre otros.

Recursos humanos – responsabilidad en el entorno laboral

En 2013, IFEMA finalizó su ejercicio económico con una plantilla integrada por 402 trabajadores, un alto índice de personal fijo –que se situó en el 99,8%- y una elevada paridad entre sexos -51% hombres y 49% mujeres-. Además, en ese mismo periodo la permanencia media en la empresa se situó en 16,4 años, y la edad de la plantilla rondó los 45,3 años. Cifras en todos los casos que aportan un perfil comprometido y experimentado del capital humano de la empresa, en sintonía con el dinamismo de su actividad y los objetivos de la Institución.

Un año más, los planes de formación continua en distintas áreas de actividad constituyeron uno de los principales ejes de actuación en la política de recursos humanos de IFEMA. En total durante 2013 se apoyaron 618 puestos que sumaron 5.868 horas de formación y un coste anual del plan de 64.801,40 euros.

Las áreas que generaron mayor demanda fueron idiomas; mantenimiento técnico y obra civil; seguridad, autoprotección y prevención de riesgos laborales; tecnologías de la información; recursos humanos, igualdad y conciliación; comercial y marketing.

IFEMA, in turn, acknowledges the different values that sustain the endeavour of companies to signify their work and its contribution to society. The year saw IFEMA use its principal trade fairs in the sectors of these companies to underscore their continued effort to innovate as the best way to be competitive and to invest in R&D despite the current economic situation. There were prizes to companies, projects, initiatives and individuals, with the aim of recognising their work and contributing to the projection of their careers or businesses.

For example, awards were bestowed at MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (Ego Fashion Talent) to encourage young talented designers; ARCOMadrid, the International Contemporary Art Fair, (Prizes for Collectors, Madrid Regional Government Award for Young Artists; the Illy Sustain Art Award and the ARCOMadrid/Beep Award); SIMO NETWORK, the International ITC Services and Solutions Trade Fair (Justice Awards and Education Awards), and FITUR, the International Tourism Trade Fair (Best stands, active tourism products and Jorge Vila Fradera Tribune for Research) among others.

Human resources – responsibility in the working environment

IFEMA closed 2013 with a total of 402 employees. Nearly all were permanent (99.8%) and there was high gender parity -51% men y 49% women. For the same period, the average length of time spent with the company was 16.4 years, and the average age of employees was 45.3. These figures in all cases reveal the committed, experienced profile of the company's human capital, which is tune with the dynamism of its business and aims of the Institution.

For another year, continuous training plans in different areas of work were one of the main cornerstones in IFEMA's human resources policy. In total, it provided 618 training places, representing 5,868 training hours at an annual cost of 64,801.40 euros.

The areas that generated the greatest amount of training were languages; technical maintenance and civil engineering; security, self-protection and labour risk prevention; IT; human resources, equality and reconciliation; commercial and marketing.

Convenio Colectivo

En 2013 se pusieron en marcha las nuevas medidas organizativas, que se establecieron en el VIII Convenio Colectivo de IFEMA firmado en 2012, al amparo de las disposiciones legales introducidas por la reforma laboral, que hicieron posible conseguir el objetivo prioritario del mantenimiento del empleo, a pesar del esfuerzo y los ajustes económicos que el escenario económico demandaba.

En el nuevo contexto de las relaciones laborales de IFEMA han sido fundamentales la adopción de medidas como la aplicación de la distribución irregular de la jornada de trabajo, la contención de los costes variables, y la aplicación de la movilidad funcional y la polivalencia ocupacional.

Planes de retribución flexible

Durante 2013, IFEMA ha continuado avanzando en la consolidación del proyecto de mejora continua en el sistema de retribución flexible, implantado como parte de la retribución anual de los empleados. En 2013, el 65% de los trabajadores disfrutó de alguna de las modalidades establecidas: cheque guardería, adquisición de equipos informáticos, seguro médico privado para el trabajador y sus familiares directos, ticket restaurante y cheque transporte.

Conciliación y buenas prácticas

IFEMA renovó en 2013 el sello que reconoce a esta Institución como Empresa Familiarmente Responsable (EFR). De esta forma, IFEMA da continuidad hasta 2016 a la certificación que ostenta desde 2005, avalando el respeto de la Institución hacia sus trabajadores y sus responsabilidades familiares y personales y fomentando de manera activa que sus empleados alcancen un equilibrio entre sus distintos ambientes vitales.

Programas de cooperación educativa

La Institución Ferial de Madrid tiene suscritos acuerdos con 27 entidades educativas nacionales e internacionales, en virtud de los cuales 140 alumnos completaron sus planes de estudios en IFEMA, realizando un total de 31.469 horas de prácticas remuneradas en todas las áreas profesionales y niveles educativos.

Collective Agreement

2013 saw the implementation of new organisational measures, which had been established in the Seventh IFEMA Collective Agreement, signed the previous year. This conformed to the legal provisions introduced by the labour reform, which made it possible to achieve the priority objective of the maintenance of employment despite the effort and adjustments the economic situation required.

In the new context for IFEMA's labour relations, it has been vital to apply measures like irregular distribution of working hours, the containment of variable costs, and the application of functional mobility and occupational versatility.

Flexible payment plans

In 2013, IFEMA continued to make progress on the project to improve the flexible payment plan, implemented as part of the annual salary of its employees. 65% of them enjoyed the types established: nursery cheques, acquisition of computer equipment, private medical insurance for the employee and his/her immediate family, luncheon vouchers and transport cheques.

Reconciliation and good practices

IFEMA renewed in 2013 its status as a Family Responsible Company (EFR). This means that the Institution ensures continuity until 2016 of the certification it has possessed since 2005, endorsing the Institution's respect for its employees and their family and personal responsibilities and actively encouraging them to achieve balance between their living environments.

Educational cooperation programmes

IFEMA has agreements with 27 national and international educational organisations by which 140 students completed their study plans at the Institution, undertaking a total of 31,469 hours of paid internship in all professional areas of activity and educational levels.

Apoyo a proyectos sociales

En 2013, IFEMA reforzó su apoyo a proyectos sociales, renovando su compromiso en este ámbito ya iniciado en años anteriores, mediante la realización de nuevos acuerdos con entidades de acción social y solidaria. En este año, dos nuevos proyectos solidarios se suman a los programas de Responsabilidad Social Corporativa ya realizados durante el pasado año. El primero de ellos es *Taponés para una nueva vida*, un proyecto de la fundación SEUR que tiene como objetivo ayudar a niños con graves problemas de salud que necesitan un tratamiento médico o una ortopedia, que no están contemplados en las prestaciones de la Seguridad Social. El otro nuevo acuerdo de carácter solidario fue el suscrito con el Centro de Transfusiones de la Comunidad de Madrid, que permite sumar a esta institución al programa de colaboración activa en la donación de sangre.

Además, mantiene los acuerdos ya suscritos en años anteriores, como el alcanzado con la Fundación Másfamilia, que distingue a IFEMA con el certificado EFR, Empresa Familiarmente Responsable; con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), para la divulgación de mensajes de prevención y detección precoz y campañas de cuestación; con la ONCE, en la cesión de las instalaciones para favorecer la labor de los vendedores; con la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR), mediante las aportaciones indirectas para la educación de los refugiados, y con el grupo Fundosa, en la utilización de relaciones comerciales reconocidas como medidas alternativas a la contratación de minusválidos. A ellos se suman los acuerdos comerciales con fines benéficos y asistenciales en proyectos educativos, con la asociación de Colegios de la Guardia Civil, y el acuerdo con la ONG Plan, centrada en la lucha contra la pobreza infantil.

Support for social projects

In 2013, IFEMA strengthened its support for social projects and renewed its commitment initiated in previous years through agreements with social and charitable bodies. Two new charitable projects joined the Corporate Social Responsibility programmes that had commenced the previous year. The first of these was *Bottle caps for a new life*, a SEUR Foundation project that aims to help children with serious health problems requiring medical treatment or orthopaedics that are not covered by the Social Security. The other new agreement was with the Madrid Region's Transfusions Centre, by which IFEMA has joined the active collaboration programme for blood donation.

In addition, IFEMA maintained its agreements of previous years, such as those with the Másfamilia Foundation, which distinguishes IFEMA as a Family Responsible Company; with the Spanish Association Against Cancer (AECC), to publicise prevention and early protection together with charity collection campaigns; with the ONCE, to provide facilities to assist its sales people with their work; with the United Nations Refugee Agency (UNHCR), through indirect contributions for the education of refugees, and with the Fundosa Group, in the implementation of recognised business relations as alternatives to the employment of the disabled. Other partners included the Association of Colleges of the Civil Guard, with which IFEMA has business agreements involving charitable and welfare aims in educational projects, and the NGO Plan that focuses on the fight against child poverty.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

IFEMA, COMPROMETIDA CON LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Las políticas de responsabilidad social corporativa cuentan cada vez con mayor eco entre el sector empresarial, donde las organizaciones contemplan como objetivos primordiales para su correcto funcionamiento todos aquellos aspectos que permitan compatibilizar su desarrollo económico con el compromiso social y el respeto al medio ambiente.

Esta actitud está también presente en IFEMA, una entidad cuya principal responsabilidad es promover la dinamización y promoción de los sectores empresariales que actúan en sus ferias, a través de numerosas iniciativas, pero que además mantiene entre sus compromisos su contribución al desarrollo sostenible a través de acciones orientadas a promover el respeto al medio ambiente y a aportar valor a su entorno.

Una carrera hacia las energías renovables

En este sentido, la aportación de IFEMA 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 de Feria de Madrid.

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 mil Kwh 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 Kwh al año, verá minimizado el consumo de alumbrado en pabellones con un ahorro del 40% como consecuencia de la sustitución que se ha acometido del alumbrado fluorescente convencional de los pabellones por otro eco de bajo consumo así como la instalación de balastos electrónicos.

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

IFEMA, COMMITTED TO ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

Corporate social responsibility policies carry increasing weight in the business sector, with organisations viewing as vital to their proper functioning every aspect that makes economic development compatible with social commitment and environmental respect.

This attitude may be seen in IFEMA, whose principal responsibility is to promote the energisation and promotion of the business sectors that act at its events through numerous initiatives. However, the Institution's commitments also include its contribution to sustainable development through action that promotes respect for the environment and contributes value to its surroundings.

The road to renewable energies

IFEMA's contribution to the minimisation of environmental impact has become an aim of the resources it devotes to the improvement, equipment and maintenance of its facilities at Feria de Madrid.

The Institution has opted in recent years for alternative energy sources and provided its facilities with systems to ensure energy savings and reduce pollutant emission. 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



Asimismo, durante el pasado año 2013, se han instalado en los motores de los ventiladores de los climatizadores de los pabellones 1 al 8 unos variadores de frecuencia produciéndose un ahorro energético superior al 32%.

Recientemente se ha realizado una auditoría energética para evaluar el uso racional de la energía. En principio, esta auditoría se ha circunscrito al edificio central, planteándose una serie de medidas de ahorro energético entre las que cabe destacar la sustitución del alumbrado tradicional existente en algunas zonas por alumbrado LED, así como la inclusión de las células de luminosidad y detectores de presencia para el encendido del alumbrado en determinadas zonas. Como fruto más importante de esta auditoría, ha sido el inicio de un proyecto de climatización para el edificio central mediante bombas de calor con un sistema de intercambio geotérmico con una potencia de 300 kW en calor y 230 kW capaz para atender la demanda mínima de consumo energético del edificio.

Puntos de recarga de vehículos eléctricos

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 Bus Feria para el transporte interno de visitantes por vehículos ecológicos propulsados por biodiesel.

Reciclado y recuperación

El reciclado es otra de las áreas de especial tratamiento por parte de IFEMA. En 2013 la actividad de la Institución generó un total de 14.500 toneladas de residuos, que fueron tratados para su recuperación selectiva en plantas de reciclaje de madera, vidrio y materiales tóxicos. Cuenta además con un gestor para tratamiento de residuos de equipos eléctricos y electrónicos que facilita el reciclaje de todo el material fuera de uso.

In addition, frequency inverters were installed in the ventilator engines of the air conditioning in halls 1-8, producing an energy saving of over 32%.

An energy audit was recently performed to assess the rational use of energy. In principle, this audit was confined to the central building, proposing a set of measures for saving energy including the replacement of traditional lighting in some areas by LED technology and the inclusion of luminosity cells and presence detectors for switching on lighting in certain areas. The audit's most important result was the commencement of the air-conditioning project for the central building through heat pumps with a geothermic exchange system with a heat capacity of 300 kW and 230 kW capable of meeting the minimum demand of the building's energy consumption.

Charging points for electric cars

Since 2010, IFEMA has provided two charging points powered by a system that 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 Bus Feria fleet for on-site transportation of visitors with biodiesel-powered, environmentally-friendly vehicles.

Recycling and recovery

Recycling is another area that receives special attention from IFEMA. In 2013, the Institution generated a total of 14,500 tonnes of waste, which was 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 that facilitates the recycling of all end-of-life materials.

Aprovechamiento y optimización de compra y montaje de moqueta

Con el objetivo de optimizar las compras de moqueta así como su instalación en las ferias, asegurando además el menor impacto en su desaprovechamiento, se ha desarrollado desde el área de Tecnologías de la Información un algoritmo gráfico, que representa un importante paso hacia la automatización y optimización del complejo proceso de "montaje" y cuyos puntos clave son:

- Compra anticipada de moqueta: poder establecer un sistema de estimación de rollos de moqueta, por tamaños y colores, y de cinta de unión, que permita optimizar la compra y aprovechar los descuentos por volúmenes.
- Establecimiento del número de rollos, por tamaño y colores, y del despiece, así como de la cinta necesaria que sea óptimo y que minimice el desperdicio.

Para conseguir dichos objetivos, se ha desarrollado un algoritmo gráfico en la aplicación CAD de las ferias, que a partir de los planos, calcule las necesidades de moqueta teniendo en cuenta las reglas de montaje y la minimización de desperdicios.

Espacio cardio-prottegido

En el ámbito de la prevención y atención sanitaria orientada a los más de 2,5 millones de visitantes que reciben las instalaciones de IFEMA a lo largo del año con motivo de la celebración de las ferias y eventos programados en su calendario, IFEMA ha impulsado la iniciativa de constituir en Feria de Madrid un espacio cardioprottegido 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.

Use and optimisation of carpeting purchase and fitting

With the aim of optimising purchases of carpeting and its fitting at trade fairs and ensuring that it is not wasted, the Information Technologies Department has created a graphic algorithm that represents an important step towards the automatisisation and optimisation of the complex "fitting" process. Its key points are as follows:

- Advance purchasing of carpeting: to establish a system for estimating carpet rolls, by size and colour, and seaming tape, enabling optimising of purchase and benefiting from volume discounts.
- Establishing of number of rolls, by size and colour, and cut-offs, together with the optimum tape necessary to minimise wastage.

To realise these aims, a graphic algorithm has been created in the CAD application for the fairs. Using plans, it calculates the needs for carpeting while taking fitting rules and minimisation of wastage into account.

Cardio-protected space

As part of the prevention and healthcare provided for over 2.5 million visitors drawn to its facilities by the fairs and events scheduled in its calendar during the year, IFEMA has created a cardio-protected space at Feria de Madrid. This ensures immediate attention in cases of cardiac arrests by providing defibrillators, located strategically at the busiest points and with 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 acometidos 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.

Con las últimas intervenciones realizadas en las cubiertas de los pabellones 1 y 2 y actualmente en el pabellón 6 con lámina impermeabilizante de EPDM, se consigue una reducción de la huella de carbono con respecto a otros tipos tradicionales de láminas impermeabilizantes, ya que éste es un material inerte, con un reducido impacto medioambiental, tanto en fabricación como en instalación. A su vez se ha incrementado la capa de aislante térmico, consiguiendo que las pérdidas térmicas por cubierta sean menores.

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 2013 con el uso de agua regenerada, lo que supone un ahorro de agua potable de 100.000 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.

En consonancia con la sensibilización del consumo de agua potable y después del estudio mediante un Plan de Gestión Sostenible del Agua, se ha iniciado la instalación de difusores de bajo consumo en los más de 1.000 grifos distribuidos por todo IFEMA, de modo que esta acción supone un ahorro en el consumo de agua sanitaria de más del 60%.

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 metres 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.

The recent work carried out on the roofs of halls 1 and 2 and that is currently taking place on hall 6 with EPDM waterproof sheeting, is reducing the carbon footprint compared to traditional types of waterproof sheeting. It is an inert material, with a lesser environmental impact, both in its manufacture and its installation. The thermal insulation coating has also been increased, reducing heat losses through the roof.

Meanwhile, the 100 hectares of green areas and gardens that extend across Feria de Madrid and require significant watering were targeted for action in 2013 with the use of reclaimed water, representing a saving in drinking water of 100,000 cubic metres 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 gauges to analyse the control of pollutant emissions within the exhibition complex.

In keeping with awareness on drinking water consumption and following a study through a Sustainable Water Management Plan, low-consumption diffusers have been installed for the over 1,000 taps around the IFEMA site. This represents a saving in sanitary water consumption of over 60%.



FUNDACIÓN ARCO

COMPROMETIDA CON LA CREACIÓN DE PATRIMONIO

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.

ARCO FOUNDATION

COMMITTED TO THE CREATION OF HERITAGE

In 1987, IFEMA created the ARCO Foundation, a non-profit entity to promote the contemporary visual arts, help disseminate contemporary art and encourage the creation of artistic heritage. Here, once again, a trade fair with great international and media projection 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. It shouldered responsibility for encouraging national and international contemporary creation to enhance and disseminate its collection through theoretical and exhibition programmes. This vocation also bore a double objective which has been maintained throughout 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.

Así, surge la Colección Fundación ARCO, considerada hoy una de las más importantes de clásicos contemporáneos de España, 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 como Christian Boltanski, Donald Judd, Anish Kapoor, Mike Kelley, Guillermo Kuitca, Richard Long, Mario Merz, Sigmar Polke, Arnulf Rainer, Richard Serra, Thomas Hirschhorn y Thomas Ruff, entre otros. Actualmente, la Colección Fundación ARCO cuenta con más de 300 obras de 215 artistas que se han adquirido en más de 130 galerías participantes en las diferentes ediciones de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo.

This has given rise to the ARCO Foundation Collection, which today is considered one of the most important contemporary classics in Spain. It has a style that is clearly pluralist, international and representative of some of the major artistic movements of the latter half of the 20th century and of the 21st. It contains the works by artists key to the recent history of contemporary art such as Christian Boltanski, Donald Judd, Anish Kapoor, Mike Kelley, Guillermo Kuitca, Richard Long, Mario Merz, Sigmar Polke, Arnulf Rainer, Richard Serra, Thomas Hirschhorn and Thomas Ruff. The ARCO Foundation Collection currently possesses over 300 works by 215 artists, acquired by more than 130 galleries to have participated in the various editions of the International Contemporary Art Fair.



EGO

UNA POTENTE HERRAMIENTA AL SERVICIO DE LAS EMPRESAS

IFEMA en el marco de su compromiso social y en cumplimiento de uno de sus objetivos prioritarios, de apoyo a la dinamización de los sectores económicos, desarrolla diversas acciones en sus ferias y eventos, que aportan valor añadido a la sociedad y van más allá del mero encuentro comercial. Esta labor resulta especialmente significativa en el ámbito de la moda y las nuevas tendencias, donde IFEMA lleva a cabo distintas iniciativas en este campo para varios certámenes. Este es el caso de la plataforma de jóvenes creadores EGO, creada por IFEMA en febrero de 2006, con el objetivo de apoyar el diseño español emergente y cuya celebración actualmente se enmarca en la pasarela MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. Un apoyo que ha hecho posible que con 17 ediciones ya celebradas, más de un centenar de jóvenes creadores hayan presentado su colección en ella, logrando en la mayoría de los casos el suficiente impulso para continuar desarrollando su trayectoria profesional en distintos ámbitos dentro del mundo de la moda y su promoción dentro y fuera de nuestras fronteras.

EGO

A POWERFUL TOOL AT THE SERVICE OF COMPANIES

IFEMA is a socially-engaged organisation and one of its priority aims is to support the revitalising of economic sectors. As such, it performs a series of actions in its fairs and events that enhance society and transcend those intended for mere commercial gatherings. This is especially significant in the world of fashion and the latest trends, where IFEMA has created initiatives for several events. One example is the young creators' platform, EGO. This was launched in February 2006 and is currently held during MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID with the aim of supporting emerging Spanish design. IFEMA's support has meant that over a hundred young creators have presented their collections in its 17 editions so far. Most of these designers have gained enough impetus from this to further their professional work in a variety of fashion fields and promote themselves within and beyond Spain.

