

Ideas Impulso Ilusión Innovación.

Memoria anual 2021



Ideas Impulso Ilusión Innovación.

Memoria anual 2021

Índice.

01.

Agradecimientos_04

Saludo del presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID_06
Presentación del presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID_08
Órganos de gobierno_10
Órganos de gestión_12

02.

IFEMA MADRID_14

La visión del director general de IFEMA MADRID_16
El año de la vuelta a la actividad_18

03.

Nueva identidad corporativa_56

Nueva marca y nuevo *branding*_58
Acciones de lanzamiento_64

04.

Impacto en comunicación_68

IFEMA MADRID en los medios_71
Nueva experiencia web_74
Comunidad digital_76

05.

Innovación y desarrollo_78

Innovación y digitalización, palancas de crecimiento_81
Avances tecnológicos_82
IFEMA MADRID LAB, soluciones pioneras a nuevas necesidades_87
Inversión continua para mejorar los servicios e instalaciones_91

06.

Informe económico de gestión_92

Resultados económicos_96
Balance de situación_104
Cuenta de pérdidas y ganancias_106
Resumen de ingresos y gastos por actividades_107

Agradecimientos.

Saludo del presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID_06

Presentación del presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID_08

Órganos de gobierno_10

Órganos de gestión_12

01.

Saludo del presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID.

Ángel Asensio Laguna

Es un placer dirigirme a ustedes como presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID, tras haber atravesado 2021, uno de los años más complejos de nuestra historia reciente debido al impacto de la terrible pandemia.

Este año será recordado en IFEMA MADRID por haber sido el del arranque de actividad después de un largo periodo de limitación provocado por la crisis sanitaria. Hemos acometido una reactivación tras el verano con alrededor de 60 ferias, congresos y eventos en los recintos. La Institución ha logrado volver a acoger la organización de importantes eventos de referencia para cada uno de sus sectores económicos, celebrándose en un contexto seguro y brindando de nuevo grandes oportunidades de negocio a empresas y profesionales.

Todos ellos han sido eventos que han vuelto a convertirse en experiencias de éxito y han venido a abrir la brecha de la reactivación del sector ferial a escala internacional. Podemos decir con mucho orgullo que IFEMA MADRID

ha sido una de las pocas organizaciones del mundo que apostó desde el mes de marzo por garantizar la seguridad en sus instalaciones para la celebración de eventos pos-COVID-19.

Desde IFEMA MADRID entendimos que era fundamental para las empresas reactivar el dinamismo de sus negocios para poder recuperar en el último cuatrimestre cierta rentabilidad, en un año perdido tristemente por la pandemia, así que nos impusimos la meta de acometer un final de ejercicio plagado de eventos, ofreciendo los entornos comerciales más seguros e inteligentes para ayudar a reactivar las relaciones comerciales, generar contactos y dinamizar las ventas.

Por otro lado, 2021 ha sido el año de la reconversión digital de nuestra Institución ferial. Como gran novedad, y tras el desarrollo digital que se llevó a cabo, la mayoría de los eventos han estado ya apoyados por una importante plataforma digital, que ha permitido extender el alcance de las comunidades sectoriales, ofreciendo mayor número de contactos y, por tanto,

más oportunidades de negocio a empresas expositoras y profesionales, alargándose en el tiempo con respecto a las fechas de celebración presencial de la feria y aumentando el alcance de sus audiencias.

El modelo de ferias trasciende ya la presencialidad. Por lo tanto, este es el inicio de una nueva etapa en IFEMA MADRID en la que, para seguir siendo líderes en el mundo y continuar apoyando al tejido productivo madrileño y español, hemos iniciado una fase donde la transformación digital irá asumiendo cada vez más protagonismo, pero sin perder el valor añadido del *off-line* para aumentar la competitividad de nuestros eventos.

