



IFEMA
Feria de
Madrid

2016

Memoria Anual
Annual Report



IFEMA
Feria de
Madrid

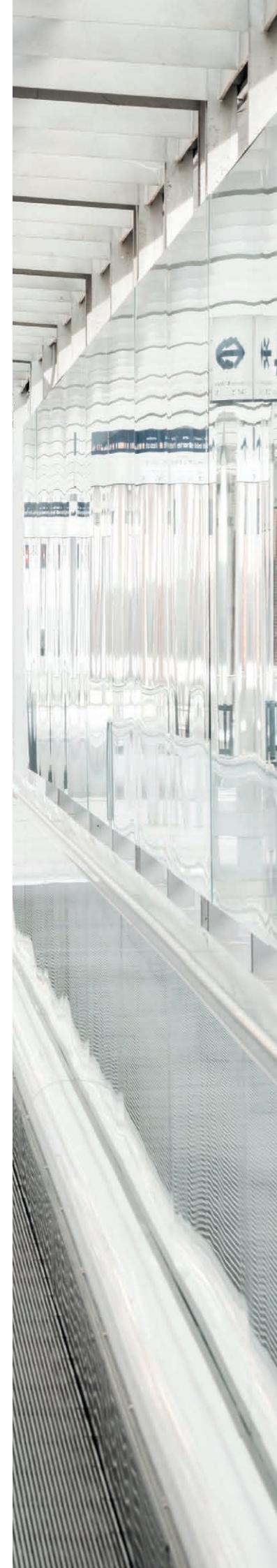
2016

Memoria Anual
Annual Report



Índice Index

- 0** [2016: IFEMA en cifras 2016: IFEMA by numbers](#) 4
- 1** [Presentaciones Presentations](#) 6
 - [1.1. Presidente de la Junta Rectora](#) 8
Chairman of the Governing Board
 - [1.2. Presidente del Comité Ejecutivo](#) 10
Chairman of the Executive Committee
- 2** [Gestión Management](#) 12
 - [2.1. Informe del Director General](#) 14
Managing Director's Report
 - [2.2. Balance de actividad feria](#) 16
Summary of Events
 - [2.3. Balance de actividad de IFEMA Convenciones y Congresos](#) 26
Summary of IFEMA Congresses and Events Madrid
- 3** [Expansión internacional International expansion](#) 28
- 4** [Política de apoyo al emprendimiento Entrepreneurial support policy](#) 34
- 5** [Impulso a la innovación y a la investigación Promotion for innovation and research](#) 38
- 6** [Gestión de la comunicación y valoración de su impacto Communication management and impact assessment](#) 44
- 7** [Responsabilidad social corporativa Corporate social responsibility](#) 48
 - [7.1. IFEMA, una institución responsable. Actuaciones RSC](#) 50
IFEMA, a responsible Institution. CSR actions
 - [7.2. Gestión medioambiental](#) 51
Environmental management
 - [7.3. Recursos humanos](#) 52
Human resources
 - [7.4. Acciones solidarias](#) 57
Charitable work



8

Desarrollos TI IT Developments 58

8.1. Sistemas 60

Systems

8.2. Aplicaciones 64

Applications

9

IFEMA, balance económico IFEMA, financial results 66

9.1. Informe económico de gestión 68

Financial management report

9.2. Balance de situación al 31 de diciembre 2016 78

Balance sheet at 31 December 2016

9.3. Cuentas de pérdidas y ganancias del ejercicio 2016 80

Profit and loss statement for 2016

9.4. Resumen de ingresos y gastos 2016 por actividad 81

Summary of income and expenditure by activity in 2016

10

IFEMA, feria a feria IFEMA, trade fair to trade fair 82

10.1. Ferias organizadas por IFEMA 84

Trade fairs organised by IFEMA

10.2. Otros certámenes en Feria de Madrid 95

Other events at Feria de Madrid

10.3. Congresos y convenciones con exposición 100

Congresses and conventions with an exhibition

10.4. Otros congresos, convenciones y actos en Feria de Madrid 102

Other congresses, conventions and events at Feria de Madrid

10.5. Calendario 2016. Ferias, congresos y actividades 104

2016 Calendar. Trade fairs, congresses and activities

11

Órganos de Gobierno y Gestión Governing and Management Bodies 106

11.1. Órganos de Gobierno 108

Governing Bodies

11.2. Órganos de Gestión 112

Management Bodies

2016: IFEMA en cifras

actividad
activity

visitantes
visitors

510 eventos events



2.912.711 visitantes visitors

10% visitantes internacionales
international visitors

expositores
exhibitors

ocupación
occupation

26.762 empresas participantes
companies

15.272 expositores directos
direct exhibitors

18% internacionales
international

873.636 m² superficie neta
net surface area

2.000.000 m² superficie bruta
gross surface area

2016: IFEMA by numbers

resultados económicos financial results

105,6 millones ingresos
million revenue

18,2 millones ebitda
million ebitda

1,6 millones beneficio
million profits

1,99 millones inversiones
million investment

0 deuda financiera
financial debt

272 millones patrimonio neto
million net wealth

comunicación communication

245.757 impactos informativos
media impacts

11.113 millones audiencia
million audience

224,7 millones valoración económica
million economic value

1,3 millones seguidores redes sociales
million social media followers

2,1 millones visualizaciones YouTube
million YouTube views

recursos humanos human resources

392 empleados
employees

49,5% mujeres
female

50,5% hombres
male

4.231 horas formación
training hours

RSC acciones medioambientales CSR environmental actions

5.000 m³ ahorro de agua
water saved

16,5 toneladas reciclado metal
tonnes of metal recycled

21 toneladas reciclado papel
tonnes of paper recycled





Presentaciones

Presentations

- 1.1.** Presidente de la Junta Rectora _ 8
Chairman of the Governing Board
- 1.2.** Presidente del Comité Ejecutivo _ 10
Chairman of the Executive Committee



1.1. Presidente de la Junta Rectora Chairman of the Governing Board

LUIS CUETO ÁLVAREZ DE SOTOMAYOR

El año 2016 ha marcado un hito en la trayectoria de IFEMA. Han sido diversos los acontecimientos que se han sucedido y que han revertido en una redefinición de las bases de actuación de la Institución, y en el impulso de la estrategia que guiará sus pasos en los próximos años. Todo ello, con el consenso de los entes consorciados y en el marco de sus nuevos Estatutos, que han permitido la ampliación del objeto social y abordar cambios en la estructura y funcionamiento de sus Órganos de Gobierno.

Unos cambios proyectados al futuro y enfocados a reforzar la potencialidad de IFEMA y su contribución al fortalecimiento del tejido empresarial, a la generación de oportunidades de negocio para todos los sectores económicos e industriales, y a crear riqueza y empleo de su entorno. En este punto, quiero destacar especialmente, el apoyo y la labor conjunta realizada por las cuatro instituciones integrantes del consorcio público, en la profesionalización de la Institución y en la diversificación de su ámbito de acción y negocio.

Los resultados que se recogen en esta Memoria son una clara muestra del acierto de los pasos dados, y un anticipo de lo que se espera para los próximos años en los que se prevé consolidar a IFEMA como uno de los primeros operadores mundiales de la industria ferial, de congresos y convenciones. Unas previsiones que casan con la ambición que, desde cada una de las cuatro instituciones propietarias, tenemos por hacer de nuestra ciudad una de las primeras plazas mundiales para la celebración de ferias, congresos y eventos de alcance internacional.

Madrid es una gran capital cada vez más abierta e influyente, y no cabe ninguna duda de que IFEMA representa uno de sus ejes centrales, como polo de atracción de eventos internacionales y como embajador de la marca Madrid por todo el mundo. Por todo ello, insisto en destacar el papel esencial que juega IFEMA en la economía madrileña, como uno de los más potentes dinamizadores del turismo y como plataforma generadora de negocio, conocimiento, e innovación, y lo que hoy es ya una necesidad imperiosa, como palanca de internacionalización para las empresas y los sectores.

En 2016, IFEMA ha vuelto a impulsar con fuerza la actividad feria y ha conseguido atraer importantes congresos y convocatorias que han reunido en Madrid a casi tres millones de participantes. Y, por supuesto, un año más, ha convertido a Madrid en destino preferente y ha contribuido de forma directa a maximizar los impactos positivos en la capital y en el conjunto de la comunidad autónoma. Todo ello es consecuencia directa del crecimiento de la actividad y del aumento tanto del número de empresas participantes como de público visitante.

IFEMA es un escaparate internacional para empresas de todo tipo, pero también apoya el emprendimiento, el talento, las nuevas marcas y negocios. Por eso, en 2016, ha reforzado sus actuaciones enfocadas a dar cobertura a iniciativas empresariales, convirtiendo a las ferias en la mejor palanca de lanzamiento al mercado para los nuevos proyectos y productos. Y todo ello sin olvidar la responsabilidad social, que constituye una de las principales claves que guían el devenir de IFEMA, una institución que apuesta por el desarrollo sostenible, la responsabilidad social y las buenas prácticas en todos los ámbitos posibilitando el lanzamiento de emprendedores y de «start-up» en la mayoría de sus actividades.

Junto a la expansión internacional y el que llamamos «IFEMA 2.0», los retos a enfrentar en 2017 están lanzados.

Desde aquí, felicito a todos los que, año a año, participan en ello y lo hacen posible.

Cordialmente,

2016 was a year that marked a milestone in the history of IFEMA. Several events took place that led to a redefining of the Institution's bases of action and gave impetus to the strategy that will guide its steps over the coming years. All this took place with the consensus of IFEMA's member bodies and within the framework of its new Statutes, which expanded the corporate purpose and implemented changes to the structure and workings of its Governing Bodies.

These forward-looking changes were aimed at boosting IFEMA's potential and its contribution in strengthening the business fabric, generating business opportunities for all economic and industrial sectors and creating wealth and employment in its environment. At this point, I should particularly like to highlight the support and joint work performed by the public consortium's four bodies in the professionalisation of IFEMA and in the diversification of its sphere of action and business.

The results contained in this Annual Report are a clear example of the success of the steps that have been taken, and a preview of what is expected in the coming years when IFEMA expects to be consolidated as one of the leading global operators in the trade fair, congress and convention industry. This forecast matches the ambition of each of the four owner institutions to make our city one of the top places in the world to hold fairs, congresses and events of an international scope.

Madrid is a great capital that is increasingly open and influential. There is no doubt that IFEMA is one of its cornerstones, a magnet for international events and an ambassador of the Madrid brand all over the world. For these reasons, I wish to emphasise the essential role IFEMA plays in Madrid's economy, as one of the most powerful energisers of tourism and as a platform for generating business, knowledge and innovation, and what is now a pressing need, as a lever of internationalisation for companies and sectors.

In 2016, IFEMA once again promoted trade fair activity energetically and managed to attract important congresses and events, which gathered almost three million participants in Madrid. And, of course, Madrid was for another year a favourite destination and contributed directly to maximising the positive impacts on the capital and throughout the Autonomous Region. All this is a direct consequence of the growth in activity and the increase in both the number of participating companies and the visiting public.

IFEMA is an international showcase for companies of all types, but it also supports entrepreneurship, talent and new brands and businesses. That is why in 2016 it reinforced actions that focused on providing coverage to business initiatives, making the fairs the best lever for the launching of new projects and products. And all this without overlooking social responsibility, which is one of the key factors that guide the future of IFEMA. We are an institution that is committed to sustainable development, social responsibility and good practices in all areas that enable the launching of entrepreneurs and start-ups in most of its activities.

Together with international expansion and what we term «IFEMA 2.0», the challenges to be faced in 2017 have been set.

I would like to congratulate all those who, year after year, participate in this and make it possible.

Regards,



1.2. Presidente del Comité Ejecutivo Chairman of the Executive Committee

CLEMENTE GONZÁLEZ SOLER

El año 2016 ha sido clave en la consolidación de la recuperación de la economía en España y en su impacto en la reactivación de la actividad empresarial. En este contexto, puedo asegurarles con satisfacción que IFEMA ha contribuido también a la confirmación de esta evolución en un ejercicio muy positivo para la Institución, reforzada nuevamente como uno de los grandes motores de Madrid.

Compartir la presidencia de IFEMA con mi condición de empresario e industrial, me permite, especialmente, constatar que la gestión de este consorcio público se ha desarrollado con criterios de competitividad, rentabilidad y visión de negocio. Todo ello, sin olvidar un marco indisociable, como es el cumplimiento de su fin social como dinamizador de la actividad empresarial y como generador de riqueza en su entorno. Consecuentemente, los buenos resultados han venido avalados por el aumento significativo de la participación empresarial en la práctica totalidad de las ferias, así como de la ocupación del espacio expositivo y el desarrollo de nuevos proyectos que han ayudado a los objetivos del crecimiento y la diversificación.

IFEMA es el primer operador feria de España y uno de los principales de Europa. Así mismo, gracias a nuestra actividad, Madrid ocupa uno de los primeros puestos del ranking mundial de ciudades congresuales, siendo hoy sede prioritaria de grandes congresos internacionales. En este sentido, quisiera expresar mi compromiso en seguir trabajando intensamente para convertir a estos recintos en referente mundial, en un gran operador global, fortaleciendo el negocio y elevando aún más el posicionamiento de nuestras grandes ferias en los primeros puestos de la escena internacional.

Con la lectura de las páginas de esta Memoria Anual apreciarán a su vez uno de los principales valores de IFEMA: su solvencia financiera. Somos la única institución feria española que no tiene deuda, no recibe subvenciones y obtiene beneficios. Una circunstancia que nos permite disponer de la suficiente capacidad para invertir en todos los proyectos que consideremos imprescindibles para alcanzar nuestros objetivos. IFEMA está ampliando su campo de actuación a otras líneas de negocio y sigue incorporando

criterios empresariales en la gestión con el fin de optimizar aún más los recursos, potenciar la innovación y continuar en el camino emprendido hacia la internacionalización. Todo ello gracias a su capacidad económica, su modelo de gestión y una plantilla altamente cualificada, comprometida y con un especial sentimiento de pertenencia a la Institución.

No tengo ninguna duda de que con estos miembros conseguiremos mantener el principal compromiso ante nuestros clientes: la excelencia en el servicio. Uno de nuestros *leit motiv*, que se unirá a la búsqueda del crecimiento —siempre focalizado hacia el beneficio de nuestros clientes—; la digitalización como estrategia de competitividad; la optimización y la diversificación de actividad y servicios; la expansión internacional y la atracción de grandes congresos y eventos internacionales a Madrid. En esta línea, tenemos previsto crecer en ferias propias y ferias organizadas por operadores externos, desarrollar nuevas líneas de ingresos, consolidar alianzas estratégicas que nos permitan acometer nuevos proyectos, y ampliar la oferta de servicios a los expositores.

Con todas estas actuaciones, y con el permanente apoyo de las instituciones que conforman IFEMA —la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio e Industria y la Fundación Montemadrid—, estamos seguros de que Madrid consolidará aún más su posición entre las grandes plazas de ferias y de congresos del mundo. Tenemos todas las condiciones y requisitos para ello: contamos con un excelente recinto, el mejor capital humano y un ambicioso afán de innovación. Unas cualidades que nos hacen muy atractivos para todas las empresas y que encontrarán en cada uno de los capítulos de esta Memoria de 2016, un año que ha marcado un nuevo impulso a nuestra actividad. Les invito a recorrerlos.

Muchas gracias.

2016 proved a key year in the consolidation of the Spanish economy's recovery and its impact in revitalising business activity. In this context, it gives me great satisfaction to assure you that IFEMA also assisted in confirming this evolution in what for the Institution was a very positive year in which its role as one of Madrid's great engines was reinforced.

Combining the chairmanship of IFEMA with my status as an entrepreneur and industrialist enables me to note especially that this public consortium is run under criteria of competitiveness, profitability and business vision. In addition, without overlooking its indivisible framework, the Institution fulfils its social purpose as a driver of business activity and a generator of wealth in its environment. Consequently, the good results were endorsed by a significant increase in business participation in almost all its trade fairs and the occupation of exhibition space as well as the development of new projects that helped achieve the goal of growth and diversification.

IFEMA is Spain's foremost trade fair operator and one of the leaders in Europe. In addition, our work has afforded Madrid one of the top positions in the world ranking of congress cities and it is now a priority venue for major international events of this type. Accordingly, I would like to express my commitment to keep striving to make these facilities a global benchmark, a great global operator, by bolstering our business and positioning our major trade fairs even higher up the international scale.

When you read this Annual Report you will note one of IFEMA's main values: its financial solvency. We are the only Spanish trade fair institution that has no debt, that receives no subsidies and that makes a profit. This provides us with sufficient capacity to invest in all the projects that we consider essential to attain our goals. IFEMA is expanding its field of action to other lines of business and it continues to incorporate business criteria into its management in order to further optimise resources, boost innovation and continue on the path to internationalisation. All this is due to its economic capacity, its management model and its staff, who are highly qualified, committed and possess a special feeling of belonging to the Institution.

I have no doubt that these elements will enable us to maintain our principal commitment to our customers: excellence in service. This is one of our leitmotifs, which accompanies the search for growth —which is always focused on the profitability of our customers—; digitalisation as a competitiveness strategy; the optimisation and diversification of activity and services; international expansion and the attracting of major congresses and international events to Madrid. In this connection, we plan to grow in terms of our own trade fairs and those that are organised by external operators, to develop new revenue streams, to consolidate strategic alliances that enable us to undertake new projects and to expand the offer of services to exhibitors.

With all these actions, and with the permanent support of the institutions that comprise IFEMA —the Madrid Regional Government, the City Council, the Chamber of Commerce and Industry and the Montemadrid Foundation— we feel sure that Madrid will consolidate its position even further among the world's major spaces for trade fairs and congresses. We possess all the conditions and requisites to do so: we boast excellent facilities, the best human capital and an ambitious desire for innovation. These qualities make us highly attractive to all companies and, in a year that has lent a new impetus to our activity, you will find them contained in this Annual Report for 2016. I invite you to take a look at it.

Thank you very much.

?





Gestión Management

- 2.1.** Informe del Director General _ 14
Managing Director's Report
- 2.2.** Balance de actividad feria _ 16
Summary of events
- 2.3.** Balance de actividad de IFEMA
Convenciones y Congresos _ 26
Summary of IFEMA Congresses
and Events Madrid



2.1.

Informe del Director General

Managing Director's Report

EDUARDO LÓPEZ-PUERTAS BITAUBÉ

En 2016, IFEMA ha visto cumplidos sus objetivos de consolidación del crecimiento como resultado de una estrategia que ha dado prioridad al aumento y a la diversificación de la actividad, con el desarrollo de nuevos proyectos; la atracción de convocatorias y grandes congresos, y la expansión de marcas propias en el ámbito internacional. Una línea de actuación que ha tenido como horizonte su principal razón de ser: contribuir a la dinamización, a la innovación y a la internacionalización de las empresas y sectores productivos que se han dado cita en nuestras instalaciones. Para ello, la Institución ha llevado a cabo importantes esfuerzos para adaptar las ferias a las necesidades empresariales y a la creciente exigencia y responsabilidad de aportar valor desde la gestión, la organización y el servicio.

Así, IFEMA se ha convertido un año más en el principal referente en el sector ferial de España, con la celebración en 2016 de un total de 510 convocatorias, un 14,4% más que en 2015. Entre ellas, destacan las 85 ferias y grandes congresos que han configurado su calendario oficial, lo que ha representado un aumento del 18,1% sobre el año anterior. Precisamente, la creación de nuevos proyectos feriales que contribuyan a impulsar la actividad económica y empresarial es una preocupación constante de la Institución. En 2016 se crearon 5 nuevas ferias especializadas, 3 de ellas dentro de su calendario nacional y 2 más en el ámbito internacional. A ello se suma la incorporación de 8 nuevos salones de organización externa y 2 grandes espectáculos en el apartado de eventos especiales.

El aumento de la actividad ha puesto de manifiesto un cambio de tendencia, que ha dado como resultado unos ingresos de 105,6 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 8,2%, con respecto a 2015, y hasta el 13,3%, si comparamos con 2014, año natural para comparativo por equivalencia de ferias bienales. El EBITDA se ha situado en 18,2 millones, con un aumento del 38,9% sobre el resultado de 2014, y del 18,9% sobre el ejercicio 2015. Así mismo el beneficio neto se ha cifrado en 1,6 millones de euros, 6 veces más de lo generado en 2015 y 8 veces sobre 2014.

Estos resultados han sido, en gran medida, consecuencia de la mejora que ha experimentado la participación empresarial a lo largo de 2016, habiéndose alcanzado la cifra global de 26.762 empresas participantes, lo que representa un crecimiento del 12% en las ferias organizadas por IFEMA, y del 7% en el conjunto de convocatorias. Consecuentemente, la ocupación de espacio expositivo también se ha visto aumentada, superando por primera vez desde el comienzo de la crisis los 2 millones de m² brutos, y los casi 900.000 m² de superficie neta de exhibición, un 26,1% más que el ejercicio anterior, elevando a cerca del 11 el nivel de rotación. Fruto de todo ello, también se ha registrado al alza la afluencia de visitantes, con 2.912.711 de asistentes y un crecimiento del 10,9%.

Un balance positivo, que se ha sustentado, principalmente, en la mejora de los resultados de las ferias organizadas por IFEMA, tanto en ingresos, como en superficie contratada y número de participantes, y que viene a reforzar la solvencia económica que ha caracterizado la gestión de IFEMA.

El año 2016 representa así, un hito relevante para afrontar la expansión a la que nos hemos comprometido en el próximo lustro, y que ha de llevarnos a mantener un crecimiento anual sostenido del 12% a partir de 2018, hasta llegar a 2022, con una previsión de negocio de 203 millones de euros, lo que supone duplicar la facturación actual.

Un recorrido que requerirá de IFEMA seguir profundizando en su profesionalidad, en la calidad de servicios e infraestructuras, en su capacidad de adaptación a las necesidades y tendencias del mercado, y en el valor añadido que aporten sus ferias al sector empresarial. Todo ello, pivotando en torno a tres conceptos imprescindibles: clientes, innovación y personas.

Que nadie dude de que continuaremos trabajando en este empeño. Con la garantía de contar con un equipo humano lleno de talento y comprometido con este gran proyecto, al que aprovecho para agradecer su esfuerzo y dedicación.

Muchas gracias.

In 2016, IFEMA fulfilled its aim to consolidate growth through a strategy that gives priority to the increase and diversification of its activity. The Institution developed new projects, attracted events and large congresses and expanded its own brands in the international sphere. The aim of this line of action was characteristic of IFEMA: to contribute to the energisation, innovation and internationalisation of the companies and productive sectors that gathered at our facilities. To this end, the Institution made great efforts to adapt trade fairs to business needs and to the increasing demand and the responsibility of providing value through management, organisation and service.

IFEMA again proved in 2016 that it is the benchmark of Spain's trade fair sector. It held a total of 510 events, which was 14.4% more than 2015. These included the 85 trade fairs and major congresses that comprised its official calendar, a figure that represented an 18.1% increase on the previous year. It is precisely the creation of new exhibition projects that help boost economic and business activity that is the Institution's constant concern. In 2016, five new specialised trade fairs were created, three of them forming part of its national calendar and a further two in the international sphere. Added to them was the incorporation of eight new externally-organised events and two major shows in the special events section.

The increase in IFEMA's activity highlighted a shift in trend, which resulted in revenues of 105.6 million euros and a growth of 8.2% compared to 2015. If we compare this growth to 2014, an even-numbered year with an equivalent number of biennial trade fairs, the figure is even larger: 13.3%. EBITDA stood at 18.2 million, an increase of 38.9% on 2014 and of 18.9% on 2015. Similarly, net profit was 1.6 million euros, six times more than in 2015 and eight times more than 2014.

These results were largely due to the improvement in business participation in 2016. There were a total of 26,762 companies, which represented a 12% increase with regard to IFEMA-organised fairs and a 7% rise for events overall. Consequently, the occupation of exhibition space also increased, exceeding the gross figure of 2 million sq. m. for the first time since the start of the economic crisis. With regard to net surface area, almost 900,000 sq. m. were occupied, 26.1% up on the previous year, and the rotation level rose to around 11. As a consequence of all this, the number of visitors grew too, with 2,912,711 people passing through IFEMA's doors, a rise of 10.9%.

This success stemmed mainly from the improvement in the results of IFEMA-organised trade fairs in terms of income, surface area contracted and number of participants. It served to strengthen the economic solvency that characterises the management of IFEMA.

The year therefore represented an important milestone in addressing the expansion to which we have committed over the next five years. This will lead us to maintain sustained annual growth of 12% from 2018 to 2022, with a turnover forecast at 203 million euros, a doubling of the current figure.

This journey will require IFEMA to keep increasing its professionalism, the quality of its services and infrastructures, its ability to adapt to market needs and trends, and the added value its fairs contribute to the business sector. All this will revolve around three key concepts: customers, innovation and people.

There should be doubt that we will continue with this endeavour. It bears the guarantee of a human team that abounds with talent and is committed to this great project. I would like to take this opportunity to express my gratitude to them for their hard work and dedication.

Thank you very much.

2.2.

Balance de actividad ferial Summary of events

Durante el ejercicio 2016, la actividad ferial de IFEMA continuó contribuyendo al impulso de la recuperación económica de España, generando nuevas oportunidades de negocio para el tejido empresarial de todos los sectores económicos e industriales del país representados en su actividad. En este contexto, mantuvo su compromiso por dinamizar la actividad ferial con el fortalecimiento de su cartera de activos, el desarrollo de nuevos proyectos y la atracción de congresos y convocatorias. Un compromiso también orientado a impulsar la ocupación del recinto y a posicionarlo como un espacio relevante y profesionalizado, incrementando su atractivo para las empresas nacionales e internacionales, y situando Madrid como destino preferente para la celebración de ferias y congresos, además de maximizar los impactos positivos en Madrid y en la región.

El crecimiento de la actividad ferial con el aumento tanto en el número de empresas, como en la superficie ocupada y en el volumen de visitantes, constató en 2016 la positiva evolución de un ejercicio en el que se incorporaron al calendario ferial nuevos certámenes con el fin de atender las demandas y promover oportunidades en sectores emergentes y con capacidad de desarrollo. Además, IFEMA consolidó su expansión internacional, con la creación de nuevos proyectos de la cartera ferial propia.

In 2016, IFEMA's trade fairs continued to contribute to Spain's economic recovery by generating new opportunities for the business fabric of the economic and industrial sectors it represents. In this context, the Institution maintained its commitment to energising trade fair activity by strengthening its asset portfolio, developing new projects and attracting congresses and other events. This commitment was also aimed at fostering occupation of the exhibition complex and positioning it as an important and professional space, enhancing its attractiveness for national and international companies. The intention was also to make Madrid a favourite destination for trade fairs and congresses and maximise its positive impact on the city and the region.

Trade fair activity grew, as did the number of companies, the surface area occupied and the volume of visitors. This confirmed the positive performance of a year in which new events were added to the trade fair calendar to meet demand and promote opportunities in sectors that are emerging and possess the capacity to be developed. IFEMA also consolidated its international expansion, with the new projects created for its trade fair portfolio.

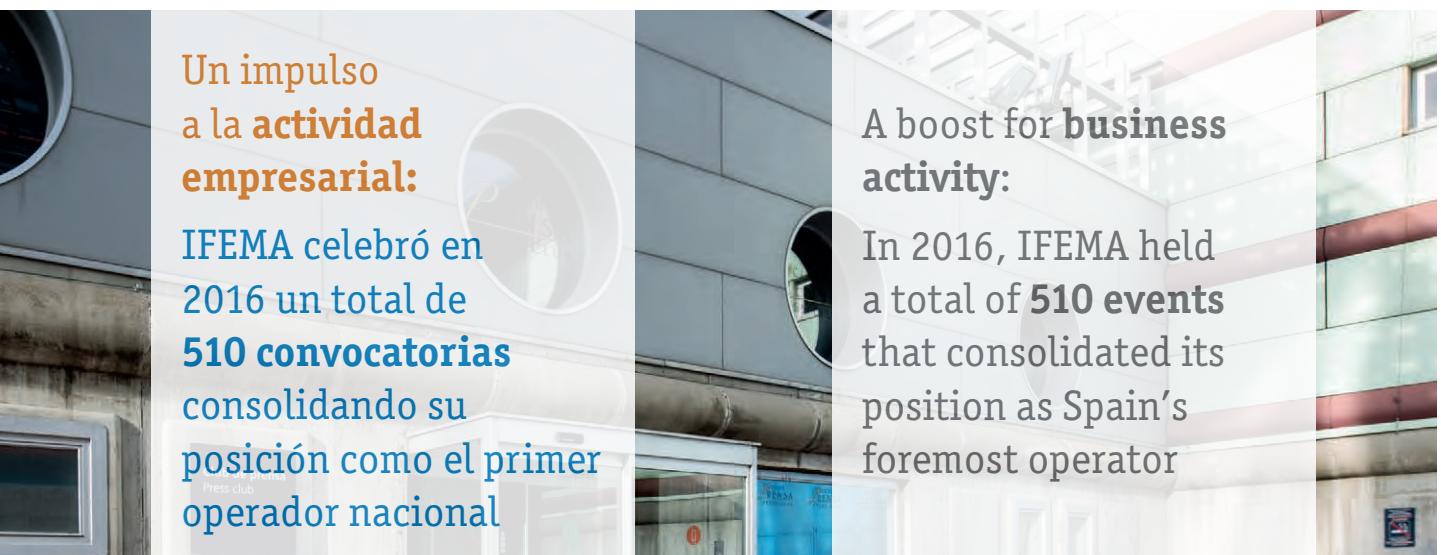
Un impulso a la actividad empresarial:

IFEMA celebró en
2016 un total de
510 convocatorias
consolidando su
posición como el primer
operador nacional

Press club

A boost for business activity:

In 2016, IFEMA held
a total of **510 events**
that consolidated its
position as Spain's
foremost operator



— Número de eventos celebrados

En 2016, IFEMA se convirtió un año más en el principal referente en el sector ferial de España, con la celebración de un total de 510 convocatorias en Feria de Madrid, y un crecimiento del 14'4% con relación a 2015. Entre ellas, destacan las 85 ferias y congresos y convenciones con exposición que conformaron su calendario, lo que representa un aumento del 18'1% sobre el año anterior. En concreto, se celebraron 51 ferias propias —lo que marca una importante distancia con el resto de recintos nacionales—, y 28 organizadas por operadores externos, además de 6 congresos y convenciones con exposición, gran parte de ellos de ámbito internacional.