Concretamente, siete de estos diseñadores -María Escoté, Martín Lamothe, Sara Coleman, Maya Hansen, Juan Vidal, Etxeberria y Moisés Nieto- ya forman parte del programa general de desfiles de la pasarela madrileña. Además, el Showroom de EGO concebido para la exhibición y venta al público de colecciones textiles, reúne dos veces al año durante la celebración de la pasarela las colecciones de una veintena de jóvenes diseñadores, seleccionados por ofrecer propuestas sólidas y singulares.

Del mismo modo, en el marco de la feria multisectorial de moda, MOMAD METRÓPOLIS cuenta con su espacio EGO, donde participan en condiciones ventajosas una treintena de empresas de jóvenes diseñadores y empresas de reciente creación sin experiencia en el mercado.

Por su parte, MADRIDJOYA viene incluyendo en cada una de sus ediciones un espacio diferenciado dedicado a la presentación de nuevas marcas, diseñadores y pequeños talleres, en el área de stands Minis, que, a modo de vivero, tiene el objetivo de impulsar la promoción y la actividad de jóvenes empresas y emprendedores, en el ámbito joyero. Esta área de stands Minis también se encuentra en el salón BISUTEX, con su alternativa de participación en ventajosas condiciones a marcas emergentes y jóvenes diseñadores de colecciones de bisutería y complementos de moda.

Seven of them -María Escoté, Martín Lamothe, Sara Coleman, Maya Hansen, Juan Vidal, Etxeberria and Moisés Nieto- now form part of the general programme of catwalk shows in Madrid. Twice a year during the fashion show, the EGO Showroom, devised for the exhibition and sale to the public of textile collections, brings together the collections of twenty young designers chosen for their solid and singular work.

Similarly, the multi-sector international fashion trade show, MOMAD METRÓPOLIS, also boasts an EGO space, participated in by thirty companies formed by young designers and new companies lacking in market experience.

Moreover, each edition of MADRIDJOYA, the International Urban and Trendy Jewellery and Watch Exhibition Fair, contains a differentiated space devoted to presenting new brands, designers and small workshops located in the Mini stands area. This, by way of a nursery, aims to promote and assist young jewellery companies and entrepreneurs. The Mini stand area may also be found at the BISUTEX, the International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair, where it provides emerging brands and young designers of jewellery and fashion accessories with the opportunity to participate in advantageous conditions.



REDES SOCIALES

APOYO A LOS JÓVENES CREADORES Y EMPRESAS DE RECIENTE CREACIÓN

Las campañas de comunicación y estrategia en Redes Sociales que lleva a cabo IFEMA en sus ferias son una herramienta de alto alcance diseñadas para reforzar el reconocimiento y reputación de IFEMA y de sus ferias, así como para servir de apoyo a la promoción y difusión de las empresas y entidades participantes.

Dichas campañas se desarrollan de acuerdo a una estrategia basada en los objetivos clave de cada proyecto, así como en una planificación acorde a los tiempos que establece la propia dinámica organizativa de las ferias, priorizando los contenidos de calidad y la interacción con audiencias de especial prescripción y potencial para los intereses de las ferias, y especialmente de las empresas y sectores representados en ellas.

La estrategia de IFEMA en medios sociales goza de una característica singular que la diferencia de otras marcas presentes en las Redes Sociales, como es la de extender su radio de acción a sus clientes, ofreciendo una plataforma para la difusión de su marca y de sus productos, más allá de los días específicos en los que participan en las ferias. Un servicio permanente 24 horas, 365 días al año, con capacidad de contribuir a reforzar el propio alcance de las empresas expositoras en Internet y a servir de altavoz a sus intereses.

Esta línea de comunicación se enmarca dentro de la responsabilidad corporativa hacia las empresas expositoras, que depositan su confianza en IFEMA para la dinamización de su actividad y el éxito de su participación. Por ello, actualmente es una vía idónea para el objetivo de IFEMA de ayudar a fortalecer su participación.

SOCIAL MEDIA

SUPPORT FOR YOUNG CREATORS AND RECENTLY-CREATED COMPANIES

IFEMA's communication and strategy campaigns for its fairs are a far-reaching tool designed to reinforce recognition of the Institution and its reputation. In addition, they serve as support for the promotion and dissemination of the participating companies and entities.

These campaigns accord with a strategy based on the key objectives of each project together with modern planning laid down by the organisational dynamic of the fairs themselves. This gives priority to quality content and interaction with audiences of a particular significance and potential for the interests of the fairs, and especially of the companies and sectors represented in them.

IFEMA's social media strategy enjoys a singular characteristic that differentiates it from other brands on social media. This is the ability to extend its radius of action to its customers, providing a platform for dissemination of the brand and its products beyond the specific days they take part in the events. It is a permanent 24 hours a day, 365 days a year service which can help to reinforce the very scope of the exhibiting companies on the internet and act as the spokesperson for their interests.

This line of communication forms part of corporate responsibility towards exhibiting companies, which place their trust in IFEMA for the energisation of their business and the success of their participation. This is why it is now an ideal channel for IFEMA's objective to help to strengthen their participation.

En la misma línea es objeto de responsabilidad social, ampliar los canales de información de una institución de servicio público, dando voz a todo aquel que canalice su comunicación vía Redes Sociales, y abriendo una vía para la atención de demandas, la generación de proyectos y alianzas participativas,

La orientación que se ha planteado desde IFEMA al uso de las Redes Sociales, más allá de canal de información, está sirviendo a cada certamen para cumplir sus objetivos directos (captación de visitantes, apoyo a la contratación, mejora de imagen, comunicación de novedades de feria y de sus expositores, valor añadido al expositor e identificación de prescriptores), al tiempo que también para evolucionar y complementar de forma genérica el modelo ferial con las nuevas tecnologías aportando:

- Conceptos creativos y contenidos de calidad que aumentan el alcance viral.
- Mix on/off: acciones participativas en Redes Sociales que finalizan físicamente en la feria.
- La importancia de la desvirtualización (organización de encuentros de bloggers, prescriptores, speed datings, etc).

Este trabajo se ha concretado en acciones de amplio alcance y que ha trascendido al ámbito organizativo de cada feria, al pasar de su lanzamiento virtual a su materialización en actividades que han repercutido en el sector. Entre ellas destacan:

- SIMO NETWORK: *15 minutos de gloria, Startups speeddating*
- FITUR: *Certamen Internacional de bloggers, La vuelta al mundo con FITUR, Social media sharing*
- AULA y FORO DE POSTGRADO: *Fórmate en España* (para estudiantes de Sudamérica)
- 100 X 100 Mascota: *tu100X100mascota*
- GIFTRENDS: *Duelo de tendencias*
- NATURIVA: *Djcontest, speeddating*
- EXPOFRANQUICIA: *Nomaslocalesvacios*

IFEMA prosigue incorporando todos sus proyectos a esta estrategia con la creación progresiva de perfiles de sus ferias e iniciativas, con un trabajo continuo e innovador.

In the same vein, it is an aim of social responsibility to expand the information channels of a public-service institution, giving a voice to everything that enhances its communication through social media and opening a channel for dealing with requests, generation of projects and participatory alliances.

The direction IFEMA has proposed for the use of social media, beyond it being a channel of information, is helping each event to fulfil its direct objectives (attracting visitors, support for hire, improving image, communicating new features of the fair and its exhibitors, adding value to the exhibitor and identifying specifiers). It is also generically evolving and complementing the trade fair model with the new technologies by contributing:

- Creative concepts and quality content that increase viral scope.
- Mix on/off: participatory actions in social media that end physically at the trade fair.
- The importance of devirtualisation (organisation of meetings of bloggers, specifiers, speed dating, etc).

This work takes the form of action of broad scope and it has transcended the organisational nature of each fair, expanding from its virtual launch to its materialisation in activities that have impacted on the sector. These include:

- SIMO NETWORK: *15 minutes of glory, Start-ups speed dating*
- FITUR: *International bloggers competition, Around the world with the International Tourism Trade Fair, Social media sharing*
- AULA and FORODE POSTGRADO *Train is Spain* (for South American students)
- 100 X 100 MASCOTA: *your 100X100pet*
- GIFTRENDS: *Duel of trends*
- NATURIVA: *DJ contest, speed dating*
- EXPOFRANQUICIA: *Nomaslocalesvacios*

Through continuous and innovative work, IFEMA continues to incorporate all its projects into this strategy as it progressively creates its trade fairs and initiatives.



Primeros pasos

En el año 2009, y sin contar con ningún precedente o experiencia similar, IFEMA se abrió al entorno digital con la creación del perfil de IFEMA en las principales Redes Sociales, y consecutivamente se fueron iniciando en este proyecto distintas ferias, tanto profesionales como abiertas al público. Fue una apuesta decidida de la Institución por reforzar los canales de comunicación y aportar valor e innovación a las ferias y a sus clientes.

En una primera fase, el trabajo fue impulsado y desarrollado por el propio equipo de prensa, si bien a medida que se creaban nuevos perfiles de ferias, se comenzó a contar con la colaboración y *expertise* de agencias especializadas de marketing y comunicación digital, para avanzar en el proyecto y definir objetivos y estrategias para el mejor posicionamiento en Internet y especialmente para obtener el mayor rendimiento profesional para las ferias y para las propias empresas expositoras, convirtiéndose en un soporte cada vez más sólido, más eficaz y que genera retorno a las ferias.

Su principal valor es su capacidad para fortalecer relaciones con las empresas expositoras y para prestarles apoyo con su promoción y su visualización en los distintos canales específicos de IFEMA y sus ferias en Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Flickr, Pinterest e Instagram.

Servicio de atención, información y promoción

Si bien no hay análisis cuantitativos, existe la clara convicción del beneficio que genera a los distintos proyectos y a IFEMA como Institución.

Además, existe un retorno intangible sobre la actividad de IFEMA. Las empresas participantes y los visitantes profesionales o público general, perciben a través de su comunicación por Redes Sociales una atención directa y un servicio de información y difusión.

Igualmente esta comunicación y la presencia creciente de IFEMA a través de sus ferias en Internet, mejora la percepción de la imagen de IFEMA, favoreciendo la decisión de asistir, participar y compartir contenidos, y mejora la relación de la Institución con sus clientes y audiencias.

First steps

Without any prior or similar experience, IFEMA entered the digital world in 2009 by creating the Institution's profile on the main social media. Consecutively, different fairs, both professional ones and those open to the public, joined the project. This demonstrated the Institution's decisive commitment to strengthening the channels of communication and adding value and innovation to the events and their customers.

In the initial phase, the work was promoted and developed by the Institution's press team itself. However, as the new trade fair profiles were being created, it began to employ the collaboration and expertise of specialised marketing and digital communication. This helped the project to progress and it set objectives and strategy to improve internet positioning and especially to gain greater professional performance for fairs and the exhibiting companies themselves, while becoming a more solid and effective format yielding returns for the fairs.

Its principal value lies in the capacity to strengthen relations with exhibiting companies and lend them support through their promotion and visualisation on IFEMA's different specific channels and its trade fairs on Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Flickr, Pinterest and Instagram.

Attention, information and promotion service

Although there are no quantitative analyses, there is a clear belief in the benefits that this brings to the different projects and to IFEMA as an Institution.

There is also an intangible return for IFEMA's business. Participating companies and trade visitors as well as the general public receive direct attention and an information and dissemination service through their Social Media communication.

Similarly, this communication and IFEMA's growing presence through its trade fairs on the internet improves perception of the Institution's image. It also supports the decision to attend, participate and share content and improves the Institution's relationship with its customers and audiences.

Seis años de presencia en RRSS

Entre los años 2009 y 2014, IFEMA activa 46 páginas de ferias y una institucional en Facebook, que en total suman más de 250.000 amigos. Entre éstas, destacan como casos de éxito FITUR, con más de 71.700 seguidores; ARCOMadrid, con más de 30.000, y 100 X 100 MASCOTA, con más de 20.400.

En Twitter, entre los años 2009 y 2013, IFEMA abre 37 perfiles de ferias y una institucional, con más de 128.000 seguidores. Entre éstas, destacan como casos de éxito MBFWM -45.300 seguidores-; FITUR -35.400; ARCOMadrid -21.400, e IFEMA -16.700.

Además, IFEMA y sus ferias cuentan con canales en Youtube, LinkedIn, Instagram, Flickr y Pinterest.

Premio a la estrategia global en RRSS

Fruto de este trabajo, en 2011, IFEMA resultó ganadora del concurso internacional *Best Practice of Social Media within the exhibition industry* 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 plataformas para sus distintas ferias. IFEMA inició su presencia en Redes Sociales en 2009, observando estos nuevos canales como plataformas no sólo informativas, sino también de promoción de sus ferias, y lo que es más importante, como instrumentos eficaces de promoción y fidelización de las empresas participantes en sus ferias.

Six years' presence in Social Media

From 2009-2014, IFEMA has created 46 trade fair web pages and one for the Institution itself on Facebook. In total, these number over 250,000 friends. They include successful examples such as FITUR, which has 71,700 followers; ARCOMadrid, with over 30,000, and 100 X 100 MASCOTA, with over 20,400.

On Twitter, from 2009-2013, IFEMA opened 37 trade fair profiles and one for the Institution, which has over 128,000 followers. They include successful examples such as the MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID -45.300 followers-; FITUR - 35,400; ARCOMadrid - 21,400, and IFEMA - 16,700.

In addition, IFEMA and its trade fairs possess channels on Youtube, LinkedIn, Instagram, Flickr and Pinterest.

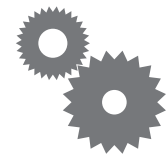
Global strategy prize in Social Media

This work led to IFEMA winning in 2011 the international competition, "Best Practice of Social Media within the exhibition industry", organised by the UFI (the International Trade Fairs Union). The prize highlighted the best communication strategy undertaken in social media by the world's trade fair organisations. It recognised IFEMA's global social media strategy, which embraces both an institutional focus and development of platforms for its different trade fairs. IFEMA's presence in social media commenced in 2009. The Institution has regarded these new channels not only as platforms for information, but also for promotion of its fairs. What is most important is it has seen them as effective instruments for promoting and building the loyalty of the companies participating in its events.





6



INNOVACIÓN
INNOVATION



6 | INNOVACIÓN | INNOVATION

A lo largo de los últimos años, la Dirección de TI de IFEMA ha adquirido la capacidad de liderar las necesidades tecnológicas del negocio siendo capaces de afrontar los nuevos retos de un mercado dinámico. En este sentido, en 2013 hemos introducido metodologías de trabajo, siguiendo las últimas tendencias como, por ejemplo, la aplicación de la metodología Ágil SCRUM en el ciclo de desarrollo, la orientación de procesos a estándares de mejores prácticas como ITIL y la optimización de procesos basada en Lean IT. Estas tendencias de gestión, junto con la adopción de las últimas tecnologías en infraestructuras, seguridad, movilidad, virtualización y comunicaciones nos sitúan a la vanguardia tecnológica de nuestro sector.

Durante el ejercicio 2013, IFEMA ha invertido esfuerzos y recursos en desarrollar proyectos innovadores para sus clientes, con el fin de optimizar tanto la participación como la asistencia a las ferias que se celebran en Feria de Madrid, así como para mejorar cualitativamente los servicios y funcionalidades que se ofrecen a través de la página web institucional y las de sus ferias.

Entre otras, se han desarrollado las siguientes aplicaciones que han supuesto un reto de innovación:

Over recent years, IFEMA's IT Department has gained the capacity to look after the business's technological needs by addressing the new challenges of a dynamic market. Accordingly, in 2013, we introduced work methodologies by following the latest trends. These included the application of Agile SCRUM methodology in the development cycle, the guiding of processes towards best-practice standards like ITIL and the optimisation of Lean IT-based processes. These management trends, together with the adoption of the latest technologies in infrastructures, security, mobility, virtualisation and communications, place us at the technological forefront of our sector.

In 2013, IFEMA invested effort and resources in developing innovative projects for its customers to optimise both participation and attendance at the trade fairs at Feria de Madrid and to improve qualitatively the services and functionalities provided by its website and those of its trade fairs.

The following apps, which represented an innovational challenge, are among those we developed:

INNOVACIONES ORIENTADAS A LOS CLIENTES

Aplicación móvil institucional de IFEMA

Con el objetivo de aportar valor y visibilidad a las empresas participantes y facilitar la asistencia a las ferias de los profesionales, se ha desarrollado una aplicación para dispositivos móviles que ofrece información institucional de utilidad. Entre otras, da acceso a noticias e información de novedades de las firmas expositoras, listados de las próximas celebraciones de ferias, congresos y actividades además de ofrecer la posibilidad de visualizar el calendario ferial tanto por sectores como por meses de celebración. La aplicación puede visualizarse en cualquier dispositivo smartphone y tablet del mercado.

Aplicaciones móviles de feria

Asimismo se ha dado continuidad al proceso de ampliación de la funcionalidad y contenidos de las aplicaciones móviles desarrolladas para dar servicio a los visitantes y expositores de las ferias organizadas por IFEMA. Este año se ha prestado especial atención a la optimización del proceso de generación y activación de las aplicaciones.

Nueva aplicación de registro para las ferias

La aplicación web de registro de visitantes en las ferias constituye uno de los servicios más utilizados, dado el gran volumen de asistentes que atraen las ferias a los recintos de IFEMA. Se han realizado cambios importantes en su usabilidad y presentación, además de su adaptación a dispositivos móviles, y se ha añadido a las posibilidades que hasta ahora ofrecía (obtención online de la entrada impresa, incorporación de la posibilidad de pagar con tarjeta desde la web, utilización de invitaciones...), un área de comunicación social para impulsar su mayor difusión, (enviar a un amigo, compartir información y acceso a Twitter y Facebook). La nueva aplicación permite además unificar el registro de visitantes con el Punto de Encuentro y ampliar las opciones de gestión de invitaciones, entre otras opciones.

INNOVATIONS FOR CUSTOMERS

IFEMA mobile app

With aim of providing value and visibility to participating companies and making it easier for trade visitors to attend fairs, an app was developed in 2013 for mobile devices that offers useful information about IFEMA. This includes providing access to news and information about exhibiting companies, lists of forthcoming trade fairs, congresses and activities as well as the chance to view the trade fair calendar both in terms of sectors and the months they are held. The app can be used on any smartphone and tablet on the market.

Trade fair mobile apps

There was also continuation of the process of expanding the functionality and content of the mobile apps developed to serve visitors and exhibitors at IFEMA-organised trade fairs. Special attention was paid during the year to the optimisation of the app generation and activation process.

New app for trade fair registration

The web app for trade fair visitors' registration is one of most widely used services due to the great volume of people drawn to the trade fairs at the IFEMA exhibition complex. Major changes were made to its usability and presentation as well as to its adaptation to mobile devices. Added to the possibilities it had previously offered (online obtaining of printed tickets, incorporation of the possibility of paying by card on the web, use of invitations etc.) is a social communication area to help its dissemination, (sending it to a friend, sharing information and access to Twitter and Facebook). In addition, the new app enables visitors' registration to be unified with the Meeting Point and the options for administering invitations among other options to be expanded.



Auto-registro en los puntos de información de IFEMA

En la misma línea, se ha llevado a cabo también la actualización de la aplicación que permite el auto-registro en los puntos de información de IFEMA, una vez el visitante se encuentra en el recinto. Esta nueva versión permite la posibilidad de recuperar la acreditación realizada en su momento, bien para volver a imprimirla o para pagar si no se hizo en el momento inicial.

Bonos y descuentos

La actualización de las aplicaciones ha abordado también el tratamiento del uso de bonos y descuentos en la web de las ferias disponibles para facilitar la asistencia de nuestros clientes, teniendo acceso ahora desde las aplicaciones correspondientes para expositores y visitantes.

Diseño “Responsive” para newsletters

Paralelamente, desde Tecnologías de la Información se ha mejorado la comunicación a expositores y visitantes de sus ferias, mediante el desarrollo de dos modelos genéricos de plantillas para el envío de newsletters, adaptadas a cualquier dispositivo, personalizables y dotadas de mayor efectividad en la comunicación.