IFEMA MADRID asume el compromiso de seguir creciendo en su cuenta de resultados y ayudando a mejorar los beneficios de las empresas y profesionales de Madrid, para lo cual es indispensable continuar en vanguardia. Las organizaciones que componemos esta Institución ferial queremos seguir aportando mucho valor a Madrid.



“La Institución ha logrado volver a acoger la organización de importantes eventos de referencia para cada uno de sus sectores económicos, celebrándose en un contexto seguro y brindando de nuevo grandes oportunidades de negocio a empresas y profesionales.”

Presentación del presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID.

José Vicente de los Mozos

El ejercicio que resume las páginas de esta memoria ha sido excepcional desde todas las perspectivas de análisis. Una calificación que no sólo deriva del contexto económico y sanitario que condicionó fuertemente el desarrollo de nuestro negocio, sino también del devenir de nuestra organización y de cómo afrontamos esta situación, abanderando globalmente la recuperación de la actividad ferial y de reuniones, e impulsando nuevos formatos híbridos y digitales que nos permitieron permanecer conectados a nuestros clientes y a la sociedad.

Tras meses de obligado apagón en el ámbito presencial, recobrar la actividad se convirtió en la mayor prioridad para paliar una crisis inédita, en la que sectores, empresas y distintos actores de la economía asumimos el compromiso de abordar con inteligencia la recuperación. Una exigencia que para IFEMA MADRID se hacía todavía más intensa por el hecho que nos confiere ser el segundo motor económico de Madrid, y por la responsabilidad de generar riqueza y empleo en nuestro entorno.

Con esta circunstancia siempre presente, 2021 abrió un momento de oportunidades; un nuevo estadio que ha requerido de amplitud de miras y que ha exigido de una apuesta firme por la innovación y la transformación digital, y por impulsar una alternativa eficaz que permita ampliar mercados e investigar nuevas vías de diversificación, además de la búsqueda de alianzas que permitan crear un escenario para la expansión del negocio. Esos son los cimientos sobre los que hemos ido forjando en un año crítico la estrategia de IFEMA MADRID hacia la recuperación y hacia su futuro.

En definitiva, el año 2021 ha sido un tiempo en el que hemos aprendido a impulsar el cambio en los modelos de trabajo; en el que hemos liderado un proceso de digitalización capaz de desarrollar plataformas que sumasen nuevas audiencias y que nos permitiesen seguir dando servicio a las empresas los 365 días del año. Hemos vencido a una realidad que nos impedía celebrar eventos físicos, reinventándonos y especializándonos en ferias virtuales e híbridas, aunque sin perder de vista el valor intrínseco de las ferias que es el contacto humano, indispensable para inspirar proyectos, conectar empresas y generar negocios.

Podemos sentirnos orgullosos de que fuera en IFEMA MADRID, en el mes de marzo de 2021, donde se celebrara la primera feria de Europa. Como también de que fuera en nuestras instalaciones, en mayo, donde promovimos con determinación la realización de FITUR, que se convirtió en el hito de la movilidad internacional y en la mayor prueba de validación de los protocolos y medidas de seguridad sanitarias para hacer de la feria no solo un elemento clave para la recuperación del turismo –como así fue reconocido por el Gobierno de España designándolo Acontecimiento de Excepcional Interés Público–, sino también para estimular la vuelta del turismo seguro a nuestro país y al mundo entero. Después llegaron otras convocatorias emblemáticas como ARCOmadrid, hasta conseguir que desde el mes de septiembre se sucedieran múltiples y relevantes salones y reuniones hasta sumar más de 300 eventos y la vuelta a Madrid de los grandes congresos internacionales.

Una fortaleza que quisimos visibilizar en este año excepcional dando un paso al frente para afrontar el cambio de imagen de marca, transformándonos en IFEMA MADRID, como símbolo del nuevo posicionamiento y de los ejes que guiarán no solo la recuperación sino nuestro liderazgo, a través de la digitalización, la internacionalización, la diversificación y una visión sostenible de nuestra actividad y nuestro negocio.