— Number of events held

In 2016, IFEMA again proved to be the benchmark in Spain's trade fair sector, with a total of 510 events held at Feria de Madrid and a 14.4% growth compared to 2015. These included 85 trade fairs and congresses and conventions with a parallel exhibition, an increase of 18.1% on the previous year. 51 of its trade fairs were organised by the Institution itself - which set it apart from other national venues - and 28 by external operators. There were also 6 congresses and conventions with a parallel exhibition, most of which possessed international scope.

Número de convocatorias

Number of events

	2013	2014	2015	2016
Ferias propias In-house trade fairs	44	48	42	51
Ferias externas Externally-organised trade fairs	26	23	24	28
Congresos y convenciones con exposición Congresses and conventions with an exhibition	8	10	6	6
Otros congresos, convenciones y actos Other congresses, conventions and events	382	393	365	425
Total Total	460	474	437	510





— Nuevos proyectos

La creación de nuevos proyectos feriales que contribuyan a impulsar la actividad económica y empresarial es una preocupación constante de IFEMA. En este contexto, en 2016, se crearon 5 nuevas ferias especializadas, 3 de ellas dentro de su calendario nacional, integrantes de la gran convocatoria ePower&Building, dedicada al sector de la construcción y orientada a ampliar los nuevos sectores proveedores de soluciones constructivas —BIMEXPO, URBÓTICA y MATELEC INDUSTRY— celebradas bajo el mismo paraguas, junto a VETECO, CONSTRUTEC y MATELEC. Por su parte, en el ámbito internacional, IFEMA lanzó 2 nuevos proyectos, desarrollados a partir de ferias ampliamente consolidadas en España; una en Portugal de organización propia, ARCOLisboa, y otra, en Egipto, en colaboración con CESENA FIERA, MAC FRUIT ATTRACTION MENA, en El Cairo, abriendo mercados a la industria hortofrutícola española.

El calendario ferial 2016 se vio también enriquecido con la llegada de nuevos salones de organización externa. En total se incorporaron 8 convocatorias, 5 dirigidas al gran público, JAPAN WEEKEND MADRID, EXPOMANGA, Expo Eco Salud Madrid, EXPODEPOR – EDP ROCK 'N' ROLL MADRID MARATÓN & 1/2 y EXPOCÓMIC, y otras 3, orientadas al público profesional, como la FERIA DE NEGOCIOS PROFER, Digital Enterprise Show / #DES2016 y Meteorological Technology World Expo.

Mención especial merece, en el ámbito de eventos especiales, la celebración por primera vez en IFEMA de dos grandes espectáculos, que daban inicio a una nueva vía de negocio. Por un lado, la gala del 17th IIFA Weekend & Awards, International Indian Film, y por otro el concierto indoor ORO VIEJO «Emoción» de Dj Nano.

— New projects

IFEMA is always keen to create new trade fair projects that help to boost economic and business activity. In 2016, five new specialised trade fairs saw the light of day. Three of these were within its national calendar and formed part of the major event, ePower&Building, which is devoted to the construction sector and aimed at expanding the new sectors that supply solutions in these field. These were BIMEXPO (The leading European Trade Show for BIM Solutions, Services, Networking and Knowledge), URBÓTICA (Smart Cities–Smart Building–Smart home) and MATELEC INDUSTRY (The International Trade Fair for Industrial Technology and Smart Factory), which were held under the same umbrella, together with VETECO (The International Trade Show Window, Façade & Sun Protection Systems), CONSTRUTEC (The International Trade Show for Construction Materials and Buildings Solutions) and MATELEC (The International Trade Fair for the Electrical and Electronics Industry). In the international sphere, IFEMA launched two new projects, which stemmed from trade fairs that are already well-established in Spain. The first was in Portugal and was organised by IFEMA itself: ARCOLisboa (The International Contemporary Art Fair). The other took place in the Egyptian capital, Cairo, and was created in collaboration with CESENA FIERA. Entitled MAC FRUIT ATTRACTION MENA (The World's International Fresh Produce Trade Show Brand), the event opened up markets to the Spanish fruit and vegetable industry.

The 2016 trade fair calendar was enriched by the arrival of 8 new externally-organised events. Five of them were aimed at the general public: JAPAN WEEKEND MADRID (The Manga, Anime and Japanese Culture Fair), EXPOMANGA (The Manga and Oriental Culture Event in Madrid), Expo Eco Salud Madrid (The Exhibition of Health and Quality of Life), EXPODEPOR-EDP ROCK 'N' ROLL MADRID MARATÓN & 1/2 and EXPOCÓMIC. The other three, directed at trade visitors, were FERIA DE NEGOCIOS PROFER (The Professional and Private Event), Digital Enterprise Show/#DES2016 (The Digital Transformation Global Leading Event) and Meteorological Technology World Expo.

The field of special events was enhanced by the first staging at IFEMA of two major shows that marked the start of a new line of business. These were the gala of the 17th INTERNATIONAL INDIAN FILM ACADEMY Weekend and Awards, together with DJ Nano's Emoción indoor concert, which formed part of the ORO VIEJO series of shows.

Distribución de ferias por área de actividad

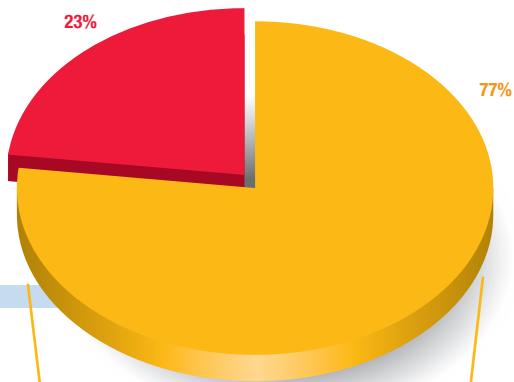
Los certámenes celebrados en 2016 abarcaron una extensa variedad de sectores y ámbitos económicos e industriales, que consolidaron la oferta de convocatorias profesionales y mixtas, y potenciaron la presencia de ferias dirigidas al público general. Así, a lo largo del ejercicio, de las 79 ferias celebradas, 45 fueron de carácter profesional (77%); 18 de público, y 16, cuyo contenido combinaba el interés público y profesional. Entre los sectores de actividad profesional, destacó una mayor presencia de los contenidos centrados en bienes de consumo, que abarcó el 44% de las ferias celebradas, así como en bienes de inversión, que centró el 41% y las especializadas en servicios, que se situaron en el 15%. Por su parte, las ferias dedicadas al público general representaron el 23% del total.

Distribution of trade fairs by sector of activity

The events staged in 2016 embraced an extensive variety of sectors and economic and industrial areas. These consolidated the offer of professional and mixed events and reinforced the presence of trade fairs aimed at the general public. During the year, out of the 79 fairs held, 45 were of a professional nature (77%); 18 were for the public; and 16 mixed public and professional interest. Among the professional sectors, consumer goods enjoyed the biggest representation, with 44% of the fairs held, followed by investment goods, which had 41%, while those specialising in services formed 15%. Meanwhile, trade fairs devoted to the general public accounted for 23% of the total.

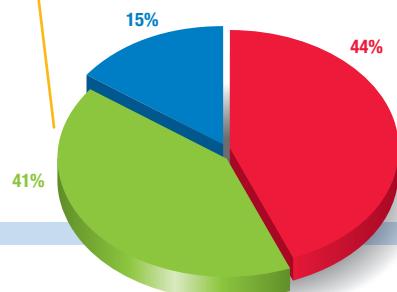
Distribución de ferias
Distribution of fairs

2016	
Ferias profesionales Trade fairs	77%
Ferias abiertas al público Fairs open to the general public	23%



Desglose de ferias profesionales por sector de actividad
Breakdown of trade fairs by sector of activity

2016	
Bienes de consumo Consumer goods	44%
Bienes de inversión Investment goods	41%
Servicios Services	15%



Superficie ocupada

La importante actividad propia y externa desarrollada en IFEMA en 2016 generó un fuerte aumento de la superficie neta ocupada, que se situó en 873.636 m², un 26,1% más que en 2015, y superó por primera vez desde el comienzo de la crisis los 2 millones de m² brutos. Este hecho vino acompañado, además de una mayor racionalización y eficacia en la disposición de espacios, lo que incrementó la eficiencia y rentabilidad comercial de la institución y, consecuentemente, de los expositores.

El mayor porcentaje de superficie ocupada correspondió a las ferias organizadas por IFEMA, que contabilizaron 622.057 m², el 71,2% de la superficie total acumulada, con un incremento del 24,7% sobre el ejercicio anterior. Por su parte, las ferias externas representaron el 24% del espacio, concretamente 209.891 m², lo que supuso un crecimiento del 132,8% con respecto a 2015. Finalmente, los congresos y convenciones con exposición ocuparon el 4,8% del espacio total, elevándose la superficie a 41.688 m².

Superficie neta ocupada (m²)

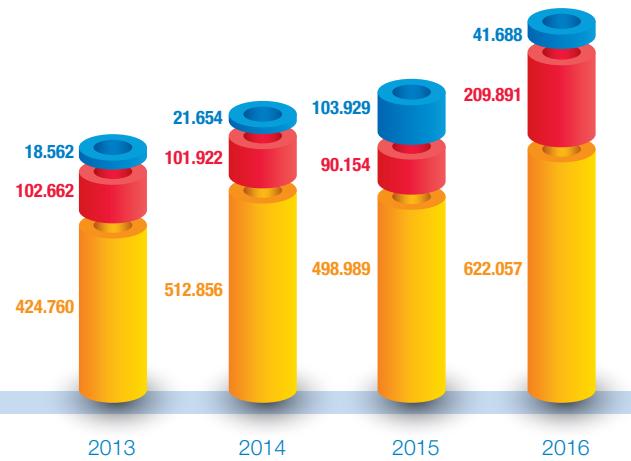
Net surface occupied (sq.m)

	2013	2014	2015	2016
Ferias propias In-house trade fairs	424.760	512.856	498.989	622.057
Ferias externas Externally-organised trade fairs	102.662	101.922	90.154	209.891
Congresos y convenciones con exposición Congresses and conventions with an exhibition	18.562	21.654	103.929	41.688
Total Total	545.984	636.432	693.072	873.636

Surface area occupied

The significant activity generated at Feria de Madrid in 2016, both by the events organised by IFEMA and by external ones, gave rise to a large increase in the occupation of net surface area - 873.636 sq. m., 26.1% more than in 2015. It was also the first time since the start of the economic crisis that gross surface area had exceeded 2 million sq. m. This was also accompanied by greater streamlining and effectiveness in the arrangement of spaces, which increased IFEMA's efficiency and commercial profitability and, consequently, that of the exhibitors themselves.

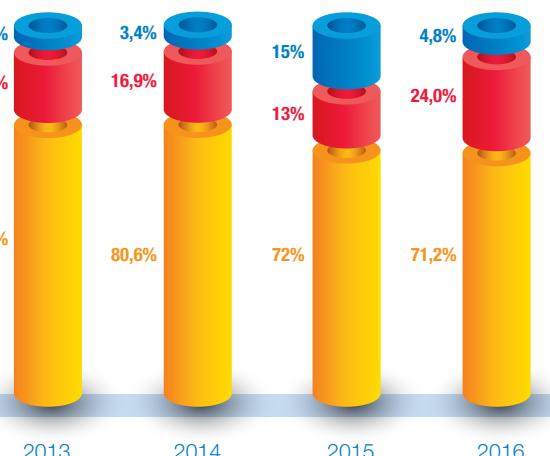
The largest percentage of occupied surface area corresponded to IFEMA-organised trade fairs, with 622,057 sq. m. or 71,2% of the total, which was up 24.7% on the previous year. Meanwhile, external fairs accounted for 24% of space or 209,891 sq. m., which represented a 132.8% growth compared to 2015. Finally, congresses and conventions with a parallel exhibition occupied 4.8% and increased in surface area to 41,688 sq. m.



Distribución superficie ocupada

Net surface area occupied

	2013	2014	2015	2016
Ferias propias In-house trade fairs	79,6%	80,6%	72,0%	71,2%
Ferias externas Externally-organised trade fairs	16,9%	16,9%	13,0%	24,0%
Congresos y convenciones con exposición Congresses and conventions with an exhibition	3,5%	3,4%	15,0%	4,8%



Empresas expositoras

La consolidación de la recuperación económica en España tras la crisis se ha visto reflejada en el significativo aumento experimentado en el número de participantes. En este sentido, cabe señalar que los resultados al alza del ejercicio han sido fruto en gran medida de la mejora de la participación empresarial. Así en el acumulado del año 2016, se alcanzó la cifra de 26.762 empresas participantes, lo que representa un crecimiento del 12% en ferias organizadas por IFEMA, y del 7% en el conjunto de convocatorias. Por su parte, el número de expositores directos presentes en el conjunto de las convocatorias celebradas en Feria de Madrid en 2016 ascendió a 15.272. De ellos, 9.757 participaron en ferias organizadas por IFEMA, y 5.092, en ferias externas, cifrándose el aumento en un 17,8%, y en un 23,9%, respectivamente, a las que se suman 423 empresas participantes en congresos y convenciones con exposición.

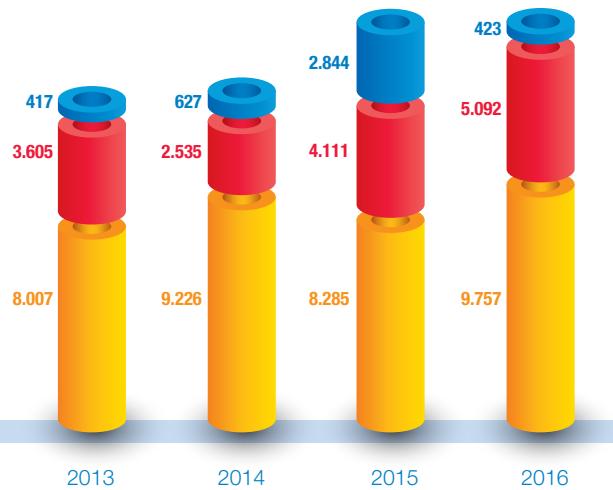
Exhibiting companies

The consolidation of Spain's economic recovery from the crisis was reflected in a significant rise in the number of participants. It is important to note that the improved performance this year resulted largely from an increase in business participation. In 2016, 26,762 companies took part, a 12% increase for IFEMA-organised trade fairs and 7% for events as a whole. Meanwhile, the number of direct exhibitors at all the events staged at Feria de Madrid amounted to 15,272. Of these, 9,757 participated in IFEMA-organised trade fairs and 5,092 in external fairs, an increase of 17.8% and 23.9% respectively. In addition, 423 companies took part in congresses and conventions with a parallel exhibition.

Expositores directos

Direct exhibitors

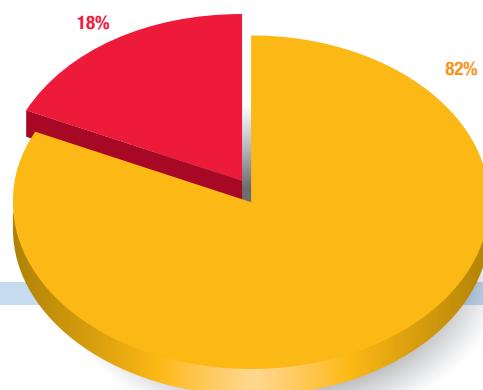
	2013	2014	2015	2016
Ferias propias In-house trade fairs	8.007	9.226	8.285	9.757
Ferias externas Externally-organised trade fairs	3.605	2.535	4.111	5.092
Congresos y convenciones con exposición Congresses and conventions with an exhibition	417	627	2.844	423
Total Total	12.029	12.388	15.240	15.272



Participación expositores

Exhibitor participation

	2016
Expositores nacionales National exhibitors	82%
Expositores internacionales International exhibitors	18%



Visitantes

Feria de Madrid recibió un total de 2.912.711 visitantes en 2016 en los distintos eventos y ferias celebrados a lo largo del año, lo que supone un aumento del 10,9% con respecto al ejercicio anterior. De ellos, 2.242.711 acudieron a ferias organizadas por IFEMA; 511.378, a ferias externas, 66.600 a congresos y convenciones con exposición y 92.022 a otros congresos, convenciones y actos.

Entre los visitantes nacionales profesionales que acudieron a Feria de Madrid en 2016 hubo una importante presencia de todas las comunidades autónomas españolas, destacando fundamentalmente los procedentes de Madrid, con un 41,4%; Andalucía, con un 10,5%; Valencia, con un 8,1%, y Cataluña, con un 6,6%.

Visitantes totales

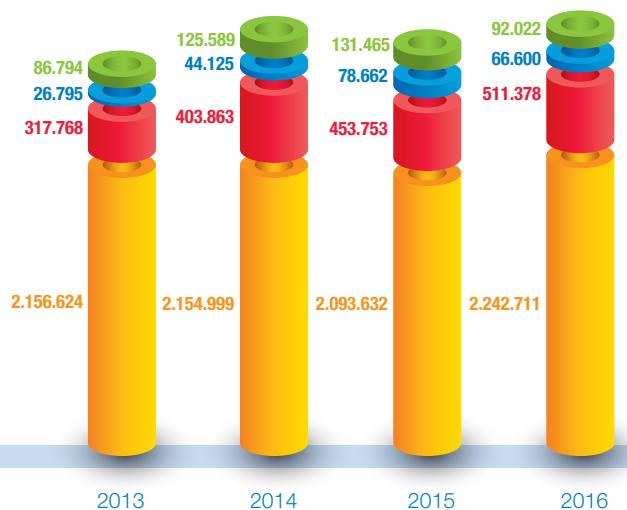
Total visitors

	2013	2014	2015	2016
Ferias propias In-house trade fairs	2.156.624	2.154.999	2.093.632	2.242.711
Ferias externas Externally-organised trade fairs	317.768	403.863	453.753	511.378
Congresos y convenciones con exposición Congresses and conventions with an exhibition	26.795	44.125	78.662	66.600
Otros congresos, convenciones y actos Other congresses, conventions and events	86.794	125.589	131.465	92.022
Total Total	2.587.981	2.728.576	2.757.512	2.912.711

Visitors

In 2016, Feria de Madrid welcomed a total of 2,912,711 visitors to the various events and trade fairs, a 10.9% increase on 2015. Of these, IFEMA-organised trade fairs drew 2,242,711 people; external fairs 511,378; congresses with a parallel exhibition 66,600; and other congresses, conventions and business events 92,022.

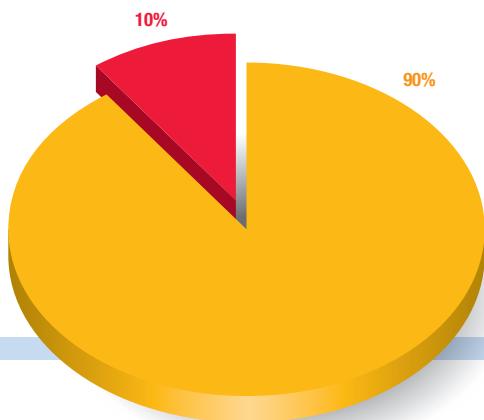
The national trade visitors who visited Feria de Madrid in 2016 included a significant presence from all Spain's Autonomous Regions. The majority came from Madrid, with 41,4%, followed by Andalusia, with 10,5%; Valencia, with 8,1%, and Catalonia, with 6,6%.



Participación visitantes

Visitor participation

	2016
Visitantes nacionales National visitors	90%
Visitantes internacionales International visitors	10%



Procedencia de visitantes profesionales nacionales en ferias organizadas por IFEMA

Origin of national trade visitors to IFEMA fairs in 2016

C.A. DE MADRID	Madrid Region	41,4%
C.A. DE ANDALUCÍA	Andalusia	10,5%
C.A. DE VALENCIA	Valencia	8,1%
C.A. DE CATALUÑA	Catalonia	6,6%
C.A. DE CASTILLA Y LEÓN	Castile and Leon	5,2%
C.A. DE CASTILLA- LA MANCHA		5,1%
Castile-La Mancha		
C.A. DE GALICIA	Galicia	3,7%
C.A. PAÍS VASCO	Basque Country	3,2%
REGIÓN DE MURCIA	Region of Murcia	3,0%
C.A. DE CANARIAS	Canary Islands	2,7%
C.A. DE ARAGÓN	Aragon	2,1%

C.A. DE EXTREMADURA	Extremadura	2,1%
C.A. DE BALEARES	Balearic Islands	1,9%
PRINCIPADO DE ASTURIAS		1,7%
Principality of Asturias		
C.A. DE CANTABRIA	Cantabria	1,0%
C.A. DE NAVARRA	Navarre	0,9%
C.A. DE LA RIOJA	La Rioja	0,7%
CIUDADES AUTÓNOMAS DE CEUTA Y MELILLA		0,1%
Autonomous Cities of Ceuta and Melilla		



Participación internacional

En 2016, IFEMA continuó con su ambiciosa estrategia de internacionalización de sus principales convocatorias. Como resultado, el 90% de las ferias propias contó con participación internacional de expositores directos, y el 18% en el caso de las ferias externas. En cuanto a los visitantes, en 2016 se registraron asistentes de 174 nacionalidades diferentes. Así, el 88% de los salones propios contó con visitantes internacionales (frente al 69% en 2015), y el 18%, en el caso de las ferias externas.

Asimismo, la dimensión internacional de IFEMA se hizo visible tanto en su vertiente de organizador de ferias, cuya presencia de expositores extranjeros se elevó por encima del 18%, como de receptor de visitantes de otros países, que supuso en torno al 10%.

Del total de visitantes internacionales recibidos, alrededor del 88% participan en ferias organizadas por IFEMA, destacando por áreas geográficas los procedentes de la Unión Europea, que representaron un 69%, seguidos de los que llegaron de Latinoamérica, que aumentaron hasta el 12%. Asia registró también un crecimiento con respecto al año anterior hasta suponer un 6%; África y Norteamérica se mantuvieron estables con un 5% cada uno; y el resto de Europa contabilizó el 3%. Por su parte, el 18% de los visitantes internacionales recibidos se contabilizaron en las ferias organizadas por otros operadores.

International participation

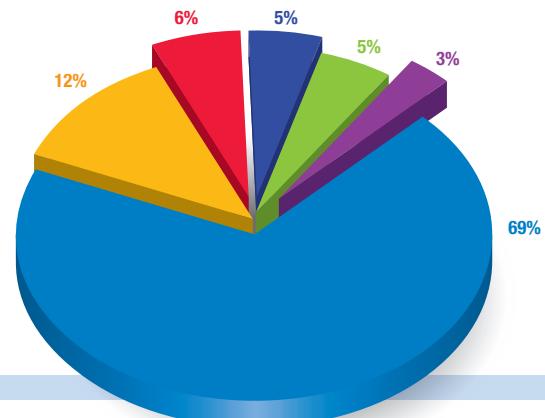
In 2016, IFEMA continued its ambitious strategy to internationalise its main events. As a result, 90% of its own trade fairs enjoyed the international participation of direct exhibitors, and 18% in the case of external fairs. With regard to visitors, a total of 174 different nationalities were represented during the year. Moreover, 88% of the Institution's own events welcomed foreign visitors (compared to 69% in 2015), with external fairs drawing 18%.

Similarly, IFEMA's international scope was in evidence both as an organiser of trade fairs, with the presence of foreign exhibitors rising above 18%, and as a receiver of visitors from other countries, with around 10%.

Of the total international visitors, about 88% attended IFEMA-organised trade fairs. By geographic area, the majority -69%- came from the EU, followed by those from Latin America, whose numbers increased to 12%. Asia also recorded a growth compared to the previous year (6%); Africa and North America remained stable at 5% each; and the rest of Europe accounted for 3%. Meanwhile, 18% of the international visitors welcomed by the Institution attended trade fairs organised by other operators.

Procedencia de visitantes extranjeros en ferias organizadas por IFEMA
Origin of foreign visitors to IFEMA-organised trade fairs

2016	
UNIÓN EUROPEA European Union	69%
CENTRO Y SUDAMÉRICA Central and South America	12%
ASIA Asia	6%
ÁFRICA Africa	5%
NORTEAMÉRICA North America	5%
RESTO DE EUROPA Rest of Europe	3%



Dimensión internacional:

El 90% de las ferias de IFEMA contó con empresas de otros países y el 88% con visitantes extranjeros

El 18% de los expositores y el 10% de los visitantes fueron internacionales

International scope:

90% of IFEMA's trade fairs welcomed companies from other countries and 88% had foreign visitors

18% of exhibitors and 10% of visitors were international



2.3.

Balance de actividad de IFEMA Convenciones y Congresos Summary of activity of IFEMA Congresses and Events Madrid

El sector MICE constituye otro de los objetivos estratégicos de IFEMA. Así, potenció en 2016 la captación y comercialización de eventos nacionales e internacionales organizados por operadores externos tanto feriales, como congresuales y de convenciones.

Esta línea de negocio se afianzó durante 2016 como una sólida actividad y fuente de ingresos para la Institución, gestionando diversos escenarios e instalaciones de IFEMA para la celebración de 425 convenciones, congresos y actos de diversa índole. Además, todo ello contribuyó notablemente a la proyección internacional de Madrid como destino privilegiado y líder para el turismo de reuniones, y como una de las ciudades congresuales más frecuentadas del mundo.

Entre los eventos llevados a cabo en 2016 destacan el WATM16 World ATM Conference, organizado por World Air Traffic Management Inc., que reunió a 7.000 asistentes; IFA Congress, 70th Congress of the International Fiscal Association, que convocó a 3.000 profesionales y el Sage Forum, que reunió a 1.600 profesionales.

The MICE sector forms another of IFEMA's strategic objectives. In 2016, the Institution reinforced the attracting and commercialisation of national and international events organised by external operators, including trade shows, congresses and conventions.

This line of business was consolidated as a solid activity and revenue source for IFEMA, which prepared a variety of scenarios and facilities for the holding of 425 conventions, congresses and events of different types. This also significantly boosted the international promotion of Madrid as a privileged destination and a leader for business tourism as well as one of the world's most popular congress cities.

The events held in 2016 included the WATM16 World ATM Conference, organised by World Air Traffic Management Inc., which drew 7,000 attendees; the IFA Congress, the 70th Congress of the International Fiscal Association, which attracted 3,000 professionals; and the Sage Forum, which was attended by 1,600.



IFEMA, sede de grandes encuentros internacionales, con 425 congresos, convenciones y actos empresariales

IFEMA, the venue for major international meetings, with 425 congresses, conventions and business events

Además, entre los actos y convenciones celebrados en los recintos de IFEMA durante 2016 destacaron especialmente la 1^a y 2^a Vuelta de las Elecciones Generales de Perú, organizadas por el Consulado General del Perú, con 120.000 asistentes; el World Padel Tour Finals 2016, con 15.000 participantes; el 17th Annual IIFA Weekend & Awards 2016, con 15.000; el concierto ORO VIEJO «Emoción» de Dj Nano, con 14.950; y la Gala de Graduación de la Universidad Europea-UE, con 14.180 asistentes.

A ellos se unieron otros relevantes congresos especializados y convenciones de destacadas compañías, como el IX Congreso de Actualización en Implantología Mozo-Grau; el Congreso de Control de Plagas (Expocida 2016); el 4th International Open Data Conference (IODC); la Convención de Laboratorios Roche Pharma; el SAP Forum 2016; la Convención anual de Herbalife; la Pasarela Opticalia; la Junta General de Accionistas de ACS; el Madrid Horse Week 2016; la Cena de Gala de McDonalds; la Entrega de Insignias a socios del Real Madrid; y la Ceremonia de Graduación de IE Business School.

In addition, the events and conventions held at IFEMA's exhibition complex in 2016 included the first and second rounds of the Peruvian General Elections, aimed at the country's expatriates and organised by the Consulate General of Peru, with 120,000 attendees; the World Padel Tour Finals 2016, with 15,000; the 17th Annual IIFA Weekend & Awards 2016, with 15,000; DJ Nano's ORO VIEJO Emoción concert, with 14,950; and the Graduation Gala of the European University of Madrid, with 14,180.

These were joined by other important specialised congresses and conventions staged by leading companies, such as the 9th Mozo-Grau Implantology Congress; the Pest Control Congress (Expocida 2016); the 4th International Open Data Conference (IODC); the Roche Pharma Laboratories Convention; the SAP Forum 2016; the annual Herbalife Convention; the Opticalia Catwalk; the General Shareholders' Meeting of ACS; Madrid Horse Week 2016; the McDonalds Gala Dinner; the Ceremony for the Presentation of Insignias to Real Madrid members; and the IE Business School Graduation Ceremony.



13





Expansión internacional

International expansion

3.

Expansión internacional International expansion

IFEMA continuó impulsando su actividad internacional como uno de los objetivos fijados como estratégicos por la Institución, con el lanzamiento de nuevos proyectos en el exterior, la gestión especializada de consultoría y asesoría fuera de España y la colaboración con otros operadores de diferentes países.