Innovación en el diseño de las interfaces

A lo largo del año también se ha actualizado la aplicación web de contratación de servicios. El objetivo principal del proyecto ha sido proporcionar mayor valor comercial a la aplicación, optimizando para ello la usabilidad, incluyendo nuevas funcionalidades (información sobre servicios complementarios, alternativos o sugerencias a lo contratado, etc.) y favoreciendo su uso con su adaptación a dispositivos móviles.

Self-registration at IFEMA information points

In the same vein, updating of the app was carried out, enabling self-registration at IFEMA information points when the visitor enters the site. This new version provides the chance to recover the accreditation made at the time, either to print it out again or to pay if this was not done initially.

Vouchers and discounts

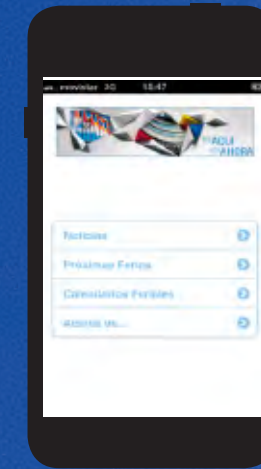
App updating also addressed the use of vouchers and discounts available on the website of the trade fairs to facilitate the attendance of our customers, who now have access from the corresponding apps for exhibitors and visitors.

Responsive design for newsletters

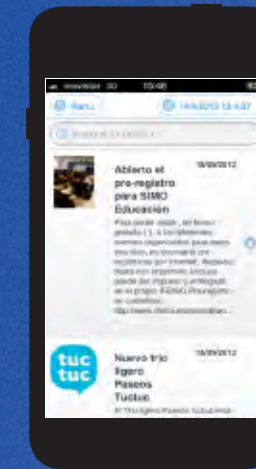
In parallel, the IT Department improved communication with exhibitors and visitors to IFEMA's trade fairs through the development of two generic models of templates for sending newsletters. These can be adapted to any device, personalised and provide greater effectiveness in communication.

Innovation in interface design

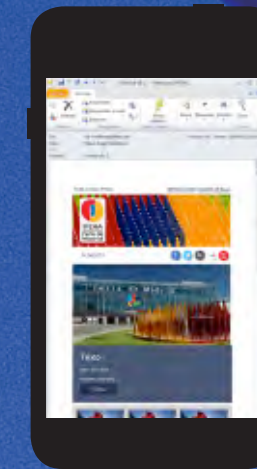
The contracting services web app was also updated during the year. The project's main aim was to provide the app with greater commercial value by optimising usability through the inclusion of new functionalities (information on complementary services, alternatives or suggestions about what has been contracted) and by adapting it to mobile devices.



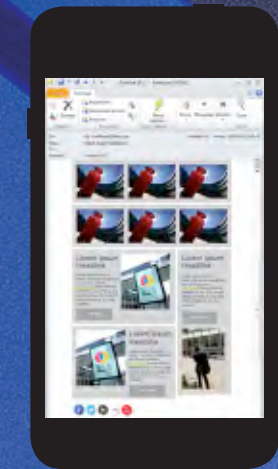
PANTALLA INICIAL
HOME SCREEN



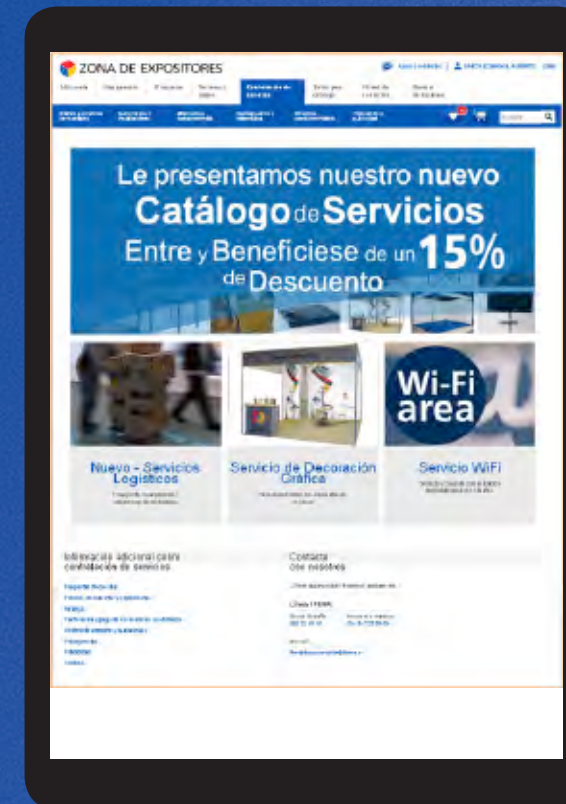
NOTICIAS
NEWS



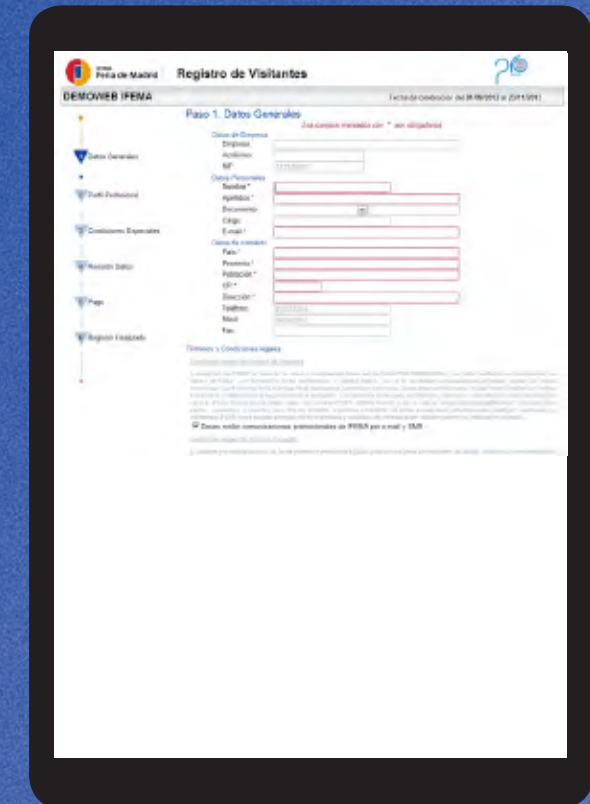
NEWSLETTERS
NEWSLETTERS



NEWSLETTERS
NEWSLETTERS



PANTALLA ACCESO SERVICIOS
SERVICE ACCES SCREEN



APLICACIÓN DE REGISTRO
REGISTRATION APPLICATION

PROYECTOS INNOVADORES DE MEJORA DE PROCESOS Y GESTIÓN

Otros proyectos que se han abordado durante el año 2013, y que suponen una mejora en la gestión interna y de los procesos que facilitan las relaciones y servicios con nuestros clientes son:

Gestión de la ubicación de los asistentes en la pasarela MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID

Dado el importante papel que juega la gestión adecuada de la ubicación de cada una de las personalidades que asisten cada seis meses a la pasarela MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, se ha realizado un desarrollo específico. Son muchos los criterios que hay que manejar para encontrar la ubicación adecuada, criterios de estricto protocolo, profesionales y relaciones sociales e interpersonales, etc. que deben contemplarse en conjunto para dar al evento una dimensión más allá de la moda y las tendencias, con el objetivo de crear un ambiente adecuado en el que los invitados puedan disfrutar del entorno relacional y del propio evento.

INNOVATIVE PROJECTS FOR IMPROVING PROCESSES AND MANAGEMENT

Other projects undertaken in 2013 that improved internal management and the processes facilitating relations with our customers were:

Managing the placing of those attending the MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID SHOW

It is important to manage the placing of each of the personalities who attend the MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID show every six months. Consequently, work was carried out in improving this. Many criteria, including strict protocol and professional, social and inter-personal relations, must be taken into account in order to give the event a dimension that goes beyond fashion and trends. The aim is to create the right atmosphere where guests can enjoy the company as well as the environment and that of the event itself.



PROYECTOS INNOVADORES EN SISTEMAS

Modernización de infraestructuras

El proyecto de virtualización y consolidación de los sistemas de la Institución se ha llevado a término, lo que ha permitido mejorar en las tareas de administración y gestión de los sistemas, flexibilizando los nuevos despliegues de acuerdo a las demandas del negocio.

Se ha puesto en marcha un proyecto de virtualización del puesto de trabajo (VDI), funcionando ya en producción en algún departamento.

Seguridad

La seguridad de la información es una tarea del máximo interés, a la que IFEMA dedica un esfuerzo y proceso de mejora continuo. Se ha abordado la implantación de un nuevo proceso de copias de seguridad de sistemas virtuales más moderno que permite aumentar las cotas de disponibilidad, eficiencia y flexibilidad de la infraestructura informática de IFEMA.

Se han reforzado los elementos de conexión con el exterior (internet y otras empresas) incorporando nuevos módulos integrados en los dispositivos perimetrales, que aplican medidas antimalware, control de aplicaciones y control de navegación web, mejorando de forma significativa la seguridad en los puestos de trabajo, así como en toda la red.

Se ha puesto en marcha un proyecto piloto de acceso inalámbrico WIFI a la red corporativa de IFEMA de forma segura. Este ha sido implantado en alguno de los departamentos de IFEMA, permitiendo la eliminación del papel y la gestión de la documentación online de manera más ágil, eficaz y eficiente.

Sourcing

Se han externalizado las actividades de mantenimiento de nuestros sistemas, lo que junto a la puesta en marcha de las comunicaciones seguras necesarias con nuestras empresas colaboradoras, permite llevar a cabo este tipo de tareas de forma más productiva. Asimismo se han centralizado y externalizado los sistemas internos de fax y de impresión.

INNOVATIVE SYSTEMS PROJECTS

Infrastructure modernisation

The project on virtualisation and consolidation of the Institution's systems was completed in 2013. This improved the tasks of administration and systems management, with the new deployments made flexible in accordance with the requirements of the business.

A project for virtualisation desktop infrastructure (VDI) was implemented and is now operating in some departments.

Security

The security of information is of utmost interest and IFEMA strives to ensure that it is constantly improving. A new, more modern process of security copies for virtual systems was implemented. This enables the levels of availability, efficiency and flexibility of IFEMA's computer infrastructure to be increased.

External connecting elements (internet and other companies) were reinforced by incorporating new modules integrated into perimetral devices, which apply anti-malware measures, app control and website browsing control, significantly improving desktop security and that of the whole network.

A pilot project for secure WiFi access to the IFEMA corporate network was implemented. This took place in some IFEMA departments, enabling the elimination of paper and the more flexible, effective and efficient management of online documentation.

Sourcing

The maintenance activities of our systems were outsourced which, together with the implementation of the necessary secure communications with our collaborating companies, enables this type of tasks to be performed more efficiently. In addition, the internal fax and printing services were centralised and outsourced.

PROYECTOS INNOVADORES EN INSTALACIONES

Migración de la versión del sistema de control de accesos de visitantes

En el pasado ejercicio del año 2013, se realizó la migración de versión del sistema de control de accesos de visitantes de las ferias de IFEMA. Este sistema, implantado en el año 2004, y tras sucesivas ampliaciones en años posteriores, cuenta en la actualidad con los siguientes elementos: 110 tornos (incluyendo tornos bidireccionales, con dos lectores); 175 lectores y 16 lectores portátiles, (incluyendo cuatro antenas conexión Wifi).

El sistema de control de accesos, Handshake 6.0, está integrado con todas las aplicaciones de ticketing de IFEMA como registro de visitantes profesionales, pases de prensa y pases de expositor; pre-registro de visitantes profesionales, obtención de pases de expositor y venta de entradas de público, todas ellas con interfaces automáticos con Handshake, incluyendo pasarela de pago online.

INNOVATIVE PROJECTS FOR FACILITIES

Migration of the version of the visitor access control system

In 2013, the migration of the version of the control system for the access of visitors to IFEMA fairs took place. The system, implemented in 2004 and expanded successively over subsequent years, now contains, 110 turnstiles, 175 readers and 16 mobile readers (including four WIFI aerials).

The access control system, Handshake 6.0, was integrated into all the IFEMA ticketing apps: app for the registration of trade visitors, press passes and exhibitor passes and Web apps for pre-registration of trade visitors, obtaining exhibitor passes and ticket sales to the public, with automatic interfaces with Handshake, including an online payment gateway.



PROYECTOS INNOVADORES EN TELECOMUNICACIONES

Durante el ejercicio 2013, se realiza la ampliación de la infraestructura WIFI, en los distintos pabellones y áreas de convenciones y congresos del recinto ferial, así como el equipamiento para la monitorización y optimización de la instalación.

El proyecto tiene por objetivo la instalación e integración con el sistema WIFI existente, y comprende todos los pabellones de IFEMA y los edificios Puerta Norte y Puerta Sur, con su correspondiente infraestructura de comunicaciones.

Esta ampliación de la instalación existente, con la nueva red inalámbrica, proporciona el servicio de comunicaciones de datos a los clientes de IFEMA, principalmente el acceso a Internet inalámbrico, así como otros futuros servicios de datos que se puedan implementar.

La implantación de esta red engloba el diseño, configuración e instalación de los nuevos elementos de red; integración con el sistema actual, y puesta en servicio de todos los elementos.

También es objeto de este proyecto, la puesta en marcha de todas las herramientas de gestión de red necesarias para la supervisión de la misma y la automatización de la activación y monitorización de los elementos instalados.

INNOVATIVE TELECOMMUNICATIONS PROJECTS

In 2013, the WiFi infrastructure was expanded in the various halls and conventions and congress areas at the exhibition complex. It was also equipped for the monitoring and optimising of the installation.

The project's aim was to install and integrate the corresponding communications infrastructure, with the existing WiFi system in all halls and the North Entrance and South Entrance buildings.

This expansion of the existing installation with the new wireless network provides IFEMA's customers with the data communication service, principally access to wireless internet and other data services that may be implemented in the future.

The implementation of this network comprises the design, configuration and installation of the new network elements; the Integration with the present system and the entry into service of all elements.

Another aim of this project is the implementation of all the network management tools necessary for it to be supervised and the automation of the activation and monitoring of the elements installed.

Para gestionar el uso de la red, el proyecto incluye un sistema de gestión de usuarios con las siguientes características:

- Interfaz de administración por web
- Portal web cautivo
- Validación del dispositivo por MAC
- Sin límite de cuentas de usuario
- Acceso como administrador para gestión completa de la configuración
- Acceso como usuario para administración básica de usuarios WIFI
- Sistema de filtrado de contenido web
- Creación masiva de tickets de acceso a Internet
- Redirección a página web de bienvenida para usuarios conectados
- Creación de cuentas de usuario según tiempo de conexión
- Control total sobre los usuarios conectados
- Usuarios recurrentes
- Generación de tickets para imprimir con los datos de conexión
- Servidor DHCP centralizado
- Asignación de ancho de banda por usuario
- Flexibilidad en la asignación de tiempo de usuario
- Listado de clientes activos, con tiempo consumido y tráfico
- Firewall integrado.

To manage the use of the network, the project includes a user management system with the following characteristics:

- Web management interface
- Captive web portal
- MAC device validation
- No limit on user accounts
- Access as administrator for full configuration management
- Access as user for basic administration of WiFi users
- Web content filter system
- Mass ticket creation by internet access
- Redirecting to home webpage for connected users
- Creation of user accounts according to connection time
- Full control over connected users
- Returning users
- Ticket generation for printing with connection data
- Centralised DHCP server
- Assigning of bandwidth per user
- Flexibility in assigning user time
- List of active customers, with time consumed and traffic
- Integrated firewall.



Avance en la conectividad de IFEMA

Las instalaciones de Feria de Madrid, que acogen anualmente la celebración de alrededor de 500 actos a los que acuden por encima de 2,5 millones de visitantes, cuentan con una nueva red WIFI de alta capacidad para dotar a sus convocatorias, y muy especialmente a los grandes congresos internacionales que alberga, de un sistema con capacidad de establecer conexión a Internet a más de 6.000 usuarios simultáneamente, lo que representa un importante avance en la conectividad de IFEMA. La red, que se implementó para dar servicio al congreso médico EULAR el mes de junio de 2013, gestiona un tráfico de 790 GB en escenarios de alta densidad, lo que ha contribuido a mejorar notablemente la valoración de la calidad de los recintos de IFEMA.

La implementación de la solución WIFI ha representado un reto para IFEMA por el despliegue tecnológico que ha sido necesario desarrollar en un tiempo limitado, en el que se ha realizado una ampliación de la infraestructura basada en tecnología Cisco para asegurar la calidad del servicio. Dicha ampliación ha supuesto la cobertura de línea en los más de 112.500 metros cuadrados de superficie bruta de los pabellones ocupados por este congreso, para lo que se usaron hasta 153 Access Points, aumentando el ancho de banda disponible para el servicio a 400 Mbps simétricos para cubrir las necesidades del evento.

Esta nueva solución WIFI incrementa la capacidad competitiva de IFEMA para la atracción de grandes congresos internacionales ampliando sustancialmente la capacidad en su oferta de servicio de conectividad a los operadores a la hora de elegir IFEMA para la celebración de sus eventos frente a otros competidores.

La ampliación de infraestructuras cuenta además con la instalación a lo largo del recinto de Feria de Madrid, de cinco puntos de conexión WIFI libre, sujetos a tramos de consumo, para los visitantes de las ferias que celebra IFEMA situados en Puerta Sur, Puerta Norte, Punto de Encuentro, La Avenida, Club Feria y Business Center, además del Club de Prensa. El resto del recinto dispone de cobertura WIFI IFEMA PREMIUM de pago para expositores y visitantes, cuyas tarifas han sido revisadas a la baja para facilitar el acceso.

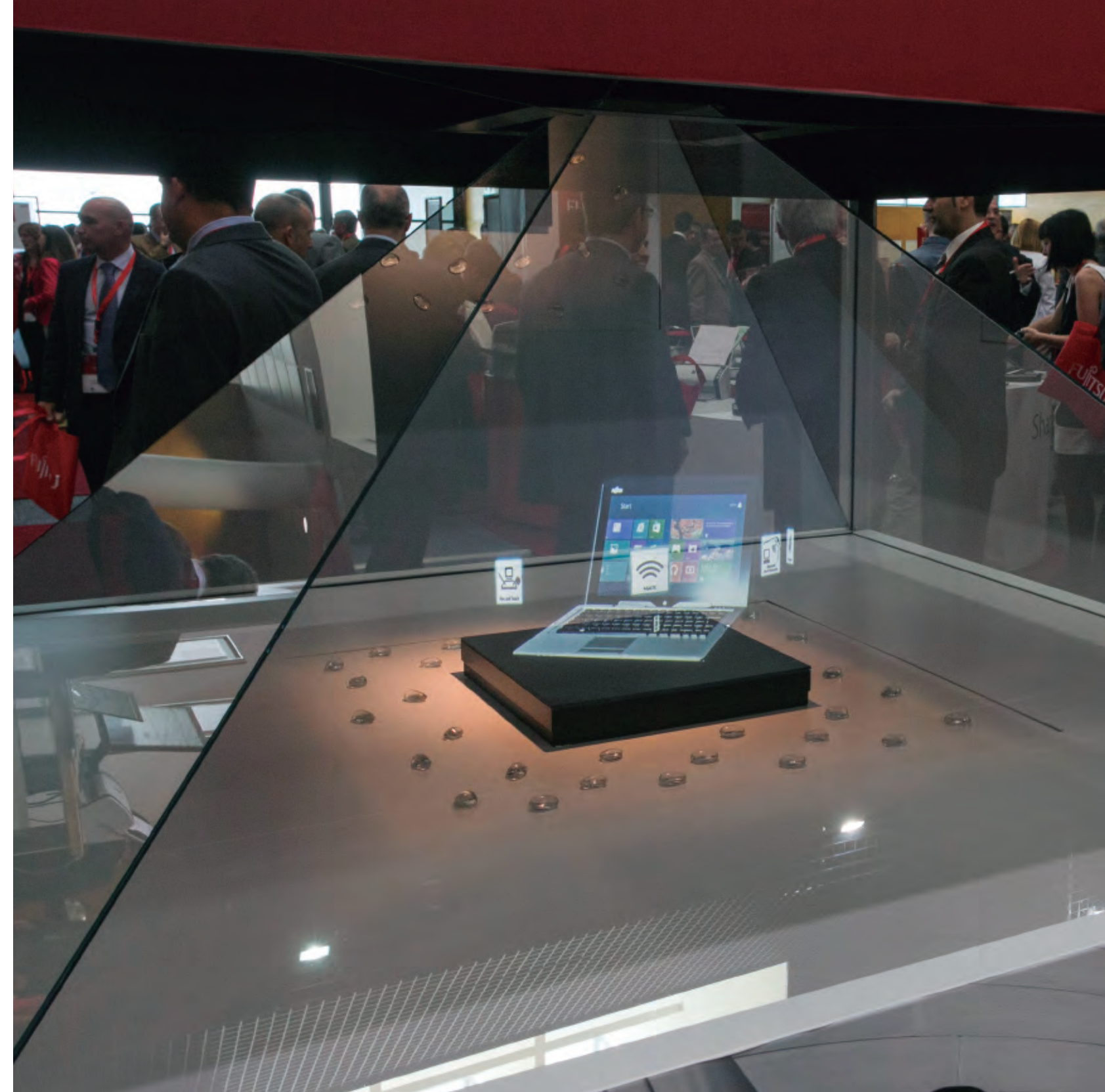
Progress in IFEMA's connectivity

Feria de Madrid, which each year plays host to over 500 events attended by more than 2.5 million people, now possesses a new high-capacity WiFi network that provides its events, and particularly its major international congresses, with a system that enables over 6,000 users to connect to the internet simultaneously. The network, which was rolled out for the EULAR medical congress in June 2013, can handle traffic of 790GB in high-density situations, significantly helping to improve the quality of the IFEMA complex.