Un año, en definitiva, apasionante, que contablemente concluye con resultado positivo, ofreciendo una sólida situación financiera de la entidad, en la que no tenemos endeudamiento y además disponemos de los recursos propios suficientes para continuar con nuestros ambiciosos proyectos de futuro. Un largo y esforzado recorrido en



el que ha sido fundamental el apoyo de los entes consorciados, Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y la Fundación Montemadrid.

Concluyo mis palabras con mi más sincero agradecimiento y felicitación al equipo de IFEMA MADRID por los logros alcanzados, y mi reconocimiento por su sacrificio, entrega y demostración colectiva de responsabilidad. No tengan dudas de que nuestro bien máspreciado, y nuestra mejor garantía de futuro, es el capital humano de la organización y su talento, que hemos conseguido no solo preservar intacto sino fortalecer durante estos tiempos tan complejos.

Muchas gracias.

Órganos de gobierno.

Junta Rectora

A 31 de diciembre de 2021

PRESIDENTE

Ángel Asensio Laguna

VICEPRESIDENTES

Isabel Díaz Ayuso
Begoña Villacís Sánchez
Jesús Núñez Velázquez

VOCALES

Comunidad Autónoma de Madrid

Enrique López López
Javier Fernández-Lasquetty y Blanc
Marta Rivera de la Cruz
Manuel Llamas Fraga
Carlos Daniel Martínez Rodríguez

Excmo. Ayuntamiento de Madrid

Engracia Hidalgo Tena
Miguel Ángel Redondo Rodríguez
Andrea Levy Soler
Almudena Maíllo del Valle

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Augusto de Castañeda García-Manfredi
Carlos Cabanas Godino
Miguel Garrido de la Cierva
Gabriel García Alonso
Eva Serrano Clavero

Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid

José Guirao Cabrera

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*

Pablo Garde Lobo

Presidente del Comité Ejecutivo*

José Vicente de los Mozos Obispo

Director General*

Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaría General*

Soledad Borrego Martínez

* Estatutariamente no son miembros de la Junta Rectora. Asisten a las reuniones con voz y sin voto.

Comité Ejecutivo

A 31 de diciembre de 2021

PRESIDENTE

José Vicente de los Mozos
Obispo

VICEPRESIDENTES

Enrique López López
Engracia Hidalgo Tena
José Guirao Cabrera
Ángel Asensio Laguna

VOCALES

Comunidad Autónoma de Madrid

Javier Fernández-Lasquetty y Blanc
Marta Rivera de la Cruz

Excmo. Ayuntamiento de Madrid

Begoña Villacís Sánchez
Miguel Ángel Redondo Rodríguez

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Miguel Garrido de la Cierva
Alfonso Calderón Yebra

Director General*

Eduardo López-Puertas Bitaubé

Secretaría General*

Soledad Borrego Martínez

* Estatutariamente no son miembros del Comité Ejecutivo. Asisten a las reuniones con voz y sin voto.

Órganos de gestión.

Comité de Dirección

A 31 de diciembre de 2021

DIRECTOR GENERAL

Eduardo López-Puertas Bitaubé

SECRETARIA GENERAL

Soledad Borrego Martínez

DIRECCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN Y NEGOCIO EXTERNO

Carlos González García de la Barga

DIRECTORA DE NEGOCIO FERIAL

Ana Larrañaga Larrañaga

DIRECTORA DE PERSONAS, CALIDAD Y RSC

María Sánchez Sanz

DIRECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO Y DE INFRAESTRUCTURAS