— Nuevos proyectos feriales

Dos importantes novedades marcaron la actuación de IFEMA en el área internacional. Durante 2016 se llevó a cabo el lanzamiento de dos nuevos certámenes en el exterior con marca IFEMA: ARCOlisboa y MAC FRUIT ATTRACTION MENA. La primera edición de ARCOlisboa se desarrolló en la Fábrica Nacional da Cordoaria de la capital portuguesa, con la participación de 45 galerías internacionales. Esta feria constituye el primer proyecto de expansión fuera de España bajo el sello de ARCOMadrid, organizada por IFEMA y diseñada como escenario para analizar y dar visibilidad a la riqueza y diversidad de la escena artística portuguesa en un contexto internacional y como instrumento para el desarrollo de una plataforma de mercado de arte contemporáneo en Portugal. El certamen cerró con un balance muy positivo y una excepcional acogida por parte de las galerías, los coleccionistas, profesionales y público en general, superando los 12.800 visitantes.

Por su parte, la primera edición de MAC FRUIT ATTRACTION MENA, que se celebró en El Cairo en el marco de FoodAfrica como salón independiente, representó la apertura de FRUIT ATTRACTION como principal foro comercial del sector hortofrutícola de España en mercados prioritarios. El proyecto fue fruto de un acuerdo de colaboración entre IFEMA y CESENA FIERA —dos de los primeros operadores feriales de los principales países productores exportadores de fruta y verdura (España e Italia)—. Esta colaboración tiene por objetivo ampliar nuevos mercados en los que operar, como Latinoamérica y Asia. La primera edición se saldó con un balance positivo, la asistencia de 10.260 visitantes, y la participación de empresas españolas del sector con interés en abrir nuevos mercados. La nueva plataforma para el sector hortofrutícola acogió la participación de 59 empresas que se sumaron a las 232 compañías de Food Africa, la principal feria del sector de alimentación de la zona organizado por IFP.

IFEMA continued to boost its international business, a goal it has set as strategic. It launched new projects abroad, undertook specialised consultancy and advisory management abroad and worked with other operators from different countries.

— New trade fair projects

IFEMA's international performance in 2016 was marked by two important developments: the foreign launch of two new events bearing the IFEMA brand: ARCOlisboa (The International Contemporary Art Fair) and MAC FRUIT ATTRACTION MENA (The World's International Fresh Produce Trade Show Brand). ARCOlisboa's debut took place at the Fábrica Nacional da Cordoaria in the Portuguese capital and saw 45 international galleries participate. The first expansion project under the ARCOMadrid label outside Spain and IFEMA-organised, the event is designed both as a stage to analyse and publicise the Portuguese art scene's richness and diversity in an international context and as an instrument to create a platform for the country's contemporary art market. The fair had a very positive impact and was warmly received by galleries, collectors, professionals and general public, drawing over 12,800 visitors.

The first edition of MAC FRUIT ATTRACTION MENA (The World's International Fresh Produce Trade Show Brand), held in Cairo under the FoodAfrica brand as an independent event, signalled the opening in priority markets of FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry) as Spain's main commercial forum for the fruit and vegetable sector. The project came about through a collaboration agreement between IFEMA and CESENA FIERA - two of the leading trade fair operators in the principal fruit and vegetable exporting countries (Spain and Italy). The partnership aims to open new markets in which to operate, like Latin America and Asia. The first edition showed positive results, drawing 10,260 visitors and the participation of Spanish companies in the sector with an interest in opening up new markets. The new platform for the fruit and vegetable sector hosted the participation of 59 companies that joined the 232 companies of Food Africa, the top trade fair in the region's food sector and organised by IFP.



En la actualidad, el programa de ferias de IFEMA en el exterior está compuesto por SICUR LATINOAMÉRICA (Chile); GENERA LATINOAMÉRICA (Chile); MATELEC LATINOAMÉRICA (Chile); MAC FRUIT ATTRACTION MENA (Egipto); MAC FRUIT ATTRACTION (China), y ARCOLisboa (Portugal). Además están en estudio diversos proyectos en Colombia y Perú.

Es significativo reseñar que el objetivo de IFEMA, a través de su presencia internacional es proporcionar a las empresas españolas asesoramiento, apoyo y acompañamiento en su acceso a mercados de gran potencia.

— Consultoría y asesoría internacional

Dentro de su labor como socio estratégico de consultoría y asesoría, IFEMA siguió avanzando en 2016 con una posición ya reconocida internacionalmente como referente en el sector. En este contexto, la Institución tiene puesto en Latinoamérica el foco principal con especial actuación en Perú, Chile y Colombia, donde está en proyecto desarrollar en breve distintas colaboraciones, sin dejar de lado oportunidades en nuevos desarrollos feriales y congresuales en Asia y África.

At present, the IFEMA trade fair programme abroad comprises SICUR LATINOAMÉRICA (The International Security, Safety and Fire Exhibition) (Chile); GENERA LATINOAMÉRICA (The Energy and Environmental International Trade Fair) (Chile); MATELEC LATINOAMÉRICA (The International Trade Fair for the Electrical and Electronics Industry) (Chile); MAC FRUIT ATTRACTION MENA (The World's International Fresh Produce Trade Show Brand) (Egypt); MAC FRUIT ATTRACTION (China), and ARCOLisboa (the International Contemporary Art Fair) (Portugal). In addition, a number of projects in Colombia and Peru are being studied.

It should be noted that IFEMA's aim through its international presence is to provide Spanish companies with advice, support and accompaniment in their access to high-powered markets.

— International consultancy and advice

As part of its work as a strategic consultancy and advisory partner and with its position as a sectoral benchmark already recognised internationally, IFEMA continued to make progress in 2016. In this context, the Institution has placed its main focus on Latin America and is directing its efforts especially in Peru, Chile and Colombia, where the prompt development of several collaborations is in the pipeline, without forgetting opportunities in new developments with regard to trade fairs and congresses in Asia and Africa.

En este punto, dos cuestiones destacaron en 2016. En primer lugar, África comenzó a interesarse en el desarrollo del sector MICE como forma de potenciar el turismo de negocios. Y, en segundo término, varios países se dirigieron a IFEMA solicitando proyectos de colaboración, entre ellos, Togo, Zambia o Sudán. Por otra parte, la República Democrática del Congo, a través de su Ministerio de Turismo, solicitó un programa de formación en el ámbito feria que cubriera organización y logística, marketing y comercial y finanzas. Y a este respecto, se impartió un programa de formación presencial de seis semanas de duración.

— Otras acciones internacionales

IFEMA mantiene también acuerdos de colaboración con otros operadores, en el ámbito de la promoción y de la comercialización internacional. En 2016, continuó ostentando la Delegación en España y Portugal de COEX, el recinto feria más importante de Corea del Sur que, además organiza ferias en otros países de Asia. Una línea de actuación que también cuenta con presencia en Emiratos Árabes Unidos.

En este campo, cabe destacar asimismo la labor de promoción y comercialización exterior realizada a través de las oficinas de IFEMA en el exterior. En concreto, amplió su programa de delegaciones con la incorporación de representantes en Chile y en México. Igualmente reforzó la delegación en Italia creando dos áreas específicas para estilo de vida y frutas, cubriendo objetivos de la cartera nacional de ferias.

Por otro lado, y como vía de internacionalización de las ferias de IFEMA, en 2016 se han potenciado los Programas de Compradores invitados, garantizando la selección adecuada y estableciendo encuentros B2B con los expositores. A lo largo de 2016, se gestionaron programas de compradores para 14 ferias organizadas por IFEMA, entre las que destaca fundamentalmente FITUR, INTERGIFT, BISUTEX, MADRIDJOYA, FRUIT ATTRACTION y ePower&Building. Ello supuso la participación de más de 3.500 compradores y prescriptores invitados provenientes de más de 100 países. Así mismo, se organizaron 8 encuentros B2B (6 en FITUR y 2 en ePower&Building). Estos workshop generaron miles de encuentros comerciales bilaterales, que sirvieron de punto de partida para potenciales negocios internacionales entre los expositores y los compradores internacionales.

Here, two issues stood out in 2016. Firstly, Africa began to show interest in the development of the MICE sector as a means of boosting business tourism. Secondly, several countries turned to IFEMA for collaborative projects, including Togo, Zambia and Sudan. Meanwhile, the Democratic Republic of the Congo, through its Ministry of Tourism, requested training in trade fairs that embraced organisation, logistics, marketing, sales and finance. As a result, the Institution provided a six-week face-to-face programme.

— Other international actions

IFEMA also has collaboration agreements with other operators in the field of promotion and international marketing. In 2016, it continued its role as the Commercial Delegate in Spain and Portugal for COEX, South Korea's most important trade fair that also organises trade fairs in other Asian countries. This line of action also provides IFEMA with a presence in the United Arab Emirates.

IFEMA's promotional and external commercialisation work through its offices abroad should also be noted. The Institution expanded its delegation programme with the incorporation of representatives in Chile and Mexico. It also strengthened the delegation in Italy by creating two specific areas for lifestyle and fruit in order to meet the needs of the national trade fair portfolio.

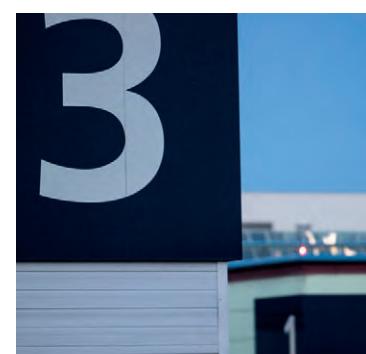
Moreover, as a channel for internationalisation of IFEMA's trade fairs, Guest Buyer Programmes were reinforced in 2016 to ensure correct choices and establish B2B meetings with exhibitors. During the year, Buyers' Programmes were run for 14 IFEMA-organised trade fairs, notably FITUR (The International Tourism Trade Fair), INTERGIFT (The International Gift & Decoration Fair), BISUTEX (The International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair), MADRIDJOYA (The International Urban and Trendy Jewellery and Watch Exhibition Fair), FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for The Fruit and Vegetable Industry) and ePower&Building (All the Solutions for The Construction Cycle). This saw the participation of over 3,500 guest buyers and influencers from more than 100 countries. In addition, eight B2B meetings were held (six at FITUR and two at ePower&Building). These workshops generated thousands of bilateral commercial meetings, which served as a starting point for potential international business between exhibitors and international buyers.

IFEMA referente internacional

En 2016 dos grandes lanzamientos en Portugal y Egipto: **ARCOLisboa** y **MAC FRUIT ATTRACTION MENA** (El Cairo)

IFEMA, an **international** benchmark

In 2016, two major launches in Portugal and Egypt:
ARCOLisboa and **MAC FRUIT ATTRACTION MENA** (Cairo)



4





Política de apoyo al emprendimiento

Entrepreneurial support policy

4.

Política de apoyo al emprendimiento Entrepreneurial support policy

— Espacios para nuevos proyectos empresariales

IFEMA profundizó en 2016 en su política de apoyo al emprendimiento y en la creación de nuevas marcas y negocios. El objetivo de la Institución es contribuir a fomentar la actividad empresarial, y en este marco viene desarrollando una serie de actuaciones especialmente enfocadas a dar cobertura a iniciativas empresariales, ofreciendo las ferias como palanca para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos empresariales y de productos.

De ahí su creciente implicación en apoyo al emprendimiento en los diferentes sectores económicos e industriales de sus ferias. En 2016, llevó a cabo nuevamente una de sus iniciativas más innovadoras de la mano de distintas ferias, ofreciendo a las empresas noveles con potencial de desarrollo una zona de exposición compuesta por pequeños estands llave en mano, y con ello, una alternativa de participación muy accesible en eventos de referencia en nuestro país. Así, se desarrollaron una edición más los «Minis» de MADRIDJOYA, permitiendo obtener visibilidad, acceder a compradores y compartir escenario con las grandes marcas líderes en el mercado nacional e internacional. Este modelo de incentivo también se llevó a cabo en la feria BISUTEX dando promoción desde estos espacios Minis a marcas emergentes y jóvenes diseñadores.

Con esta misma filosofía, ambas ferias acometieron también en 2016 sendas iniciativas en el marco de las redes sociales, dirigidas a impulsar posibilidades de desarrollo de negocio de jóvenes empresas o diseñadores. Para ello se convocaron el concurso YoSoyBisutex, y el concurso MadridJoyaDesigners para la selección de dos colecciones de dos empresas y/o diseñadores jóvenes en cada una de las ferias, cuyo premio fue la cesión de un stand Mini en la feria para su participación.

Por su parte, la feria SALÓN LOOK desarrolló esta iniciativa, bajo la denominación de espacios Zoom, con el objetivo de facilitar la participación y el acceso al mercado de nuevas marcas y empresas de los sectores de la peluquería y la estética, en módulos económicos y de gran notoriedad. El salón PUERICULTURA MADRID también apoyó a los emprendedores con su espacio Starters, dirigido a las empresas con menos de 2 años de trayectoria. El certamen reunió a estas empresas con condiciones especiales de participación, agrupando sus propuestas en una zona con identidad y diseño propios.

— Spaces for new business projects

In 2016, IFEMA furthered its policy of entrepreneurial support and the creation of new brands and businesses. The Institution's aim is to help to foster business activity and it has been undertaking a series of actions in this context. These are especially focused on providing coverage for business initiatives in which trade fairs are offered as a lever for the launch onto the market of new business and product projects.

IFEMA, therefore, has a growing involvement in supporting entrepreneurship in the different economic and industrial sectors involved in its trade fairs. In 2016, the Institution again carried out one of its most innovative initiatives through its different trade fairs. This offers start-up companies with development potential an exhibition area comprising small turnkey stands, and with it, a highly accessible alternative way to participate at benchmark events in Spain. An example of this was the staging of another edition of the "Minis" pertaining to MADRIDJOYA (The International Urban and Trendy Jewellery and Watch Exhibition). This brought visibility, access to buyers and stage-sharing with the leading brands on the national and international market. This incentive model was also carried out at BISUTEX (The International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair), which made use of these Mini spaces to promote both emerging brands and young designers.

Adopting the same philosophy, in 2016 these two trade fairs also undertook social media initiatives that were aimed at boosting the possibilities for the business development of young companies or designers. To this end, the YoSoyBisutex Competition and the MadridJoyaDesigners Competition were held to select collections by two companies and/or young designers at each of the trade fairs. The prize was the assigning of a Mini stand at the event to enable them to take part.

Meanwhile, SALÓN LOOK (The International Image and Integral Aesthetics Exhibition) carried out this initiative under the name of Zoom spaces. The aim was to help new hairdressing and aesthetics brands and companies to participate and gain access to the market through high-profile cost-efficient modules. PUERICULTURA MADRID (The International Childhood Products Trade Show) also supported entrepreneurs with less than two years of experience. The event brought together these companies under special conditions of participation and grouped their proposals in an area with its own identity and design.

Nuevos talentos

Otro ejemplo de apoyo a los emprendedores fue la promoción de nuevas marcas y diseñadores llevada a cabo en las ferias MOMAD SHOES y MOMAD METRÓPOLIS. Los eventos de moda en Madrid cuentan desde hace años con la Zona EGO, que acoge a los jóvenes diseñadores y marcas de reciente creación, con condiciones especiales de participación, y en esta ocasión, en 2016, integradas junto a las grandes firmas y sectores de moda.

En esta misma línea, la Pasarela MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (MBFWM) dedicó la última jornada de desfiles (en sus dos ediciones de 2016) al talento emergente de Samsung EGO, motor creativo indispensable para la regeneración de la moda española. Y acogió el premio Mercedes-Benz Fashion Talent, con la participación de jóvenes creadores de las distintas pasarelas patrocinadas por la firma en el mundo. Además, 15 jóvenes diseñadores exhibieron sus propuestas en el Showroom de Samsung EGO del Cibelespacio, con venta directa al público.

Se sumaron otras iniciativas, como la llevada a cabo en LIBER, que acogió la Zona MicroLiber para editoriales con fondo reducido y con un máximo de dos años de actividad; la ya consolidada Área Opening, de ARCOMadrid, dedicada a galerías emergentes con menos de 7 años de existencia, que presentaban obra de uno o dos artistas; el espacio de promoción denominado Microboutique de IBERZOO+PROPET, destinado a diseñadores, emprendedores, start ups y pequeñas empresas del sector con menos de 3 años y menos de 6 empleados, o empresas con un reducido catálogo de producto, y la Zona Lanzadera de pequeños stands impulsada por FRUIT ATTRACTION, destinada a empresas del sector hortofrutícola con menos de 2 años de actividad.

También se impulsaron iniciativas de apoyo en el marco de ferias tecnológicas, como SIMO EDUCACIÓN, que puso en marcha Simo Impulsa, área de promoción destinada a emprendedores seleccionados, con menos de un año de existencia; MADRID GAMING EXPERIENCE, que integró en los contenidos de la feria el Área de Desarrolladores con pequeños stands para emprendedores y start ups de desarrollo de videojuegos, o FITUR que un año más integró en su programa la sección FITUR Know How, dedicada a desarrollos y productos tecnológicos para el sector del turismo, y que contará con un espacio específico para emprendedores en su próxima edición.

New talents

Another example of support for entrepreneurs was the promotion of new brands and designers at MOMAD SHOES (The International Footwear and Accessories Trade Show) and MOMAD METRÓPOLIS (The International Fashion Trade Show). For years, fashion shows in Madrid have featured the EGO Zone, which hosts young designers and newly-created brands under special conditions of participation. In 2016, they appeared together with the major fashion companies and sectors.

Similarly, the MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (MBFWM) dedicated the final day of the show (in both of its 2016 editions) to the emerging talent of Samsung EGO, an essential creative driving force for the regeneration of Spanish fashion. This hosted the Mercedes-Benz Fashion Talent prize, with the participation of young creators from the different fashion shows the company sponsors around the world. In addition, 15 young designers exhibited their proposals at the Samsung Ego Showroom of Cibelespacio, which sells directly to the public.

Other initiatives included the one at LIBER (The International Book Fair), which hosted the MicroLiber Zone for small-scale publishers with a maximum of two years of activity; the now-established Área Opening at ARCOMadrid (The International Contemporary Art Fair), which is devoted to emerging galleries that are less than seven years old and that present works by one or two artists; the Microboutique promotional space at IBERZOO + PROPET (The Pet Industry Trade Fair), which is designed for designers, entrepreneurs, start-ups and small companies in the sector that are less than three years old and have fewer than six employees, together with companies with a limited product catalogue; and the Lanzadera Zone for small stands promoted at FRUIT ATTRACTION (International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry) for companies in the fruit and vegetable sector with fewer than two years of activity.

Support initiatives were also promoted at technology trade fairs, such as SIMO EDUCACIÓN (The Learning Technology Exhibition), which launched Simo Impulsa, a promotional area for selected entrepreneurs with less than one year of existence; at MADRID GAMING EXPERIENCE, which incorporated the Developers Area, with small stands for videogame development entrepreneurs and start-ups, and at FITUR (The International Tourism Trade Fair) which for another year included in its programme the FITUR Know-How section, dedicated to technological developments and products for the tourism sector, and which will assign a specific space for entrepreneurs at its next edition.





Impulso
a la innovación
y a la investigación
Promotion
for innovation
and research

5.

Impulso a la innovación y a la investigación Promotion for innovation and research

La estrategia de IFEMA orientada al apoyo a las empresas también ha desarrollado su vertiente de instrumento de difusión y reconocimiento a uno de los mayores valores empresariales, como es la innovación.

En 2016, IFEMA impulsó las Galerías de Innovación como uno de los mejores escaparates internacionales para el conocimiento y la promoción de los productos más interesantes lanzados al mercado por las empresas participantes en las ferias. Entre los ejemplos más destacados se encuentra EXPOÓPTICA, que estrenó la primera Galería de Innovación Científica y Tecnológica para el sector de la óptica oftálmica y la optometría. El salón ofreció un reconocimiento a los profesionales y a las entidades que conforman el mundo de la investigación, a través de un escaparate del I+D+i de esta industria, donde se mostraron los productos y servicios más avanzados.

Por su parte, SALÓN LOOK 2016, acogió su quinta Galería de Innovación, en la que un jurado seleccionó los 21 productos y servicios más innovadores del momento en las categorías de peluquería, estética, cosmética natural, spa, salud y bienestar, uñas y maquillaje. Con esta iniciativa, el certamen quiso incentivar la investigación entre las empresas expositoras y apoyar la promoción de estos avances tecnológicos.

También el salón IBERZOO+PROPET volvió a dar especial protagonismo a las novedades incluidas en su III Galería de Productos Destacados, un espacio privilegiado donde las empresas expositoras exhibieron un producto novedoso representativo de su firma, lo que les permitió tener una especial visibilidad y facilitó al profesional su identificación.

En esta misma línea, la Galería de Nuevos Productos de SICUR reunió, de entre 80 candidaturas, una selección de 41 innovadores sistemas y soluciones en materia de seguridad, con el objetivo de reconocer y promover la labor de investigación, el desarrollo y la innovación que llevan a cabo las empresas del sector. Una iniciativa también llevada a cabo por GENERA, a través de su Galería de Innovación, un espacio para impulsar la I+D+i en el sector de las energías renovables y que en 2016 reconoció un total de 18 proyectos por su avanzada tecnología en favor de la eficiencia energética y protección del medio ambiente.

IFEMA's strategy for supporting companies has also developed its facet as an instrument for the dissemination and acknowledgement of a key business value: innovation.

In 2016, IFEMA promoted Innovation Galleries as a top international showcase for knowing and promoting the most interesting products launched onto the market by companies participating at its trade fairs. Among the most notable examples was EXPOÓPTICA (The International Optics and Optometry Exhibition), which premiered the first Scientific and Technological Innovation Gallery for the ophthalmic optics and optometry field. The event acknowledged the professionals and entities that make up the world of research through a showcase for the industry's R&D&i in which the most advanced products and services were displayed.

Meanwhile, SALÓN LOOK 2016 (The International Image and Integral Aesthetics Exhibition) hosted its fifth Innovation Gallery, in which a jury selected 21 of the current most innovative products and services in the categories of hairdressing, aesthetics, natural cosmetics, spa, health and wellness, nails and makeup. The aim of the initiative was to encourage research among exhibiting companies and support the promotion of these technological advances.

IBERZOO+PROPET (The Pet Industry Trade Fair) again gave special prominence to the new items included in its 3rd Gallery of Featured Products. This was a privileged space where exhibiting companies exhibited a new representative product from their range, lending them special visibility and making them more easily identifiable to the professional.

Along the same lines, the New Products Gallery of SICUR (The International Security, Safety and Fire Exhibition) selected 41 innovative security systems and solutions from 80 applications. The aim was to recognise and promote the research, development and innovation undertaken by the sector's companies. The initiative was also carried out by GENERA (Energy and Environment International Trade Fair) through its Innovation Gallery, a space in which to promote R&D&i in the renewable energy sector and which in 2016 selected a total of 18 projects for their advanced technology in favour of energy efficiency and environmental protection.

Por su parte, BIT BROADCAST 2016, Salón Profesional de la Tecnología Audiovisual, lanzó la iniciativa BIT Innova, una galería de propuestas de vanguardia del sector, seleccionadas por un jurado profesional, ofreciendo a las empresas participantes una herramienta de valor añadido a la comunicación y promoción de los productos y servicios que se muestran en la feria y que destacan por su carácter innovador. También por primera vez, BIT aglutinó el mejor talento investigador aplicado al audiovisual, en la plataforma I+D+BIT. Esta iniciativa recoge los proyectos más vanguardistas que están siendo desarrollados, tanto en el ámbito universitario como empresarial, con el propósito de destacar las nuevas tecnologías aplicadas a la industria audiovisual, así como reconocer la labor de los profesionales y entidades que conforman el mundo de la investigación en este ámbito.

Pasarelas de Productos

En general, las Pasarelas de Productos constituyeron una buena herramienta de promoción de las empresas participantes en las ferias y salones organizados por IFEMA en 2016, ya que contribuyeron notablemente a promover la visibilidad de las marcas y la difusión de la oferta. Un ejemplo de ello fue la quinta edición de la Pasarela Innova de FRUIT ATTRACTION, que acogió más de 40 nuevas variedades de frutas y hortalizas, así como las novedades de industria auxiliar comercializadas en los dos últimos años. También el salón PUERICULTURA MADRID presentó como novedad la pasarela MIMO Madrid, que incluyó la presentación de las colecciones de diversas firmas participantes en la feria, lo que supuso un medio complementario de promoción y un acercamiento de las últimas novedades a los responsables de los comercios especializados.

El talento emergente en la comunicación audiovisual de nuevos profesionales que se incorporan al sector, también tuvo premio en BIT, a través de BIT SHOOTING STAR, un concurso de los mini cortometrajes originales más populares en redes sociales para estudiantes de comunicación audiovisual, que recibió más de 30 trabajos.

Meanwhile, BIT BROADCAST 2016 (The Audio-Visual Technology Trade Show) launched the BIT Innova initiative. This was a gallery of the sector's cutting-edge proposals, selected by a professional jury, that offered participating companies an enhanced tool for the communication and promotion of the products and services they exhibited at the trade fair and which stood out for their innovative nature. Also for the first time, BIT united the top talent in research into audiovisuals in its R&D&BIT platform. This initiative gathered the most avant-garde projects being developed, both in the university and business spheres, for the purpose of highlighting the new technologies applied in the audiovisual industry and recognising the work of the professionals and entities that comprise the world of research in this field.

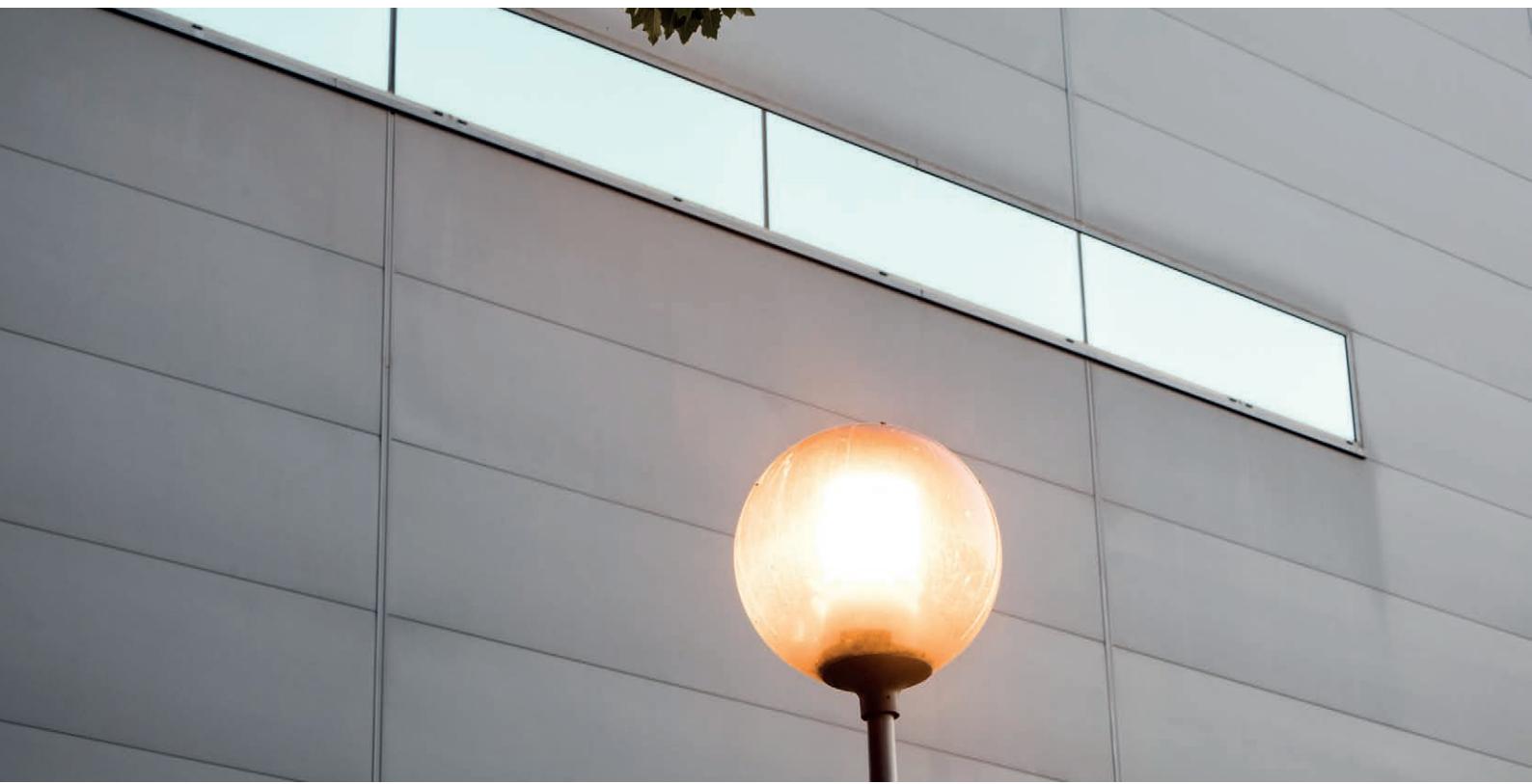
Product Gateways

Overall, these proved a good tool for promoting the companies participating in IFEMA-organised trade fairs and exhibitions in 2016 as they contributed significantly to promoting brand visibility and disseminating what was on offer. An example of this was the 5th edition of the Innova Gateway of FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry), which featured over 40 new varieties of fruit and vegetables, as well as auxiliary industry innovations marketed in the past two years. Meanwhile, PUERICULTURA MADRID (The International Childhood Products Trade Show) presented the MIMO Madrid gateway as a new feature. This included the presentation of the collections of various participating firms, which represented a complementary means of promotion and a way of bringing the latest developments closer to those in charge of specialised shops.

The emerging talent of new professionals who join the audiovisual communication sector was also recognised at BIT (The Audio-Visual Technology Trade Show) through BIT SHOOTING STAR. This was a competition for audiovisual communication students who presented original mini short films that have proved popular on social media. It received over 30 entries.