The implementation of the necessary technology for the WiFi solution represented a challenge for IFEMA and involved an expansion of the infrastructure based on CISCO technology to ensure service quality. This expansion involved providing line coverage for the more than 112,500 square metres of gross surface area occupied by the halls for this congress. A total of 153 Access Points were used, increasing the available bandwidth for the service to 400 Mbps symmetrical to meet the event's requirements.

This new WiFi solution significantly enhances IFEMA's competitive capacity to attract major international congresses. It substantially expands the Institution's capacity to provide operators with a connectivity service when they choose IFEMA instead of other competitors for their events.

The infrastructure expansion also included the installation of five free WiFi connection points, subject to consumption tranches, for visitors to the trade fairs staged by IFEMA. These are situated in the North and South Entrances, La Avenida (the central avenue), Meeting Point, the Club Feria and Business Centre and the Press Club. The rest of the site has pay IFEMA PREMIUM WiFi coverage for exhibitors and visitors, with price reductions having been made to facilitate access.





INVERSIONES
INVESTMENTS

7 | INVERSIONES | INVESTMENTS

EN EL EJERCICIO 2013, IFEMA REALIZÓ INVERSIONES
POR VALOR DE 3,4 MILLONES DE EUROS

Durante el año 2013, las inversiones realizadas por IFEMA se concentraron en actuaciones directamente enfocadas a la reducción de los costes o la generación de nuevos ingresos, además de las exigidas por el marco legal y normativo vigente. Así, durante el ejercicio 2013, IFEMA realizó inversiones en activos corrientes por valor de 3,4 millones de euros.

Estas inversiones se destinaron a atender las siguientes áreas:

Aplicaciones informáticas y equipos de proceso de información

Una parte importante de los recursos se ha orientado 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 ha continuado con el proceso de virtualización de sistemas informáticos para la optimización y mejora de los mismos.

Instalaciones técnicas varias

En este apartado destacan las inversiones centradas en el redimensionamiento de la red WIFI y la sustitución de los grupos de frío de la central térmica para adaptarlos a la normativa vigente. Asimismo, se han realizado diversas mejoras y actualizaciones menores de instalaciones técnicas para la optimización de su eficiencia energética.

IFEMA INVESTED 3.4 MILLION EUROS IN 2013

In 2013, IFEMA's investments directly focused on reducing costs or generating new incomes as well as fulfilling legal and regulatory requirements. During the year, the Institution invested 3.4 million euros in current assets.

This investment was directed at the following areas:

Computer applications and information processing equipment

A large part of the resources were used to continue the development and implementation of BO (SAP module), aimed at creating executive reports containing aggregated information and graphical representations. Small sums were devoted to the replacement of hardware and the updating of software, while computer systems were virtualised for optimisation and improvement purposes.

Various technical installations

These include investment focused on the WiFi network dimensioning and the replacement of central heating cooling units to comply with current legislation. A variety of minor improvements and updates were carried out to optimise energy efficiency.

Proyecto de redes de distribución de agua caliente

Este proyecto, continuado y finalizado en 2013, ha permitido sustituir las tuberías actuales utilizando los túneles y galerías existentes, para asegurar un fácil acceso a las tuberías en caso de avería facilitando el desarrollo de la actividad ferial en los pabellones.

Proyecto de renovación de las cubiertas de los núcleos de conexión

En el ejercicio 2013 se ha continuado y finalizado el proyecto de ejecución constructiva consistente en realizar una cubierta adicional elevada en los núcleos de conexión entre pabellones y las unidades de restauración situadas en los mismos.

Proyecto de renovación de las cubiertas de pabellones

Este proyecto de renovación de cubiertas comprende el cambio de las mismas en los pabellones 1, 2 y 6. Incluye la instalación de nuevos exutorios para la evacuación de humos con el fin de adaptar dichos pabellones a la normativa actual en materia de protección contra incendios. Ya se ha ejecutado la cubierta del pabellón 1 en su totalidad y un 80% de la cubierta del pabellón 2. Se espera que las obras estén finalizadas en el último trimestre de 2014.

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, junto a otras inversiones de menor cuantía en mobiliario y otro inmovilizado material.

Hot water distribution networks project

This project was continued to its completion in 2013. It allowed replacement of pipes by using existing tunnels and galleries, ensuring easy access in the case of a fault without affecting the exhibition activities in halls.

Roofing renovation project for connecting areas

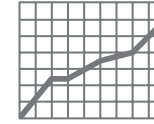
The year saw the continuation and completion of the project consisting of the building of an additional raised roof over the connecting areas between halls and the catering units located in them.

Hall roofing renovation project

This consists of changing the roofs of halls 1, 2 and 6. It includes the installation of new outlets for smoke evacuation so as to adapt these halls to current legislation on fire protection. The hall 1 roof has already been fully completed together with 80% of the hall 2 roof. The work is expected to be completed by the final quarter of 2014.

Finally, there was other investment in developing brands and products together with the acquisition of works at The International Contemporary Art Fair to support the collecting of contemporary art. Minor investments were also made on furniture and furnishings.





IFEMA, BALANCE ECONÓMICO

IFEMA, FINANCIAL RESULTS

8.1 | Informe económico de gestión

8.1 | Financial management report

8.2 | Balance de situación al 31 de diciembre de 2013

8.2 | Balance sheet at 31 December 2013

8.3 | Cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2013

8.3 | Profit and loss statement for 2013

8.4 | Resumen de ingresos y gastos 2013 por actividad

8.4 | Summary of income and expenditure by activity in 2013

8.1 | INFORME ECONÓMICO DE GESTIÓN FINANCIAL MANAGEMENT REPORT

El ejercicio 2013 se desarrolló en el mismo complejo contexto económico que el año anterior. Un entorno, en el que resultaron especialmente significativas las actuaciones llevadas a cabo por IFEMA en su gestión y en sus líneas de trabajo. Sus esfuerzos en este periodo se centraron en impulsar diversas iniciativas de valor añadido dirigidas a apoyar y favorecer la participación empresarial y la asistencia a sus distintos salones, así como en promover e impulsar nuevos proyectos para ampliar su actividad, además de profundizar en su expansión internacional, con el fin de mantener una favorable evolución de su cuenta de resultados.

RESULTADOS

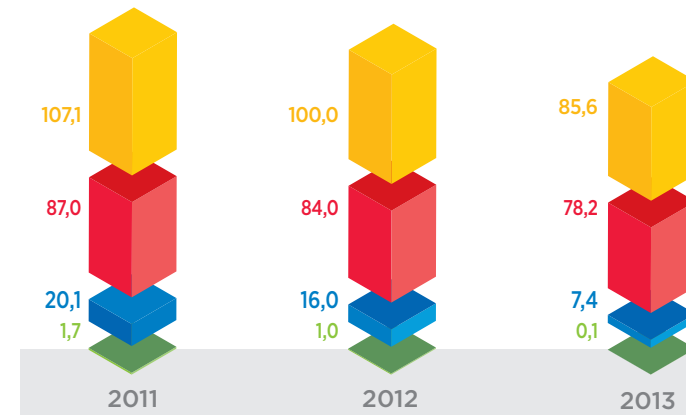
IFEMA cerró el ejercicio económico 2013 con un Resultado de Explotación (EBITDA) cifrado en 7,4 millones de euros, frente a los 16,0 millones de euros de 2012. Por su parte, el Beneficio del Ejercicio 2013 fue de 0,1 millones de euros.

Ejercicios / millones de € Years / million of €	2011	2012	2013
Ingresos Income	107,1	100,0	85,6
Gastos Expenditure	87,0	84,0	78,2
Resultados de explotación Operating profit	20,1	16,0	7,4
Resultado de ejercicio Net point	1,7	1,0	0,1

Activity in 2013 was subject to the same difficult economic context as in the previous year. This was an environment in which IFEMA's action in its management and lines of work proved especially significant. The Institution's endeavours over the year, concentrated on various value-added initiatives aimed at supporting and boosting business participation and attendance at its events, at promoting and boosting new projects to expand its activity and at furthering its international expansion, intended to keep its financial results evolving favourably.

RESULTS

IFEMA closed 2013 with an Operating Profit (EBITDA) of 7.4 million euros, compared to 16 million euros in 2012. Net Profits for the year were 0.1 million euros.

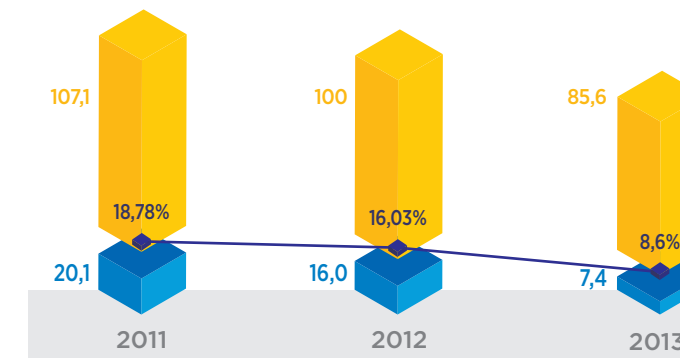


En lo que respecta al Margen de Explotación del año, se situó en el 8,6%, mientras que el Margen Neto del año fue un 0,2%.

With regard to the year's Operating Margin, this was 8.6%. The Net Margin for the year was 0.2%.

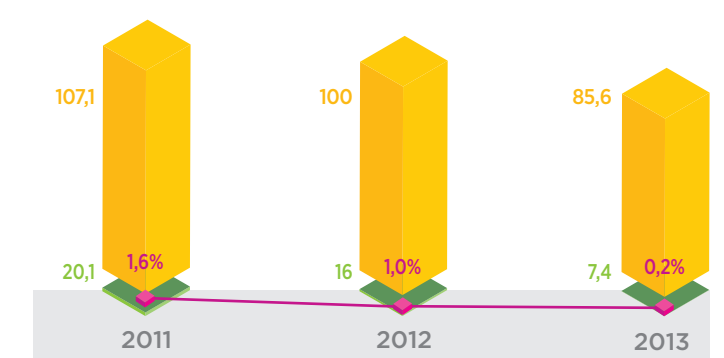
Ejercicios Years	2011	2012	2013
Margen de explotación Operating margin	18,78	16,03%	8,6%
Margen neto Net margin	1,6%	1,0%	0,2%

MARGEN DE EXPLOTACIÓN OPERATING MARGIN



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

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 (% ingresos)

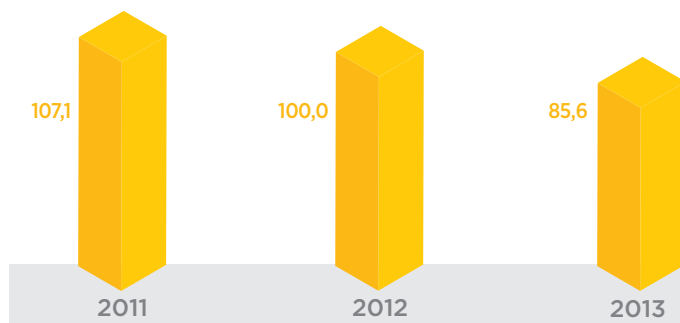
INGRESOS

Durante el ejercicio 2013, la actividad de IFEMA alcanzó un volumen de Ingresos de 85,6 millones de euros.

INCOME

In 2013, IFEMA's business generated a volume of income of 85.6 million euros.

Ejercicios / millones de € Years / million of €	2011	2012	2013
Ingresos Income	107,1	100,0	85,6

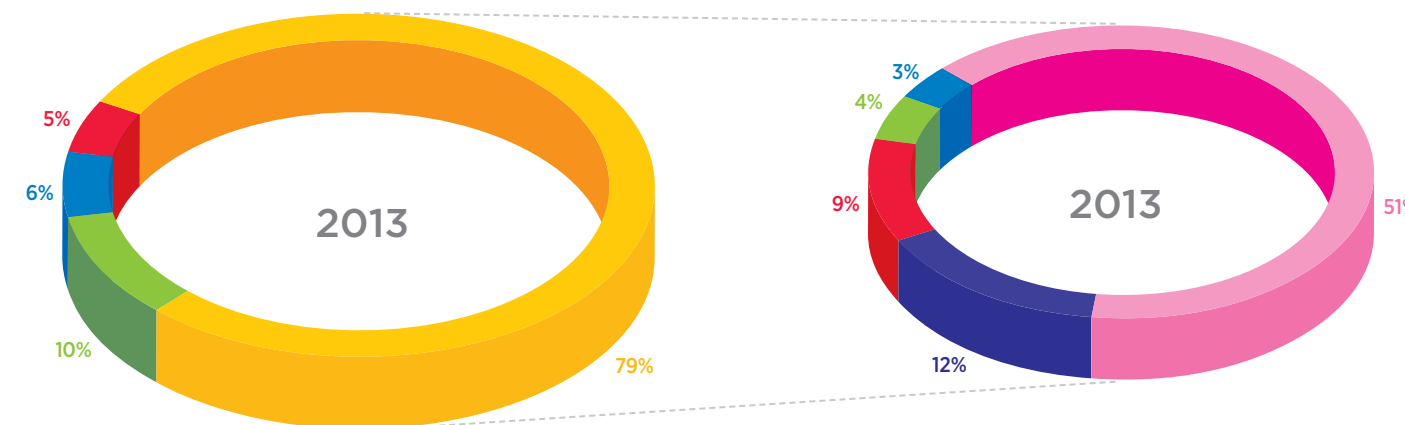


INGRESOS POR LINEAS DE NEGOCIO

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.

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 for in-house events.



Ingresos por línea de negocio Income by line of business	
Ferias propias IFEMA-organised fairs	79%
Convenciones y congresos Conventions and congresses	10%
Ferias externas Externally-organised fairs	6%
Ingresos varios Incomes	5%

Ingresos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA Income by line of business for in-house events	
Espacio de exposición Exhibition space	51%
Servicios Services	12%
Otros ingresos Other incomes	9%
Otros expositores Other exhibitors	4%
Visitantes Visitors	3%



La principal línea de negocio de IFEMA la constituyen las ferias propias, que concentran un 79% del total de ingresos del ejercicio 2013, seguida de alquileres a organizadores externos –ferias, congresos y convenciones- que representa un 16% y de servicios del recinto, un 5%.

En el capítulo de ferias propias, entre las celebradas, destacan por la fortaleza de sus convocatorias, FITUR, GIFTRENDS, ARCOMadrid, MOMAD METROPOLIS, CLIMATIZACIÓN, AULA y MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, entre otras, así como el continuo crecimiento de FRUIT ATTRACTION desde su inicio en 2009, dedicada al sector hortofrutícola.

Desarrollo de nuevos proyectos feriales

El total de ingresos de ferias propias incluye 3,1 millones de euros correspondientes a la activación de nuevos proyectos, tanto celebrados en 2013 como ya convocados para celebrar en 2014. Estos nuevos proyectos se han desarrollado para la cartera ferial propia con sede en el recinto y algunos para sedes Internacionales (China y Chile).

Así cabe subrayar, que se han celebrado todas las ferias previstas en el calendario 2013 y se han incorporado nuevos salones en línea con el objetivo de generar proyectos dirigidos al público en general. Este es el caso de MADRID GAMES WEEK, la Feria del Videjuego; EXPOBIKE, Feria de la Bicicleta, y ALMONEDA Navidad.

Asimismo, se han mantenido y consolidado cuatro proyectos dirigidos al público, DABADUM, MULAFEST, 100 X 100 MASCOTA, y la segunda edición del año del SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN, puestos en marcha en los últimos años. Igualmente se han incorporado dos nuevos proyectos de carácter profesional: PUERICULTURA MADRID, que se inició en 2012 con el lanzamiento como antesala de este salón de los Showrooms de Puericultura, y el SALÓN PROFESIONAL DE FLOTAS DE MADRID.

IFEMA's principal line of business was in-house events, which represented 79% of the total income for 2013, followed by hire to external organisers –trade fairs, congresses and conventions- which contributed 16%. Exhibition services contributed 5%.

In the area of in-house events, the strongest included FITUR, the International Tourism Trade Fair, GIFTRENDS, the International Gift and Decoration, Jewellery and Fashion Jewellery Week, ARCOMadrid, the International Contemporary Art Fair, MOMAD METRÓPOLIS, the International Fashion Trade Show, CLIMATIZACIÓN, the International Air Conditioning, Heating, Ventilation, and Refrigeration Exhibition, AULA, the International Educational Opportunities Exhibition and MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA, the Iberica's Leading Trade Fair for Automotive Parts, Equipment and Service Suppliers. Meanwhile, FRUIT ATTRACTION, the International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry continued its rise since 2009.

Development of new trade fair projects

The total income from in-house events included 3.1 million euros that corresponded to the activation of new projects, both those held in 2013 and the ones already scheduled for 2014. These new projects were developed for the trade fair calendar at Feria de Madrid, while some were intended for international venues (China and Chile).

It is important to note that all the trade fairs scheduled for 2013 took place and that new events were incorporated in line with the aim of generating projects for the general public. Examples of these are MADRID GAMES WEEK, The Great Videogames Fair, EXPOBIKE, the Bicycle Fair, and the Christmas edition of ALMONEDA Navidad, the Antiques, Art Galleries and Collectors Fair.

In addition, four projects aimed at the public were maintained and consolidated. These were DABADUM, the Kids and Family Fun Expo, MULAFEST, the Urban Life and Arts Festival, 100 X 100 MASCOTA, the Madrid Pet Fair and the second edition of the year of the SECOND-HAND VEHICLE SHOW, which began over recent years. Similarly, two new trade projects were incorporated, PUERICULTURA MADRID, the Childhood Products Trade Show, which commenced in 2012 with the launch of the Childhood Products Showrooms to precede this event, and the FLEET MANAGEMENT TRADE FAIR.

Proyectos de operadores externos

Por lo que respecta a alquileres a organizadores externos, que representa el 16% del total de ingresos del ejercicio, se distribuye en dos líneas de negocio: ferias externas y congresos y convenciones.

En la línea de ferias externas destaca por segunda vez el SALÓN DE GOURMETS, por su impacto en ingresos de esta línea de negocio. Igualmente, se han celebrado nuevas ferias de otros organizadores: WORLD BULK OIL EXHIBITION, ClassicAuto, MotoMadrid, EXPOFOOD y MADRID FASHION CAKE. Asimismo, las ferias VISCOM SIGN, GAMEFEST y EXPOBIKE han pasado a ser ferias propias coorganizadas con organizadores privados.

En el capítulo de congresos y convenciones, su actividad se ha visto incrementada por la celebración de 8 congresos con exposición, entre los que destaca el EULAR Congress, el congreso Microsoft TechEd Europe y Madrid Fusión, así como alrededor de 400 actos de convenciones.

Projects by external operators

With regard to hire to external organisers, which represented 15% of the year's total income, this was distributed into two lines of business: outside trade fairs together with congresses and conventions.

The line of externally-organised trade fairs was distinguished for the second time by SALÓN DE GOURMETS, the International Fine Food and Beverage Fair due to its impact on the income for this line of business. Similarly, there were new trade fairs by other organisers: WORLD BULK OIL EXHIBITION, The International Meeting for Large Volumes of Olive Oil, ClassicAuto, the International Classic Car Show, MotoMadrid, the Motorcycle Trade Show, EXPOFOOD, the Foodservice, Restaurant and Hospitality Industries Professional Event and MADRID FASHION CAKE, the International Sugarcraft Exhibition. In addition, the Exhibition for VISCOM SIGN, the Visual Communication and Graphic Design Industry, GAMEFEST, the Videogames Exhibition and EXPOBIKE, the Bicycle Fair became in-house trade fairs co-organised with private organisers.