Alberto de la Torre López

DIRECTOR DE OPERACIONES

Carlos Jiménez Luque

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Raúl Díez Vázquez

DIRECTORA DE INNOVACIÓN

Telma Carlini Biagioli

Equipo de Dirección

A 31 de diciembre de 2021

DIRECCIÓN DE LAS ÁREAS CENTRALES Y TÉCNICAS

Director de Control de Gestión

Rafael Company Fernández

Director de Compras y Logística

Francisco José Monge Herrera

Director de Seguridad y Autoprotección

Alfonso Illescas Riaño

Director de Servicios FERIALES

Jesús Navarro Lorenzo

Directora de Comunicación y Prensa

Marta Cacho Calleja

Director de Marketing y Estrategia Digital

José Javier Blanquer Sierra

Directora de Relaciones Institucionales

Victoria Perezagua Antúnez

Director de Tecnologías de la Información

Carlos Jiménez Luque

Director Técnico

Javier Martín Rodríguez

Director de Calidad y RSC

Santiago Quiroga Fernández-Ladreda

Director de Digitalización y Diversificación de Negocio

Raúl Calleja Rocha

DIRECCIÓN DE LOS GRUPOS FERIALES Y DE CONVENCIONES

Directora del Grupo Ferial 1

Ana Rodríguez Muñoz

Director del Grupo Ferial 2

Juan David Moneo Vara

Directora del Grupo Ferial 3

Lola González Barbado

Directora del Grupo Ferial 5

María Valcarce Rodríguez

Directora del Grupo Ferial 8

Julia González Romo

Directora del Grupo Ferial 9

Maribel López Zambrano

Directora del Grupo Ferial 10

Nuria de Miguel Villarrubia

Directora del Grupo Ferial 12

María José Sánchez Moncada

Directora de Convenciones

Belén Mann Cerdeira

Director de Expansión Internacional

Jaime de la Figuera Coterón

Director de Ferias de Público y Eventos de Ocio

Asier Labarga Hermenegildo

IFEMA MADRID.

La visión del director general de IFEMA MADRID_16

El año de la vuelta a la actividad_18

02.

La visión del director general de IFEMA MADRID.

Eduardo López-Puertas Bitaubé

El año 2021 significó para IFEMA MADRID un reto permanente, un auténtico desafío, en el que, lejos de caer en el desánimo de una industria fuertemente impactada por las limitaciones de movilidad y de concentración de personas, nos centramos en el modo de reorientar nuestro negocio y en convertir en una oportunidad la profunda crisis que estábamos viviendo.

Es, en este sentido, enormemente satisfactorio haber alcanzado el primer objetivo de todos: cerrar en positivo este ejercicio. Efectivamente, 2021 concluyó con unos ingresos de 98,6 millones de euros, un EBITDA de 7,3 millones de euros y un beneficio neto de 100.000 euros. Unas cifras muy meritorias si consideramos el contexto sanitario y las posibilidades que tuvimos de operar, que vienen a poner en valor la capacidad demostrada por el excelente equipo de IFEMA MADRID. El trabajo colectivo y responsable de todo el personal permitió así abrir el camino, no solo en nuestro país sino en Europa, a la recuperación de la actividad presencial, favoreciendo una paulatina vuelta de la actividad.

Nosotros marcamos la pauta en el modo de establecer protocolos sanitarios, de recobrar la confianza en el turismo de negocios. De nuestra mano fueron llegando desde el mes de marzo las ferias, para dar paso ya en el primer semestre del año a grandes convocatorias internacionales como FITUR o ARCOmadrid. Ello hizo posible que en la segunda mitad del año se consolidara un punto de inflexión que nos condujo a concluir 2021 sumando 301 eventos, con 75 ferias, 8 congresos, 22 conciertos y eventos de larga duración y 196 convenciones, que han congregado a más de 1,4 millones de visitantes y más de 16.000 empresas participantes.

Capítulo aparte merece el avance en el ámbito digital. En 2021 hemos celebrado 24 ferias híbridas o digitales, que consiguieron no solo ofrecer una alternativa cuando no fue posible desarrollar físicamente los proyectos, sino que además vinieron a fortalecer los formatos presenciales de nuestros salones, amplificando su alcance y su capacidad para generar negocio. Una transformación que nos ha exigido, como equipo humano, un esfuerzo para la capacitación de nuestros perfiles profesionales, así como una notable inversión para dotarnos de la última tecnología.