Una apuesta por el emprendimiento, los nuevos valores empresariales y el esfuerzo innovador

Commitment to entrepreneurship, the new business values and innovative endeavour



— Foros y encuentros

El apoyo a la promoción de empresas y emprendedores que llevó a cabo IFEMA en sus ferias durante 2016 se extendió también a otras actuaciones, como la organización de foros, acciones formativas, speaker's corners, y encuentros B2B, entre otros. En este contexto, por ejemplo, SIMO EDUCACIÓN acogió un encuentro de cooperación empresarial y emprendimiento en tecnologías para la enseñanza. GENERA, la feria de energía y medio ambiente, celebró un foro de cooperación y transferencia de tecnología y una jornada de oportunidades de financiación y participación en proyectos europeos. Mientras que en el Foro Innova de FRUIT ATTRACTION las empresas participantes realizaron charlas, presentaciones y seminarios técnicos relacionados con el sector hortofrutícola.

Las jornadas de EXPOÓPTICA ayudaron a mejorar la formación global de la óptica y hacer frente a las exigencias de un entorno cada vez más competitivo. Por su parte, el SALÓN LOOK transmitió a los profesionales las últimas novedades del sector y les puso al día. Además, el escenario de Hair Look Focus acogió demostraciones de algunas firmas; y en el Speaker's Corner instalado, prestigiosas firmas del sector intercambiaron conocimientos y tendencias.

— Forums and meetings

IFEMA's support for the promotion of companies and entrepreneurs in its trade fairs in 2016 also extended to other activities. These included the staging of forums, training activities, speaker's corners and B2B meetings. For example, SIMO EDUCACIÓN (The Learning Technology Exhibition) hosted a meeting for business cooperation and entrepreneurship in the teaching technologies. GENERA (The Energy and Environment International Trade Fair) held a forum on cooperation and technology transfer and a session providing opportunities for funding and participation in European projects. At the Innova Forum of FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry), participating companies gave talks, presentations and technical seminars about the fruit and vegetable sector.

EXPOÓPTICA (The International Optics and Optometry Exhibition) helped to improve overall optical training and meet the demands of an increasingly competitive environment. For its part, SALÓN LOOK (The International Image and Integral Aesthetics Exhibition) updated professionals with the latest developments in the sector. In addition, the Hair Look Focus stage hosted demonstrations by a number of firms; and in the Speaker's Corner, prestigious firms in the sector swapped knowledge and trends.

PUERICULTURA MADRID organizó el Foro Retail, donde expertos en el mundo de productos para la infancia, visual merchandising, escaparatismo y consultoría estratégica y de gestión desarrollaron talleres para mejorar los resultados y proyectar una imagen moderna y actual en los puntos de venta. En esta misma línea de actuación, MOMAD METRÓPOLIS y MOMAD SHOES acogieron un programa de jornadas dirigidas al visitante profesional, en las que expertos en moda, calzado y retail explicaron las últimas tendencias.

Junto a estas iniciativas, la práctica totalidad de las ferias organizadas por IFEMA promovieron en 2016 la creación de un Speaker's Corner, permitiendo a los expositores realizar presentaciones ante los profesionales del sector de las iniciativas empresariales o novedades de producto, otorgando una ventana al mercado y el acceso a nuevas oportunidades de negocio.

Premios a pequeñas y medianas empresas

IFEMA impulsó en 2016 diferentes premios a las empresas y emprendedores más innovadores, como reconocimiento a su labor y actividad pionera. Entre otros, destacaron los correspondientes a la IV edición de los Premios Look, que pusieron de relieve la labor de profesionales, empresas y entidades para conseguir una mejora en la formación, gestión y promoción del cuidado y la estética integral. También deben resaltarse los Premios IMPULSO 2016, convocados en el marco de la nueva plataforma orientada al mundo de los emprendedores, SIMO EDUCACIÓN IMPULSO. Con esta iniciativa, el Salón de Tecnología para la Enseñanza quiso destacar proyectos empresariales e innovadores con amplio potencial de aplicación en el sector educativo.

Otro de los galardones destacados fue el premio que otorgó PUERICULTURA MADRID al Mejor Starter, a una de las empresas participantes en esta área, que podrá participar gratuitamente en la feria en 2017 y contará con una promoción y comunicación especial.

Asimismo, y en colaboración con el diario económico EXPANSIÓN, se llevó a cabo una nueva edición de los Premios Pyme, abierto a las empresas expositoras y que vienen a subrayar los mejores ejemplos empresariales y emprendedores de España. Los galardones, que tienen el objetivo de contribuir al desarrollo y a la competitividad de las compañías, contaron con 131 candidaturas.

PUERICULTURA MADRID (The International Childhood Products Trade Show) held a Retail Forum, where experts from the world of children's products, visual merchandising, window dressing and strategic consultancy and management ran workshops to improve results and project a modern, up-to-date image at points of sale. Similarly, MOMAD METRÓPOLIS (The International Fashion Trade Show) and MOMAD SHOES (The International Footwear and Accessories Trade Show) hosted a programme of talks for trade visitors, where fashion, footwear and retail experts explained the latest trends.

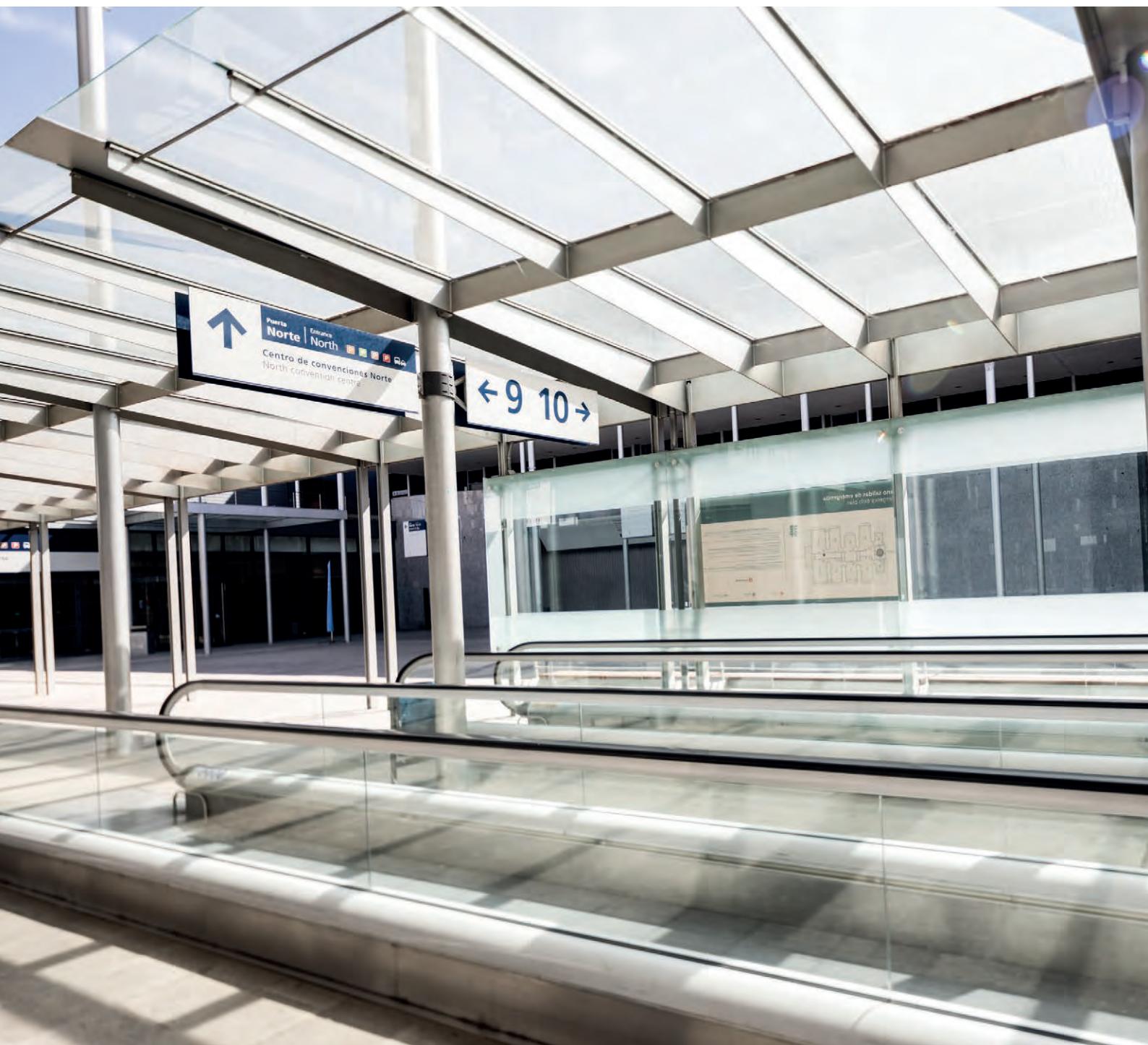
In addition to these initiatives, practically all IFEMA-organised trade fairs featured a Speaker's Corner in 2016. This enabled exhibitors to offer the sector's professionals a set of presentations of business initiatives and new product features, thereby providing a window into the market and access to new business opportunities.

Awards for small and medium-sized companies

In 2016, IFEMA bestowed a number of awards on the most innovative companies and entrepreneurs in acknowledgement of their pioneering work and activity. These included the 4th edition of the Look Awards, which highlighted the work of professionals, companies and entities in improving the training, management and promotion of care and integral aesthetics. There was also the IMPULSO 2016 Awards, which were given as part of the new platform aimed at the world of entrepreneurs, SIMO EDUCACIÓN IMPULSO. This initiative enabled SIMO EDUCACIÓN (The Learning Technology Exhibition) to draw attention to entrepreneurial and innovative projects with broad application potential in the education sector.

Another notable award was the one presented by PUERICULTURA MADRID (The International Childhood Products Trade Show) to the Best Starter. This was won by one of the area's participating companies, which can take part in the 2017 event free of charge and will enjoy special promotion and communication.

In collaboration with the EXPANSIÓN financial newspaper, there was a new edition of the SME Awards. This was open to exhibiting companies and highlighted the finest examples of business and entrepreneurs in Spain. There were 131 candidatures for the awards, which aim to contribute to the development and competitiveness of companies.





Gestión de la
comunicación y
valoración de su
impacto

Communication
management and
impact assessment

6.

Gestión de la comunicación y valoración de su impacto Communication management and impact assessment

— Estrategia de comunicación

IFEMA dio en 2016 un gran impulso a su política de comunicación, con el fin de aumentar y potenciar la información hacia los periodistas, clientes, público y sociedad en general. Esta estrategia permitió, además, elevar su credibilidad y aumentar su relación con todos los ámbitos con los que se relaciona, así como incrementar la transparencia de sus actuaciones, y aportar valor en la promoción y difusión de las empresas y sectores participantes en sus ferias. Los resultados avalaron esta actuación, cuyo balance se materializó en 245.757 impactos en medios de comunicación nacional e internacional en forma de noticias, que llegaron a una audiencia global de 11.113 millones de personas y cuya valoración económica en términos de mercado asciende a 224,7 millones de euros.

Entre los impactos más relevantes conseguidos en el ámbito de la comunicación destacan los de ferias como MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (MBFWM), que generó 45.601 noticias entre sus dos ediciones de 2016, con una audiencia potencial de 2.536 millones de personas y una valoración estimada de 52,8 millones de euros. FITUR, por su parte, consiguió la aparición de 31.939 noticias en medios nacionales e internacionales, con una audiencia de 3.269 millones de personas y una valoración económica de 53,3 millones de euros. Mientras que ARCOmadrid generó 19.498 noticias y 1.724 millones de audiencia, con una valoración estimada de 35,1 millones de euros.

La presentación de ferias y proyectos directamente a los medios de comunicación a través de ruedas de prensa y encuentros con los medios constituyó una de las principales actuaciones de IFEMA en este ámbito en 2016, que completó la atención y promoción a los periodistas que acudieron a los distintos certámenes celebrados a lo largo del año. En concreto, se realizaron más de 20 ruedas de prensa para presentar distintos proyectos, entre los que destacaron 9 realizadas en el marco de ARCOmadrid, 2 de ARCOLisboa 2 de MADRID GAMING EXPERIENCE, 2 de UNIBIKE, y una importante actividad de encuentros con los medios de carácter institucional.

— Communication strategy

IFEMA gave a major boost to its communication policy in 2016 with the aim of increasing and improving information for journalists, clients, the public and society in general. This strategy also enabled the Institution to raise its credibility and increase its bearing on all the fields with which it interacts. It also made IFEMA more transparent in its actions and contributed value in the promotion and diffusion of the companies and sectors participating in its trade fairs. The results supported this, with 245,757 impacts in the national and international media in the form of news items, reaching a global audience of 11,113 million people and with an economic value in market terms of 224.7 million euros.

IFEMA made its biggest impact in the communication field at trade fairs like MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (MBFWM), whose two editions in 2016 generated 45,601 news items, with a potential audience of 2,536 million people and an estimated value of 52.8 million euros. FITUR (The International Tourism Trade Fair), meanwhile, drew 31,939 news items in the national and international media, with an audience of 3,269 million people and an economic value of 53.3 million euros. ARCOmadrid (The International Contemporary Art Fair) generated 19,498 news items and 1,724 million in audience, with an estimated value of 35.1 million euros.

One of IFEMA's main actions in this area in 2016 was the unveiling of trade fairs and projects directly before the media through press conferences and media meetings, completing the attention and promotion provided to journalists who attended the different events during the year. Over 20 press conferences were held to present different projects, nine of which took place at ARCOmadrid (The International Contemporary Art Fair), two at ARCOLisboa, two at MADRID GAMING EXPERIENCE, two at UNIBIKE (The International Bicycle Fair), and important meetings of an institutional nature with the media.

El interés informativo que genera la actividad de IFEMA y sus ferias, así como su impacto económico y social, se constató un año más con la numerosa asistencia de medios de comunicación para su cobertura informativa. En concreto, en 2016, se acreditaron un total de 20.038 periodistas de 11.770 medios.

Asimismo es destacable el seguimiento realizado por la prensa internacional acreditada en las ferias de IFEMA durante 2016. Un hecho que constató la importante proyección fuera de España que tienen los certámenes organizados en Feria de Madrid. En total se acreditaron 1.476 periodistas de 86 países. Es destacable la presencia de representantes de medios de comunicación internacionales en certámenes como FITUR, la Feria Internacional del Turismo, que recibió la visita de 842 periodistas procedentes de fuera de España, con un impacto de 1.518 apariciones en medios de comunicación de todo el mundo. ARCOmadrid, por su parte, recibió 317 periodistas internacionales acreditados, con un total de 322 impactos internacionales; y MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, 163 periodistas acreditados, con 428 impactos.

— Redes sociales. Canales de apoyo a las empresas

Los canales de comunicación social también son una eficaz herramienta informativa y de apoyo a las empresas expositoras. Así, las redes sociales de las ferias organizadas por IFEMA consiguieron en 2016 una importante repercusión. Estos canales, cuya estrategia gira en torno a generar valor a la promoción y difusión de las empresas participantes, registraron un año más nuevos récords sumando un total de 1,3 millones de seguidores. En Facebook se alcanzaron los 719.767 seguidores, en Twitter 468.980, en Instagram 113.775 y en YouTube 2,1 millones de visualizaciones. Como casos de éxito, destacaron FITUR, que superó a todas las principales ferias de turismo del mundo, con más de 165.000 seguidores; MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID con 103.657 y ARCOmadrid, con 76.000.

The interest generated by IFEMA's activity and its trade fairs, as well as its economic and social impact, was confirmed for another year, with the media attending in large numbers to cover information about the Institution. In 2016, a total of 20,038 journalists from 11,770 media outlets were accredited.

It is also important to note the coverage of the international press accredited for IFEMA trade fairs in 2016. Their presence ensured that the events at Feria de Madrid were widely publicised outside Spain. A total of 1,476 journalists from 86 countries received accreditation. Members of the international media were particularly evident at events like FITUR, which received 842 journalists from outside Spain, producing 1,518 impacts in the world's media. Meanwhile, ARCOmadrid received 317 accredited international journalists, with a total of 322 international impacts; and MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID had 163 accredited journalists, with 428 impacts.

— Social media. Channels of support for companies

Social communication channels are also an effective and informative support tool for exhibiting companies and therefore IFEMA-organised trade fairs employed social media to achieve a significant impact in 2016. These channels, whose strategy revolves around enhancing the promotion and dissemination of participating companies, again recorded further records, with a total of 1.3 million followers. There were 719,767 followers on Facebook, 468,980 on Twitter, 113,775 on Instagram and 2.1 million views on YouTube. The success stories included FITUR, which surpassed all the world's other major tourism fairs by achieving over 165,000 followers; MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID with 103,657 and ARCOmadrid (The International Contemporary Art Fair), with 76,000.

Una comunicación global
245.757 noticias, que impactaron en una audiencia de 11.113 millones de personas y generó una valoración económica de 224,7 millones de euros

A global communication
245,757 news items, which reached an audience of 11,113 million people and generated an economic value of 224.7 million euros



7



Responsabilidad social corporativa

Corporate social responsibility

- 7.1.** IFEMA, una institución responsable.
Actuaciones RSC _ 50
IFEMA, a responsible institution.
CSR actions
- 7.2.** Gestión medioambiental _ 51
Environmental management
- 7.3.** Recursos humanos _ 52
Human resources
- 7.4.** Acciones solidarias _ 57
Charitable work



Aliados del medioambiente

Más de **5.000 m³** de ahorro en agua al año; reciclado de **16,5 toneladas** de metal y más de **21** de papel

Allies of the environment

More than **5,000 m³** water saved a year; recycling of **16.5 tonnes** of metal and over **21 tonnes** of paper



7.1.

IFEMA, una institución responsable. Actuaciones RSC IFEMA, a responsible institution. CSR actions

La responsabilidad social es una de las principales claves que guían la actuación de IFEMA, una institución que apuesta por el desarrollo sostenible y las buenas prácticas en todas las áreas de actuación. Como dinamizador de todos los sectores presentes en los certámenes, la Institución ha desarrollado las herramientas necesarias para garantizar la creación de valor en un contexto responsable.

La apuesta de IFEMA por la responsabilidad social corporativa en 2016 comprendió múltiples acciones, tanto internas como externas, encaminadas a potenciar la estrategia en este ámbito y a fomentar la concienciación de empleados, expositores y visitantes de las ferias. Las acciones se desarrollaron, fundamentalmente, en tres grandes apartados: la gestión medioambiental, los recursos humanos y las acciones solidarias.

Social responsibility is one of the main principles that guide IFEMA, which is committed to sustainable development and good practices in every area in its activity. As an energiser of all the sectors appearing at its events, the Institution has developed the tools necessary to ensure that value is created in a responsible context.

IFEMA's commitment to corporate social responsibility in 2016 took many forms, both internal and external, aimed at boosting the strategy in this area and promoting the awareness of employees, exhibitors and visitors. This commitment can largely be divided into three large sections: environmental management, human resources and charitable work.

7.2.

Gestión medioambiental

Environmental management

IFEMA continuó en 2016 colaborando con la minimización del impacto de su actividad en el medio ambiente. Con este objetivo, llevó a cabo diferentes acciones, como la remodelación de los servicios de todos los pabellones, que ha supuesto un ahorro anual de más de 5.000 m³ de agua. En concreto, la instalación de 184 urinarios que no la utilizan ahorrará anualmente más de 3.500 m³ de agua; y la instalación de 259 inodoros con cisternas de doble descarga conseguirá un ahorro de más de 1.600 m³.

Por otra parte, y como firme apuesta por las energías renovables, durante 2016 finalizó el proyecto de climatización para el edificio central de IFEMA mediante bombas de calor con un sistema de intercambio geotérmico, con una potencia de 355 kW en calor y 287 kW en frío, capaz para atender hasta el 47% de la demanda de refrigeración del edificio. Está previsto que los trabajos para llevar a cabo la instalación proyectada comiencen en verano de 2017. Además, IFEMA siguió apostando en 2016 por el EPDM como material para la impermeabilización de cubiertas de pabellones, en los trabajos desarrollados en el Centro de Convenciones Norte, núcleos y pasillos de conexión y cafeterías de los pabellones 9 y 10.

Además, se desarrolló un proyecto integral de renovación y adecuación de los jardines, optando por especies que demanden menos agua de riego. Y se planificó el proyecto definitivo de instalación progresiva de iluminación LED en todos los edificios. Otra muestra de la importancia que se otorga al medio ambiente es que se reciclaron 16,5 toneladas de elementos metálicos, principalmente acero, aluminio y cobre y más de 21 toneladas de papel.

IFEMA desarrolla también una sensibilidad especial hacia la promoción y protección del medio ambiente en todos sus certámenes. Un ejemplo de ello es que a partir de 2016 las ferias incluidas en la marca paraguas MOMAD, Eventos de Moda en Madrid, ofrecen una especial atención a la moda sostenible. Así, esta marca impulsada por IFEMA muestra su compromiso por un segmento en pleno auge en el mercado de la moda internacional, que va ganando cuota en el conjunto del sector también en España. La representación de este sector se concreta en la celebración de diversas actividades dirigidas a divulgar y dar formación al profesional sobre el concepto de moda responsable, en el que participarán marcas y expertos del máximo nivel nacional.

In 2016, IFEMA continued to minimise the impact of its activity on the environment. With this in mind, its actions included the remodelling of the toilets in all halls. This produced an annual saving of over 5,000 m³ of water. Specifically, the installation of 184 waterless urinals will achieve a saving of more than 3,500 m³ annually; and the installation of 259 toilets with dual-flush cisterns will save over 1,600 m³.

Displaying its steadfast commitment to renewable energies, the draft project for air conditioning in IFEMA's central building was completed in 2016, with installation work due to begin in summer 2017. This uses heat pumps with a geothermal exchange system, with a power of 355 kW hot output and 287 kW cold output, which is capable of meeting up to 47% of the building's cooling needs. IFEMA also continued to place its faith in EPDM as the material for the waterproofing of halls, in work carried out at the North Convention Centre and the connecting corridors and cafeterias in halls 9 and 10.

A comprehensive project for the renovation and adaptation of the gardens was also undertaken, with the introduction of species that require less water for irrigation. In addition, there was planning of the definitive project for the progressive installation of LED lighting in all the buildings. Another sign of the importance IFEMA affords to the environment is that 16.5 tonnes of metal - mainly steel, aluminium and copper - and over 21 tonnes of paper were all recycled.

IFEMA also displays a special sensitivity towards the promotion and protection of the environment at all its events. This was exemplified by the fact that in 2016 the trade fairs included in the MOMAD umbrella brand (Fashion Events in Madrid) began to pay particular attention to sustainable fashion. In this way, the IFEMA-promoted brand is showing its commitment to a segment that is booming in the international fashion market and whose share in the sector is increasing in Spain too. The sector is represented through various activities aimed at disseminating and training professionals about the concept of responsible fashion, which will involve brands and experts of the highest national prestige.

7.3.

Recursos humanos

Human resources

La política de recursos humanos en todos sus ámbitos forma parte indisoluble de la estrategia de responsabilidad social corporativa de IFEMA, que contaba, a 31 de diciembre de 2016, con una plantilla de 392 trabajadores, un 50,5% hombres y un 49,5% mujeres, de los que el 99,5% era personal fijo.

La Institución mantiene un alto compromiso con la preparación y cualificación necesaria para atender las demandas de los clientes y de la sociedad en general, que se materializa en una apuesta por la formación, que reciben todos los componentes de la organización. En 2016 el número de puestos de formación ascendió a 125 y las horas de formación recibidas llegaron a 4.231. Además, las áreas de formación se ampliaron. Y, con el fin de apoyar la internacionalización de la actividad, el portugués se sumó al inglés y al francés en el programa de formación continua en idiomas.

En el área de Recursos Humanos, la igualdad y la gestión de la diversidad tuvieron un peso relevante. La adaptación a la normativa de protección de datos y la seguridad en las comunicaciones centraron el área formativa de Tecnologías de la Información. Y en cuanto a la seguridad, las acciones de formación continua del Plan de Autoprotección se complementaron con sesiones específicas sobre evacuación de personas con discapacidad.

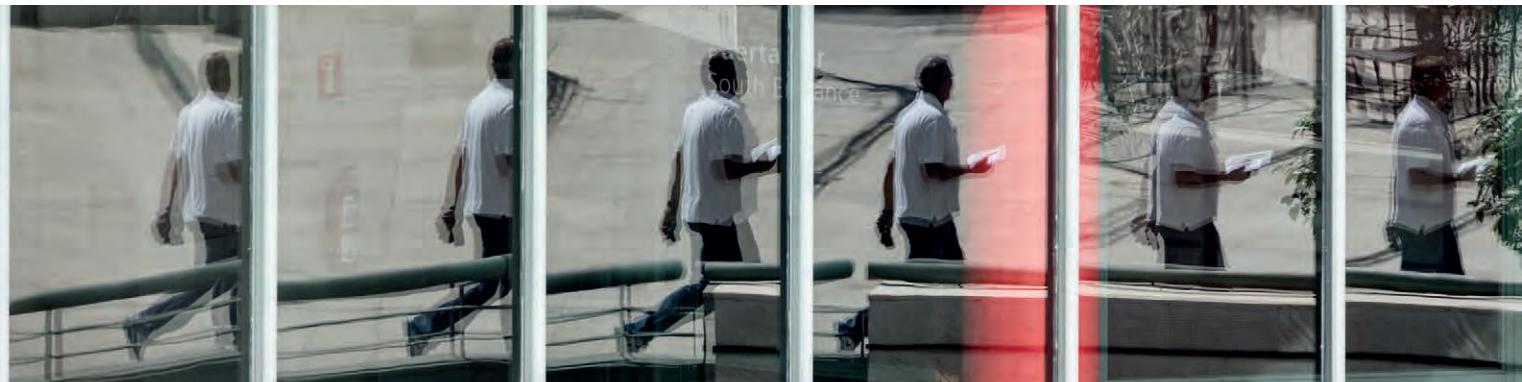
Otra de las apuestas en 2016 fue los planes de retribución flexible. IFEMA consolidó el proyecto «IFEMA-Flex» para la mejora continua del sistema de retribución flexible implantado como parte de la retribución anual de los empleados. De esta forma, en 2016 alrededor del 60% de los trabajadores disfrutó de alguna de las modalidades (cheque guardería, seguro médico privado para el trabajador y sus familiares directos, ticket restaurante, cheque transporte y formación para los trabajadores).

Human resources policy in all its spheres is inseparable from IFEMA's corporate social responsibility strategy. The Institution's personnel at 31 December 2016 numbered 392 workers, 50.5% men and 49.5% women. 99.5% of them are permanent members of staff.

IFEMA remains faithful to education and qualification in order to attend to the demands of clients and society as a whole. This takes the form of a commitment to training, which is received by every member of the organisation. In 2016, the number of training positions amounted to 125 and the hours of training received were 4,231. In addition, training areas were expanded. In order to support the internationalisation of the activity, Portuguese joined English and French in the continuous language training programme.

In the area of Human Resources, equality and diversity management played a significant role. Adaptation to data protection regulations and communications security took centre stage in the Information Technologies training area. With regard to security, the ongoing training work in the Self-Protection Plan were complemented by specific sessions on the evacuation of disabled people.

Another commitment in 2016 took the form of flexible payment plans. IFEMA consolidated the IFEMA-Flex project for the continuous improvement of the flexible payment system, which has been implemented as part of its staff's annual remuneration. During the year, around 60% of employees benefited from the various types (nursery cheques, private medical insurance for the employee and his/her immediate family, luncheon vouchers, transport cheques and staff training).



— Conciliación

Las actuaciones de conciliación, igualdad y buenas prácticas también se intensificaron. En 2016, IFEMA superó la auditoría de renovación del modelo efr, avalando que reconoce que sus trabajadores tienen otras responsabilidades además de las profesionales: las familiares y las personales. En este contexto, la organización fomentó de manera activa la consecución de ese equilibrio por parte de sus empleados; y, además, superó su calificación anterior haciéndose acreedora del nivel B+, que supone un sustancial incremento en las exigencias a evaluar.

Este sello reconoce a IFEMA como Empresa Familiarmente Responsable, una certificación que en 2017 cumplirá su 10º aniversario, los mismos que IFEMA goza de este calificativo. Y que se une también a la renovación del sello Madrid Excelente, que incluye apartados sobre medidas de igualdad y diversidad, responsabilidad social corporativa y política medioambiental.

La responsabilidad social implica también un exhaustivo conocimiento de los puestos de trabajo. Por eso, en 2016, continuó desarrollándose el proyecto que había comenzado en el año anterior, definiéndose la mayoría de los puestos que conforman las áreas comerciales y técnicas de la institución. Para llevar a cabo la descripción de cada puesto, se realizaron reuniones específicas con los colectivos correspondientes, que comunicaron sus necesidades, propuestas de mejora y desarrollo, con el objetivo de optimizar el desempeño y la satisfacción de todo el equipo humano.

— Programas de cooperación educativa

La colaboración entre entidades e instituciones especializadas en diferentes ámbitos y materias enriquece sustancialmente la actividad formativa, aporta nuevos conocimientos y mejora habilidades. Conscientes de ello, a través de acuerdos de cooperación con 28 entidades educativas nacionales e internacionales, 142 alumnos completaron sus planes de estudios en IFEMA desarrollando 34.969 horas de prácticas remuneradas en todas las áreas y niveles educativos.

El programa contempla la colaboración con centros docentes de toda índole (universitarios, escuelas de negocio, institutos de educación secundaria, fundaciones educativas, escuelas profesionales, etc.) para la realización de prácticas, tanto universitarias como de formación profesional. La naturaleza de los planes de estudios cuyas prácticas se desarrollan en IFEMA es muy variada, como la propia actividad de la organización, dando respuesta a las necesidades de estudios administrativos, de gestión, comunicación y nuevas tecnologías, marketing y gestión comercial, turismo, ocio, arquitectura, arte e imagen, periodismo, protocolo, publicidad, ingenierías, relaciones internacionales, oficios, edificación, etc.