The area of congresses and conventions saw its business increase with the holding of 8 congresses with an accompanying exhibition. These included the EULAR Congress, the Microsoft Teched Europe Congress and Madrid Fusión, together with around 400 convention events.



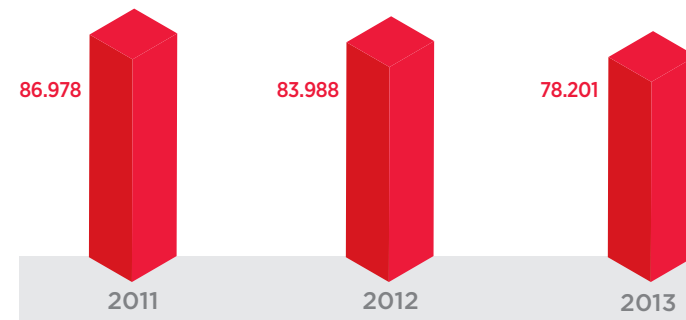
GASTOS

Los gastos de explotación (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) del ejercicio 2013 han ascendido a 78,2 millones de euros, representando una reducción del 6,9 % sobre el ejercicio anterior y un 10,1 % sobre el ejercicio 2011.

EXPENDITURE

The year's operating expenditure (excluding depreciations and provisions for commercial transactions as well as current operation expenses) was 78.2 million euros, a fall of 6.9% on the previous year and of 10.1% on 2011.

Ejercicios / millones de € Years / million of €	2011	2012	2013
Gastos Expenditure	87,01	84,0	78,2

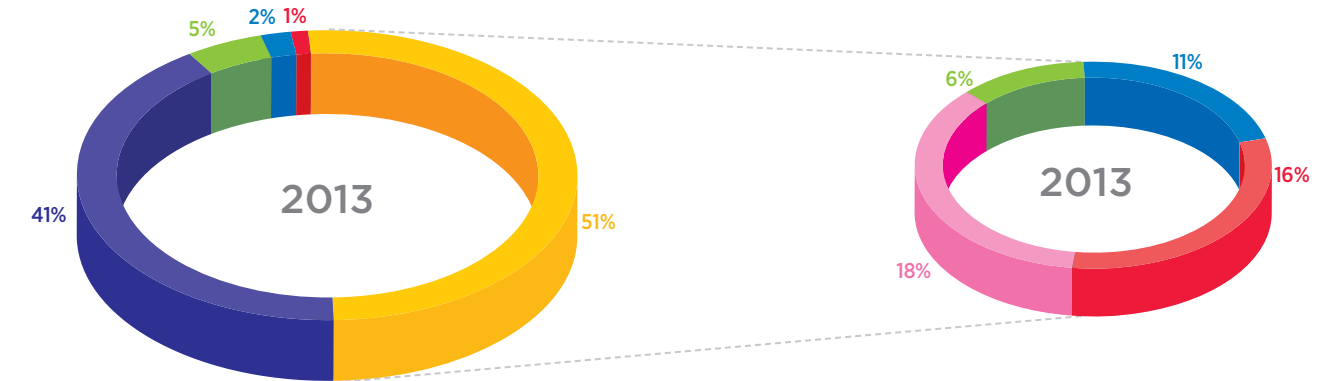


DISTRIBUCIÓN DE GASTOS POR LÍNEA DE NEGOCIO

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.

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.



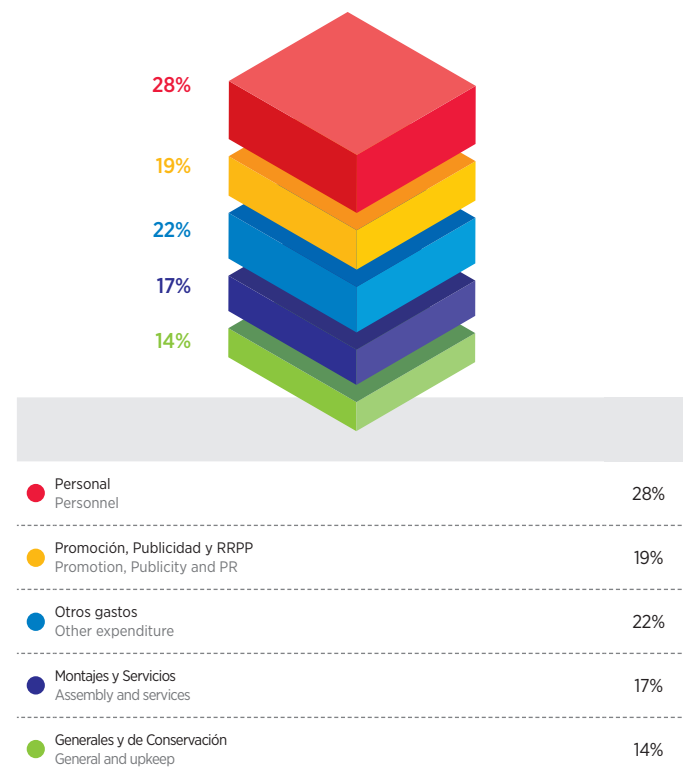
Distribución de gastos por línea de negocio Distribution of expenditure by line of business	
Ferias propias IFEMA-organised fairs	51%
Gastos estructurales Structural expenses	41%
Convenciones y congresos Conventions and congresses	5%
Ferias externas Externally-organised fairs	2%
Servicios de recinto Exhibition complex services	1%

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 Infrastructure expenses	18%
Promoción, Publicidad y RRPP Promotion, Advertising and PR	16%
Varios Others	11%
Personal Personnel	6%



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.

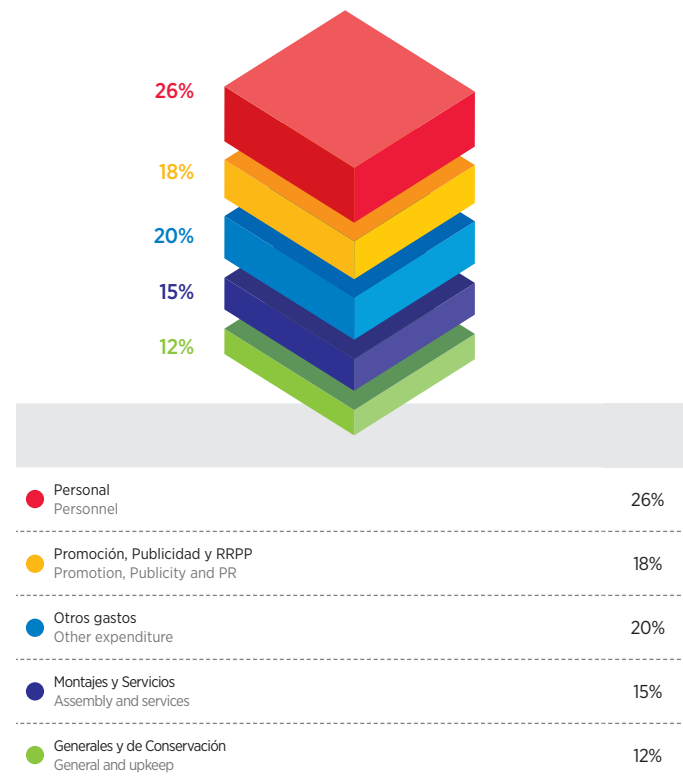
SOBRE GASTOS OF EXPENDITURE



Nota: otros gastos recoge los siguientes conceptos: delegaciones, asociaciones, agentes mediadores, actividades coincidentes con ferias, servicios auxiliares (traducciones, fotografías, material oficina, etc.), varios de gastos generales (consultorías, asesorías, litigios, seguros, gastos bancarios, etc.) y también los impuestos locales: derechos de superficie, IAE, IBI, etc. que han alcanzado un importe de 5.745.749 €.

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

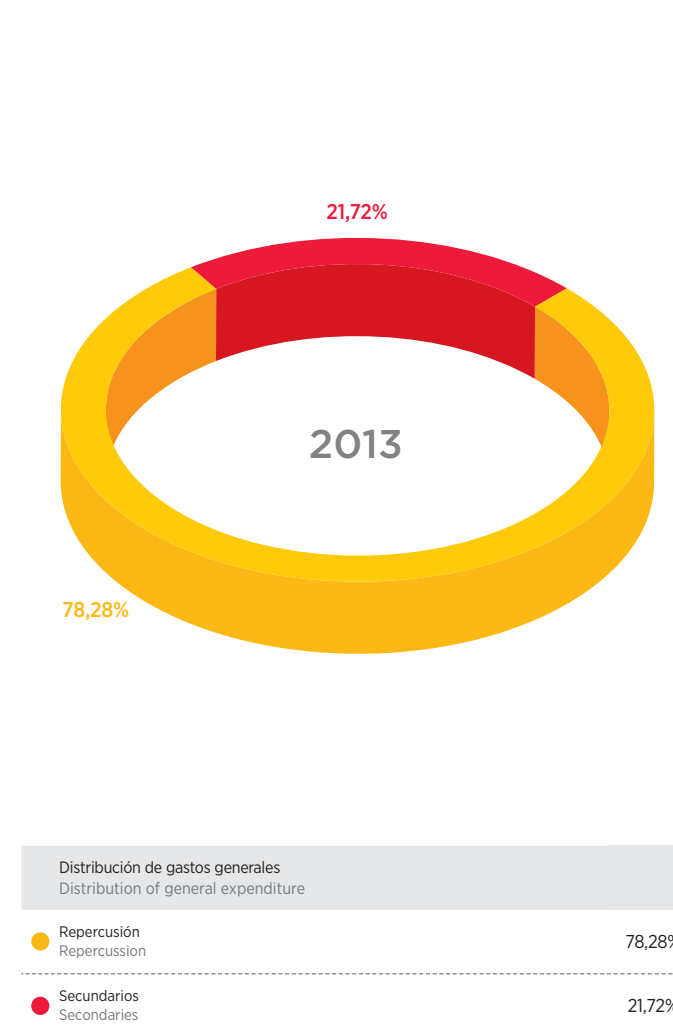


Note: other expenditure includes the following: offices abroad, associations, intermediaries, activities coinciding with trade fairs, auxiliary services (translations, photography, office material, etc.), and a number of types of general expenditure (consultancies, litigation, insurance, banking fees, etc.) as well as local taxes: surface rights, trading income tax, property tax, etc, which total 5,745,749 €.

DISTRIBUCIÓN DE GASTOS GENERALES 2013

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

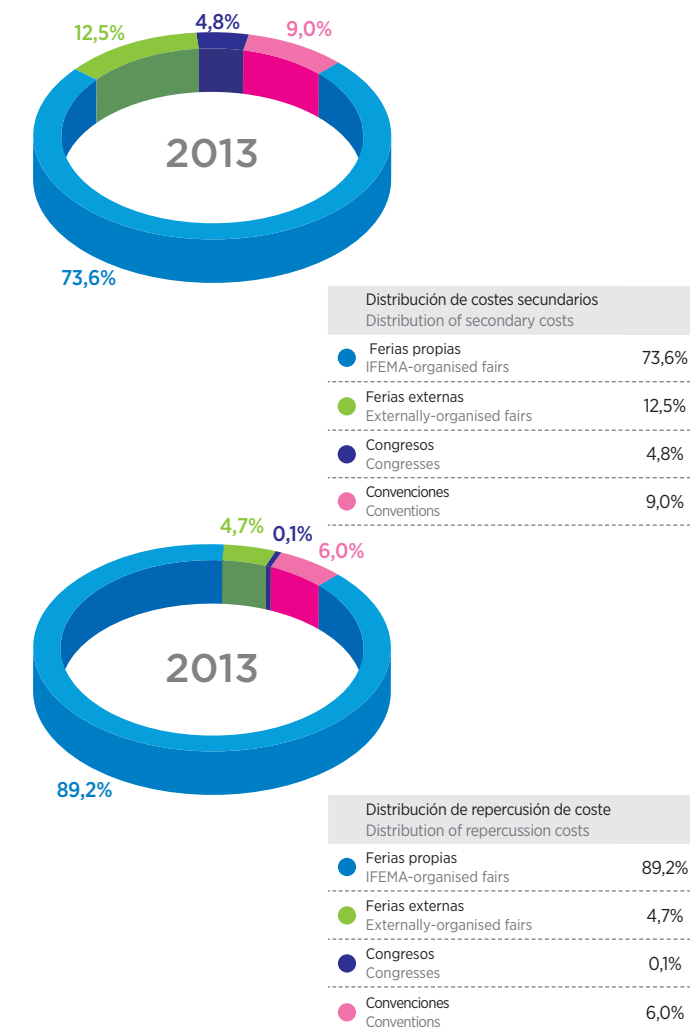
Los costes secundarios se distribuyen por demandas de servicios de las unidades de negocio a los centros de costes de servicios y la repercusión de gastos generales se hace por ocupación de pabellones.



DISTRIBUTION OF GENERAL EXPENDITURE 2013

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

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



ASPECTOS FINANCIEROS

El modelo de gestión de IFEMA, unido a su capacidad de autofinanciación, ha hecho posible que durante el ejercicio 2013 el nivel de endeudamiento se haya mantenido a cero. Un dato especialmente reseñable ante un contexto económico adverso, al igual que su sólida posición de Tesorería, por encima de los 35 millones de euros. El resultado financiero ha ascendido a 3,1 millones de euros.

OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

Las Dotaciones para Amortizaciones del Inmovilizado del ejercicio ascienden a 15,7 millones de euros, que representan aproximadamente un 3,0% de los Activos Fijos de la Institución.

El Beneficio del Ejercicio 2013 de 0,1 millones de euros se destinará a Remanente, con lo cual el Patrimonio Neto al 31 de diciembre de 2013 se sitúa en 269,9 millones de euros.

FINANCIAL ASPECTS

The IFEMA's management model and its self-financing capacity enabled it to maintain zero indebtedness in 2013, as well as a solid position in terms of its liquid assets, at above 35 million euros. This is particularly important given the adverse economic climate. The financial result amounted to 3.1 million euros.

OTHER ASPECTS OF INTEREST

Appropriations for depreciations of fixed assets for the year were 15.7 million euros, representing approximately 3.0% of IFEMA's fixed assets.

The profit for 2013 of 0.1 million euros will be devoted to surplus, making net wealth at 31 December 2013 amount to 269.9 million euros.



8.2 | BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013

| BALANCE SHEET AT 31 DECEMBER 2013

ACTIVO ASSETS	2013
ACTIVO NO CORRIENTE NON-CURRENT ASSETS	244.724.418
Inmovilizado intangible Intangible fixed	6.332.610
Propiedad industrial Industrial property	5.652.569
Aplicaciones informáticas Computer applications	680.041
Inmovilizado material Tangible fixed assets	235.143.860
Terrenos y construcciones Land and buildings	190.519.264
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material Technical facilities and other tangible fixed assets	44.612.596
Inmovilizado en curso y anticipos Current cost of fixed assets and advances	12.000
Inversiones financieras a largo plazo Long-term financial investments	337.606
Créditos a terceros a largo plazo Long-term third-party credits	254.555
Otros activos financieros a largo plazo Other long-term financial assets	83.051
Activos por impuesto diferido Deferred tax assets	2.910.342
ACTIVO CORRIENTE WORKING ASSETS	55.580.862
Existencias Stock	445.450
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar Commercial obligors and other receivables	18.112.138
Clientes por ventas y prestaciones de servicios Clients per sales and services rendered	9.562.757
Clientes, empresas vinculadas Clients, related companies	82.213
Deudores varios Miscellaneous obligors	2.929.568
Personal Personnel	106.123
Hacienda Pública Deudora por Impuesto sobre Sociedades Corporation Tax Receivable	3.889.061
Otros créditos con las Administraciones Públicas Other credits with Public Administrations	1.542.416
Inversiones financieras a corto plazo Short-term financial investments	12.039.414
Periodificaciones a corto plazo Short-term accruals	1.848.300
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes Cash and other equivalent liquid assets	23.135.560
Tesorería Cash and banks	14.997.336
Otros activos líquidos equivalentes Other equivalent liquid assets	8.138.224
TOTAL ACTIVO TOTAL ASSETS	300.305.280

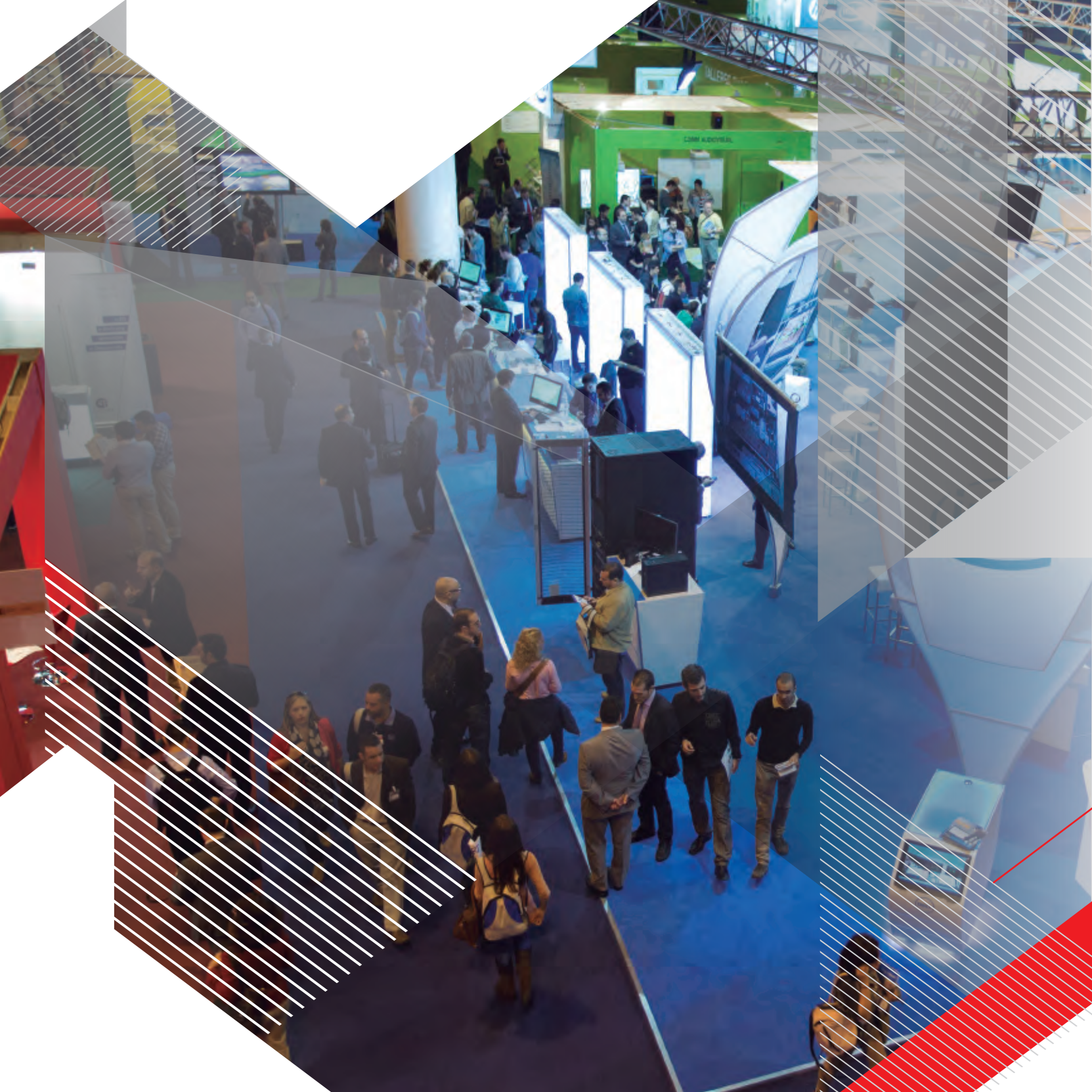
PASIVO LIABILITIES	2013
PATRIMONIO NETO NET WEALTH	269.870.924
Fondos propios Equity	269.870.924
Aportaciones de las entidades consorciadas Contributions from participating entities	60.356.483
Reservas Reserves	378.766
Remanente Surplus	208.990.744
Superávit del ejercicio Profit for the year	144.931
PASIVO NO CORRIENTE NON-CURRENT LIABILITIES	173.814
Deudas a largo plazo Long-term debts	173.814
PASIVO CORRIENTE CURRENT LIABILITIES	30.260.542
Deudas a corto plazo Short-term debts	340.141
Otros pasivos financieros Other financial liabilities	340.141
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar Commercial creditors and other accounts to be charged	29.920.401
Proveedores Suppliers	12.153.704
Acreedores, empresas vinculadas Creditors, related companies	77.034
Acreedores Creditors	179.613
Personal Personnel	144.768
Otras deudas con las Administraciones Públicas Other debts with Public Administrations	1.115.969
Anticipos de clientes Clients' advance payments	16.249.313
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO TOTAL NET WEALTH AND LIABILITIES	300.305.280