Asimismo, es importante señalar que la diversificación de nuestra actividad está ganando un peso igualmente relevante. IFEMA MADRID se está consolidando como un gran espacio de ocio de calidad para Madrid, sumando espectaculares producciones que complementan la rica oferta de nuestra región y su atractivo como destino turístico.

Les invito a conocernos mejor a través de la lectura de esta memoria. Cuanto aquí se describe es fruto del trabajo alineado de las personas que componemos esta entidad, así como de nuestras empresas colaboradoras, a quienes igualmente deseo agradecer su imprescindible compromiso y aportación.

Gracias también a cuantas empresas volvieron a confiar en IFEMA MADRID, y a los visitantes, público y profesionales, que vienen buscando ese momento de inspiración en nuestras propuestas.

Cordialmente.



“Es enormemente satisfactorio haber alcanzado el primer objetivo de todos: cerrar en positivo este ejercicio.”

El año de la vuelta a la actividad.

Ferias, congresos y eventos: progresivo regreso a la presencialidad.

IFEMA MADRID fue pionera en 2021 en la reactivación del sector ferial a partir de la organización de eventos presenciales de carácter global. La crónica del año muestra dos procesos en paralelo. Por un lado, el desarrollo continuo de nuevas soluciones virtuales, que permitieron mantener la actividad ferial en los meses con medidas más restrictivas a causa de la pandemia. Y, por otro, la progresiva vuelta a la presencialidad con algunas de las ferias más emblemáticas de nuestro calendario.

Como novedad, y tras el desarrollo digital llevado a cabo en los meses de parón, gran parte de los eventos estuvieron apoyados por una importante plataforma digital. Esta solución permitió extender el alcance de las comunidades sectoriales, ofreciendo un mayor número de contactos y, por tanto, nuevas oportunidades de negocio más allá de las fechas de celebración presencial de las ferias.

LÍDERES EN REACTIVACIÓN FERIA EN TODO EL MUNDO.

La actividad ferial en los tres primeros meses del año contó con la celebración de dos salones en formato digital: **PROMOGIFT INTERNATIONAL DIGITAL SHOW** e **InterSICOP LIVE Connect**, ayudando así a las empresas a fomentar la generación de riqueza y negocio, y facilitando el *networking* entre profesionales de todo el mundo a través de nuestra plataforma digital LIVE Connect.

El primer paso crucial se dio el 22 de marzo con la celebración de **HIP - HOSPITALITY INNOVATION PLANET**, la primera feria presencial realizada en Europa tras prácticamente un año completo de parón. El encuentro tuvo lugar bajo el estricto cumplimiento del protocolo de seguridad y salud definido por IFEMA MADRID siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias.

Desde ese momento y hasta final de año, se combinaron las ferias virtuales y las presenciales, aprovechando al máximo las posibilidades de ambos formatos e incluyendo la organización de eventos híbridos. Además de la ventaja de poder disfrutar del encuentro sin necesidad de realizar ningún desplazamiento, el modelo híbrido permite multiplicar las oportunidades de negocio y de desarrollo, al llegar de forma virtual a profesionales de cualquier mercado del mundo. Asimismo, posibilita mantener foros de encuentro y relación comercial más allá de la cita presencial.

El mayor hito de la vuelta a la presencialidad fue **FITUR**, que se celebró bajo el título “Especial Recuperación Turismo” y se convirtió en la primera experiencia de movilidad internacional en Europa tras la pandemia. Esta edición resultó un punto de inflexión tanto por la respuesta de expositores y público como por la repercusión mediática y el respaldo institucional, que puso de relieve la urgente necesidad de recuperación del sector turístico a nivel mundial.

Acudieron al encuentro más de 5.000 empresas de 49 países, 62.000 asistentes presenciales y más de 14.000 visitantes digitales, en la primera ocasión que FITUR se celebró de forma híbrida. Entre los asistentes destacó la presencia en la jornada inaugural de SS.MM. los Reyes de España y de parte del Gobierno español. A lo largo de los cinco días de feria, también se recibió la visita de los ministros de Turismo de 28 países, miembros de la Organización Mundial del Turismo y una importante representación de autoridades gubernamentales, autonómicas y municipales españolas.