— Conciliation

Actions in favour of conciliation, equality and good practices were also intensified in 2016. IFEMA passed the audit to renew the EFR model, confirming that the Institution acknowledges that its employees possess responsibilities that go beyond their work i.e. family and personal ones. In this context, IFEMA actively encouraged its employees to achieve this balance; and, in addition, it surpassed its previous grade by obtaining a B+, which represents a substantial increase in the requirements assessed.

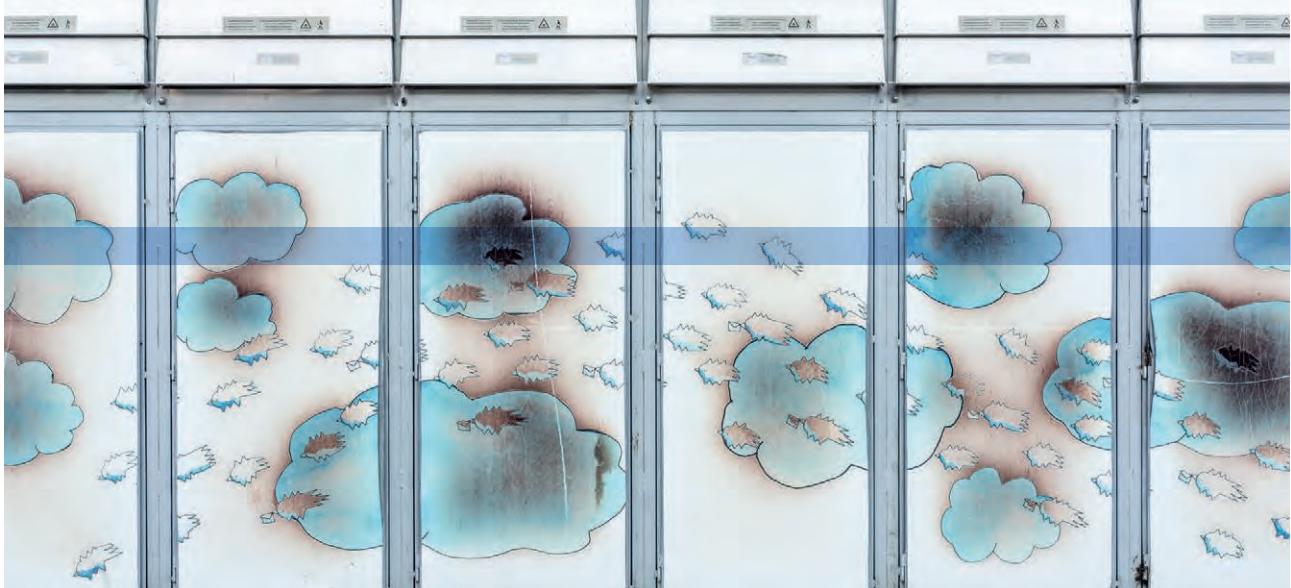
This model recognises IFEMA as a Family Responsible Company, a certification that in 2017 will celebrate 10 years of existence, the length of time the Institution has held this title. Furthermore, IFEMA received the renovation of the Madrid Excelente seal of approval which includes sections on equality and diversity measures, corporate social responsibility and environmental policy.

Social responsibility also requires an exhaustive knowledge of what the staff's work involves. This is why 2016 saw the continuation of a project, which began the previous year, to map out the majority of the posts that make up the IFEMA's commercial and technical areas. To undertake a description of each position, specific meetings were held with the corresponding groups, who communicated their needs, proposals for improvement and development so that the performance and satisfaction of the whole human team could be optimised.

— Educational cooperation programmes

Collaboration between entities and institutions that specialise in different fields and subjects substantially enriches training activities, brings new knowledge and improves skills. With this in mind, IFEMA has cooperation agreements with 28 national and international educational bodies, enabling 142 students to complete their study plans at the Institution in 2016 by taking 34,969 hours of paid internship in all areas and at all educational levels.

The programme provides for collaboration with educational centres of all kinds (universities, business schools, secondary education institutes, educational foundations, professional colleges, etc.) for the practice of both university and vocational training. The study plans that take place at IFEMA are highly varied, just like the Institution's own activities. They meet the needs of administrative studies, management, communication and new technologies, marketing and commercial management, tourism, leisure, architecture, art and visuals, journalism, protocol, advertising, engineering, international relations, crafts, construction, etc.



— Acuerdos con organizaciones

IFEMA potenció en 2016 sus programas de RC, añadiendo a los vigentes, nuevos acuerdos con otras organizaciones solidarias como la Asociación Madre Coraje, el Colectivo Basurama y el Foro de Empresas por Madrid.

— Agreements with organisations

IFEMA reinforced its Corporate Responsibility programmes in 2016, adding new agreements with other charity organisations such as the Mother Courage Association, the Basurama Collective and the Business Forum for Madrid.



Organización certificada como Empresa Familiarmente Responsable (efr)
Organisation certified as a Family Responsible Company (efr)

Desde 2007 IFEMA está certificada como Empresa Familiarmente Responsable (efr) como garante de la protección y apoyo a la familia en el seno de las relaciones laborales mediante políticas de conciliación e igualdad. Para este proceso, colabora con la Fundación +Familia, una organización de carácter benéfico que promueve la aportación de soluciones en este ámbito.

Since 2007, IFEMA has been certified as a Family Responsible Company (efr), which guarantees the protection and support for the family in labour relations through conciliation and equality policies. It is helped here by Fundación+Familia, a charitable organisation that promotes the delivery of solutions in this area.



Colaboraciones con Fundación ONCE para la integración laboral de discapacitados
Collaborations with the Spanish National Organisation for the Blind (ONCE) to integrate the disabled into the workplace

Desde 2008, IFEMA mantiene acuerdos con la Fundación ONCE. Todas las sedes de las empresas del grupo, especialmente sensibilizadas en la integración laboral de personas discapacitadas, cuentan con la calificación de Centros Especiales de Empleo. Debido a esta cualificación, y a su objetivo de creación de empleo estable para discapacitados, las relaciones comerciales con ellas tienen el reconocimiento de patrocinio económico en relación con las medidas alternativas a la contratación de discapacitados.

IFEMA has held agreements with the ONCE Foundation since 2008. All the headquarters of the group's companies, which are especially aware of the importance of the integration of the disabled into the workplace, are classified as Special Employment Centres. This designation, as well as complying with the aim to create stable employment for the disabled, enables commercial relations with these companies to be recognised as financial support with regard to measures other than the recruitment of the disabled.



Colaboración con fundaciones de ayuda a personas discapacitadas
Collaboration with foundations that assist the disabled

IFEMA lleva a cabo la contratación de servicios a través de Centros Especiales de Empleo tutelados por instituciones sin ánimo de lucro que promueven la participación en la sociedad de personas con discapacidad intelectual (Fundación Carmen Prado-Valcarce y Prodis).

IFEMA outsources services through Special Employment Centres that are overseen by non-profit institutions that promote the participation in society of those with intellectual disabilities (Carmen Prado-Valcarce Foundation and Prodis).



IFEMA está asociada al Foro de Contratación Pública Socialmente Responsable
IFEMA is associated with the Socially Responsible Recruitment Forum

El Foro de la Contratación Responsable pone el foco en crear y mantener el empleo de las personas con discapacidad así como la accesibilidad universal mediante la contratación pública. Para ello, invita a colaborar a Entidades Inclusivas de carácter público y privado impulsando el derecho de las personas con discapacidad a un trabajo digno, estable y de calidad.

This Forum places the focus on creating and maintaining employment for the disabled as well as universal accessibility through public recruitment. To do so, it invites public and private inclusive entities to collaborate by promoting the right of the disabled to stable, dignified and quality employment.



**Participación en la revista anual
Foro de Empresas**
Participation in the Annual
Companies Forum Magazine

Como miembro del Foro de Empresas por Madrid, plataforma de colaboración público-privada del Ayuntamiento de Madrid, IFEMA participa en la misión de sumar recursos y unir fuerzas entre el Ayuntamiento de Madrid y el tejido empresarial comprometido con la ciudad para la creación de valor añadido y beneficiar al ciudadano en un marco sostenible. En 2016 ha colaborado en el proyecto de creación de la *Revista Anual Foro de Empresas*, cuyo contenido es dar a conocer la labor social llevada a cabo por los trabajadores de las empresas del Foro y mostrar las líneas generales de las empresas en labores de RSC.

The Companies Forum for Madrid is the platform of the city's Council aimed at public-private collaboration. As a member, IFEMA assists the Council and the business fabric that is committed to the city. In this way, they can pool resources and join forces to create added value and benefit citizens in a sustainable framework. In 2016, the Institution collaborated on a project to create the *Annual Companies Forum Magazine*, whose content will publicise the social work of the employees of the Forum's companies and demonstrate how these companies approach CSR.



**Colaboración con la
Organización de Ciegos de
España (ONCE)**
Collaboration with the Spanish
National Organisation for the
Blind (ONCE)

IFEMA cede sus instalaciones para favorecer la labor de los vendedores de la ONCE durante la celebración de ferias, eventos y convenciones.

IFEMA makes its facilities available for use by ONCE salespeople during trade fairs, events and conventions.



**Colaboración con la Asociación
Española Contra el Cáncer
(AECC)**
Collaboration with the Spanish
Association Against Cancer
(AECC)

IFEMA mantiene el acuerdo de colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer. Se difunden mensajes sobre prevención y detección precoz del cáncer a través de boletines mensuales y acciones informativas presenciales.

IFEMA maintained its collaboration agreement with the Spanish Association Against Cancer. Messages on prevention and early detection of cancer are disseminated through monthly newsletters and in-person informative action.



**Colaboración con Cruz
Roja Española y Centro de
Transfusiones de la CAM**
Collaboration with the Spanish
Red Cross and Madrid Regional
Transfusion Centre

IFEMA promueve la donación de sangre facilitando a Cruz Roja Española y al Centro de Transfusión de la CAM, la organización de jornadas de donación entre los empleados con los medios humanos y materiales aportados por Cruz Roja.

IFEMA encourages the giving of blood by enabling the Spanish Red Cross and the Madrid Regional Transfusion Centre to hold days for donation among its employees, with the Red Cross providing the human and material resources.



IFEMA, espacio cardioprotegido
IFEMA, a space where hearts
are protected

Desde 2013 IFEMA cuenta con 17 desfibriladores semiautomáticos para la protección de visitantes, expositores y empleados.

Since 2013, IFEMA has had 17 semi-automatic defibrillators for the protection of visitors, exhibitors and employees.



**Difusión de acciones en el Día
Internacional de las Personas
con Discapacidad**
Dissemination of actions on the
International Day for Persons
with Disabilities

IFEMA colabora difundiendo la campaña #reaccionaria que pretende crear conciencia sobre los elementos que lastran la plena integración de las personas con discapacidad.

IFEMA collaborates by publicising the #reaccionaria campaign intended to raise awareness about the elements that prevent the full integration of the disabled.



**Campaña «Comparte Ticket
Restaurant»**
«Share Luncheon Voucher»
Campaign

IFEMA se ha sumado a la campaña Comparte. La Navidad es momento de compartir que patrocinan conjuntamente EDENRED, empresa suministradora de los Ticket Restaurant y la ONG Acción contra el Hambre. La finalidad de esta campaña es donar tickets restaurant para destinar su importe a salvar la vida de niños con desnutrición.

IFEMA supports the campaign Share. Christmas is a time for sharing, which is co-sponsored by EDENRED, the company that supplies Luncheon Vouchers, and the NGO, Action against Hunger. The campaign's purpose is to donate Luncheon Vouchers so that their money value may be used to save the lives of children with malnutrition.



Impulso del desarrollo sostenible, el voluntariado y el reciclaje
Promotion of sustainable development, volunteering and recycling

Cediendo sus instalaciones para ubicar contenedores de ropa usada, IFEMA promueve e impulsa los proyectos de desarrollo sostenible y educación solidaria de la asociación Madre Coraje. Declarada de Utilidad Pública y acreditada por la Fundación Lealtad, es una asociación no lucrativa cuya misión es cooperar en el desarrollo de comunidades empobrecidas sobre la base del voluntariado y el reciclaje.

Making its facilities available for the installation of used-clothing containers, IFEMA promotes and encourages the sustainable development and solidarity education projects of the Mother Courage Association. Declared as being of public interest and accredited by the Loyalty Foundation, the non-profit Association cooperates in developing impoverished communities through volunteering and recycling.



Colaboración con la Fundación SEUR
Collaboration with the SEUR Foundation

En el marco de colaboración con la Fundación SEUR, IFEMA se suma a la campaña *Tapones para una Nueva Vida* que tiene como objetivo ayudar a niños con graves problemas de salud que necesitan un tratamiento médico o una ortopedia no contemplados por la Seguridad Social. Un sencillo gesto solidario con los necesitados y sostenible al lograr una nueva vida para los plásticos.

As part of its collaboration with the SEUR Foundation, IFEMA supports the campaign *Bottle Caps for a New Life* that aims to help seriously-ill children who require medical treatment or orthopaedics that are not covered by Social Security. This is a simple act of giving care to those who need it, while being sustainable by providing new life for plastics.



Fundación
Mensajeros de la Paz

Colaboración con la Fundación Mensajeros de la Paz
Collaboration with the Mensajeros de la Paz Foundation

Con la instalación de Máquinas Solidarias de Alimentos, IFEMA se suma al proyecto «Banco Solidario» para ayudar a familias que carecen de ingresos mínimos y se encuentran en riesgo de exclusión social.

Through the installation of Solidarity Food Machines, IFEMA supports the «Solidarity Bank» project, which helps families who lack minimum income and are at risk of social exclusion.



Concienciando sobre los ciclos de consumo y desecho de basuras
Raising awareness about consumption cycles and waste disposal

Basurama es un colectivo dedicado a la investigación, creación y producción cultural y medioambiental que centra su área de estudio y actuación en los procesos productivos y la generación de desechos que estos implican. En 2016, junto con sus empresas colaboradoras de restauración, IFEMA colaboró activamente en el proyecto de visualización de los ciclos de consumo y desecho de basuras, concienciando a la sociedad mediante el proyecto de CaixaForum de Barcelona, que consistió en una instalación realizada enteramente con botellas de plástico en su fachada principal.

Basurama is a collective devoted to cultural and environmental research, creation and production. It centres its area of study and action on production processes and the waste they create. In 2016, in conjunction with the catering companies with which it works, IFEMA collaborated actively in the project for visualisation of consumption cycles and waste disposal. The aim was to raise society's awareness through a project at Barcelona's CaixaForum, which consisted of an installation made entirely from plastic bottles on its main façade.



Participación en Torneos Deportivos Solidarios
Participation in Solidarity Sports Tournaments

IFEMA participa activamente en eventos solidarios de índole deportiva, tales como los torneos solidarios de pádel a favor de la Asociación Pádel para Todos (ASPADO) que fomenta la integración social de las personas con discapacidad a través del deporte del pádel adaptado.

IFEMA participates actively in a variety of solidarity sports events. These include the paddle tennis tournaments that benefit the Paddle Tennis for All Association (ASPADO), which promotes the social integration of the disabled through the practice of adapted paddle tennis.



Colaboración con la A.AA.AA. de Colegios de la Guardia Civil
Collaboration with the Association of Former Alumni of Civil Guard Colleges

En línea con las políticas de Responsabilidad Social de IFEMA, la institución viene colaborando con la Asociación de Antiguos Alumnos de los Colegios de la Guardia Civil. Esta asociación centra sus actividades sin ánimo de lucro en fines benéficos y asistenciales destinados a cubrir proyectos como el mantenimiento de sus colegios, fomento de becas de estudios, formación específica y otras actividades propias de la asociación. IFEMA colabora a través de inserciones publicitarias en el boletín informativo de la asociación (revista *Polilla*).

In line with its Social Responsibility policy, IFEMA collaborates with the Association of Former Alumni of Civil Guard Colleges. The Association focuses its non-profit activities on charitable and welfare aims in projects such as the maintenance of its colleges, sponsoring of scholarships and specific training, among others. IFEMA collaborates through advertising inserts in the Association's newsletter (the *Polilla* magazine).



7.4.

Acciones solidarias

Charitable work

Durante el 2016, IFEMA impulsó una serie de acciones solidarias para apoyar a entidades que trabajan con colectivos desfavorecidos y contribuir a mejorar la situación de los más necesitados, que completaron su política de responsabilidad social corporativa. Un ejemplo de estas actuaciones se desarrolló por octavo año consecutivo en el marco de FRUIT ATTRACTION, que volvió a facilitar la recogida de frutas y hortalizas de los expositores para el Banco de Alimentos de Madrid, una iniciativa que consiguió reunir más de 40.000 kilos de productos hortofrutícolas para su uso solidario —9.800 más que en la pasada edición—.

Asimismo, IFEMA y UNIBIKE apostaron por destinar bicicletas recicladas a niños de Senegal. De la mano de la Fundación Bicicletas Sin Fronteras, se recogieron en la feria bicis usadas, que fueron posteriormente arregladas por un equipo formado por colectivos en riesgo de exclusión social.

A estas acciones se sumó la iniciativa que año tras año lleva a cabo la feria 100x100 Mascota, que volvió a acoger la sección «Madrid 100x100 Adopta», una iniciativa destinada a favorecer la adopción de animales domésticos abandonados y a propiciar la buena tenencia de mascotas y el bienestar animal. En este espacio del salón, 61 entidades de protección animal ofrecieron información sobre la opción de adoptar una mascota como alternativa a la compra.

Otra de las actuaciones responsables de IFEMA en 2016 fue la puesta en marcha en el salón PUERICULTURA MADRID de una acción solidaria con Cruz Roja, por la que los expositores pudieron donar productos a diversos centros infantiles de la Comunidad de Madrid. Durante el transcurso del salón, también se recaudaron donativos económicos de los visitantes.

In completion of its corporate social responsibility policy, IFEMA undertook a series of charitable actions in 2016 in order to support entities that work with disadvantaged groups and help to improve the situation of those most in need. For example, for the eighth consecutive year FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry) facilitated the collection of fruit and vegetables from the exhibitors in benefit of the Madrid Food Bank. The initiative resulted in over 40,000 kg of product being donated to charity - 9,800 kg more than in the previous edition.

Likewise, IFEMA and UNIBIKE (The International Bicycle Fair) chose to send recycled bicycles to children in Senegal. With the support of the Bikes Without Borders foundation, used bikes were collected at the trade fair and then repaired by a team comprising groups at risk of social exclusion.

There was also the annual initiative carried out by 100x100 Mascota (The Madrid Pet Fair), which staged the "Madrid 100x100 Adopta" section, an initiative aimed at encouraging the adoption of abandoned pets and promoting responsible pet ownership and animal welfare. In this space at the event, 61 animal protection bodies provided information about adopting a pet as an alternative to buying one.

Another of IFEMA's responsible actions in 2016 was the implementing at the PUERICULTURA MADRID (International Childhood Products Trade Show) of a charitable act with the Red Cross, by which exhibitors donated products to various children's centres in the Madrid Region. During the course of the event, money donations were collected from visitors.





Desarrollos TI

IT Developments

8.1. Sistemas _ 60
Systems

8.2. Aplicaciones _ 64
Applications

8.1.

Sistemas

Systems

IFEMA desarrolló en 2016 nuevas herramientas y sistemas para hacer frente a los grandes retos tecnológicos y aprovechar las oportunidades, en orden de mejorar la eficiencia de la organización y los servicios que ofrece. Para acometer esta estrategia se centró, fundamentalmente, en la potenciación de los sistemas y de las aplicaciones. En el apartado de sistemas, las actuaciones se centraron en cuatro apartados: la movilidad, la ciberseguridad, las webs especializadas y las videoconferencias.

— Movilidad

Las necesidades del personal y de los usuarios de IFEMA implican una gran movilidad, lo que requiere superar las limitaciones de actuación a un puesto físico de trabajo o a un despacho determinado. Por eso, durante 2016 se inició un proyecto integral de movilidad para facilitar el acceso a los recursos informáticos desde cualquier lugar (ferias, salas de reuniones, pabellones, oficinas y stands de clientes, rutas...).

El diseño de las soluciones ha tenido en cuenta los nuevos retos tecnológicos, de seguridad y organizativos, y se ha basado en la aplicación de las tecnologías, comunicaciones y dispositivos informáticos más modernos disponibles, la adquisición de ordenadores portátiles (que aportarán una gran agilidad y flexibilidad al desarrollo del negocio) y la adopción de recomendaciones, procedimientos y normas adecuadas. La ejecución del proyecto de movilidad comenzó a finales de 2016 y culminará durante el año 2017.

— Ciberseguridad

IFEMA es consciente de los retos en materia de seguridad, derivados de un constante incremento y evolución de las amenazas existentes en este ámbito. Con el fin de afrontar estos riesgos, durante 2016 la Institución continuó promoviendo la innovación en materia de ciberseguridad, poniendo en marcha las actuaciones de prevención correspondientes y utilizando todas las herramientas necesarias.

In 2016, IFEMA developed new tools and systems in order to address the major technological challenges and benefit from opportunities with the aim of improving its efficiency and the services it provides. For this strategy, the Institution focused mainly on strengthening its systems and applications. With regard to systems, its actions centred on four sections: mobility, cybersecurity, specialised websites and videoconferences.

— Mobility

IFEMA staff and users require great mobility and this means overcoming the limitations of a physical work station or a specific office. For this reason, the Institution launched a comprehensive mobility project to facilitate access to computing resources from any location (trade fairs, meeting rooms, halls, offices and client stands, routes between stands etc.).

The solutions have been designed to consider the new technological, security and organisational challenges. They are based on the application of the latest available technologies, communications and computing devices, the acquisition of laptops (which will deliver great speed and flexibility in doing business) and the adoption of appropriate recommendations, procedures and standards. The implementation of the mobility project began in late 2016 and will conclude in 2017.

— Cybersecurity

IFEMA is aware of the security challenges that result from the constant increase and evolution of threats in this area. In order to tackle these risks, the Institution continued to promote innovation in cybersecurity, implementing the corresponding preventative actions and employing all necessary tools.



El refuerzo de las medidas de seguridad en las comunicaciones fue uno de los puntos claves materializado en 2016. Las comunicaciones con Internet son el vector principal para la entrada de amenazas, por lo que se consideró la seguridad de cualquier solución de comunicaciones desde la primera fase de su diseño y durante todo su ciclo de vida. En este contexto, se avanzó en las medidas de filtrado del correo electrónico para reducir al mínimo la cantidad de correos no solicitados e imposibilitar la entrada de virus y malware por esta vía. Además, se reforzó con numerosas medidas de filtrado la seguridad en la navegación web y en las descargas de contenido desde IFEMA, lo que impide el acceso a sitios web con contenido peligroso o de dudosa reputación. Las medidas incluyen también el bloqueo de descargas peligrosas o su análisis adicional para confirmar la ausencia de virus, el análisis de patrones sospechosos, y el rechazo de aplicaciones no permitidas. Otro de los aspectos en los que se innovó en 2016 fue en el de los antivirus de los puestos de trabajo, actualizando a un sistema de protección proactiva y en tiempo real desde la nube que maximiza la detección de malware.

Las medidas de seguridad de teléfonos y tabletas corporativos también se reforzaron progresivamente. Estas medidas se activan en todos los dispositivos a través de un sistema de gestión centralizado e incluyen, por ejemplo, el uso de pantallas de bloqueo con contraseñas, el rechazo de aplicaciones no autorizadas y comprometidas, etc.

El esfuerzo no se limitó a las medidas técnicas de seguridad, sino que también se llevaron a cabo acciones informativas y de concienciación para infundir en todos los usuarios el conocimiento de los riesgos y el comportamiento correcto frente a las amenazas.

Reinforcement of security measures in communications was a key issue to arise in 2016. Internet communications are the main way for threats to enter and therefore the security of any communications solution was considered from the initial phase of its design and throughout its life cycle. In this context, filtering measures were improved to minimise the number of unsolicited e-mails and prevent the entry of viruses and malware by this route. In addition, security in web browsing and content downloads from IFEMA were reinforced with numerous filtering measures, which prevent access to websites that contain dangerous content or are of dubious reputation. This also included the blocking of dangerous downloads or additional analysis of them in order to confirm the absence of viruses, analyse suspicious patterns, and reject unauthorised applications. Also in 2016, workstation antivirus underwent innovation by updating to a system of proactive, real-time cloud protection that maximises malware detection.

Security measures for company telephones and tablets were also progressively strengthened through the activation of a centralised management system in all devices. This includes, for example, the use of screens that may be blocked with passwords, the rejection of unauthorised and compromising applications etc.

This endeavour was not limited to technical security measures. Informative, awareness-raising work was also undertaken to teach all users about the risks and the correct way to deal with threats.

— Webs especializadas

Durante 2016 IFEMA reforzó y modernizó la infraestructura necesaria para desplegar de forma ágil webs especializadas alojadas en la nube, que cubren diversas necesidades, como diseños visuales específicos, blogs, galerías fotográficas, sitios con información especializada, noticias y newsletters, etc.

Para ello, apostó por distintas tecnologías web basadas en sistemas de gestión de contenidos estandarizados, por su gran flexibilidad, amplia difusión y ser bien conocidas por los proveedores encargados del diseño y la gestión de las webs especializadas. Además, estas webs se dotaron de las medidas de redundancia y de seguridad apropiadas.

Asimismo, se utilizaron también webs especializadas como repositorios de documentos compartidos con terceros, como la galería fotográfica de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. Esta plataforma es ideal para establecer determinados flujos de trabajo con expositores y otras empresas colaboradoras.

— Specialised websites

In 2016, IFEMA reinforced and modernised the infrastructure required for the expeditious deployment of specialised cloud-based websites that meet diverse needs, including specific visual designs, blogs, photo galleries, sites with specialised information, news and newsletters etc.

To do so, the Institution opted for web technologies that are based on standardised content management systems. This was due to their great flexibility, wide dissemination and their popularity with the providers responsible for designing and managing specialised websites. In addition, these websites were provided with the appropriate redundancy and security measures.

Similarly, specialised websites were also used as repositories for documents shared with third parties, such as the photo gallery of MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. This platform is ideal for establishing specific workflows with exhibitors and other collaborating companies.

A la vanguardia en tecnología

**Movilidad, ciberseguridad,
webs especializadas
y videoconferencia
para hacer frente a los
grandes retos y generar
oportunidades**

At the forefront of technology

**Mobility, cybersecurity,
specialised websites
and videoconferencing
to address major
challenges and generate
opportunities**

— Videoconferencias

El uso de videoconferencias es cada vez mayor y constituye un recurso tecnológico eficaz que está incrementando su papel en todos los procesos de negocio. Consciente de ello, durante 2016, IFEMA potenció su uso con el fin de facilitar y mejorar la relación de sus trabajadores y equipos entre sí, además de con otras empresas y organismos, agilizando así la comunicación y permitiendo la toma rápida de decisiones, a la vez que ahorrando gastos y desplazamientos. Una de las actuaciones realizadas en este sentido es un proyecto de videoconferencia entre la Comisión de Compras y los Órganos Rectores de IFEMA, que se ampliará más adelante a otros equipos.

— Videoconferences

Experiencing a growth in use, videoconferencing is an effective technological resource which is playing an increasing role in all business processes. With this in mind, IFEMA encouraged its use in 2016. The aim was to facilitate and improve the relationship between its employees and teams, as well as with other companies and organisations, thereby streamlining communication and enabling fast decision-making, while saving on expenditure and travel. Actions in this area included a videoconferencing project between the Buying Committee and the Governing Bodies of IFEMA, which will be subsequently extended to other teams.



8.2.

Aplicaciones

Applications

En 2016 IFEMA invirtió importantes esfuerzos y recursos en desarrollar proyectos innovadores relacionados con las tecnologías de la información, tanto para sus clientes como para la mejora de los servicios internos.

Innovaciones en movilidad

Continuando con el objetivo de ofrecer cada vez más servicios de valor añadido a los visitantes y expositores, IFEMA incluyó en 2016 en las aplicaciones móviles de sus ferias (disponibles para dispositivos Apple y Android) una serie de elementos. Por una parte, incorporó notificaciones push para abrir nuevos canales que mejoren la comunicación con los clientes.

Por otra parte, incorporó la opción de incluir elementos publicitarios y patrocinios en las apps. Asimismo, hizo posible agrupar varias ferias en una app, con el fin de potenciar una única imagen de marca comercial, como fue el caso de los certámenes de energía y construcción agrupados en ePower&Building.

Además, siguiendo con la estrategia de ofrecer nuevos servicios basados en la utilización del código QR incluido en acreditaciones y pases de las ferias, se incorporó el servicio MEET&SCAN, que facilita el intercambio de contactos desde el móvil. En concreto, se puso en marcha para las ferias FRUIT ATTRACTION, MATELEC y ePower&Building, como piloto y punto de partida para evaluar nuevas posibilidades que permitan diseñar y ofrecer nuevos servicios en esta línea.

Actualmente, es fundamental disponer de estadísticas de uso de los aplicativos móviles para valorar los resultados de su uso, su evolución y detectar oportunidades de monetización. Por eso, en 2016 se incorporó el nuevo marcaje de Google Analytics, incluyendo la capacidad de obtener información estadística de uso siempre que el usuario esté utilizando la aplicación.

Dentro del marco general de la estrategia de movilidad de IFEMA, se iniciaron proyectos de movilización corporativa de los procesos internos en los que esta tecnología puede aportar valor y eficiencia operativa. En este sentido, se eligió la movilización del proceso de Gestión del Montaje de las ferias, que es el encargado de coordinar y supervisar los trabajos y agentes que intervienen desde el montaje físico de la feria hasta la puesta en marcha de los servicios de estand contratados. Se habilitó acceso a la información de contratación en SAP y se realizaron adaptaciones al sistema GIS de IFEMA para mejorar su uso desde tablets. También se incorporaron nuevas funcionalidades para mejorar la gestión del trabajo de validación de servicios en stands.