8.3 | CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO 2013 | PROFIT AND LOSS STATEMENT FOR 2013

OPERACIONES CONTINUADAS CONTINUED OPERATIONS	2013
Importe neto de la cifra de negocios Net revenues	68.696.452
Ventas Sales	50.229.945
Prestación de servicios Provision of services	18.466.507
Trabajos realizados por la empresa para su activo In-house work on assets	3.105.567
Aprovisionamientos Supplies	(1.233.123)
Otros ingresos de explotación Other operating income	13.803.158
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente Sundry and other current operating revenues	13.803.158
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio Operating subsidies incorporated into year-end results	-
Gastos de personal Personnel expenditure	(23.061.281)
Sueldos, salarios y asimilados Wages, salaries and similar expenses	(17.912.639)
Cargas sociales Social charges	(5.148.642)
Otros gastos de explotación Other operating expenses	(54.468.489)
Servicios exteriores External services	(48.581.377)
Tributos Tax	(5.325.597)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales Losses, deterioration and variation of provisions due to commercial operations	(545.594)
Otros gastos de gestión corriente Other current management expenses	(15.921)
Amortización del inmovilizado Depreciation of fixed assets	(15.694.347)
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado Deterioration and result of fixed-asset transfers	(744)
Deterioro y pérdidas Deterioration and losses	(744)
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN OPERATING RESULT	(8.852.807)
Ingresos financieros Financial income	3.133.851
De valores negociables y otros instrumentos financieros From negotiable and other financial instruments	3.133.851
Gastos financieros Financial expenses	(1.639)
Por deudas con terceros Due to third-party debts	(1.639)
Diferencias de cambio Exchange differences	(1.356)
RESULTADO FINANCIERO FINANCIAL RESULT	3.130.856
SUPERÁVIT ANTES DE IMPUESTOS TOTAL PRE-TAX PROFITS	(5.721.951)
Impuestos sobre beneficios Corporate Tax	5.866.882
SUPERÁVIT DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR	144.931

8.4 | RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS 2013 POR ACTIVIDAD | SUMMARY OF INCOME AND EXPENDITURE BY ACTIVITY IN 2013

INGRESOS INCOME	2013
Por expositores From exhibitors	52.576.778
Por visitantes From visitors	2.336.204
Otros ingresos / Otros ingresos varios de feria Miscellaneous income/Miscellaneous trade fair income	17.652.745
Ferias de organización externa Externally-organised trade fairs	4.865.499
Convenciones y congresos Conventions and congresses	8.124.618
TOTAL INGRESOS TOTAL INCOME	85.555.843
GASTOS EXPENDITURE	
Promoción/Publicidad/R.Públicas Promotion/Advertising/Public Relations	15.014.560
Montajes/Costes de Servicios Assembly and service costs	12.876.439
Personal Personnel	23.061.281
Gastos Generales/Conservación General Expenditure/Upkeep	10.209.297
Otros gastos Other expenditure	17.039.805
TOTAL GASTOS TOTAL EXPENDITURE	78.201.381
RESULTADO DE EXPLOTACION OPERATING RESULTS	7.354.462
RESULTADO FINANCIERO FINANCIAL RESULT	3.130.856
PARCIAL PARTIAL	10.485.318
DOTACIONES PARA AMORTIZACIONES APPROPRIATIONS FOR DEPRECIATION	-15.694.347
DOTACIONES A LAS PROVISIONES APPROPRIATIONS FOR PROVISIONS	-545.594
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS EXTRAORDINARY RESULTS	32.672
IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES CORPORATION TAX	5.866.882
BENEFICIO DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR	144.931



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

9.1 | Ferias organizadas por IFEMA
9.1 | Trade fairs organised by IFEMA

9.2 | Otros certámenes en Feria de Madrid
9.2 | Other events at Feria de Madrid

9.3 | Congresos con exposición
9.3 | Congresses with exhibition

9.4 | Otras actividades en Feria de Madrid
9.4 | Other activities at Feria de Madrid

9.5 | Calendario 2013-ferias, congresos y actividades
9.5 | 2013 Calendar-trade fairs, congresses and activities

9.6 | 2013 en imágenes
9.6 | 2013 in pictures

9.1 | FERIAS ORGANIZADAS POR IFEMA | TRADE FAIRS ORGANISED BY IFEMA

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



16 | 20 ENERO JANUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	44.474
Empresas expositoras Exhibiting companies	1.064
Directas Direct	667
Indirectas Indirect	397
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	26.006
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	169.079

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

FITUR 
Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair



30 ENERO JANUARY | **03 FEBRERO** FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	55.832
Empresas expositoras Exhibiting companies	8.295
Directas Direct	1.488
Indirectas Indirect	6.807
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	92.137
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	286.460

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

SIMM 
Salón Internacional de Moda de Madrid
Madrid International Fashion Fair



08 | 10 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	10.068
Empresas expositoras Exhibiting companies	295
Directas Direct	282
Indirectas Indirect	13
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	9.118
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	49.143

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

ARCOmadrid 
Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair



13 | 17 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	17.346
Empresas expositoras Exhibiting companies	389
Directas Direct	280
Indirectas Indirect	109
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	9.023
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	168.279

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



MERCEDES-BENZ
FASHION WEEK MADRID



18 | 22 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.017
Empresas expositoras Exhibiting companies	105
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	58.985

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



26 | 28 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.130
Empresas expositoras Exhibiting companies	360
Directas Direct	126
Indirectas Indirect	234
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	12.982
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	15.132

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

CLIMATIZACIÓN 
**Salón Internacional de Aire Acondicionado,
 Calefacción, Ventilación y Refrigeración**
 International Air-Conditioning, Heating,
 Ventilation and Refrigeration Exhibiton



26 FEBRERO FEBRUARY | **01 MARZO** MARCH

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	18.865
Empresas expositoras Exhibiting companies	579
Directas Direct	255
Indirectas Indirect	324
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	24.947
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	33.386

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



07 | 09 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.094
Empresas expositoras Exhibiting companies	221
Directas Direct	96
Indirectas Indirect	125
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	8.009
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	17.994

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



06 | 14 ABRIL APRIL

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.809
Empresas expositoras Exhibiting companies	117
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	278
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	28.312

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

EXPOFRANQUICIA 
Salón Internacional de la Franquicia
 International Franchising Trade Fair



09 | 11 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.752
Empresas expositoras Exhibiting companies	332
Directas Direct	150
Indirectas Indirect	182
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	10.281
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	21.329

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



09 | 11 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	7.557
Empresas expositoras Exhibiting companies	327
Directas Direct	157
Indirectas Indirect	170
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	5.754
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	31.399

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

MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA 
**Feria Internacional de Componentes, Equipos
 y Servicios para la Automoción**
 Iberia's Leading Trade Fair for Automotive Parts,
 Equipment and Service Supplies



13 | 16 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	24.561
Empresas expositoras Exhibiting companies	839
Directas Direct	378
Indirectas Indirect	461
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	29.530
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	69.314

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



24 MAYO MAYO | **02 JUNIO** JUNE

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	23.417
Empresas expositoras Exhibiting companies	54
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	254
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	79.051

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

100 X 100 MASCOTA
Feria del Animal de Compañía
 Madrid Pet Fair



25 | 26 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	8.977
Empresas expositoras Exhibiting companies	164
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	177
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	63.897

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

MATELEC EIBT CHINA
**Exposición Internacional de Electricidad y
 Tecnología Inteligente para Edificación**
 Electrical and Intelligent Building Technology
 Exhibition
 SHANGHAI



27 | 29 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	5.335
Empresas expositoras Exhibiting companies	159
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	4.962

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

SICUR LATINOAMÉRICA
**Exhibición Internacional de Equipos, Productos,
 Tecnologías y Servicios para la Seguridad Integral**
 International Exhibition of Equipment,
 Products, Technologies and Services for
 Comprehensive Safety
 SANTIAGO DE CHILE



03 | 05 ABRIL APRIL

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	5.203
Empresas expositoras Exhibiting companies	109
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	39.865

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

MULAFEST
Festival de Tendencias Urbanas
 Urban Life & Arts Festival



27 | 30 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	11.421
Empresas expositoras Exhibiting companies	165
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	32
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	30.804

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

MOMAD METRÓPOLIS
Salón Internacional del Textil, Calzado y Complementos
 International Fashion Trade Show



06 | 08 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	15.393
Empresas expositoras Exhibiting companies	828
Directas Direct	395
Indirectas Indirect	433
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	13.989
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	63.845

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



11 | 15 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	45.351
Empresas expositoras Exhibiting companies	1.226
Directas Direct	776
Indirectas Indirect	450
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	31.871
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	167.274
Carácter internacional (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) International Event (Ministry of Industry, Tourism and Commerce)	

EXPOBIKE
Feria de la Bicicleta
 The Bicycle Fair



13 | 15 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.552
Empresas expositoras Exhibiting companies	76
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	15.872

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



04 | 06 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	8.231
Empresas expositoras Exhibiting companies	260
Directas Direct	255
Indirectas Indirect	5
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	46.415
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	93.543

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

**SALÓN PROFESIONAL DE FLOTAS
 DE MADRID - Vehículos & Servicios**
 THE PROFESSIONAL MADRID
 FLEET SHOW - Vehicles and Services



15 | 17 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.836
Empresas expositoras Exhibiting companies	63
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	3.134
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	15.374

**MERCEDES-BENZ
 FASHION WEEK MADRID**



13 | 17 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.199
Empresas expositoras Exhibiting companies	111
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	61.200

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



03 | 06 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	9.487
Empresas expositoras Exhibiting companies	199
Directas Direct	140
Indirectas Indirect	59
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	5.115
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	10.350

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



15 | 17 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.743
Empresas expositoras Exhibiting companies	107
Directas Direct	86
Indirectas Indirect	21
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	7.414
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	22.072

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

TRAFIC 
**Salón Internacional de la Seguridad Vial
 y el Equipamiento para Carreteras**
 International Road Safety and Equipment Exhibition



15 | 18 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.385
Empresas expositoras Exhibiting companies	152
Directas Direct	73
Indirectas Indirect	79
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	3.394
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	8.292

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



16 | 18 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	21.407
Empresas expositoras Exhibiting companies	1.278
Directas Direct	531
Indirectas Indirect	747
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	24.829
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	104.684

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

GENERA LATINOAMÉRICA
**Feria Internacional de la Eficiencia Energética
 y las Energías Renovables**
 Energy Efficiency and Renewable Energies
 International Trade Fair
 SANTIAGO DE CHILE



16 | 18 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	-
Empresas expositoras Exhibiting companies	150
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	5.832
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	66.335



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



25 | 27 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.910
Empresas expositoras Exhibiting companies	159
Directas Direct	157
Indirectas Indirect	2
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	191
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	24.722

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

MADRID GAMES WEEK
La gran Feria del Videojuego
The great Videogames Fair



07 | 10 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	5.592
Empresas expositoras Exhibiting companies	40
Directas Direct	16
Indirectas Indirect	24
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	3.837
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	42.373

VENDIBÉRICA
Feria Internacional del Vending
International Vending Trade Show



20 | 22 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.971
Empresas expositoras Exhibiting companies	67
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	2.539
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	14.732

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



05 | 08 DICIEMBRE DECEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	11.319
Empresas expositoras Exhibiting companies	40
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	14.602

NATURIVA NIEVE Y MONTAÑA
Festival de los Deportes y Actividades en la Naturaleza
The Sports & Nature Activities Festival



15 | 17 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.582
Empresas expositoras Exhibiting companies	42
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	4.710

SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN
EDICIÓN ESPECIAL OTOÑO



15 | 24 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	11.443
Empresas expositoras Exhibiting companies	56
Directas Direct	28
Indirectas Indirect	28
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	183
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	28.934

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



11 | 15 DICIEMBRE DECEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.264
Empresas expositoras Exhibiting companies	54
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	1.905

Broadcast IT Experience



29 | 30 OCTUBRE OCTOBER

Jornadas especializadas celebradas como antesala de la feria Bit Broadcast 2014. Un encuentro entre industria y profesionales del audiovisual orientado a adaptar a sus necesidades, la oferta y soluciones tecnológicas de fabricantes, integradores y distribuidores de cara a la edición 2014 del Salón Internacional de la Tecnología Audiovisual.

Specialised events held as a precursor to the Bit Broadcast 2014 trade fair. A meeting between the industry and audio-visual professionals, it adapts the offer and technological solutions of manufacturers, integrators and distributors to their needs with a view to the 2014 edition of the International Audio-Visual Technology Trade Show.

FERIARTE
Feria de Arte y Antigüedades
Art and Antiques Fair



16 | 24 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.214
Empresas expositoras Exhibiting companies	76
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	925
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	31.202

HOREQ
Soluciones para la Hostelería,
Restauración y Colectividades
Global Solutions for Hotels, Restaurants
and Caterings








20 | 22 NOVIEMBRE NOVEMBER

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.337
Empresas expositoras Exhibiting companies	97
Directas Direct	48
Indirectas Indirect	49
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	2.481
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	5.086






9.2 | OTROS CERTÁMENES EN FERIA DE MADRID | OTHER EVENTS AT FERIA DE MADRID




	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS DIRECT INDIRECTOS 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 16 18 ENERO JANUARY	 REED EXHIBITION IBERIA, S.A.	-	-	-	-
EHLIS EXPOCADENA Feria Privada de Ferrería y Bricolaje 22 23 FEBRERO FEBRUARY	 EHLIS, S.A.	-	317	-	-
ClassicAuto Salón Internacional Vehículo Clásico 22 24 FEBRERO FEBRUARY	 ERMEVENTS, S.L.	10.604	300	-	-
CINEGÉTICA & SUBARU Pasión por la Caza Passion for Hunting - The Greatest Hunting Convention in Europe 28 FEBRERO FEBRUARY 03 MARZO MARCH	 EXPOCINEGÉTICA, S.L.	3.800	540	240/300	20.000
FER-INTERAZAR Feria Internacional del Juego International Gaming and Gambling Trade Show (*) 12 14 MARZO MARCH	 ZARKIA HISPANIA, S.L.	10.700	403	98/305	18.927

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS DIRECT INDIRECTOS INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
HOMSEC Salón Internacional de Tecnologías de Seguridad y Defensa International Trade Fair of Security & Defense Technologies 12 15 MARZO MARCH	 12V, S.L.	10.000	135	-	8.000
WORLD BULK OIL EXHIBITION El Encuentro Mundial del Aceite de Oliva The International Meeting for Large Volumes of Olive Oil 13 14 MARZO MARCH	 POMONA KEEPERS, S.L.	2.200	51	-	896
MADRID GOLF Feria Internacional de Golf International Golf Show (*) 15 17 MARZO MARCH	 MADRID GOLF, S.L.	5.300	260	94/166	17.844
MotoMadrid Salón Comercial de la Motocicleta Motorcycle Trade Show 22 24 MARZO MARCH	 ERMEVENTS, S.L.	7.711	200	-	38.000

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

ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS DIRECT INDIRECTOS INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES	
SALÓN DE GOURMETS  Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad Internacional Fine, Food and Beverage Fair (*) 08 11 ABRIL APRIL	PROGOURMET, S.A.	19.193	1.188	722/ 466	78.314
EXPO E-COMMERCE ESPAÑA Salón - Congreso sobre el Comercio Electrónico OMExpo Madrid Feria - Congreso sobre el Márketing Digital y la Publicidad Online Trade Fair and Congress about Digital Marketing and Online Advertising 24 25 ABRIL APRIL	EVENTOS OME, S.L.	-	200	-	-
SIMA Salón Inmobiliario Internacional de Madrid Madrid International Real Estate Exhibition 30 MAYO MAY 02 JUNIO JUNE	PLANNER EXHIBITIONS, S.L.	-	81	-	-
EXPO FOODSERVICE Encuentro Profesional de Restauración y Hostelería 10ª Edición. Todos los ingredientes de un buen negocio de hostelería Foodservice, Restaurant and Hospitality Industries Professional Event 10th Edition. All ingredients for a good restaurant business 04 05 JUNIO JUNE	EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L.	3.500	63	-	5.524
eShow Salón Profesional de E-Commerce, Marketing Online, Cloud&Hosting, Social Media, Digital Signage y Mobile Professional Show of E-Commerce Marketing Online, Cloud&Hosting, Social Media, Digital Signage and Mobile 25 26 SEPTIEMBRE SEPTEMBER	BE WATER TEAM, S.L.	1.888	125	-	10.200

ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS DIRECT INDIRECTOS INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES	
FORO DE ACTIVACIÓN DEL PRIMER EMPLEO  25 26 SEPTIEMBRE SEPTEMBER	CONSEJERÍA DE EMPLEO, TURISMO Y CULTURA COMUNIDAD DE MADRID	5.400	30	-	9.110
MADRID FASHION CAKE Feria de Repostería Creativa International Sugarcraft Exhibition 11 13 OCTUBRE OCTOBER	CAKE'S EVENTS, S.L.	3.908	-	-	-
EXPOenvién  Feria del Maling, Billing, Transpromo, Manipulados, Acabados, Marketing Directo, Gestión e Impresión Documental Exhibition Mailing, Billing, Transpromo, Handled Finishing, Direct Marketing, Document Management and Digital Printing 16 18 OCTUBRE OCTOBER	ALBORUM, S.L.	828	53	26/27	2.335
MetalMadrid Feria Industrial de la Comunidad de Madrid Madrid Industrial Fair 23 24 OCTUBRE OCTOBER	METALIA GESTIÓN INTEGRAL, S.L.	2.308	145	-	2.739
EXPOCECOFERSA Encuentro Comercial de Ferrería Industrial Hardware Trade Meeting 29 30 OCTUBRE OCTOBER	CENTRAL DE COMPRAS Y SERVICIOS PROFESIONALES, S.A.	948	68	-	575

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	DIRECTOS DIRECT INDIRECTOS INDIRECT	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
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 13 14 NOVIEMBRE NOVEMBER	 EASYFAIRS IBERIA, S.L.	1.910	196	-	5.594
FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD JOB FAIR FOR HANDICAPPED PEOPLE 13 14 NOVIEMBRE NOVEMBER	 CONSEJERÍA DE EMPLEO Y MUJER, DIRECCIÓN GENERAL DE EMPLEO COMUNIDAD DE MADRID	6.226	64	-	8.465
BIOCULTURA Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable Organic Product Fair and Responsible Consumption 14 17 NOVIEMBRE NOVEMBER	 ASOCIACIÓN VIDA SANA	4.369	503	372/131	55.571
SIMA OTOÑO Salón Inmobiliario de Madrid Madrid Real Estate Exhibition Autumn 15 17 NOVIEMBRE NOVEMBER	 PLANNER EXHIBITIONS, S.L.	-	-	-	-
BEBÉS Y MAMÁS El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition 23 24 NOVIEMBRE NOVEMBER	 FERIA BEBÉ, S.L.	1.869	78	-	12.290