Para garantizar la seguridad de este primer gran evento presencial del sector tras la pandemia, IFEMA MADRID desarrolló un protocolo especial de protección contra la COVID-19, con el requisito de presentar pruebas negativas PCR y antígenos a todos los asistentes.



Nuevos servicios de movilidad

IFEMA MADRID extiende su visión innovadora al conjunto de servicios que ofrece en las ferias y eventos que acoge.

Por su relevancia en la satisfacción general de los visitantes y su influencia en el ámbito de la sostenibilidad, un espacio de mejora continua es la movilidad, donde en 2021 se han desarrollado acciones pioneras en colaboración con compañías de referencia en el sector. Entre ellas, destaca el inicio de una colaboración con Uber para ofrecer una alternativa de transporte fácil y segura a los asistentes a los eventos. Para ello, se ha habilitado un punto de recogida exclusivo para usuarios de Uber y elementos visuales de señalización en el interior del recinto.

Por otro lado, en 2021 se ha firmado un acuerdo de colaboración con Radioteléfono Taxi de Madrid, por el que las asociaciones de taxi dispondrán de un espacio para solicitar transporte a los visitantes a IFEMA MADRID. También podrán ofrecer información y atención a los usuarios de este servicio de transporte en varios idiomas.

La organización de encuentros como **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID, SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN, ANTIK PASSION ALMONEDA** o **ESTAMPA** situó a IFEMA MADRID como una de las pocas organizaciones del mundo que apostó por garantizar la seguridad en sus instalaciones para la celebración de eventos postCOVID-19. El primer semestre del año se cerró con otra cita clásica del calendario: **ARCOmadrid**, que conmemoró su 40º aniversario.

El regreso de las vacaciones de verano marcó un nuevo momento clave en la actividad de IFEMA MADRID, con la recuperación de la presencialidad de numerosas ferias que habían aplazado su convocatoria y, en algunos casos, la habían sustituido por eventos digitales. Es el caso de **INTERGIFT, BISUTEX, MADRIDJOYA, MOMAD, FRUIT ATTRACTION, TRAFIC, GENERA, DIGICOM, PROMOGIFT** o **1001 BODAS**, entre otras.

En el último cuatrimestre, se programaron cerca de 60 ferias, congresos y eventos que confirmaron la recuperación de la actividad y, con ella, del valor de las ferias como motor de la economía.

Recuperación de las cifras de actividad.

En 2021, IFEMA MADRID celebró un total de 75 ferias (47 propias y 28 externas), 8 congresos con exposición, 22 conciertos y eventos de larga duración, y 196 eventos profesionales y de ocio. Asimismo, organizó 24 eventos en la plataforma digital (14 híbridos y 10 totalmente digitales).

Pese a la complejidad de la situación, se consiguieron superar tanto las cifras de actividad como las de expositores y visitantes registradas el año anterior. Los expositores directos fueron 10.165, un 53,2% más que en 2020, y se recibieron 1.427.890 visitantes, un 26,1% más que en el pasado ejercicio. La participación internacional se incrementó un 69,9% en las ferias externas.

Por áreas de actividad, destacaron las ferias profesionales relacionadas con los bienes de consumo (63%), seguidas de las vinculadas con el público (43%), los bienes de inversión (33%) y los servicios (4%).

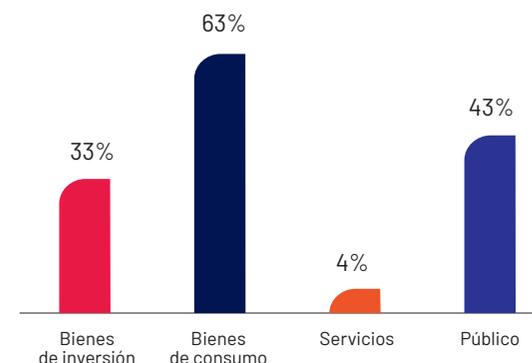
La superficie neta ocupada por las ferias propias fue de 290.833 metros cuadrados, un 50% del total, y la asociada a ferias externas, de 187.107 metros cuadrados, un 32%.