In 2016 IFEMA invested significant efforts and resources into developing innovative IT projects, both for its customers and for the improvement of internal services.

Innovations in mobility

Continuing with the aim to offer increasingly more value added services to visitors and exhibitors, in 2016 IFEMA incorporated a series of elements into the mobile apps of its trade fairs (available for Apple devices and Android). These included Push notifications for opening new channels that improve communication with customers.

IFEMA also added the option to include advertising and sponsorships in the apps. Furthermore, it also made it possible to group several fairs in a single app in order to deliver a single brand image, such as the energy and construction events grouped in ePower&Building (All of the Solutions for the Construction Cycle).

In accordance with the strategy to offer new services based on the use of the QR code included in trade fair accreditations and passes, IFEMA introduced the MEET & SCAN service to facilitate the exchange of contacts from mobile phones. This was launched at FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry), MATELEC (The International Trade Fair for The Electric and Electronics Industry) and ePower&Building as a pilot and starting point for assessing new ways to design and provide new services in this area.

Statistics on the use of mobile applications are now essential for assessing the results of their use, their evolution and to detect monetisation opportunities. For this reason, in 2016 IFEMA incorporated the new Google Analytics tagging tool, including the capacity to obtain statistical usage information whenever the application is being used.

The general framework of IFEMA's mobility strategy saw the launching of projects for the corporate mobilisation of the internal processes in which this technology can bring value and operational efficiency. In this regard, the Institution chose to mobilise the trade fair assembly management process, which is the one charged with coordinating and supervising the work and agents involved, ranging from the event's physical assembly to the implementation of the services contracted for stands. Access to contracting information was SAP-enabled and adaptations were made to IFEMA's GIS system to improve its use by tablets. New functionalities were also added to improve the management of validation work for stand services.



— Innovaciones orientadas a clientes en la web

Expositores y visitantes fueron los principales destinatarios de una serie de innovaciones orientadas a los clientes de IFEMA en la web. Entre las actuaciones dirigidas a los primeros, figura la Guía del Expositor interactiva, que presentó FITUR 2016 y que permite a este contar con un apoyo ágil y sencillo durante todo el proceso de contratación y participación en la feria, incluyendo el acceso directo a las aplicaciones de los servicios que se ofrecen. Esta misma línea se sigue ya para otras ferias de IFEMA.

Por otra parte, a través de la aplicación del Catálogo de Servicios, desde la que se realiza la contratación de los mismos, se pudo personalizar el diseño del stand; y solicitar información a un asesor especializado, ampliando las posibilidades de presentación de los productos y la cobertura a la venta guiada. Además, desde el portal de la Zona de Expositores se facilitó una nueva manera on-line de recuperar la contraseña, manteniendo las reglas de seguridad. Y, finalmente, las delegaciones de IFEMA en el extranjero incorporaron también los planos de los stands.

La Solicitud de Participación web se actualizó para adaptarse de manera más ágil a las necesidades de las ferias, dotándola de una mayor versatilidad en la configuración de las secciones y en el cuadro de tarifas, y facilitando soporte documental para trámites internos. A la vez, y siguiendo las últimas tendencias de acceso a servicios en Internet, se ofreció a los visitantes la posibilidad de utilizar su usuario favorito en redes sociales (Linkedin, Facebook o Twitter) para obtener la acreditación de la feria.

Finalmente, en función de las actuales recomendaciones en el ámbito de la seguridad digital, se implementó el acceso seguro, mediante https, a todas las aplicaciones webs corporativas (Registro Web de Visitantes, Venta de Entradas de Público, Servicio de Reuniones, Punto de Encuentro y Catálogo Web).

— Customer-oriented innovations on the Web

Exhibitors and visitors were the main beneficiaries of a series of innovations aimed at IFEMA's customers on the Web. The actions directed at the former included the interactive Exhibitor Guide, which was unveiled at FITUR 2016 (The International Tourism Trade Fair) and provides fast, straightforward support throughout the trade fair contracting and participation process. It includes short-cuts to the apps of the services offered. This same line is now being followed for other IFEMA trade fairs.

Furthermore, through the Service Catalogue app, from which services may be contracted, stand design may be customised and information requested from a specialised advisor. This increases the possibilities for presenting products and the coverage for guided sales. In addition, the Exhibitor Zone portal provided a new online method for recovering the password while maintaining security rules. Finally, IFEMA delegations abroad also incorporated plans for stands.

The Participation Request website was updated for faster adaptation to trade fair needs, lending it greater versatility in configuring sections and in the price chart, and providing documentary support for internal procedures. At the same time, and following the latest trends in internet service access, visitors were offered the chance to use their favourite username on social media (LinkedIn, Facebook or Twitter) in order to obtain trade fair accreditation.

Finally, based on current recommendations in the area of digital security, secure access was implemented through https to all corporate web applications (Web Visitor Log, Public Ticket Sale, Meeting Service, Meeting Point and Web Catalogue).





9

IFEMA, balance económico IFEMA, financial results

- 9.1.** Informe económico de gestión _ 68
Financial management report
- 9.2.** Balance de situación al 31 de diciembre de 2016 _ 78
Balance sheet at 31 December 2016
- 9.3.** Cuentas de pérdidas y ganancias del ejercicio 2016 _ 80
Profit and loss statement for 2016
- 9.4.** Resumen de ingresos y gastos 2016 por actividad _ 81
Summary of income and expenditure by activity in 2016

9.1.

Informe económico de gestión Financial management report

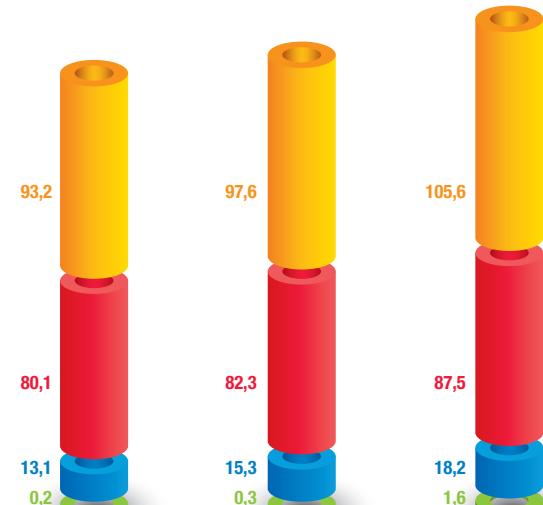
La progresiva mejora de la participación empresarial constatada en las diferentes ferias y certámenes de IFEMA puso de manifiesto un nuevo escenario de dinamización y la consolidación de la recuperación económica de España durante 2016. Esta consolidación se reflejó también en el incremento de la actividad directa de IFEMA y en la consecución de unos resultados muy positivos.

Así, el beneficio de IFEMA en 2016 alcanzó 1,6 millones de euros, superior a los dos años anteriores. El Resultado de Explotación (EBITDA) fue de 18,2 millones, lo que representó un incremento del 18,9% sobre 2015 y del 38,8% sobre 2014. En conjunto, 2016 presentó incrementos a destacar tanto en los Ingresos como en el EBITDA y en el Beneficio.

The progressive improvement in business participation observed at IFEMA's different trade fairs and events revealed in 2016 a new scenario, one of energisation and the consolidation of Spain's economic recovery. This consolidation was also reflected in the increase in the Institution's direct activity and in its highly positive results.

IFEMA's profits in 2016 were 1.6 million euros, an improvement on the two previous years. Operating Result (EBITDA) was 18.2 million, an increase of 18.9% on 2015 and 38.8% up on 2014. Overall, 2016 showed notable increases both in Income and in EBITDA and Profit.

Ejercicios / Millones de € Years/ million of €	2014	2015	2016
Ingresos Income	93,2	97,6	105,6
Gastos Expenditure	80,1	82,3	87,5
Resultado de explotación Operating profit	13,1	15,3	18,2
Resultado del ejercicio Net profit	0,2	0,3	1,6

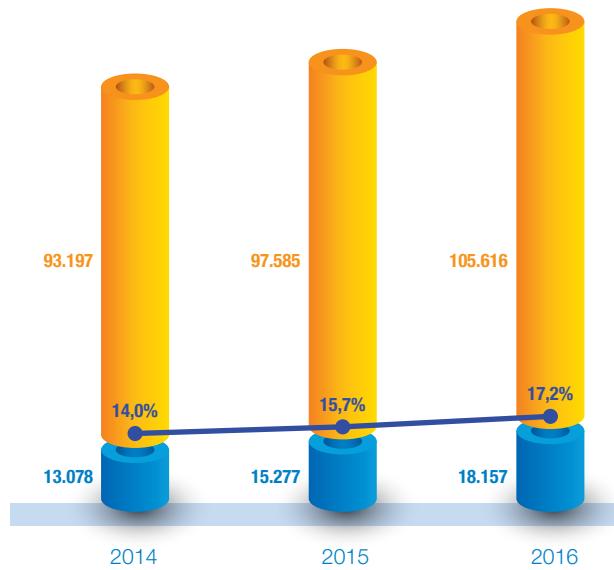


El Margen de Explotación se situó en un 17,2% sobre Ingresos y el Margen Neto fue del 1,5%, superando a los dos ejercicios anteriores.

Operating Margin on Revenues was 17.2% and Net Margin was 1.5%, again surpassing the previous two years.

Margen de explotación Operating margin

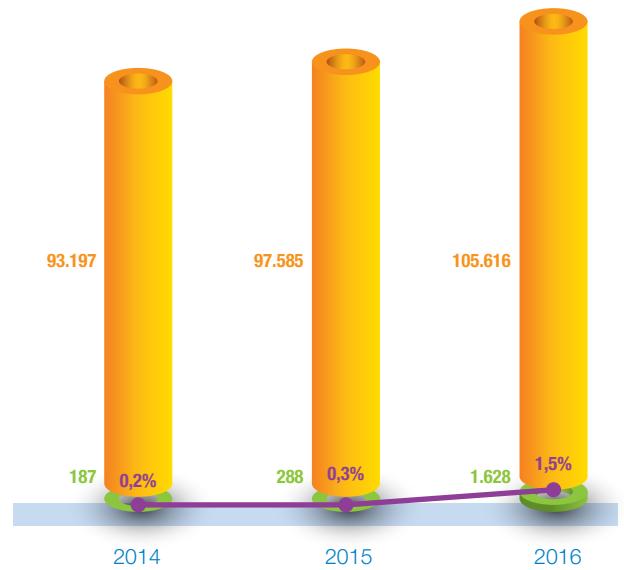
Ejercicios Years	2014	2015	2016
Margen de explotación Operating margin	14,0%	15,7%	17,2%



- █ Ingresos (miles de euros)
Income (thousand euros)
- █ EBITDA (resultado de explotación) (miles de euros)
Operating profit (thousand euros)
- █ EBITDA (margen de explotación) (% ingresos)
Operating margin (% income)

Margen neto Net margin

Ejercicios Years	2014	2015	2016
Margen neto Net margin	0,2%	0,3%	1,5%



- █ Ingresos (miles de euros)
Income (thousand euros)
- █ Resultado del ejercicio (miles de euros)
Net annual profit (thousand euros)
- █ Resultado del ejercicio (% ingresos)
Net annual profit (% income)

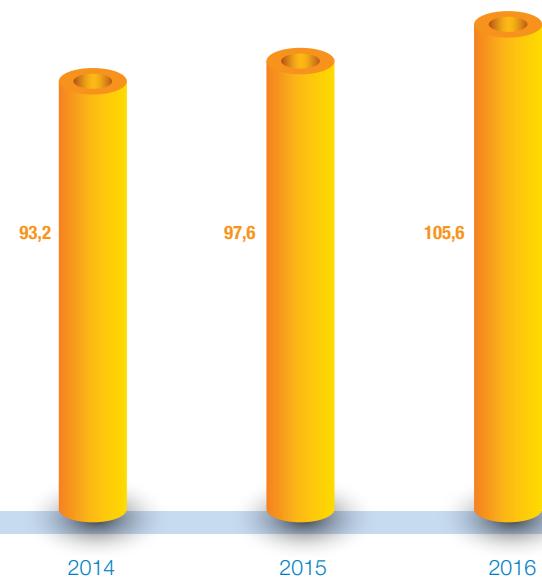
— Ingresos

El ejercicio 2016 alcanzó un volumen de Ingresos de Explotación de 105,6 millones de euros, que supuso un aumento del 13,3% sobre el ejercicio 2014, año par con calendario similar de certámenes, y un incremento del 8,2%, respecto a 2015. Los ingresos se originan en las distintas líneas de negocio: Ferias Propias con un peso del 84,3%, Alquileres a Organizadores Externos (Ferias, Congresos, Convenciones y Proyectos Especiales) con un 12,7% y Servicios del Recinto con un 3%.

— Income

IFEMA's business generated Operating Income of 105.6 million euros, which was 13.3% more than 2014, an even-numbered year with a similar events' calendar, and an increase of 8.2% on 2015. Income came from the different lines of business: IFEMA-Organised Trade Fairs contributed 84.3%, Rentals to External Organisers (Trade Fairs, Congresses, Conventions and Special Projects) 12.7%, and Exhibition Complex Services 3%.

Ejercicios / Millones de € Years/ million of €	2014	2015	2016
Ingresos Income	93,2	97,6	105,6



Líneas de negocio

En 2016, la actividad de organización propia representó un 84,3% del total de Ingresos del ejercicio, y se distribuyó en Ferias y Eventos Propios y en Proyectos Internacionales.

La evolución generalizada fue positiva, observándose en algunas de las ferias más importantes del calendario propio de IFEMA un crecimiento de ventas y superficie con respecto a su edición anterior. En este sentido, destacaron por su relevancia y volumen de actividad las convocatorias de INTERGIFT, FITUR, MOMAD METRÓPOLIS y MOMAD SHOES, SICUR, ARCOmadrid, EXPODENTAL, MADRID AUTO, FSMS, FRUIT ATTRACTION, SIMO EDUCACIÓN y SALÓN LOOK. Además, se produjo un crecimiento sustancial, respecto a la edición de 2014, de la Semana de la Construcción, redenominada ePower&Building, que incluyó los salones VETECO, CONSTRUTEC, PIEDRA, MATELEC y la nueva MATELEC INDUSTRY, celebrada por primera vez como feria independiente.

A ello se suma la celebración por primera vez de dos nuevas convocatorias internacionales ARCOLisboa y MAC FRUIT ATTRACTION MENA (El Cairo).

Por su parte, los Alquileres a Organizadores Externos representaron un 12,7% del total de Ingresos del Ejercicio, y se distribuyeron en Ferias Externas, Congresos, Convenciones y Proyectos Especiales.

En Ferias Externas, destacó el crecimiento del SALÓN DE GOURMETS, del Salón Inmobiliario (SIMA) y BIOCULTURA, además la aportación por otras ferias que se celebraron por primera vez en el recinto de IFEMA; JAPAN WEEKEND MADRID en sus dos ediciones, EXPOMANGA, Digital Enterprise Show / #DES2016 y Meteorological Technology World Expo. Con respecto a 2015, hay que tener en cuenta que la celebración de CPhI, al tratarse de una feria itinerante en distintas sedes europeas, no se celebró en 2016.

Lines of business

In 2016, IFEMA's own activity accounted for 84.3% of the year's total income. It was distributed between its Trade Fairs and Events and its International Projects.

Overall evolution proved positive, with some of the most important trade fairs on the calendar of IFEMA's own events showing growth in sales and surface area compared to its previous year. Standing out for their importance and volume of activity were the following: INTERGIFT (The International Gift and Decoration Fair), FITUR (The International Tourism Trade Fair), MOMAD METRÓPOLIS (The International Fashion Trade Show), and MOMAD SHOES (The International Footwear and Accessories Trade Show), SICUR (International Security, Safety and Fire Exhibition), ARCOmadrid (The International Contemporary Art Fair), EXPODENTAL (The International Dental Equipment Supplies and Services Show), MADRID AUTO (The Madrid Auto Show), FSMS (FSMS-SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL SOLUTIONS), FRUIT ATTRACTION (The International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry), SIMO EDUCACIÓN (The Learning Technology Exhibition) and SALÓN LOOK (The International Image and Integral Aesthetics Exhibition). Construction Week, which was renamed ePower&Building, experienced a substantial increase compared to the 2014 edition. This included VETECO (The International Trade Show Window, Façade and Sun Protection Systems), CONSTRUTEC (The International Trade Show for Construction Materials and Buildings Solutions), PIEDRA (The International Natural Stone Fair), MATELEC and the new MATELEC INDUSTRY (The International Trade Fair for Industrial Technology and Smart Factory), which was held for the first time as an independent trade fair.

In addition, two new international events were held for the first time. They were: ARCOLisboa (The International Contemporary Art Fair) and MAC FRUIT ATTRACTION MENA (The World's International Fresh Produce Trade Show Brand) in Cairo.

For its part, Rentals to External Organisers accounted for 12.7% of total annual income. This was distributed between External Fairs, Congresses, Conventions and Special Projects.

With regard to External Fairs, there was noteworthy growth of SALÓN DE GOURMETS (The International Food and Beverage Fair), SIMA (The Madrid International Real State Exhibition) and BIOCULTURA (The Organic product Fair and Responsible Consumption). This is not to ignore the contribution of other trade fairs held for the first time at IFEMA's exhibition complex: JAPAN WEEKEND MADRID (Manga, Anime and Japanese Culture Fair) in its two editions, EXPOMANGA (The Manga and Oriental Culture Event in Madrid), Digital Enterprise Show/# DES2016 (The Digital Transformation Global Leading Event) and Meteorological Technology World Expo. It should be noted that, unlike in 2015, CPhI was not held in 2016 as it is a touring trade fair that visits a number of European venues.

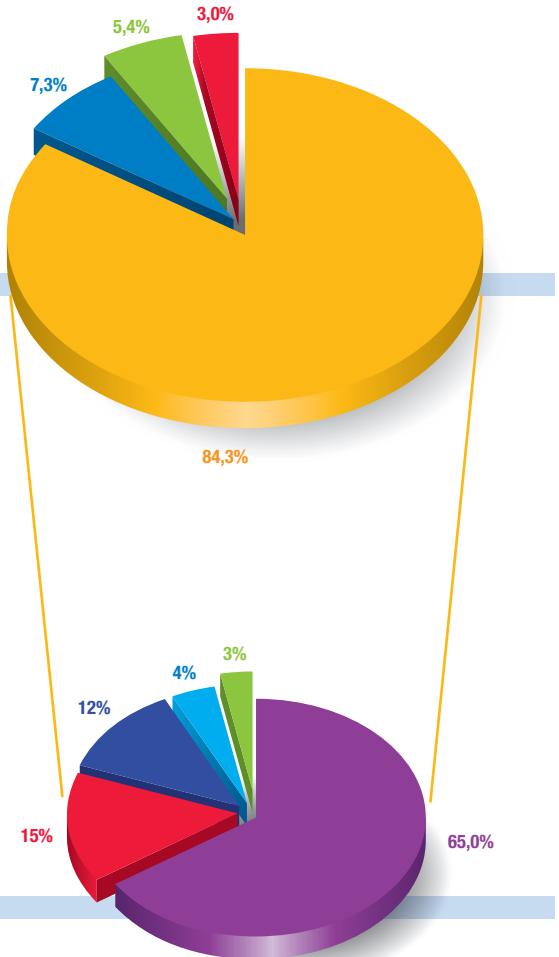
Este gráfico indica la distribución porcentual de los ingresos por líneas de negocio sobre el total de ingresos del ejercicio y al mismo tiempo la distribución de los ingresos de ferias propias.

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

Ingresos por línea de negocio

Income by line of business

Ferias propias In-house trade fairs	84,3%
Ferias externas Externally-organised trade fairs	7,3%
Congresos, convenciones y proyectos especiales Congresses, conventions and special projects	5,4%
Ingresos varios Miscellaneous income	3%



Ingresos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA

Income by line of business for in-house events

Espacio de exposición Exhibition space	65%
Servicios Services	15%
Otros ingresos Other income	12%
Visitantes Visitors	4%
Otros expositores Other exhibitors	3%

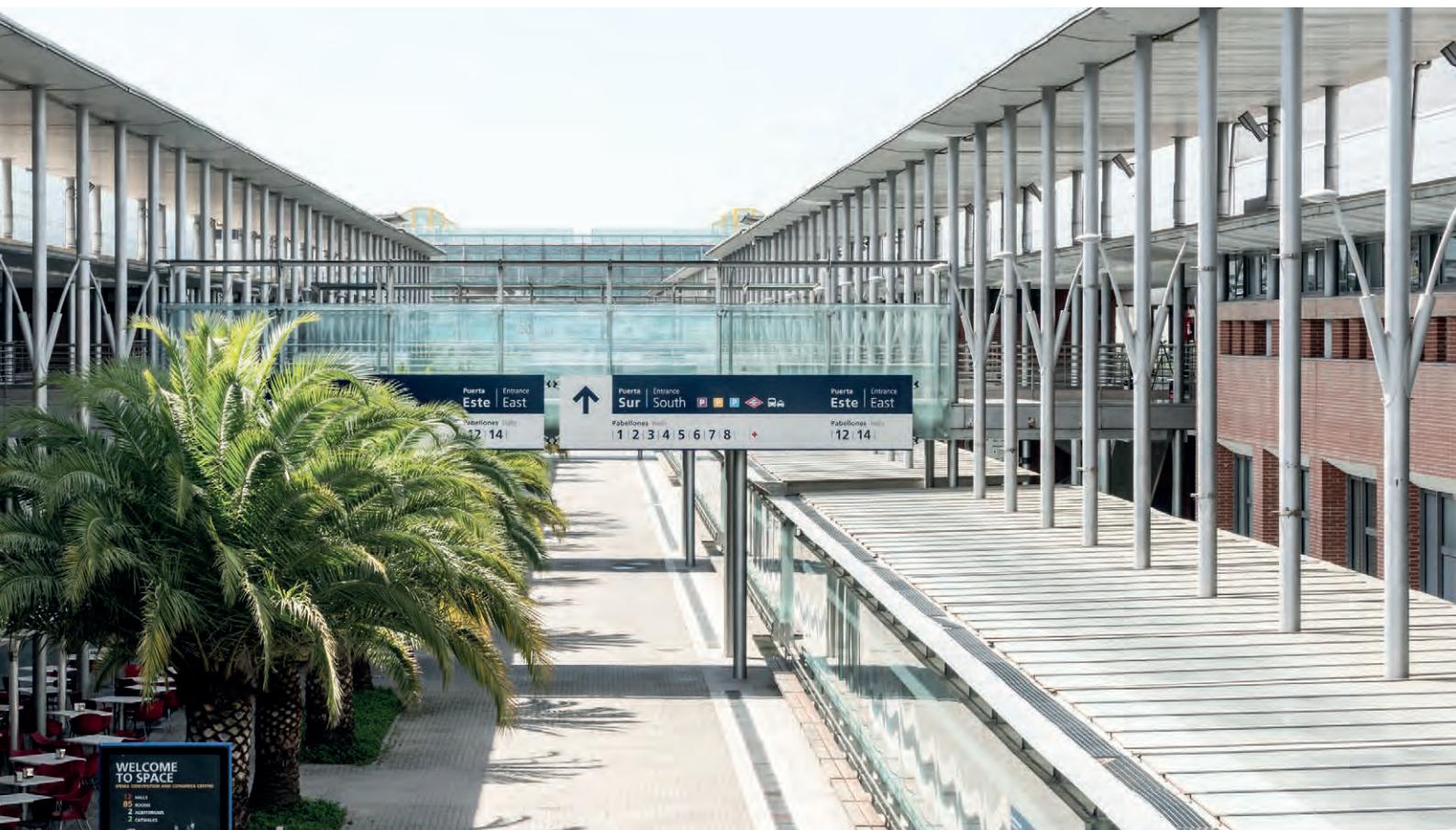


Gastos

Los Gastos de Explotación (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) en 2016 ascendieron a 87,5 millones de euros, representando un incremento de un 6,3% sobre el ejercicio anterior y un 9,2% sobre 2014.

Expenditure

The year's Operating Expenditure (excluding depreciation and provisions for commercial transactions and other operating expenses) was 87.5 million euros. This was a 6.3% increase on 2015 and up 9.2% on 2014.

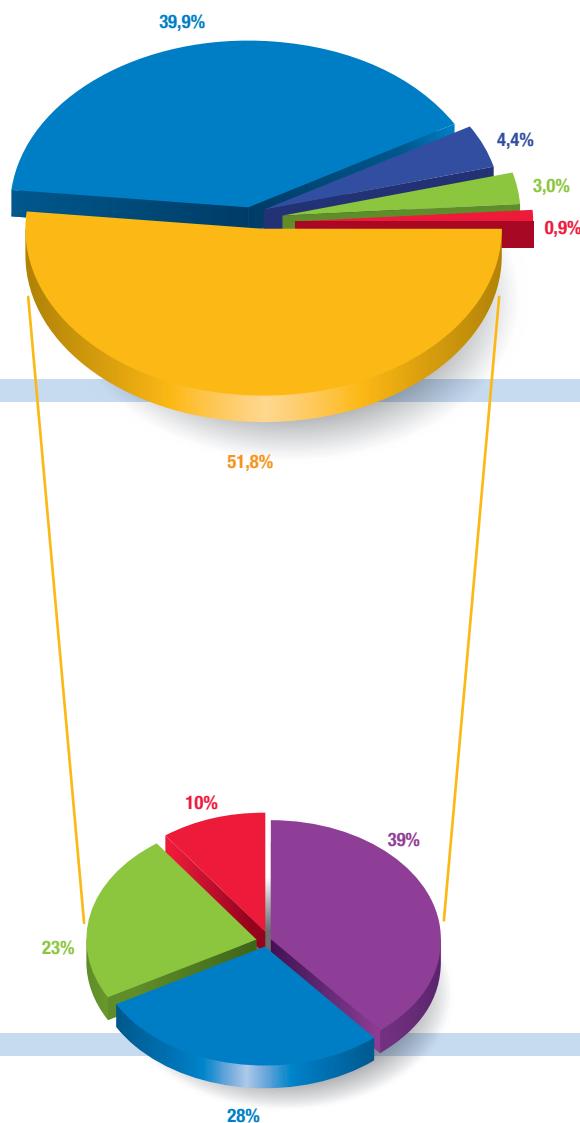


Este gráfico indica la distribución porcentual de los gastos por líneas de negocio sobre el total de gastos del ejercicio y al mismo tiempo la distribución de los gastos por naturaleza de Ferias Propias, antes de la imputación de gastos generales (distribución de los gastos estructurales, entre los proyectos feriales, según superficie y días de ocupación).

This figure shows the distribution of expenditure by line of business as a percentage of total annual expenditure together with the distribution of expenditure for in-house trade fairs, prior to the assignment of general expenditure (distribution of structural expenditure among the trade fair projects, according to surface area and days of occupation).

Distribución de gastos por línea de negocio Distribution of expenditure by line of business

Ferias propias In-house trade fairs	51,8%
Gastos estructurales Structural expenditure	39,9%
Congresos, convenciones y proyectos especiales Congresses, conventions and special projects	4,4%
Ferias externas Externally-organised trade fairs	3,0%
Servicios de recinto Exhibition services	0,9%



Distribución de gastos por naturaleza en ferias organizadas por IFEMA Distribution of expenditure by nature for IFEMA-organised trade fair

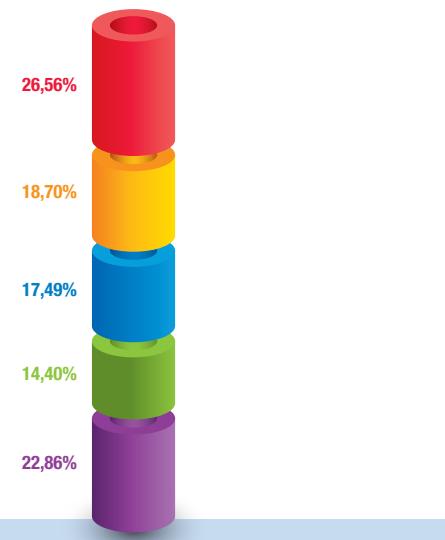
Gastos de infraestructura Infrastructure expenditure	39%
Promoción, publicidad y relaciones públicas Promotion, advertising and public relations	28%
Varios Miscellaneous	23%
Personal Personnel	10%

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.

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

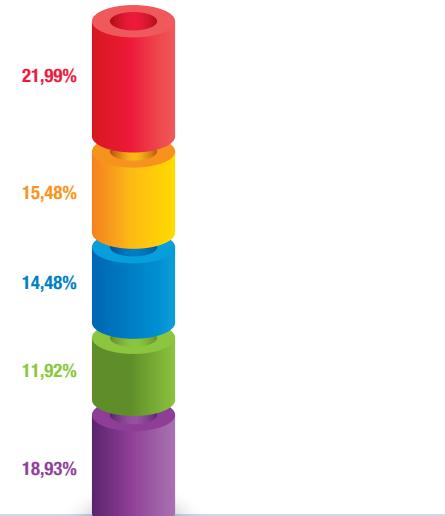
Sobre gastos By expenditure

Personal Personnel	26,56%
Promoción, publicidad y relaciones públicas Promotion, advertising and public relations	18,70%
Montajes y costes de servicio Assembly and service costs	17,49%
Gastos generales y de conservación General expenditure and upkeep	14,40%
Otros gastos Other expenditure	22,86%



Sobre ingresos By income

Personal Personnel	21,99%
Promoción, publicidad y relaciones públicas Promotion, advertising and public relations	15,48%
Montajes y costes de servicio Assembly and service costs	14,48%
Gastos generales y de conservación General expenditure and upkeep	11,92%
Otros gastos Other expenditure	18,93%



Inversiones

En 2016, IFEMA realizó inversiones en activos corrientes por valor de 1,99 millones de euros, que se destinaron a atender diversas necesidades. Por un lado, aplicaciones informáticas y equipos de proceso de información, por un importe de 0,3 millones. En este sentido, una parte importante de los recursos se orientaron a continuar con el desarrollo e implantación de BPC y PM (módulos SAP) complementarios. El primero para la gestión presupuestaria y la elaboración de reportes ejecutivos de información agregada; y el segundo para la planificación de proyectos de mantenimiento preventivo y medidas de reparación. Además de otras inversiones de menor cuantía para la sustitución de hardware y actualización de software; se sustituyeron gran parte de los PCs de los usuarios administrativos.