9.3 | CONGRESOS CON EXPOSICIÓN | CONGRESSES WITH EXHIBITION

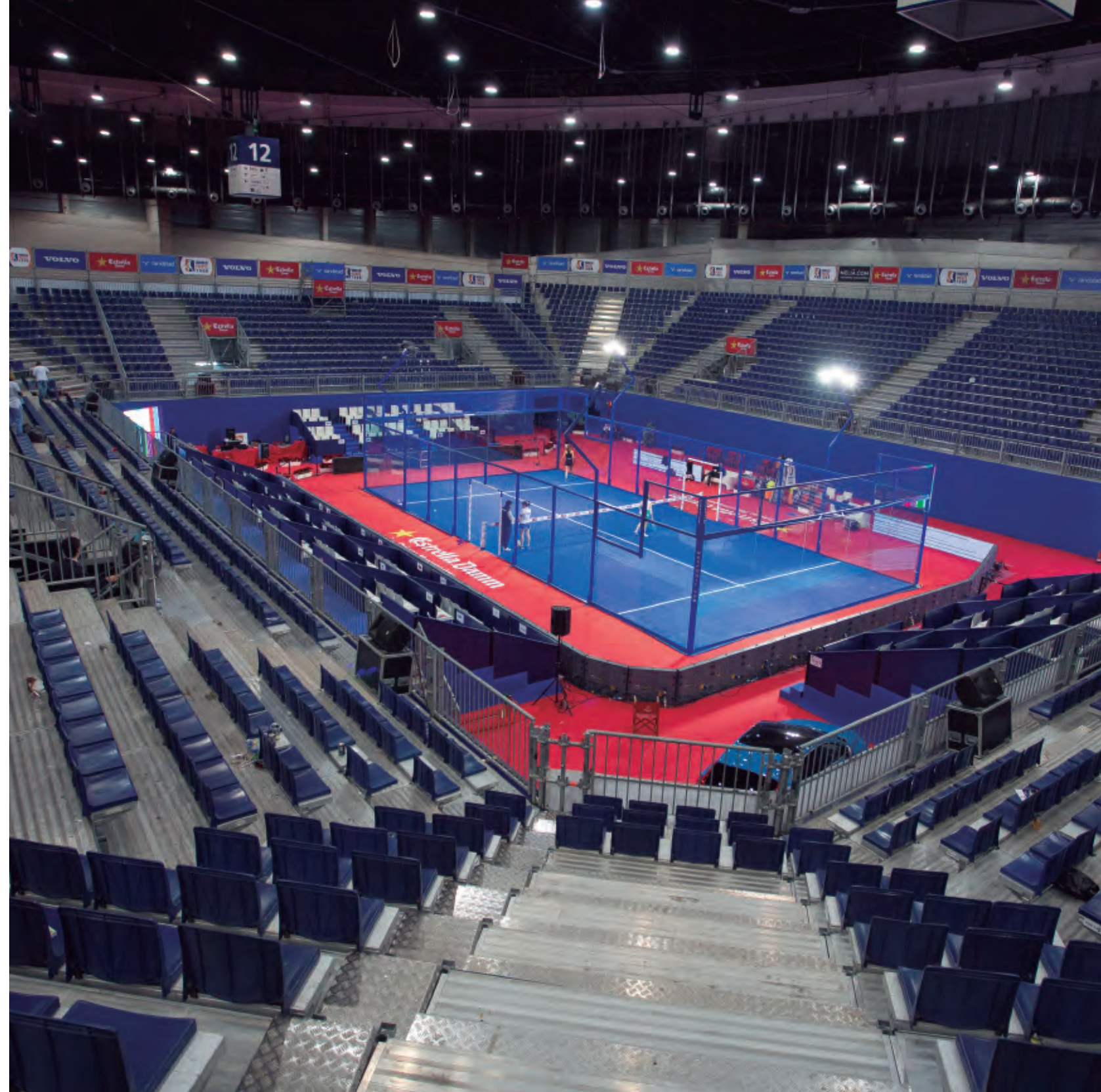
	ORGANIZA ORGANIZED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPOSITORAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
MADRID FUSIÓN 21 23 ENERO JANUARY	 FORO DE DEBATE, S.L.	-	-	-
WORLD ATM CONGRESS 12 14 FEBRERO FEBRUARY	 AIR TRAFFIC CONTROL ASSOCIATION (ATCA) CIVIL AIR NAVIGATION SERVICE ORGANISATION (CANSO)	5.054	143	4.568
Congreso y Exposición @asLAN.2013: "Cloud&Network Future" 10 11 ABRIL APRIL	 @asLAN	1.500	40	4.025
EULAR CONGRESS European League Against Rheumatism 12 15 JUNIO JUNE	 EULAR	8.743	71	14.001
XXXVI CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE BIOQUÍMICA Y BIOLOGÍA MOLECULAR 04 06 SEPTIEMBRE SEPTEMBER	 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE BIOQUÍMICA Y BIOLOGÍA MOLECULAR (SBBM)	1.126	20	1.070
28th FEA International Aerosol Congress & 17th Exhibition 24 26 SEPTIEMBRE SEPTEMBER	 GRUPO PACÍFICO AEDA (Asociación Española de Aerosoles) FEA (European Aerosol Federation)	1.827	101	1.501
I CONGRESO ESPAÑOL DE LA MAMA 17 19 OCTUBRE OCTOBER	 Gestión de Congresos y Sociedades Médicas, S.L.	-	-	-
XI CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CIRUGÍA BUCAL 28 30 NOVIEMBRE NOVEMBER	 GRUPO PACÍFICO	312	42	866



9.4 | OTRAS ACTIVIDADES EN FERIA DE MADRID | OTHER ACTIVITIES AT FERIA DE MADRID

ORGANIZA
ORGANISED BY

Olimpiadas Formación Profesional 2013		MINISTERIO DE EDUCACIÓN
13 16 FEBRERO FEBRUARY		
SEMANA DEL SEGURO. XX EDICIÓN El Punto de Encuentro del Sector Asegurador The Insurance Meeting Point		REED BUSINESS INFORMATION S.A.U.
12 14 MARZO MARCH		
STYLE MASTERS SHOW El más reconocido Evento de la Peluquería a Nivel Mundial The World renowned Hair and Styling Event	 	COLOMER BEAUTY AND PROFESSIONAL PRODUCTS, S.L. PATROCINA / PROMOTE: IFEMA (SALÓN LOOK INTERNACIONAL)
29 ABRIL APRIL		
DÍA DE LA FLOTA FLEET DAY		AEGFA
13 JUNIO JUNE		
Microsoft TechEd Europe		MICROSOFT
25 28 JUNIO JUNE		
PREPÁRATE Jornadas para Desarrollo Profesional y Personal para la Búsqueda de Empleo		INFOJOBS
03 DICIEMBRE DECEMBER		
MASTER WORLD PADEL TOUR 2013		WORLD PADEL TOUR
18 22 DICIEMBRE DECEMBER		
MADRID MOTOR DAYS		SPAIN MOTOR DAYS, S.L.
20 DICIEMBRE DECEMBER 5 ENERO JANUARY		



9.5 | CALENDARIO 2013-FERIAS, CONGRESOS Y ACTIVIDADES

2013 CALENDAR-TRADE FAIRS, CONGRESSES AND ACTIVITIES

ENERO JANUARY

- 16 | 18** **EXPO RECLAM**
Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario
The International Advertising and Promotional Gift Show
- 16 | 20** **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
- MADRIDJOYA** 
Salón Internacional de la Joya Urbana y de Tendencia
Urban and Jewellery Trends International Exhibition Fair
- BISUTEX** 
Salón Internacional de la Bisutería y Complementos
International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair
- 21 | 23** **MADRID FUSIÓN**
- 30 | 03** **FITUR** 
Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair

FEBRERO FEBRUARY

- 08 | 10** **SIMM** 
Salón Internacional de Moda de Madrid
Madrid International Fashion Fair
- 12 | 14** **WORLD ATM CONGRESS**
- 13 | 17** **ARCOmadrid** 
Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair
- 13 | 16** **OLIMPIADAS FORMACIÓN PROFESIONAL 2013**
- 13 | 17** **AULA** 
Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa
International Educational Opportunities Exhibition
- 14 | 16** **FORO DE POSTGRADO** 
Salón de la Educación de Tercer Ciclo
The Higher Education Studies Fair
- 14 | 16** **INTERDIDAC** 
Salón Internacional del Material Educativo
International Educational Equipment Show
- 18 | 22** **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** 

- 22 | 24** **ClassicAuto**
Salón Internacional Vehículo Clásico
Salón Internacional Vehículo Clásico
- 26 | 28** **GENERA** 
Feria Internacional de Energía y Medio Ambiente
Energy and Environment International Trade Fair
- 26 | 01** **CLIMATIZACIÓN** 
Salón Internacional de Aire Acondicionado, Calefacción, Ventilación y Refrigeración
International Air-Conditioning, Heating, Ventilation and Refrigeration Exhibition
- 28 | 03** **CINEGÉTICA & SUBARU**
Pasión por la Caza
Passion for Hunting - The Greatest Hunting Convention in Europe

MARZO MARCH

- 07 | 09** **PROPET** 
Feria para el Profesional del Animal de Compañía
Pet Industry Trade Fair
- 09 | 11** **MODACALZADO + IBERPIEL** 
Feria Internacional de Calzado y Artículos de Piel
Footwear and Leather Goods International Fair
- 12 | 14** **FER-INTERAZAR**
Feria Internacional del Juego
International Gaming and Gambling Trade Show
- 12 | 14** **SEMANA DEL SEGURO. XX EDICIÓN**
El Punto de Encuentro del Sector Asegurador
The Insurance Meeting Point
- 12 | 15** **HOMSEC**
Salón Internacional de Tecnologías de Seguridad y Defensa
International Trade Fair of Security & Defense Technologies
- 13 | 14** **WORLD BULK OIL EXHIBITION**
El Encuentro Mundial del Aceite de Oliva
The International Meeting for Large Volumes of Olive Oil
- 13 | 16** **MOTORTEC AUTOMECHANIKA IBÉRICA** 
Feria Internacional de Componentes, Equipos y Servicios para la Automoción
Iberia's Leading Trade Fair for Automotive Parts, Equipment and Service Suppliers
- 15 | 17** **MADRID GOLF**
Feria Internacional de Golf
International Golf Show
- 22 | 24** **MotoMadrid**
Salón Comercial de la Motocicleta
Motorcycle Trade Show
- 27 | 29** **MATELEC EIBT CHINA** 
Exposición Internacional de Electricidad y Tecnología Inteligente para Edificación
Electrical and Intelligent Building Technology Exhibition
SHANGHAI

ABRIL APRIL

- 03 | 05** **SICUR LATINOAMÉRICA**
Exhibición Internacional de Equipos, Productos, Tecnologías y Servicios para la Seguridad Integral
International Exhibition of Equipment, Products, Technologies and Services for Comprehensive Safety
SANTIAGO DE CHILE
- 06 | 14** **ALMONEDA** 
Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo
Antiques, Art Galleries and Collectors Fair
- 08 | 11** **SALÓN DE GOURMETS** 
Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad
International Fine, Food and Beverage Fair
- 10 | 11** **Congreso y Exposición @asLAN.2013: "Cloud&Network Future"**
- 24 | 25** **EXPO E-COMMERCE ESPAÑA**
Salón-Congreso sobre el Comercio Electrónico
- 24 | 25** **OMExpo Madrid**
Feria-Congreso sobre el Marketing Digital y la Publicidad Online
Trade Fair and Congress about Digital Marketing and Online Advertising
- 29** **STYLE MASTERS SHOW**
El más reconocido Evento de la Peluquería a Nivel Mundial
The World renowned Hair and Styling Event

MAYO MAY

- 09 | 11** **EXPOFRANQUICIA** 
Salón Internacional de la Franquicia
International Franchising Trade Fair
- 24 | 02** **SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN** 
SECOND-HAND VEHICLE SHOW
- 25 | 26** **100 X 100 MASCOTA** 
Feria del Animal de Compañía
Madrid Pet Fair
- 30 | 02** **SIMA** 
Salón Inmobiliario Internacional de Madrid
Madrid International Real Estate Exhibition

JUNIO JUNE

- 04 | 05** **EXPO FOODSERVICE**
Encuentro Profesional de Restauración y Hostelería 10ª Edición.
Todos los ingredientes de un buen negocio en hostelería
Foodservice, Restaurant and Hospitality Industries Professional Event 10th Edition.
All ingredients for a good restaurant business
- 12 | 15** **EULAR CONGRESS**
European League Against Rheumatism
European League Against Rheumatism

- 13** **DIA DE LA FLOTA**
FLEET DAY
- 25 | 28** **Microsoft TechEd Europe**
- 27 | 30** **MULAFEST** 
Festival de Tendencias Urbanas
Urban Life & Arts Festival

SEPTIEMBRE SEPTEMBER

- 04 | 06** **XXXVI CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE BIOQUÍMICA Y BIOLOGÍA MOLECULAR**
- 06 | 08** **MOMAD METRÓPOLIS** 
Salón Internacional del Textil, Calzado y Complementos
International Fashion Trade Show
- 11 | 15** **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

- 13 | 15** **EXPOBIKE** 
Feria de la Bicicleta
The Bicycle Fair
- 13 | 17** **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** 
- 24 | 26** **28th FEA International Aerosol Congress & 17th Exhibition**
- 25 | 26** **eShow**
Salón Profesional de E-Commerce, Marketing Online, Cloud&Hosting, Social Media, Digital Signage y Mobile.
Professional Show of E-Commerce, Marketing Online, Cloud&Hosting, Social Media, Digital Signage and Mobile
- 25 | 26** **FORO DE ACTIVACIÓN DEL PRIMER EMPLEO**

OCTUBRE OCTOBER

- 03 | 06** **PUERICULTURA MADRID** 
Salón Profesional de Productos para la Infancia
Childhood Products Trade Show

- 04 | 06** **SALÓN LOOK INTERNACIONAL** 
La Feria de la Imagen y la Estética Integral
The Image and Integral Aesthetics Exhibition
- 11 | 13** **MADRID FASHION CAKE**
Feria de Repostería Creativa
International Sugarcraft Exhibition
- 15 | 17** **SALÓN PROFESIONAL DE FLOTAS DE MADRID - Vehículos & Servicios** 
THE PROFESSIONAL MADRID FLEET SHOW
- Vehicles and Services


- 15 | 17** **SIMO NETWORK** 
Feria Internacional de Servicios y Soluciones TIC para Empresas
International ITC Services and Solutions Trade Fair
- 15 | 18** **TRAFIC** 
Salón Internacional de la Seguridad Vial y el Equipamiento para Carreteras
International Road Safety and Equipment Exhibition

- 16 | 18** **EXPOenvión**
Feria del Mailing, Billing, Transpromo, Manipulados, Acabados, Marketing Directo, Gestión e Impresión Documental
Exhibition Mailing, Billing, Transpromo, Handled Finishing, Direct Marketing, Document Management and Digital Printing
- 16 | 18** **FRUIT ATTRACTION** 
Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas
International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry



- 16 | 18** **GENERA LATINOAMÉRICA** 
Feria Internacional de la Eficiencia Energética y las Energías Renovables
Energy Efficiency and Renewable Energies International Trade Fair
SANTIAGO DE CHILE

- 23 | 24** **MetalMadrid**
Feria Industrial de la Comunidad de Madrid
Madrid Industrial Fair
- 25 | 27** **MOMAD - 100IBODAS** 
Salón de Productos y Servicios para Celebraciones
Exhibition of Products and Services for Celebrations
- 29 | 30** **EXPOCECOFERSA**
Encuentro Comercial de Ferretería
Industrial Hardware Trade Meeting
- 29 | 30** **BROADCAST it! Experience** 

NOVIEMBRE NOVEMBER

- 07 | 10** **MADRID GAMES WEEK** 
La gran Feria del Videojuego
The great Videogames Fair
- 13 | 14** **EMPACK**
El Salón Profesional del Envase, Etiquetado, Embalaje y Acondicionamiento
Packaging Trade Show

- 13 | 14** **LOGISTICS MADRID**
El Salón Profesional del Almacenaje, Manutención y Logística
The Storage, Handling and Logistic Show
- 13 | 14** **FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD**
JOB FAIR FOR HANDICAPPED PEOPLE
- 14 | 17** **BIOCULTURA**
Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable
Organic Product Fair and Responsible Consumption
- 15 | 17** **NATURIVA NIEVE Y MONTAÑA** 
Festival de los Deportes y Actividades en la Naturaleza
The Sports & Nature Activities Festival
- 15 | 17** **SIMA OTOÑO**
Salón Inmobiliario de Madrid
Madrid Real Estate Exhibition Autumn
- 15 | 24** **SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN EDICIÓN ESPECIAL OTOÑO** 

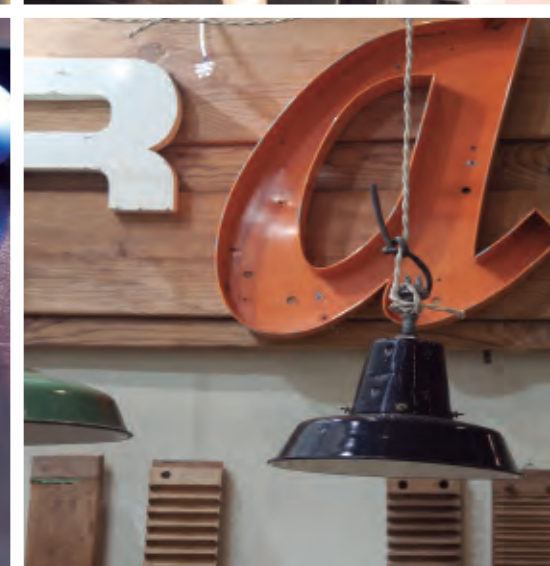
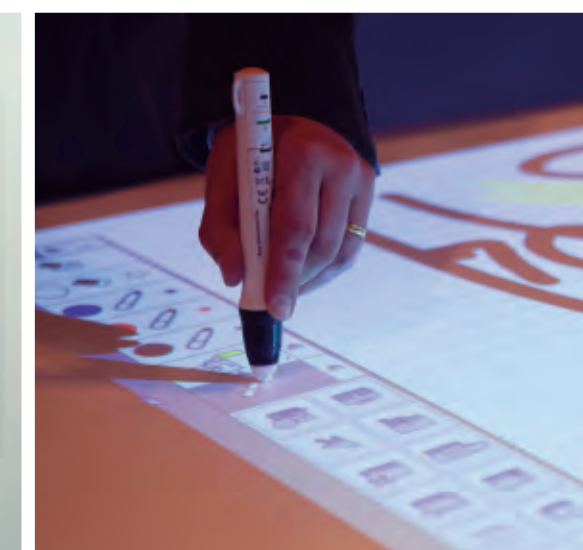
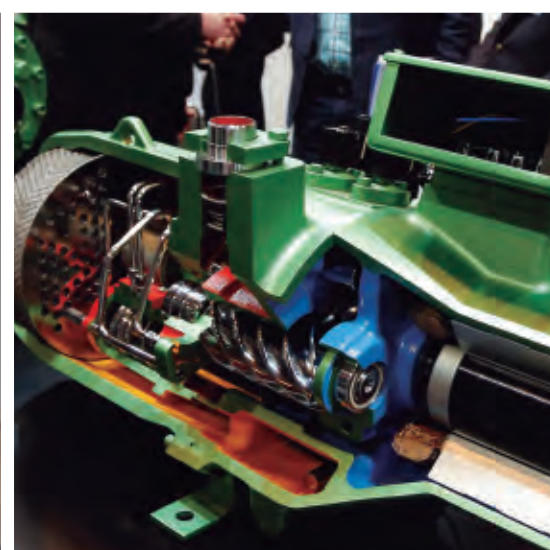
- 16 | 24** **FERIARTE** 
Feria de Arte y Antigüedades
Art and Antiques Fair
- 20 | 22** **HOREQ** 
Soluciones para la Hostelería, Restauración y Colectividades
Global Solutions for Hotels, Restaurants and Caterings