Volumen de convocatorias.

	2018	2019	2020	2021	% de variación 2021-2020
Ferias propias	57	61	26	47	80,8%
Ferias externas	42	41	3	28	833,3%
Congresos con exposición	8	18	5	8	60,0%
Conciertos y eventos de larga duración	10	26	15	22	46,7%
Otros eventos profesionales y de ocio	601	749	187	196	4,8%
TOTAL	718	895	236	301	27,5%

Distribución de ferias por sectores.

2021



	2018	2019	2020	2021
Bienes de inversión	39%	36%	38%	33%
Bienes de consumo	39%	42%	52%	63%
Servicios	22%	22%	10%	4%
Público	31%	30%	51%	43%

Datos de ocupación.

	2018	2019	2020	2021
Superficie neta ocupada (m²)	1.299.798	1.447.538	334.770	584.130

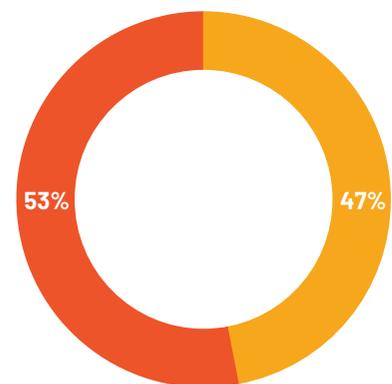
Distribución de la superficie ocupada.

	2018	2019	2020	2021
Ferias propias	51%	42%	70%	50%
Ferias externas	33%	18%	17%	32%
Congresos con exposición	8%	21%	2%	6%
Conciertos y eventos larga duración	-	10%	11%	13%
Otros eventos profesionales y de ocio	8%	10%	-	-

Datos de expositores directos.

	2018	2019	2020	2021
Número de expositores directos	18.132	16.902	4.756	10.165

Participación internacional de expositores directos



	2018	2019	2020	2021
Ferias propias	83%	76%	92%	53%
Ferias externas	17%	24%	8%	47%

Datos de visitantes.

	2018	2019	2020	2021
Número de visitantes	3.605.247	4.323.775	1.055.146	1.427.890

Procedencia de los visitantes profesionales nacionales en ferias organizadas por IFEMA MADRID.

	2021
Comunidad de Madrid	41,0%
Andalucía	11,6%
Comunidad Valenciana	8,8%
Cataluña	6,6%
Castilla - La Mancha	5,3%
Castilla y León	4,5%
Región de Murcia	4,3%
Galicia	3,0%
País Vasco	2,7%
Extremadura	2,3%
Aragón	2,2%
Canarias	2,1%
Baleares	1,7%
Principado de Asturias	1,4%
Navarra	1,0%
Cantabria	0,8%
La Rioja	0,6%
Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla	0,1%

Procedencia de los visitantes extranjeros en ferias organizadas por IFEMA MADRID.

	2021
Unión Europea	60,2%
Centro y Sudamérica	17,0%
Resto de Europa	8,2%
Norteamérica	7,4%
África	3,9%
Asia	3,3%

FITUR genera un debate global sobre la recuperación del turismo

La edición de FITUR organizada en el mes de mayo alcanzó un enorme impacto mediático: asistieron al evento 2.500 periodistas de 33 países y se generaron más de 120.000 noticias en todas las plataformas de comunicación (prensa escrita, digital, radio, televisión y medios sociales). Todo ello supuso una audiencia global de 6.180 millones de personas, con una importante influencia en las redes sociales (3 millones de impresiones y 60.600 interacciones en los perfiles oficiales de la feria).