A mobiliario, maquinaria y utilaje se destinaron 0,1 millones de euros. Estas partidas recogen mejoras en los servicios de restauración y adquisición de material para ferias. A construcciones se dirigieron también 0,1 millones, destacando las reformas realizadas en el Centro de Convenciones Norte. Asimismo, se ejecutaron diversas obras en el recinto de calado menor, orientadas a la mejora de las infraestructuras.

A instalaciones técnicas se destinaron 0,8 millones de euros. Destacaron la sustitución de los equipos lectores de tickets y de billetes, el cambio de las puertas giratorias de la Puerta Sur, la sustitución de la tubería preinstalada de la Sala de Máquinas 2 y la tercera caldera de la misma sala.

El proyecto de renovación de cubiertas contó con un importe de 0,58 millones de euros, ya que en 2016 se renovaron las del pabellón 9 y las de las cafeterías de los pabellones 1 y 2. Mientras que al proyecto de renovación de los servicios de WC se han destinado 50.000 euros.

Investments

In 2016, IFEMA made investments in current assets that amounted to 1.99 million euros. This was devoted to various needs including computer applications and information-processing equipment, which was assigned a total sum of 0.3 million. A large proportion of these resources were used to continue with the development and implementation of supplementary BPC and PM (SAP modules). The former was for budgetary management and the creation of executive aggregate information reports; and the latter for the planning of preventative maintenance projects and repair measures. In addition to other smaller investments in hardware replacement and software upgrades, many of the PCs of administrative users were replaced.

Furnishing, machinery and tools were allocated 0.1 million euros. These items included improvements in catering services and procurement of trade fair equipment. Construction also received 0.1 million euros, some of which was spent on the improvements to the North Convention Centre. In addition, various minor pieces of work were carried out to improve infrastructure in the exhibition complex.

Technical installations were allocated 0.8 million euros. This covered the replacement of ticket and bank note reading equipment, the replacement of the revolving doors at the South Entrance, the replacement of the pre-installed tubing and the third boiler in Engine Room 2.

The roofing renewal project received 0.58 million euros, which in 2016 was used for hall 9 and the cafeterias in halls 1 and 2. Meanwhile, the project to renew WCs received 50,000 euros.



— Aspectos financieros

IFEMA continuó manteniendo en 2016 un nivel cero de endeudamiento, así como una sólida posición de Tesorería.

— Otros aspectos de interés

Las Dotaciones para Amortizaciones y Deterioros del Inmovilizado del ejercicio ascendieron a 16,8 millones de euros, que representaron aproximadamente un 3,2% de los Activos Fijos. El Beneficio del Ejercicio 2016, de 1,6 millones de euros, se destinó a remanente, con lo que el Patrimonio Neto a 31 de diciembre de 2016 se situó en 272 millones de euros.

— Financial aspects

IFEMA's level of indebtedness remained zero. The Institution also maintains a solid position with regard to liquidity.

— Other aspects of interest

Allocations for depreciation and deterioration of fixed assets for 2016 were 16.8 million euros, which accounted for approximately 3.2% of IFEMA's fixed assets. The profit of 1.6 million euros was allocated to surplus, making net wealth at 31 December 2016 amount to 272 million euros.

Resultados positivos

1,6 millones de euros de Beneficio y un Resultado de Explotación de 18,2 millones, el 18,9% más que en 2015

Positive results

A 1.6 million euro profit and an Operating Profit of 18.2 million, 18.9% up on 2015



9.2.

Balance de situación al 31 de diciembre 2016 Balance sheet at 31 December 2016

ACTIVO ASSETS		2016
ACTIVO NO CORRIENTE NON-CURRENT ASSETS		213.711.209
Inmovilizado intangible	Intangible fixed assets	1.961.225
Patentes, licencias y marcas y similares	Patents, licences and trademarks and similar	1.172.200
Aplicaciones informáticas	Computer applications	789.025
Inmovilizado material	Tangible fixed assets	202.623.860
Terrenos y construcciones	Land and buildings	166.250.876
Instalaciones técnicas, y otro inmovilizado material	Technical facilities and other tangible fixed assets	36.287.265
Inmovilizado en curso y anticipos	Current cost of fixed assets and advances	85.719
Inversiones financieras a largo plazo	Long-term financial investments	5.356.529
Valores representativos de deuda	Debt securities	5.000.000
Créditos a terceros	Third-party credits	274.383
Otros activos financieros	Other financial assets	82.146
Activos por impuesto diferido	Deferred tax assets	3.769.595
ACTIVO CORRIENTE WORKING ASSETS		103.963.818
Existencias	Stock	479.876
Comerciales	Commercial	479.876
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	Commercial obligors and other receivables	9.790.127
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	Clients per sales and services rendered	6.018.954
Clientes, empresas del grupo y asociadas	Clients, group businesses and associates	14.217
Deudores varios	Miscellaneous obligors	2.351.153
Personal	Personnel	235.450
Activos por impuesto corriente	Current tax assets	59.354
Otros créditos con las Administraciones Públicas	Other credits with Public Administrations	1.110.998
Inversiones financieras a corto plazo	Short-term financial investments	18.050.346
Valores representativos de deuda	Debt securities	18.041.707
Otros activos financieros	Other financial assets	8.639
Periodificaciones a corto plazo	Short-term accruals	2.010.659
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	Cash and other equivalent liquid assets	73.632.811
Tesorería	Cash and banks	73.632.811
TOTAL ACTIVO TOTAL ASSETS		317.675.028

PATRIMONIO NETO Y PASIVO NET WEALTH AND LIABILITIES		2016
PATRIMONIO NETO NET WEALTH		271.973.954
Fondos propios Equity		271.973.954
Aportaciones de las entidades consorciadas Contributions from participating entities		60.356.483
Aportaciones de las entidades consorciadas Contributions from participating entities		60.356.483
Reservas Reserves		378.766
Reservas Reserves		378.766
Resultados de ejercicios anteriores Previous years' results carried forward		209.610.642
Remanente Surplus		209.610.642
Superávit del ejercicio, según cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio Profit for the year according to the year's profit and loss account		1.628.063
PASIVO NO CORRIENTE NON-CURRENT LIABILITIES		199.394
Deudas a largo plazo Long-term debts		199.394
Otros pasivos financieros Other financial liabilities		199.394
PASIVO CORRIENTE CURRENT LIABILITIES		45.501.680
Provisiones a corto plazo Short-term provisions		1.261.192
Deudas a corto plazo Short-term debt		743.098
Otros pasivos financieros Other financial liabilities		743.098
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar Commercial creditors and other accounts to be charged		43.497.390
Proveedores Suppliers		17.590.077
Proveedores, empresas del grupo y asociadas Suppliers, group businesses and associates		24.956
Acreedores varios Miscellaneous creditors		408.189
Personal (remuneraciones pendientes de pago) Personnel (accrued wages and salaries)		1.166.106
Otras deudas con las Administraciones Públicas Other debts with Public Administrations		1.090.128
Anticipos de clientes Clients' advance payments		23.217.935
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO TOTAL NET WEALTH AND LIABILITIES		317.675.028

9.3.

Cuentas de pérdidas y ganancias del ejercicio 2016 Profit and loss statement for 2016

OPERACIONES CONTINUADAS CONTINUED OPERATIONS		2016
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS NET REVENUES		90.895.254
Ventas Sales		66.465.363
Prestaciones de servicios Provision of services		24.429.891
Aprovisionamientos Procurement		(2.027.476)
Otros ingresos de explotación Other operating income:		14.721.141
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente Sundry and other current operating revenues		14.721.141
Gastos de personal Personnel expenditure		(23.227.793)
Sueldos, salarios y asimilados Wages, salaries and similar expenses		(16.860.264)
Cargas sociales Social charges		(6.367.529)
Otros gastos de explotación Other operating expenses		(62.566.151)
Servicios exteriores External services		(55.704.050)
Tributos Tax		(5.239.331)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales Losses, deterioration and variation of provisions due to commercial operations		(361.578)
Otros gastos de gestión corriente Other current management expenses		(1.261.192)
Amortización del inmovilizado Depreciation of fixed assets		(14.506.801)
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		(2.266.068)
Deterioration and result of fixed-asset transfers		
Deterioros y pérdidas Deterioration and losses		(2.266.068)
Otros resultados Other results		118.515
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN OPERATING RESULT		1.140.622
Ingresos financieros Financial income		327.553
De participaciones en instrumento de patrimonio From holdings in equity instruments		327.553
En terceros In third parties		327.553
Gastos financieros Financial expenses		(1.892)
Por deudas con empresas del grupo y asociadas Due to debts with company businesses and associates		(1.310)
Por deudas con terceros Due to third-party debts		(582)
Diferencias de cambio Exchange differences		3.578
RESULTADO FINANCIERO FINANCIAL RESULT		329.239
SUPERÁVIT ANTES DE IMPUESTOS TOTAL PRE-TAX PROFITS		1.469.861
Impuestos sobre beneficios Corporate tax		158.202
SUPERÁVIT DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR		1.628.063

9.4.

Resumen de ingresos y gastos 2016 por actividad Summary of income and expenditure activity in 2016

INGRESOS INCOME		2016
Por expositores From exhibitors		71.553.859
Por visitantes From visitors		3.673.857
Otros ingresos / Otros ingresos varios de feria Miscellaneous income / Miscellaneous trade fair income		17.032.627
Ferias de organización externa Externally-organised trade fairs		7.637.903
Congresos y convenciones Congresses and conventions		5.718.150
TOTAL INGRESOS TOTAL INCOME		105.616.395
GASTOS EXPENDITURE		
Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas Promotion, Advertising and Public Relations		16.354.261
Montajes y costes de servicio Assembly and service costs		15.295.282
Personal Personnel		23.227.793
Gastos generales y conservación General expenditure and upkeep		12.590.812
Otros gastos Other expenditure		19.991.694
TOTAL GASTOS TOTAL EXPENDITURE		87.459.841
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN - EBITDA OPERATING RESULT - EBITDA		18.156.553
Resultado financiero Financial result		329.239
Cash-flow operativo Operating cash-flow		18.485.793
Dotaciones para amortizaciones y deterioros Appropriations for depreciation and deterioration		-16.772.869
Dotaciones a las provisiones Appropriations for provisions		-361.578
Resultados extraordinarios Extraordinary results		118.515
Impuesto sobre sociedades Corporation tax		158.202
BENEFICIO DEL EJERCICIO PROFITS FOR THE YEAR		1.628.063





IFEMA, feria a feria

IFEMA, trade fair to trade fair

10.1. Ferias organizadas por IFEMA _ 84

Trade fairs organised by IFEMA

10.2. Otros certámenes en Feria de Madrid _ 95

Other events at Feria de Madrid

10.3. Congresos y convenciones con exposición _ 100

Congresses and conventions with
exhibition

10.4. Otros congresos, convenciones y actos en Feria de Madrid _ 102

Other congresses, conventions and events
at Feria de Madrid

10.5. Calendario 2016 - Ferias, congresos y actividades _ 104

2016 Calendar - Trade fairs, congresses
and activities

10.1.

Ferias organizadas por IFEMA Trade fairs organised by IFEMA

HOREQ
Salón Profesional de Proveedores para la Hostelería y el Sector Turístico
Hotels and Tourism Industry Suppliers Trade Show

20 · 22 ENERO JANUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.653,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	111
Directas Direct	75
Indirectas Indirect	36
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	1.690
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	6.798

HOREQ

FITUR ufi
Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair

20 · 24 ENERO JANUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	57.533,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	7.048
Directas Direct	656
Indirectas Indirect	6.392
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	55.821
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	277.281

Fitur 2016

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

PROMOGIFT
Salón Internacional del Regalo Promocional
International Promotional Gift Trade Fair

PROMOGIFT 16

27 · 29 ENERO JANUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	5.533,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	217
Directas Direct	185
Indirectas Indirect	32
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	5.684
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	13.473

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

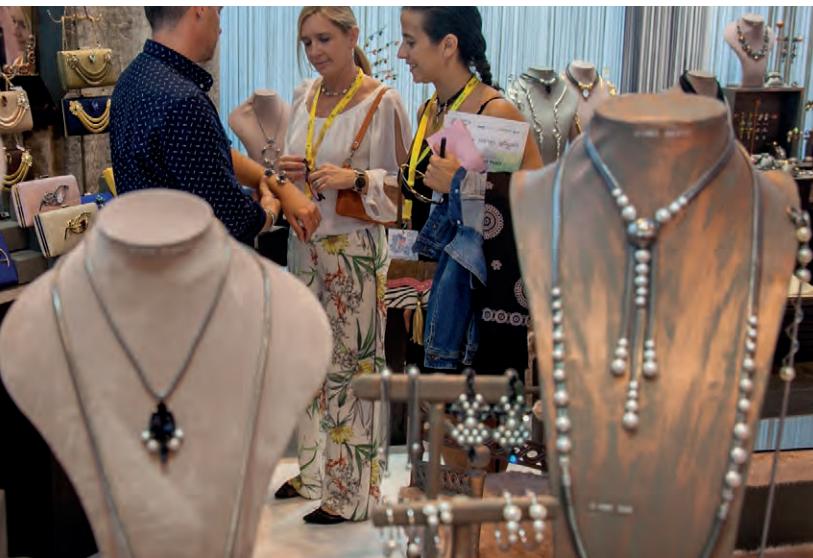
BISUTEX ufi
Salón Internacional de la Bisutería y Complementos
International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair

03-07 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	8.367
Empresas Expositoras Exhibiting companies	318
Directas Direct	290
Indirectas Indirect	28
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	6.893
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	23.620

bisutex

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



INTERGIFT ufi

Salón Internacional del Regalo y Decoración
International Gift & Decoration Fair



03 - 07 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	32.703,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	493
Directas Direct	327
Indirectas Indirect	166
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	18.026
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	124.056

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

**MADRIDJOYA** ufi

Salón Internacional de Joyería
y Relojes Urbanas y de Tendencia
International Urban and Trendy Jewellery
and Watch Exhibition Fair

03 - 07 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.571
Empresas Expositoras Exhibiting companies	140
Directas Direct	127
Indirectas Indirect	13
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	7.286
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	44.217

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MOMAD METRÓPOLIS ufi

Salón Internacional de Moda
International Fashion Trade Show



05 - 07 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	12.834
Empresas Expositoras Exhibiting companies	450
Directas Direct	402
Indirectas Indirect	48
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	14.038
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	32.185

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MERCEDES-BENZ**FASHION WEEK MADRID**

Mercedes-Benz
Fashion Week
MADRID

18 - 23 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.780
Empresas Expositoras Exhibiting companies	35
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	51.355

SICUR ufi

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



23 - 26 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	27.984
Empresas Expositoras Exhibiting companies	1.374
Directas Direct	560
Indirectas Indirect	814
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	35.127
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	55.228

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

**ARCOmadrid** ufi

Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair

24-28 FEBRERO FEBRUARY

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	18.435
Empresas Expositoras Exhibiting companies	281
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	10.331
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	164.033

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



SEMANA DE LA EDUCACIÓN
EDUCATION WEEK

Semana de la
EDUCACIÓN

AULA 

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



02 - 06 MARZO MARCH

**RECURSOS PARA LA EDUCACIÓN-
INTERDIDAC**

TEACHING RESOURCES-INTERDIDAC

Salón Internacional del Material Educativo
y Recursos para la Educación
International Educational Equipment and Teaching Resources Show



03 - 06 MARZO MARCH

EXPOELEARNING

Congreso Internacional y Feria Profesional
International Congress & Professional Fair



03 - 04 MARZO MARCH

**SALÓN INTERNACIONAL DE POSTGRADO
Y FORMACIÓN CONTINUA**

**INTERNATIONAL HIGHER EDUCATION
AND ONGOING TRAINING FAIR**



03 - 06 MARZO MARCH

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

Empresas Expositoras	Exhibiting companies	349
Directas	Direct	221
Indirectas	Indirect	128
Visitas de profesionales identificados	Registered trade visits	6.728
Total de visitantes y otros pases	Total visitors and other passes	117.895

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

IBERZOO + PROPET 

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



03 - 05 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²)	Total net exhibition space (sq.m.)	4.481,50
Empresas Expositoras	Exhibiting companies	346
Directas	Direct	136
Indirectas	Indirect	210
Visitas de profesionales identificados	Registered trade visits	10.567
Total de visitantes y otros pases	Total visitors and other passes	17.853

MOMAD SHOES 

Salón Internacional de Calzado
y Accesorios
International Footwear and Accessories
Trade Show



04 - 06 MARZO MARCH

Superficie neta de exposición (m ²)	Total net exhibition space (sq.m.)	8.813
Empresas Expositoras	Exhibiting companies	215
Directas	Direct	198
Indirectas	Indirect	17
Visitas de profesionales identificados	Registered trade visits	5.151
Total de visitantes y otros pases	Total visitors and other passes	20.798

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



EXPODENTAL ufi

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

EXPO DENTAL**10 · 12 MARZO MARCH**

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	20.082
Empresas Expositoras Exhibiting companies	766
Directas Direct	316
Indirectas Indirect	450
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	30.335
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	42.307

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

ALMONEDA

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

02 · 10 ABRIL APRIL

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.787,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	148
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	216
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	31.328

EXPOÓPTICA ufi

Salón Internacional de Óptica y Optometría
International Optics and Optometry Exhibition

Expoóptica**08 · 10 ABRIL APRIL**

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.137,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	128
Directas Direct	83
Indirectas Indirect	45
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	7.683
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	14.591

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

EXPOFRANQUICIA

Salón Internacional de la Franquicia
International Franchising Trade Fair

**21 · 23 ABRIL APRIL**

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	5.494
Empresas Expositoras Exhibiting companies	546
Directas Direct	227
Indirectas Indirect	319
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	10.229
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	25.377

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MADRID BEAUTY DAYS**MADRID beauty DAYS****22 · 24 ABRIL APRIL**

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	900
Empresas Expositoras Exhibiting companies	62
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	3.500

SALÓN DEL VEHÍCULO PROFESIONAL Y FLOTAS DE MADRID
MADRID TRADE FAIR FOR PROFESSIONAL VEHICLES AND FLEETS

SALÓN DEL VEHÍCULO PROFESIONAL Y FLOTAS DE MADRID

10 · 15 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.618
Empresas Expositoras Exhibiting companies	36
Directas Direct	31
Indirectas Indirect	5
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	4.372
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	6.338



MADRID AUTO ufi
MADRID AUTO SHOW

MADRID AUTO

10 · 16 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	33.108
Empresas Expositoras Exhibiting companies	40
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	1.007
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	117.190

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

100x100
mascota

100 x 100 MASCOTA

Feria del Animal de Compañía
Madrid Pet Fair

21 · 22 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	11.811
Empresas Expositoras Exhibiting companies	121
Directas Direct	107
Indirectas Indirect	14
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	652
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	29.207

BIT Broadcast

Salón Profesional de la Tecnología Audiovisual
Audio-Visual Technology Trade Show



24 · 26 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.673
Empresas Expositoras Exhibiting companies	338
Directas Direct	77
Indirectas Indirect	261
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	4.234
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	7.961

SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

SECOND-HAND VEHICLE SHOW



27 MAYO MAY · 05 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	37.913,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	103
Directas Direct	60
Indirectas Indirect	43
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	250
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	55.804



FSMS-SOLUCIONES MEDIOAMBIENTALES SOSTENIBLES
FSMS-SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL SOLUTIONS



ENVIFOOD Meeting Point



15 - 16 JUNIO JUNE

El encuentro sectorial y comercial del sector alimentario con la sostenibilidad ambiental
The sectoral and commercial gathering of the food and environmental sustainability sector

SRR

Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado
Recycling and Recovery International Trade Fair



15 - 17 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.305,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	336
Directas Direct	62
Indirectas Indirect	274
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	2.013
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	4.078

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

EsClean

Salón Profesional de la Limpieza e Higiene
Hygiene & Cleaning Trade Show



15 - 17 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.286
Empresas Expositoras Exhibiting companies	40
Directas Direct	27
Indirectas Indirect	13
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	879
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	2.373

TECMA ufi

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



15-17 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.604
Empresas Expositoras Exhibiting companies	173
Directas Direct	113
Indirectas Indirect	60
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	4.527
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	7.119

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

GENERA ufi

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



15 - 17 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.127
Empresas Expositoras Exhibiting companies	480
Directas Direct	109
Indirectas Indirect	371
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	5.994
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	8.983

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

GamerGy

E-sports & Gaming Festival



24 - 26 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.363
Empresas Expositoras Exhibiting companies	16
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	23.889



MULAFEST
Festival de Tendencias Urbanas
Urban Life & Arts Festival

MULAFEST
24.25.26 JUNIO 2016

24 · 26 JUNIO JUNE

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	8.013
Empresas Expositoras Exhibiting companies	50
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	17.312

BISUTEX ufi
Salón Internacional de la Bisutería
y Complementos
International Fashion Jewellery
and Accessories Trade Fair

07 · 11 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	8.698
Empresas Expositoras Exhibiting companies	336
Directas Direct	309
Indirectas Indirect	27
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	6.143
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	28.025

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

INTERGIFT ufi
Salón Internacional del Regalo y Decoración
International Gift & Decoration Fair

intergift

07-11 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	37.912
Empresas Expositoras Exhibiting companies	517
Directas Direct	398
Indirectas Indirect	119
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	18.705
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	101.095

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MADRIDJOYA ufi
Salón Internacional de la Joyería
y Relojería Urbanas y de Tendencia
International Urban and Trendy Jewellery
and Watch Exhibition Fair

madridjoya

07 · 11 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.975
Empresas Expositoras Exhibiting companies	225
Directas Direct	210
Indirectas Indirect	15
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	8.834
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	40.377

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MOMAD METRÓPOLIS ufi
Salón Internacional de Moda
International Fashion Trade Show

MO MAD METRÓPOLIS

09-11 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	13.821,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	411
Directas Direct	399
Indirectas Indirect	12
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	12.781
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	50.267

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

MOMAD SHOES ufi
Salón Internacional de Calzado
y Accesorios
International Footwear and Accessories
Trade Show

MO MAD SHOES

09-11 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	9.048,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	234
Directas Direct	220
Indirectas Indirect	14
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	4.567
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	22.500

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



**MERCEDES-BENZ
FASHION WEEK MADRID**

Mercedes-Benz
FashionWeek
MADRID

15 · 20 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.205
Empresas Expositoras Exhibiting companies	29
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	52.789



UNIBIKE ufi

Feria Internacional de la Bicicleta
International Bicycle Fair

22-25 SEPTIEMBRE SEPTEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	17.161,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	386
Directas Direct	204
Indirectas Indirect	182
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	7.304
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	41.484

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

PUERICULTURA MADRID ufi

Salón Profesional Internacional
de Productos para la Infancia
International Childhood Products Trade Show



29 SEPTIEMBRE SEPTEMBER · 02 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	10.833
Empresas Expositoras Exhibiting companies	302
Directas Direct	146
Indirectas Indirect	156
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	4.515
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	12.276

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



FRUIT ATTRACTION ufi

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

05-07 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	39.497
Empresas Expositoras Exhibiting companies	1.243
Directas Direct	890
Indirectas Indirect	353
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	39.022
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	100.464

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

1001 BODAS

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



14-16 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	3.726
Empresas Expositoras Exhibiting companies	213
Directas Direct	210
Indirectas Indirect	3
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	234
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	36.399

SIMO EDUCACIÓN ufi

Salón de Tecnología para la Enseñanza
Learning Technology Exhibition



19-21 OCTUBRE OCTOBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.443
Empresas Expositoras Exhibiting companies	255
Directas Direct	130
Indirectas Indirect	125
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	8.213
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	12.710

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad,
Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy,
Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)



ePower&Building

TODAS LAS SOLUCIONES PARA EL CICLO CONSTRUCTIVO
ALL OF THE SOLUTIONS FOR THE CONSTRUCTION CYCLE

ePower&Building

25 · 28 OCTUBRE OCTOBER

MATELEC ufi

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



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	13.300
Empresas Expositoras Exhibiting companies	488
Directas Direct	305
Indirectas Indirect	183
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	19.003
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	42.427

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

CONSTRUTEC ufi

Salón Internacional de Materiales, Técnicas y Soluciones Constructivas
International Trade Show for Construction Materials and Buildings Solutions



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.846
Empresas Expositoras Exhibiting companies	280
Directas Direct	191
Indirectas Indirect	89
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	9.854
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	26.890

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

BIMEXPO

La Feria Europea líder en Servicios, Networking, Conocimientos y Soluciones BIM
The leading European Trade Show for BIM Solutions, Services, Networking and Knowledge



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	802,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	54
(1)	

(1) Visitantes: datos compartidos con los salones integrantes en la convocatoria global
Visitors: data shared by the fairs that comprise the event as a whole

VETECO ufi

Salón Internacional de la Ventana, Fachada y Protección Solar
International Trade Show Window, Façade & Sun Protection Systems



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	19.510
Empresas Expositoras Exhibiting companies	370
Directas Direct	255
Indirectas Indirect	115
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	17.927
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	35.898

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

PIEDRA ufi

Salón Internacional de la Piedra Natural
International Natural Stone Trade Show



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.177,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	62
Directas Direct	24
Indirectas Indirect	38
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	783
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	2.696

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

LIGHTEC

Illuminación y Alumbrado
Illumination and Lighting Solutions



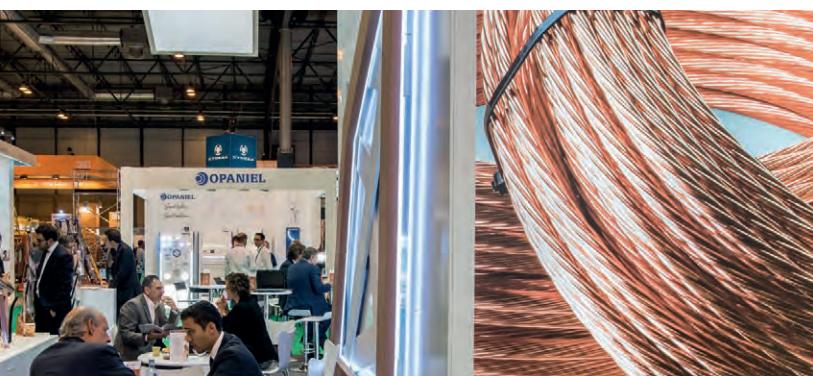
Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.320
Empresas Expositoras Exhibiting companies	
Directas Direct	97
Indirectas Indirect	101
(1)	

URBOTICA

Smart Cities – Smart Building – Smart home
Smart Cities – Smart Building – Smart home



Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	567
Empresas Expositoras Exhibiting companies	30
(1)	



MATELEC INDUSTRY

Salón Internacional de Soluciones para la Industria y Smart Factory
International Trade Fair for Industrial Technology and Smart Factory

**25 · 28 OCTUBRE OCTOBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	9.965
Empresas Expositoras Exhibiting companies	468
Directas Direct	195
Indirectas Indirect	273
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	8.009
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	16.336

MADRID GAMING EXPERIENCE**28 OCTUBRE OCTOBER · 01 NOVIEMBRE NOVEMBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	13.943
Empresas Expositoras Exhibiting companies	94
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	111.062

SALÓN LOOK ufi

Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral
The International Image and Integral Aesthetics Exhibition

**05 · 07 NOVIEMBRE NOVEMBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	14.209
Empresas Expositoras Exhibiting companies	346
Directas Direct	323
Indirectas Indirect	23
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	51.532
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	75.678

Carácter Internacional (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio) International Event (Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, State Secretariat of Commerce)

JUVENALIA

Salón del Ocio Infantil y Juvenil
Children and Young People Leisure Show

**06 · 11 DICIEMBRE DECEMBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	22.920,50
Empresas Expositoras Exhibiting companies	70
Directas Direct	56
Indirectas Indirect	14
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	1.228
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	92.616

FERIARTE

Feria de Arte y Antigüedades
Art and Antiques Fair

**19 · 27 NOVIEMBRE NOVEMBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	4.563
Empresas Expositoras Exhibiting companies	94
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	605
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	26.288

ALMONEDA Navidad

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

**14 · 18 DICIEMBRE DECEMBER**

Superficie neta de exposición (m²) Total net exhibition space (sq.m.)	2.113
Empresas Expositoras Exhibiting companies	86
Visitas de profesionales identificados Registered trade visits	90
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	12.486



GamerGy Orange Edition
E-sports & Gaming Festival



16-18 DICIEMBRE DECEMBER

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	6.725
Empresas Expositoras Exhibiting companies	30
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	31.321

 **UFI** 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

MAC FRUIT ATTRACTION MENA
The World's International Fresh Produce Trade Show Brand



EL CAIRO CAIRO

04-07 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	1.817
Empresas Expositoras Exhibiting companies	8
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	10.260

ARCOlisboa
Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair

LISBOA LISBON

26-29 MAYO MAY

Superficie neta de exposición (m ²) Total net exhibition space (sq.m.)	428
Empresas Expositoras Exhibiting companies	70
Total de visitantes y otros pases Total visitors and other passes	12.800



10.2.