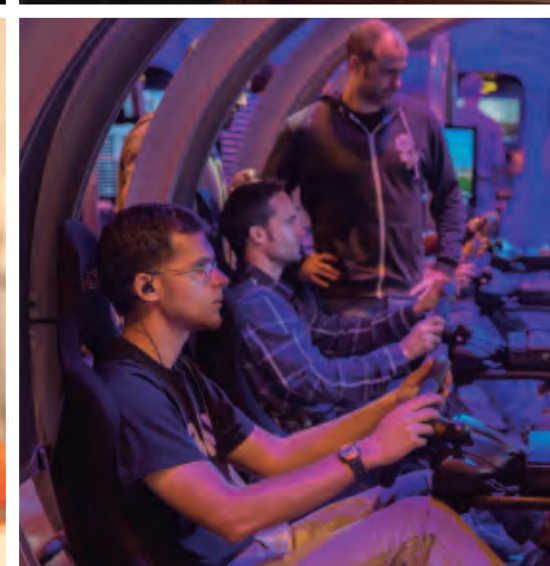
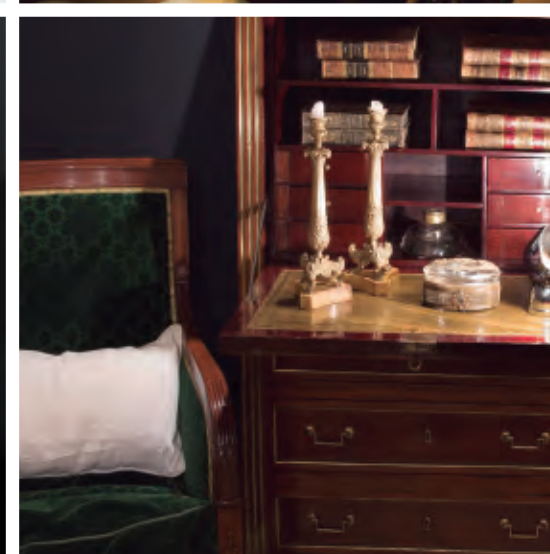
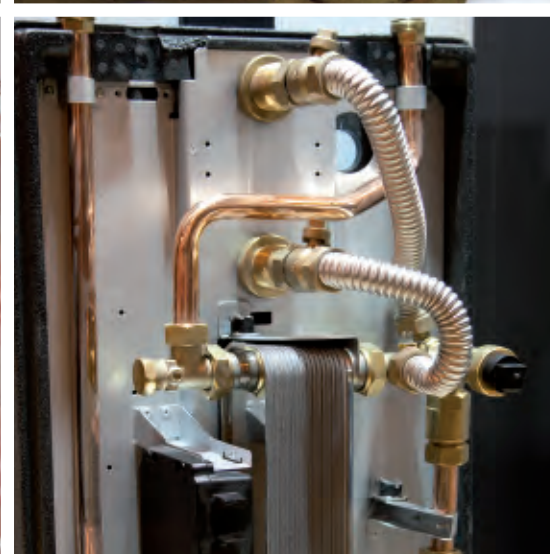
- 20 | 22** **VENDIBÉRICA** 
Feria Internacional del Vending
International Vending Trade Show
- 23 | 24** **BEBÉS Y MAMÁS**
El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias
The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition

DICIEMBRE DECEMBER

- 03** **PREPÁRATE**
Jornadas de Desarrollo Profesional y Personal para la Búsqueda de Empleo
- 05 | 08** **DABADUM** 
Salón del Ocio Infantil en Familia
Kids and Family Fun Expo
- 11 | 15** **ALMONEDA Navidad** 
Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo
Antiques, Art Galleries and Collectors Fair
- 18 | 22** **MASTER WORLD PADEL TOUR 2013**
- 20 | 05** **MADRID MOTOR DAYS**
ENERO
JANUARY

-  | **FERIA ORGANIZADA POR IFEMA**
IFEMA-ORGANISED TRADE FAIR
-  | **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**
IFEMA INTERNATIONAL







**IFEMA, GENERADORA
DE TURISMO DE NEGOCIO**
IFEMA, A GENERATOR
OF BUSINESS TOURISM
IN MADRID

10 | IFEMA, GENERADOR DE TURISMO DE NEGOCIO EN MADRID | IFEMA, A GENERATOR OF BUSINESS TOURISM IN MADRID

Tradicionalmente las instituciones feriales han estado siempre vinculadas a los gobiernos regionales y municipales de las ciudades donde tienen sede, por considerarse herramientas de gran valor dinamizador de la economía de la región y consecuentemente por el alto movimiento de turistas y de ingresos que genera para la ciudad.

La afluencia de expositores y visitantes, en su mayoría profesionales procedentes de otras regiones y países, es una de las más importantes impulsoras del turismo de negocio y dinamiza todos los sectores ligados al movimiento de unos viajeros con alto poder adquisitivo.

Precisamente este fue el motivo principal por el que se creó IFEMA, para dotar a la región de Madrid, de una plataforma dinamizadora de la economía, y con entidad suficiente para promocionar Madrid fuera de España. En ambos sentidos IFEMA sigue trabajando para lograr ser un eficaz motor de crecimiento, y un referente en el panorama internacional.

En 2013, IFEMA inauguró su calendario de actividad con la convocatoria de una de las primeras ferias mundiales de la industria turística, FITUR, que recibió más de 200 mil visitantes, y a la que le siguieron a lo largo del año un total de 78 ferias y congresos, además de alrededor de 400 eventos empresariales, que congregaron en Madrid a más de 2,5 millones de visitantes. Este programa de actividad, para el que IFEMA destinó cerca de 3 millones de euros en programas de compradores internacionales y promoción exterior, representa un aporte sustancial al turismo de negocios que genera la ciudad de Madrid, y un impacto económico de dos mil millones de euros.

Traditionally, trade fair institutions have been linked to the regional and municipal governments of the cities where they are based. This is because they are viewed as tools that can greatly energise the region's economy and therefore bring a large movement of tourists and income to the city.

The influx of exhibitors and visitors, mainly professionals from other regions and countries, is one of the most important movers of business tourism and it energises all the sectors involved with travellers with high purchasing power.

This was precisely the main reason for creating IFEMA. It was to give the Madrid Region a platform through which to energise the economy, one with sufficient status to promote Madrid beyond Spain. In both respects, IFEMA continues striving to be an efficient driving force for growth as well as an international benchmark.

IFEMA opened its 2013 calendar with one of the first global events for the tourism industry, FITUR, the International Tourism Trade Fair. This received over 200,000 visitors and was followed during the year by 78 trade fairs and congresses as well as around 400 business events, which together drew over 2.5 million visitors to Madrid. The year's programme of activities, to which IFEMA devoted around 3 million euros on international buyers' and external promotion programmes, represented a substantial contribution to the business tourism generated by the city of Madrid and an economic injection of two billion euros.

GRANDES CONGRESOS INTERNACIONALES

Los congresos internacionales son pieza clave en el desarrollo del turismo de negocio de las ciudades y regiones. En este sentido, el ejercicio 2013 cobró especial relevancia en la actividad de Congresos y Convenciones de IFEMA, que se ha visto en los dos últimos años ampliamente desarrollada con la elección de IFEMA y Madrid como sede de grandes convocatorias profesionales. Un ejercicio en el que IFEMA gestionó la celebración de importantes congresos y encuentros, hasta un total de 382 eventos, atrayendo a Madrid, solo por este concepto, a 112.834 asistentes de todo el mundo, lo que en términos de ocupación hotelera de la ciudad representó una media de 150.000 plazas.

De esta forma, la Feria de Madrid acogió diversos encuentros de alcance internacional, como el World ATM Congress, celebrado del 12 al 14 de febrero, donde se reunieron los líderes más destacados del mundo de la aviación. Otro de los encuentros fue el 28th FEA International Aerosol Congress, que se celebró del 24 al 26 de septiembre, donde se dieron cita más de 100 empresas expositoras de todo el mundo y se ofrecieron conferencias sobre el entorno actual del mercado de aerosoles. Asimismo, la European League Against Rheumatism (EULAR) estuvo presente en IFEMA del 12 al 15 de junio, un prestigioso foro del ámbito científico y clínico en Europa al que asistieron 14 mil congresistas. A ellos se suman eventos de relevancia como Microfoft TechEd Europe, que reunió a 5.000 participantes, INFOSYS LODESTONE - ILO Europe Event, o AIA Thailand annual convention, entre otros. En el ámbito nacional IFEMA acogió, SEBBM, Congreso de la Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular; Congreso Español de la Mama; y SECIB, Congreso de la Sociedad Española de Cirugía Bucal.

Además, la creciente capacidad de IFEMA para la gestión de las infraestructuras y servicios de grandes congresos, le ha llevado a confirmar la atracción a Madrid en 2014 un total de 10 congresos internacionales, y otros tantos en 2015, y que movilizará la llegada a Madrid de más de 50.000 y 65.000 visitantes profesionales, respectivamente cada año, y proporcionará una importante inyección económica para la ciudad.

MAJOR INTERNATIONAL CONGRESSES

International congresses play a key role in the development of business tourism of cities and regions. Accordingly, 2013 proved especially important for IFEMA Conventions and Congresses activity, which over the past two years has been boosted by the choice of the Institution and Madrid as the venue for major professional events. This was a year when IFEMA administered important congresses and meetings, which numbered 382 events and attracted 112,834 people from around the world. In terms of hotel occupancy, this represented some 150,000 places.

Feria de Madrid hosted a series of gatherings of international scope, such as the World ATM Congress, held on 12-14 February, a meeting for the most distinguished figures from the aviation world. Another event was the 28th FEA International Aerosol Congress, which took place on 24-26 September, drawing over a hundred exhibiting companies from around the world and providing lectures on the current state of the aerosol market. There was also the European League Against Rheumatism (EULAR) which came to IFEMA on 12-15 June. This is a prestigious scientific and clinical European forum that was attended by 14,000 people. Other international events included Microsoft TechEd Europe, which gathered 5,000 participants, INFOSYS LODESTONE - ILO Europe Event, or AIA Thailand annual convention. Feria de Madrid was also the venue for Spanish events like the Congress of the Spanish Society for Biochemistry and Molecular Biology (SEBBM); the Spanish Breast Health Congress; and SECIB, the Spanish Society for Oral Surgery Congress.

IFEMA's growing capacity to manage the infrastructures and services of major congresses has led it to confirm that it will host 10 international congresses in 2014 and the same number the following year. This will bring over 50,000 and 65,000 trade visitors respectively, and will provide an important financial boost to the city.



Para el desarrollo de su actividad congresual, IFEMA dispone de una de las más modernas instalaciones de Europa, con 12 pabellones y 200.000 m² cubiertos de exposición disponibles, además de 14.000 plazas de aparcamiento, un completo equipamiento de sus infraestructuras, y unas inmejorables comunicaciones tanto de la red viaria como de la red de Metro de Madrid, y situado muy próximo al Aeropuerto Adolfo Suarez Madrid - Barajas, con múltiples conexiones internacionales.

IFEMA, MOTOR DE DINAMIZACIÓN

Otro de los proyectos en los que IFEMA ha trabajado durante 2013, ha sido en la dinamización del turismo de negocio como apoyo a la participación empresarial. Atraer a un mayor número de visitantes profesionales a las ferias, y contribuir a acercar el turismo de negocio al turismo de ciudad y compras, ha sido uno de los objetivos llevados a cabo este año, y que se ha materializado en una novedosa iniciativa: IFEMA PLUS programa cultural, de ocio, gastronómico y de compras diseñado para dinamizar la asistencia a ferias e incentivar el turismo en la ciudad.

En este sentido, y teniendo en cuenta que casi el 70% de visitantes que recibe IFEMA al año es de fuera de Madrid, procedentes de distintos destinos nacionales e internacionales, la Institución Ferial ha promovido el desarrollo de este programa que nace con el fin de aunar los intereses de las ferias con los propios del sector turístico de Madrid, fomentando un mayor número de asistentes a las ferias, así como de estancias en la ciudad, además de un aumento en su capacidad de gasto en los distintos ámbitos que conforman la oferta comercial, cultural y de ocio de Madrid.

En total, más de un centenar de hoteles, museos, teatros, salas de espectáculos, comercios y centros de ocio de Madrid se han sumado hasta la fecha a este programa con interesantes ofertas y exclusivas experiencias para los visitantes con motivo de su participación en ferias, con el fin de contribuir desde IFEMA a la dinamización del turismo de negocios, y a su impacto en la economía de Madrid.

For its work on congresses, IFEMA possesses among the most modern facilities in Europe. It has 12 halls and 200,000 sq. m. of available exhibition space together with 14,000 parking spaces, a fully-equipped infrastructure and unbeatable communications, both in terms of road transport and the Metro subway. It is located very close to Adolfo Suarez Madrid - Barajas Airport, from where a host of international flights arrive and depart.

IFEMA, A DRIVING FORCE FOR ENERGISATION

Another project on which IFEMA worked in 2013 was the energisation of business tourism in support of business participation. One of the aims pursued was to attract a higher number of trade visitors to fairs and help to move business tourism closer to city tourism and shopping. This gave rise to a new initiative: the IFEMA PLUS programme that focuses on culture, leisure, cuisine and shopping in order to boost attendance at fairs and foster tourism in the city.

The Institution developed IFEMA PLUS in view of the fact that almost 70% of the visitors it receives each year come from a variety of Spanish and foreign destinations rather than Madrid. The aim of the programme is to link the interests of trade fairs to those of Madrid's tourism sector in order to foster both greater numbers of visitors to its fairs and stays in the city while increasing spending on the array of commercial, cultural and leisure aspects offered by Madrid.

So far, over a hundred of Madrid's hotels, museums, theatres, performance venues, shops and leisure centres have signed up to this programme and provided interesting offers and exclusive experiences for visitors when they participate at trade fairs. The aim is for IFEMA to help energise business tourism and its impact on Madrid's economy.

Constituye, por tanto, una iniciativa con la que IFEMA se alinea con las actuaciones que están llevando a cabo tanto la Comunidad como el Ayuntamiento de Madrid, así como la Cámara de Comercio. De hecho esta iniciativa es una pieza más que se inserta en la estrategia global de las Administraciones de consolidar e incrementar el posicionamiento de la ciudad como destino de compras de referencia nacional e internacional.

MADRID, SEGUNDA CIUDAD CONGRESUAL DEL MUNDO

La actividad congresual de IFEMA ha contribuido decisivamente en 2013 a la mejora de Madrid en el ranking mundial de congresos internacionales. Según el barómetro que acaba de anunciar la ICCA, Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, la capital de España alcanzó en 2013 el segundo puesto en dicho ranking, situándose sólo por detrás de París y manteniendo su liderazgo como destino español de turismo congresual.

En los últimos cinco años, Madrid ha pasado de ocupar la posición número 22ª a estar entre las tres ciudades líderes del mundo de turismo congresual, superando incluso a Viena, que llevaba desde 2009 liderando el ranking, y a otras urbes como Barcelona, Singapur o Londres. Además, vuelve a alcanzar una cifra récord en su actividad congresual, con 186 eventos mundiales, lo que supone un incremento del 13% respecto al año anterior.

Estos datos manifiestan el auge de la capital española en cuanto a su capacidad organizativa, en la que IFEMA participa activamente como gran operador de congresos profesionales especializados de ámbito internacional y como uno de los principales dinamizadores del turismo de negocio de la capital.

This is, therefore, an initiative that aligns IFEMA with the actions of Madrid's Regional Government, its City Council and its Chamber of Commerce. In fact, it forms another piece in the Administrations' global strategy to consolidate and increase the city's positioning as a national and international benchmark for shopping.

MADRID, THE WORLD'S SECOND LEADING CITY FOR CONGRESSES

IFEMA's congress work played a decisive part in Madrid's improvement in the global ranking of international congresses. According to the International Congress and Convention Association (ICCA), the Spanish capital rose to second place in 2013, trailing only Paris, while maintaining its leadership in Spain in the area of congress tourism.

In the past five years, Madrid has risen from 22nd position into the top three leading cities for congress tourism. It has even moved above Vienna, which since 2009 had led the ranking, as well as Barcelona, Singapore or London. In addition, it has again established a record for its congresses, with 186 global events, a 13% increase on the previous year.

These figures display Madrid's emergence in terms of its organisational capacity, in which IFEMA participates actively as a major operator of specialised international trade congresses and as an important driving force for business tourism in the capital.



IFEMA te descubre
lo mejor de Madrid



IMPULSANDO LA MARCA MADRID

IFEMA, ha forjado su actividad en torno a tres principales objetivos como son dinamizar la economía y la actividad empresarial, generar riqueza y desarrollo para la región, y promocionar y proyectar la marca de Madrid a escala internacional.

La organización ferial constituye la parte troncal de la actividad de IFEMA. Sus instalaciones de Feria de Madrid acogen anualmente más de 80 ferias dando soporte a numerosos sectores de la economía. De ellas, hoy cuenta con algunas convocatorias emblemáticas que se han convertido en auténticos embajadores de la Marca Madrid, como son ARCOmadrid, FITUR, FERIAARTE, o la pasarela MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. De hecho, la voluntad de IFEMA de promocionar la ciudad de Madrid a través de eventos de alcance internacional, como muestra de la potencia de las industrias y de la propia institución, ha llevado en los últimos años a incorporar la palabra Madrid en el nombre de algunas de sus principales ferias internacionales, todas ellas marcas reconocidas en todo el mundo, que sin duda están contribuyendo a potenciar la imagen, la cultura y la vanguardia de Madrid, y proyectándola internacionalmente.

DRIVING THE MADRID BRAND

IFEMA has shaped its work around three principal aims: the energising of the economy and business activity; the creation of wealth and development for the region; and the international promotion and projection of the Madrid Brand.

The organisation of trade fairs is the backbone of IFEMA's work. Each year, its Feria de Madrid facilities host over 80 trade fairs that provide support to numerous sectors of the economy. Of these, the site today boasts some emblematic events that have become real ambassadors for the Madrid Brand such as ARCOmadrid, the International Contemporary Art Fair, FITUR, the International Tourism Trade Fair, FERIAARTE, the Art and Antiques Fair, or MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. In fact IFEMA's desire to promote the city of Madrid through events of international scope and display the strength of its industries and of the Institution itself, has led over recent years to the incorporation of the word "Madrid" into some of its principal international fairs, all of which are recognised brands throughout the world. This has without doubt helped to boost the image, culture and avant-garde of Madrid and project it internationally.





11

ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN

GOVERNING AND MANAGEMENT BODIES

11.1 | **Órganos de gobierno**
11.1 | Governing bodies

11.2 | **Órganos de gestión**
11.2 | Management bodies

11.1 | ÓRGANOS DE GOBIERNO GOVERNING BODIES

A 31 de diciembre de 2013
At 31 December 2013

JUNTA RECTORA GOVERNING BOARD

PRESIDENTE
CHAIRMAN

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

VICEPRESIDENTES
DEPUTY CHAIRPERSONS

Don | Mr. Ignacio González González
Don | Mr. Luis Eduardo Cortés Muñoz
Doña | Ms. Carmen Cafranga Cavestany

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
Doña | Ms. Concepción Dancausa Treviño
Don | Mr. José Enrique Núñez Guijarro
Doña | Ms. M^a de la Paz González García
Don | Mr. Fernando Villalonga Campos
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. Antonio Cámara Eguinoa

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 CHAIRPERSONS

Doña | Ms. Concepción Dancausa Treviño
Don | Mr. Salvador Victoria Bolívar
Don | Mr. Antonio Cámara Eguinoa

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
Don | Mr. José Enrique Núñez Guijarro
Doña | Ms. Dolores Flores Cerdán
Don | Mr. Timothy Benjamin Chapman (*)

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 (*)

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

(*) **suplentes** substitutes

COMISIÓN PERMANENTE DE LA JUNTA RECTORA PARA LA PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN FERIA
STANDING COMMITTEE OF THE GOVERNING BOARD FOR EXHIBITION PLANNING AND PROGRAMMING

PRESIDENTE

CHAIRMAN

Don | Mr. Enrique Ossorio Crespo

VICEPRESIDENTES

DEPUTY CHAIRPERSONS

Doña | Ms. Concepción Dancausa Treviño
Don | Mr. José Miguel Guerrero Sedano
Don | Mr. Antonio Cámara Eguinoa

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

Doña | Ms. Dolores Flores Cerdán

Don | Mr. Enrique Torres Valverde

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



11.2 | ÓRGANOS DE GESTIÓN | 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 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 Busqué

Director de Seguridad y Servicios Internos

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 Y CONVENCIONES Y CONGRESOS EXHIBITION GROUPS AND 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. Miguel Aguilar Esteban

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^e 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

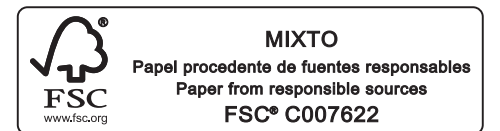
FOTOGRAFÍA PHOTOGRAPHY
© FOTOTECA IFEMA

DISEÑO GRÁFICO GRAPHIC DESIGN
SETANTA.ES

TRADUCCIÓN TRANSLATION
CLS COMMUNICATION, S. L.

DEPÓSITO LEGAL CATALOGUE NUMBER
XXXXXXXXXX

© IFEMA OCTUBRE OCTOBER 2014





Este trabajo ha sido realizado en los talleres de la Fundación Carmen Pardo-Valcarce que trabaja por la integración socio-laboral de personas con discapacidad intelectual.
This work was carried out at the workshops of the Carmen Pardo-Valcarce Foundation, which works for the social and occupational integration of those with learning disabilities.