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 (S.Q.M.)	EMPRESAS EXPITORAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
JAPAN WEEKEND MADRID Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa Manga, Anime and Japanese Culture Fair		JOINTO ENTERTAINMENT, S.L.	10.630	51 23.000
13 · 14 FEBRERO FEBRUARY				
ExpoCadena Feria privada de ferretería y bricolaje Private Hardware & DIY Fair		EHLIS, S.A.	12.920	261 9.000
25 · 27 FEBRERO FEBRUARY				
WORLD OLIVE OIL EXHIBITION El Encuentro Mundial del Aceite de Oliva The International Meeting for Large Volumes of Olive Oil		POMONA KEEPERS, S.L.	2.400	63 1.000
02 · 03 MARZO MARCH				
INFARMA Madrid Congreso Europeo de Oficina de Farmacia y Salón de Medicamentos y Parafarmacia European Pharmaceutical and Parapharmaceutical Congress and Trade Exhibition		INTERALIA, Ferias Profesionales y Congresos, S.A.	8.500	205 29.726
08 · 10 MARZO MARCH				
CINEGÉTICA Pasión por la Caza y la Pesca Spain's Hunting and Fishing Show		EXPOCINEGÉTICA, S.L.	6.662	260 34.900
17 · 20 MARZO MARCH				
SALÓN DE GOURMETS ufi Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad International Fine, Food and Beverage Fair		PROGOURMET, S.A.	22.128	1.396 80.872
04 · 07 ABRIL APRIL				

		ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPITORAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
3^a FERIA DE NEGOCIOS PROFER PROFER TRADE FAIR Evento Profesional Privado Professional and Private Event	 3 ^a FERIA DE NEGOCIOS PROFER 2016	PROFER Servicios Integrales, S.L.	2.400	25	7.500
07 · 08 ABRIL APRIL					
futurizz The Future of Digital Business	 futurizz 2016 MADRID	EASYFAIRS IBERIA, S.L.	10.600	180	10.000
20 · 21 ABRIL APRIL					
EXPODEPOR – EDP ROCK 'N' ROLL MADRID MARATÓN & 1/2	 edp Rock'n'Roll MADRID MARATÓN & 1/2 HUAWEI	ELIPSE INICIATIVAS, S.L.	10.100	83	41.000
22 · 23 ABRIL APRIL					
Expo Eco Salud Madrid Salón de la Salud y Calidad de Vida Exhibition of Health and Quality of Life	 expo ecoSalud 2016	INTERALIA, Ferias Profesionales y Congresos, S.A.	2.594	160	15.213
22 · 24 ABRIL APRIL					
SIMA Salón Inmobiliario Internacional de Madrid Madrid International Real Estate Exhibition	 sima	PLANNER EXHIBITIONS, S.L.	7.710	300	20.000
05 · 08 MAYO MAY					
SPORT WOMAN La primera Feria de la Salud y el Deporte Health, Women and Sports Expo	 Sport Woman	MOTORPRESS-IBÉRICA, S.A.U.	6.897,50	25	24.000
06 · 07 MAYO MAY					

	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (S.Q.M.)	EMPRESAS EXPUESTAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES	
EXPOMANGA Salón del Manga y la Cultura Oriental de Madrid The Manga and Oriental Culture Event in Madrid		EASYFAIRS IBERIA, S.L.	6.662	110	46.231
06 · 08 MAYO MAY					
GYM FACTORY La Feria del Fitness e Instalaciones Deportivas The Trade Show for Fitness and Sport facilities		LEDO Sports & Events, S.L.U.	8.505	28	3.500
13 · 14 MAYO MAY					
Digital Enterprise Show / #DES2016 Digital Transformation Global Leading Event		NEXT BUSINESS EXHIBITIONS	7.710	30	18.134
24 · 26 MAYO MAY					
evento Days El Showroom de los eventos The Event Showroom		GRUPO EVENTOPLUS	1.707	95	2.200
06 · 07 JULIO JULY					
eShow E-Commerce – Digital Marketing Exposition & Conference		BE WATER TEAM, S.L.	5.100	120	13.000
21 · 22 SEPTIEMBRE SEPTEMBER					
JAPAN WEEKEND MADRID Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa Manga, Anime and Japanese Culture Fair		JOINTO ENTERTAINMENT, S.L.	13.495	51	23.000
24 · 25 SEPTIEMBRE SEPTEMBER					

		ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (S.Q.M.)	EMPRESAS EXPUESTAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
Meteorological Technology World Expo		UKIP Media & Events Ltd	8.530	180	4.000
27 · 29 SEPTIEMBRE SEPTEMBER					
SIMA OTOÑO SIMA AUTUMN Salón Inmobiliario de Madrid Madrid Real Estate Exhibition Autumn		PLANNER EXHIBITIONS, S.L.	2.400	25	14.000
21 · 23 OCTUBRE OCTOBER					
BEBÉS Y MAMÁS El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition		FERIA BEBÉ, S.L.	5.375	59	8.000
05 · 06 NOVIEMBRE NOVEMBER					
EXPOHALAL SPAIN Mediterranean Food, Tourism & Lifestyle Exhibition		AMBAR CONNECT, S.L.	2.400	100	2.000
10 · 11 NOVIEMBRE NOVEMBER					
ORTO MEDICAL CARE Feria de la Ortoprotésica, Productos de Apoyo a la Discapacidad, Servicios Profesionales a la Tercera Edad Trade Fair of Orthopaedics, Technical Aids and Professional Services for the Elderly		FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORTESISTAS PROTESISTAS	5.000	80	10.000
10 · 11 NOVIEMBRE NOVEMBER					
BIOCULTURA Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable Organic Product Fair and Responsible Consumption		ASOCIACIÓN VIDA SANA VIDA SANA ASSOCIATION	11.015	250	17.000
10 · 13 NOVIEMBRE NOVEMBER					

		ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPUESTAS EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
MetalMadrid Feria Industrial de la Comunidad de Madrid Madrid Industrial Fair		METALIA GESTIÓN INTEGRAL, S.L.	7.710	350	5.602
16 - 17 NOVIEMBRE NOVEMBER					
EMPACK Salón del Envase y Embalaje The Future of Packaging Technology					
LOGISTICS & DISTRIBUTION El Salón Profesional del Almacenaje, Manutención Logística y Distribución The Future of Material Handling, e-logistics, Distribution & Systems					
PACKAGING INNOVATIONS Salón del Packaging de Diseño The Future of Branded and Inspirational Packaging		EASYFAIRS IBERIA, S.L.	10.630	400	11.500
23 - 24 NOVIEMBRE NOVEMBER					
Feria del Taxi Taxi Fair		ARGOS, SERVEIS I FIRES, S.L.	2.400	50	15.000
26 - 27 NOVIEMBRE NOVEMBER					
EXPOCÓMIC Promovido por Héroes		EASYFAIRS IBERIA, S.L.	7.710	155	42.000
03 - 04 DICIEMBRE DECEMBER					

10.3.

Congresos y convenciones con exposición

Congresses and conventions with an exhibition

ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (SQ.M.)	EMPRESAS EXPONENTES EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES
CONGRESOS CONGRESSES			
EXPOCIDA IBERIA 2016 Congreso Profesional y Feria de Control de Plagas y Sanidad Ambiental	 ExpoCida Iberia 2016 Operated by CANSO in association with ATCA	ANECPЛА, Asociación Nacional de Empresas de Sanidad Ambiental	531 38 1.000
11 · 12 FEBRERO FEBRUARY			
WORLD ATM CONGRESS	 World ATM Congress 2016 Operated by CANSO in association with ATCA	Air Traffic Control Association (ATCA) Civil Air Navigation Service Organization (CANSO)	9.000 223 7.000
08 · 10 MARZO MARCH			
IFA - 70th Congress of the International Fiscal Association		AEDF, Asociación Española de Derecho Financiero	3.050 19 3.000
25 · 30 SEPTIEMBRE SEPTEMBER			



	ORGANIZA ORGANISED BY	SUPERFICIE NETA DE EXPOSICIÓN (m ²) TOTAL NET EXHIBITION SPACE (S.Q.M.)	EMPRESAS EXPONENTES EXHIBITING COMPANIES	TOTAL DE VISITANTES Y OTROS PASES TOTAL VISITORS AND OTHER PASSES	
MIXOLOGY Congreso Internacional de Bebidas y Destilados Beverage and Spirits International Congress		DRINK&SPIRITS, S.L.	400	30	600
19 · 20 SEPTIEMBRE SETEMBER					
CONVENCIONES CONVENTIONS					
7th Annual IIFA Weekend & Awards 2016		WIZCRAFT INTERNATIONAL ENTERTAINMENT SINGAPORE PTE LTD	16.132,50	2	15.000
24 · 25 JUNIO JUNE					
MADRID HORSE WEEK		FUNDACIÓN MHW, SL	12.574,50	111	40.000
24 · 27 NOVIEMBRE NOVEMBER					



10.4.

Otros congresos, convenciones y actos en Feria de Madrid

Other congresses, conventions and events at Feria de Madrid

Evento Janssen Cilag
Janssen Cilag Event

Convención Laboratorios Roche Pharma
Roche Pharma Convention

IX Congreso de Actualización en Implantología Mozo-Grau
9th Mozo-Grau Implant Congress

SAP Forum 2016

Convención Laboratorios Roche Pharma
Convention Roche Pharma Laboratoy

Convención anual HERBALIFE
Herbalife Annual Convention

Sage Forum 2016

Jornadas «Hoy es Marketing» ESIC
ESIC «Today is Marketing»

1^a y 2^a Vuelta de las Elecciones Generales de Perú
Peru General Elections

Wizards of the Coast Pro Tour Shadows over innistrad

Junta General de Accionistas ACS
ACS hareholders 'General Meeting

SALESFORCE ESSENTIALS Convention

Acto de Graduación CUNEF
CUNEF Graduation Ceremony

Orange Leaders Meeting

Congreso CEDE
CEDE Congress

Gala de Graduación de la Universidad Europea-UE
Graduation Day University Europea

4th International Open Data Conference (IODC)

SAS Forum

Conferencia ESRI 2016
ESRI Conference

Cena de Gala McDonalds
McDonalds Gala Dinner

Pasarela OPTICALIA
OPTICALIA Catwalk

Entrega de Insignias a socios del Real Madrid Club de Fútbol
Presentation of Insignia to Real Madrid Club Members

Ceremonia de Graduación IE
IE Business School Graduation Ceremony

ESTRELLA DAMM MASTER FINAL MADRID

Concierto Oro Viejo Emoción
Oro Viejo Concert



10.5. Calendario 2016 · Ferias y congresos

2016 Calendar · Trade fairs and congresses

ENERO JANUARY

- 20 · 22 HOREO** Salón Profesional de Proveedores para la Hostelería y el Sector Turístico
Hotels and Tourism Industry Suppliers Trade Show
- 20 · 24 FITUR** Feria Internacional de Turismo
International Tourism Trade Fair
- 27 · 29 PROMOGIFT** Salón Internacional del Regalo Promocional
International Promotional Gift Trade Fair

FEBRERO FEBRUARY

- 03 · 07 BISUTEX** Salón Internacional de la Bisutería y Complementos
International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair
- 03 · 07 INTERGIFT** Salón Internacional del Regalo y Decoración
International Gift & Decoration Fair
- 03 · 07 MADRIDJOYA** Salón Internacional de Joyería y Relojerías Urbanas y de Tendencia
International Urban and Trendy Jewellery and Watch Exhibition Fair
- 05 · 07 MOMAD METRÓPOLIS** Salón Internacional de Moda
International Fashion Trade Show
- 13 · 14 JAPAN WEEKEND MADRID** Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa
Manga, Anime and Japanese Culture Fair
- 18 · 23 MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**
- 23 · 26 SICUR** Salón Internacional de la Seguridad
International Security, Safety and Fire Exhibition
- 24 · 28 ARCOmadrid** Feria Internacional de Arte Contemporáneo
International Contemporary Art Fair

MARZO MARCH

- 02 · 03 WORLD OLIVE OIL EXHIBITION** El Encuentro Mundial del Aceite de Oliva
The International Meeting for Large Volumes of Olive Oil
- SEMANA DE LA EDUCACIÓN** EDUCATION WEEK
- 02 · 06 AULA** Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa
International Educational Opportunities Exhibition
- 03 · 04 EXPOLEARNING** Congreso Internacional y Feria Profesional
International Congress & Professional Fair
- 03 · 06 RECURSOS PARA LA EDUCACIÓN-INTERDIDAC** TEACHING RESOURCES-INTERDIDAC Salón Internacional del Material Educativo y Recursos para la Educación
International Educational Equipment and Teaching Resources Show
- 03 · 06 SALÓN INTERNACIONAL DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA** INTERNATIONAL HIGHER EDUCATION AND ONGOING TRAINING FAIR

03 · 05 IBERZOO + PROPET

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

04 · 06 MOMAD SHOES

Salón Internacional de Calzado y Accesorios
International Footwear and Accessories Trade Show

08 · 10 WORLD ATM CONGRESS

08 · 10 INFARMA Madrid

Congreso Europeo de Oficina de Farmacia y Salón de Medicamentos y Parafarmacia
European Pharmaceutical and Parapharmaceutical Congress and Trade Exhibition

10 · 12 EXPODENTAL

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

17 · 20 CINEGÉTICA

Pasión por la Caza y la Pesca
Spain's Hunting and Fishing Show

ABRIL APRIL

02 · 10 ALMONEDA

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

04 · 07 SALÓN DE GOURMETS

Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad
International Fine, Food and Beverage Fair

07 · 08 3º FERIA DE NEGOCIOS PROFER

PROFER TRADE FAIR
Evento Profesional Privado
Professional and Private Event

08 · 10 EXPOÓPTICA

Salón Internacional de Óptica y Optometría
International Optics and Optometry Exhibition

20 · 21 futurizz

The Future of Digital Business

21 · 23 EXPOFRANQUICIA

Salón Internacional de la Franquicia
International Franchising Trade Fair

22 · 23 EXPODEPOR – EDP ROCK 'N' ROLL MADRID MARATÓN & 1/2

Expo Eco Salud Madrid
Salón de la Salud y Calidad de Vida
Exhibition of Health and Quality of Life

22 · 24 MADRID BEAUTY DAYS

MAYO MAY

04 · 07 MAC FRUIT ATTRACTION MENA

The World's International Fresh Produce Trade Show
Brand

EL CAIRO CAIRO

05 · 08 SIMA

Salón Inmobiliario Internacional de Madrid
Madrid International Real Estate Exhibition

06 · 07 SPORT WOMAN

La primera Feria de la Salud y el Deporte
I Health, Women and Sports Expo

06 · 08 EXPOMANGA

Salón del Manga y la Cultura Oriental de Madrid
The Manga and Oriental Culture Event in Madrid

10 · 15 SALÓN DEL VEHÍCULO PROFESIONAL Y FLOTAS DE MADRID

MADRID TRADE FAIR FOR PROFESSIONAL VEHICLES AND FLEETS

10 · 16 MADRID AUTO

MADRID AUTO SHOW

13 · 14 GYM FACTORY

La Feria del Fitness e Instalaciones Deportivas
The Trade Show for Fitness and Sport facilities

21 · 22 100 x 100 MASCOTA

Feria del Animal de Compañía
Madrid Pet Fair

24 · 26 BIT Broadcast

Salón Profesional de la Tecnología Audiovisual
Audio-Visual Technology Trade Show

24 · 26 Digital Enterprise Show / #DES2016

Digital Transformation Global Leading Event

26 · 29 ARCOLisboa

Salón Profesional de la Tecnología Audiovisual
International Contemporary Art Fair

27 · 05 SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

SECOND-HAND VEHICLE SHOW

JUNIO JUNE

FSMS-SOLUCIONES MEDIOAMBIENTALES SOSTENIBLES

FSMS-SUSTAINABLE ENVIRONMENTAL SOLUTIONS

15 · 16 ENVIDFOOD Meeting Point

Salón Profesional de la Limpieza e Higiene
Hygiene & Cleaning Trade Show

15 · 17 SRR

Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado
Recycling and Recovery International Trade Fair

15 · 17 TECMA

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

15 · 17 GENERA

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

24 · 25 17th IIFA Weekend & Awards

International Indian Film Academy

24 · 26 GamerGy

E-sports & Gaming Festival

24 · 26 MULAFEST

Festival de Tendencias Urbanas
Urban Life & Arts Festival

JULIO JULY

06 · 07 evento Days

El Showroom de los eventos

The Events Showroom



SEPTIEMBRE SEPTEMBER

- 07 · 11 BISUTEX** Salón Internacional de la Bisutería y Complementos International Fashion Jewellery and Accessories Trade Fair
- 07 · 11 INTERGIFT** Salón Internacional del Regalo y Decoración International Gift & Decoration Fair
- 07 · 11 MADRIDJOYA** Salón Internacional de la Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia International Urban and Trendy Jewellery and Watch Exhibition Fair
- 09 · 11 MOMAD METRÓPOLIS** Salón Internacional de Moda International Fashion Trade Show
- 09 · 11 MOMAD SHOES** Salón Internacional de Calzado y Accesorios International Footwear and Accessories Trade Show
- 15 · 20 MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**
- 21 · 22 eShow**
E-Commerce – Digital Marketing Exposition & Conference
- 22 · 25 UNIBIKE** Feria Internacional de la Bicicleta International Bicycle Fair
- 24 · 25 JAPAN WEEKEND MADRID**
Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa Manga, Anime and Japanese Culture Fair
- 25 · 30 IFA - 70th Congress of the International Fiscal Association**
- 27 · 29 Meteorological Technology World Expo**
- 29 · 02 PUERICULTURA MADRID**
OCTUBRE OCTOBER
Salón Profesional Internacional de Productos para la Infancia International Childhood Products Trade Show

OCTUBRE OCTOBER

- 05 · 07 FRUIT ATTRACTION**
Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas International Trade Show for the Fruit and Vegetable Industry
- 14 · 16 1001 BODAS**
Salón de Productos y Servicios para Celebraciones Exhibition of Products and Services for Celebrations
- 19 · 21 SIMO EDUCACIÓN**
Salón de Tecnología para la Enseñanza Learning Technology Exhibition
- 21 · 23 SIMA OTOÑO SIMA AUTUMN**
Salón Inmobiliario de Madrid Madrid Real Estate Exhibition Autumn

25 · 28 ePower&Building TODAS LAS SOLUCIONES PARA EL CICLO CONSTRUCTIVO

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

LIGHTEC
Iluminación y Alumbrado Illumination and Lighting Solutions

URBÓTICA
Smart Cities – Smart Building – Smart home Smart Cities – Smart Building – Smart home

VETECO
Salón Internacional de la Ventana, Fachada y Protección Solar International Trade Show Window, Façade & Sun Protection Systems

CONSTRUTEC
Salón Internacional de Materiales, Técnicas y Soluciones Constructivas International Trade Show for Construction Materials and Buildings Solutions

BIMEXPO
La Feria Europea líder en Servicios, Networking, Conocimientos y Soluciones BIM The leading European Trade Show for BIM Solutions, Services, Networking and Knowledge

PIEDRA
Salón Internacional de la Piedra Natural International Natural Stone Trade Show

25 · 28 MATELEC INDUSTRY
Salón Internacional de Soluciones para la Industria y Smart Factory International Trade Fair for Industrial Technology and Smart Factory

28 · 01 NOVIEMBRE NOVEMBER NOVIEMBRE NOVEMBER

NOVIEMBRE NOVEMBER

05 · 07 SALÓN LOOK
Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral The International Image and Integral Aesthetics Exhibition

05 · 06 BEBÉS Y MAMÁS
El Salón de la Futura Mamá, Bebé y Nuevas Familias The Baby, New and Expectant Mothers Exhibition

10 · 11 EXPOHALAL SPAIN
Mediterranean Food, Tourism & Lifestyle Exhibition

10 · 11 ORTO MEDICAL CARE
Feria de la Ortoprotésica, Productos de Apoyo a la Discapacidad, Servicios Profesionales a la Tercera Edad Trade Fair of Orthopaedics, Technical Aids and Professional Services for the Elderly

10 · 13 BIOCULTURA
Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable Organic Product Fair and Responsible Consumption

16 · 17 MetalMadrid
Feria Industrial de la Comunidad de Madrid Madrid Industrial Fair

19 · 27 FERIARTE
Feria de Arte y Antigüedades Art and Antiques Fair

23 · 24 EMPACK
Salón del Envase y Embalaje The Future of Packaging Technology

23 · 24 LOGISTICS & DISTRIBUTION
Salón del Almacenaje, Manutención, Logística y Distribución The Future of Material Handling, e-logistics, Distribution & Systems

23 · 24 PACKAGING INNOVATIONS
Salón del Packaging de Diseño The Future of Branded and Inspirational Packaging

24 · 27 MADRID HORSE WEEK
26 · 27 Feria del Taxi
Taxi Fair

DICIEMBRE DECEMBER

03 · 04 EXPOCÓMIC
Promovido por Héroes

06 · 11 JUVENALIA
Salón del Ocio Infantil y Juvenil Kids and Family Fun Expo

14 · 18 ALMONEDA Navidad
Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo Antiques, Art Galleries and Collectors Fair

14 · 18 ESTRELLA DAMM MASTER FINAL MADRID

16 · 18 GamerGy Orange Edition
E-sports & Gaming Festival

FERIA ORGANIZADA POR IFEMA
TRADE FAIR ORGANISED BY IFEMA

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





Órganos de Gobierno y Gestión

Governing and Management Bodies

11.1. Órganos de Gobierno _ 108
Governing Bodies

11.2. Órganos de Gestión _ 112
Órganos de Gestión

11.1.

Órganos de Gobierno Governing Bodies

A fecha 31.12.2016

As of 31.12.2016

Junta Rectora Governing Board

PRESIDENTE CHAIRMAN

Don / Mr. Luis Cueto Álvarez de Sotomayor

VICEPRESIDENTES DEPUTY CHAIRPERSONS

Doña / Ms. Cristina Cifuentes Cuencas
Don / Mr. Juan López-Belmonte López
Don / Mr. José Guirao Cabrera

VOCALES MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid Madrid Regional Government

Don / Mr. Ángel Garrido García
Doña / Ms. Engracia Hidalgo Tena
Don / Mr. Javier Ruiz Santiago
Doña / Ms. Anunciada Fernández de Córdova
y Alonso-Viguera
Don / Mr. Carlos Chaguaceda Álvarez

Excmo. Ayuntamiento de Madrid Madrid City Council

Don / Mr. Carlos Sánchez Mato
Don / Mr. Bernardino Sanz Berzal
Don / Mr. Roberto Sánchez Sánchez
Don / Mr. Alfonso Arroyo Lorenzo

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid Official Chamber of Commerce, Industry and Services of Madrid

Don / Mr. Juan Ignacio Lamata Cotanda
Don / Mr. Carlos Prieto Menéndez
Don / Mr. Eduardo Pastor Fernández
Don / Mr. Augusto de Castañeda García-Manfredi
Don / Mr. Jesús Gatell Pàmies

Presidente del Comité Ejecutivo Chairman Executive Committee

Don / Mr. Clemente González Soler

Director General de IFEMA Managing Director of IFEMA

Don / Mr. Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaria General General Secretary

Doña / Ms. Elena Roldán Centeno

Comité Ejecutivo Executive Committee

PRESIDENTE CHAIRMAN

Don / Mr. Clemente González Soler

VICEPRESIDENTES DEPUTY CHARMEN

Don / Mr. Luis Cueto Álvarez de Sotomayor
Don / Mr. Ángel Garrido García
Don / Mr. José Guirao Cabrera
Don / Mr. Juan López-Belmonte López

VOCALES MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid
Madrid Regional Government

Doña / Ms. Engracia Hidalgo Tena
Don / Mr. Javier Ruiz Santiago

Excmo. Ayuntamiento de Madrid
Madrid City Council

Don / Mr. Carlos Sánchez Mato
Don / Mr. Bernardino Sanz Berzal

**Cámara Oficial de Comercio, Industria
y Servicios de Madrid**
Official Chamber of Commerce, Industry
and Services of Madrid

Don / Mr. Carlos Prieto Menéndez
Don / Mr. Juan Pablo Lázaro Montero de Espinosa

Director General de IFEMA
Managing Director of IFEMA

Don / Mr. Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaria General
General Secretary

Doña / Ms. Elena Roldán Centeno



Órganos de Gobierno Governing Bodies

A fecha 1.6.2017

As of 1.6.2017

Junta Rectora Governing Board

PRESIDENTA CHAIRWOMAN

Doña / Ms. Engracia Hidalgo Tena

VICEPRESIDENTES DEPUTY CHAIMEN

Don / Mr. Luis Cueto Álvarez de Sotomayor
Don / Mr. Juan López-Belmonte López
Don / Mr. José Guirao Cabrera

VOCALES MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid Madrid Regional Government

Don / Mr. Ángel Garrido García
Don / Mr. Javier Ruiz Santiago
Don / Mr. Jaime Miguel de los Santos González
Don / Mr. Carlos Chaguaceda Álvarez

Excmo. Ayuntamiento de Madrid Madrid City Council

Don / Mr. Carlos Sánchez Mato
Don / Mr. Bernardino Sanz Berzal
Don / Mr. Roberto Sánchez Sánchez
Don / Mr. Alfonso Arroyo Lorenzo

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid Official Chamber of Commerce, Industry and Services of Madrid

Don / Mr. Juan Ignacio Lamata Cotanda
Don / Mr. Carlos Prieto Menéndez
Don / Mr. Eduardo Pastor Fernández
Don / Mr. Augusto de Castañeda García-Manfredi
Don / Mr. Jesús Gatell Pàmies

Presidente del Comité Ejecutivo Chairman Executive Committee

Don / Mr. Clemente González Soler

Director General de IFEMA Managing Director of IFEMA

Don / Mr. Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaría General General Secretary

Doña / Ms. Elena Roldán Centeno

Comité Ejecutivo Executive Committee

PRESIDENTE CHAIRMAN

Don / Mr. Clemente González Soler

VICEPRESIDENTES DEPUTY CHARMEN

Don / Mr. Luis Cueto Álvarez de Sotomayor
Don / Mr. Ángel Garrido García
Don / Mr. José Guirao Cabrera
Don / Mr. Juan López-Belmonte López

VOCALES MEMBERS

Comunidad Autónoma de Madrid Madrid Regional Government

Doña / Ms. Engracia Hidalgo Tena
Don / Mr. Javier Ruiz Santiago

Excmo. Ayuntamiento de Madrid Madrid City Council

Don / Mr. Carlos Sánchez Mato
Don / Mr. Bernardino Sanz Berzal

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid Official Chamber of Commerce, Industry and Services of Madrid

Don / Mr. Carlos Prieto Menéndez
Don / Mr. Juan Pablo Lázaro Montero de Espinosa

Director General de IFEMA Managing Director of IFEMA

Don / Mr. Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaria General General Secretary

Doña / Ms. Elena Roldán Centeno

11.2.

Órganos de Gestión

Management Bodies

A fecha 1.6.2017

As of 1.6.2017

Comité de Dirección

Management Committee

Director General

Managing Director

Don / Mr. Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaria General

General Secretary

Doña / Ms. Elena Roldán Centeno

Director Comercial

Commercial Director

Don / Mr. Carlos González García de la Barga

Directora de Recursos Humanos y Organización

Director of Human Resources and Organisation

Doña / Ms. María Sánchez Sanz

Director Económico-Financiero y de Infraestructuras

Director of Financial Services and Infrastructure

Don / Mr. Alberto de La Torre López

Director de Comunicación y Marketing

Director of Corporate Communication and Marketing

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 Seguridad y Autoprotección

Director of Security and Self-Protection

Don / Mr. Alfonso Illescas Riaño

Directora de Relaciones Externas

Director of External Relations

Doña / Ms. Nuria Hernández de Tejada

Director Técnico y de Mantenimiento

Technical and Maintenance Director

Don / Mr. Mariano Ramírez Redón

Director de Compras y Logística

Director of Procurement and Logistics

Don / Mr. Francisco José Monge Herrera

Director de Servicios Ferials

Director of Exhibition Services

Don / Mr. Jesús Navarro Lorenzo

Directora de Calidad y Responsabilidad

Corporativa

Director of Quality and Corporate Responsibility

Doña / Ms. María Alejandra Martínez García

DIRECCIONES DE NEGOCIO BUSINESS DEPARTMENTS

Directora del Grupo Ferial 1

Director of Exhibition Group 1

Doña / Ms. Ana Larrañaga Larrañaga

Director del Grupo Ferial 2

Director of Exhibition Group 2

Don / Mr. Miguel Aguilar Esteban

Directora del Grupo Ferial 3

Director of Exhibition Group 3

Doña / Ms. Lola González Barbado

Directora del Grupo Ferial 4

Director of Exhibition Group 4

Doña /Ms. María José Sánchez Moncada

Directora del Grupo Ferial 5

Director of Exhibition Group 5

Doña / Ms. María Valcarce Rodríguez

Director del Grupo Ferial 8

Director of Exhibition Group 8

Don / Mr. Jaime de la Figuera Coterón

Director del Grupo Ferial 9

Director of Exhibition Group 9

Don / Mr. Carlos Urroz Arancibia

Director del Grupo Ferial 12

Director of Exhibition Group 12

Don / Mr. Raúl Calleja Rocha

Directora de IFEMA Convenciones y Congresos

Director of IFEMA Congresses and Events

Madrid

Doña / Ms. Belén Mann Cerdeira

Directora de MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID

Director of MERCEDES-BENZ FASHION WEEK

MADRID

Doña / Ms. Charo Izquierdo Martínez

Director de Expansión Internacional

Director of International Development

Don / Mr. Santiago Quiroga Fernández-Ladreda



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
GABINETE ECHEVERRÍA

TRADUCCIÓN TRANSLATION
CELER PAWLOWSKY, SL.

IMPRESIÓN PRINTING
MONTERREINA COMUNICACIÓN

DEPÓSITO LEGAL CATALOGUE NUMBER
M-18960-2017

© IFEMA JUNIO JUNE 2017





www.ifema.es