Esta extraordinaria repercusión respondió a dos razones principales. Por un lado, el hecho de que la propia celebración de FITUR marcara el inicio de la vuelta de los grandes eventos presenciales de carácter global en el sector, gracias a las estrictas medidas de seguridad sanitaria implantadas por IFEMA MADRID. Por otro, el propio debate generado alrededor de la necesidad de recuperación del turismo internacional, tema transversal del evento, como uno de los pilares económicos más afectados por la crisis sanitaria en todo el mundo.

FERIAS Y EVENTOS 2021.

- Ferias y eventos presenciales
- Ferias y eventos digitales
- Ferias y eventos híbridos (presenciales + digitales)

- **PROMOGIFT INTERNATIONAL DIGITAL SHOW**, evento organizado como anticipo del salón presencial que se celebraría en el mes de septiembre. Los expositores dispusieron de un espacio virtual personalizado en la plataforma desarrollada por FYVAR (Asociación Internacional de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Regalo Publicitario y Promocional) y por Cbershow.
- **HIP - HOSPITALITY INNOVATION PLANET**, Salón Profesional para el Sector HORECA. La primera feria presencial del año en Europa se planteó como una acción de apoyo y reconocimiento a los negocios de hostelería. Acudieron casi 400 firmas expositoras y más de 11.800 visitantes, con un impacto económico de más de 23 millones de euros en Madrid.
- **InterSICOP LIVE Connect**, Salón Internacional de Panadería, Pastelería, Heladería, Café y Equipamiento. El evento se realizó alrededor de la comunidad virtual LIVE Connect, con actividad durante los 365 días del año. En las fechas de celebración del salón se organizaron jornadas y actividades especiales, como campeonatos, conferencias y sesiones de formación, con la participación de más de 1.800 profesionales. A finales de año se iniciaron también las primeras acciones orientadas a la celebración de la feria presencial en 2022.

- **SEMANA DE LA EDUCACIÓN LIVE Connect**. El punto de encuentro de estudiantes y profesionales de la docencia aprovechó las posibilidades que ofrece la plataforma LIVE Connect para la celebración de conferencias y presentaciones. El evento integró **AULA LIVE Connect**, Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa; **EXPOEARNING LIVE Connect**, Congreso Internacional y Feria Profesional; **CONGRESO RED + Interdidac LIVE Connect**, Congreso de Recursos de la Educación y Exposición Comercial; **SALÓN INTERNACIONAL DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA LIVE Connect**; y los **SCHOOLS DAY LIVE Connect**. Al final de estos eventos, la plataforma virtual acumuló más de 6.000 visitas virtuales y la presencia de 115 expositores.
- **THE SUMMIT by SIMO EDUCACIÓN**. Este evento especial se celebró en el marco de **AULA Live Connect** con el objetivo de contribuir al debate en la comunidad educativa sobre los aprendizajes después de la crisis.
- **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**. En 2021 se celebraron dos ediciones presenciales de esta pasarela de moda. La edición de abril fue el primer encuentro del sector a nivel mundial con desfiles y asistencia presencial. En concreto, reunió a más de 4.400 personas, a las que se añadieron otros 30.000 visitantes siguiendo los desfiles en la web. Por su parte, a la edición de septiembre asistieron presencialmente más de 6.300 personas, y 22.100 siguieron los desfiles en *streaming*.



LIVE  Connect

LIVE Connect es la plataforma digital que IFEMA MADRID pone a disposición de sus clientes para que aprovechen al máximo la participación en las ferias y eventos, expandiendo su duración y aportando contenidos únicos y *networking* profesional durante todo el año.



- **ESTAMPA**, Feria referente del mundo del galerismo y el coleccionismo en España, que celebró una edición especial en abril y su edición regular en octubre. En el conjunto del año, visitaron la feria cerca de 26.600 personas y se vendieron obras de más de 150 artistas.
- **FITUR**, Feria Internacional de Turismo. Fue la primera feria internacional celebrada presencialmente en Europa, bajo el título "Especial Recuperación Turismo". Las cifras del encuentro confirmaron un punto de inflexión: 5.000 empresas y 62.000 asistentes presenciales de 55 países, más de 14.000 visitantes digitales y la ocupación de siete pabellones (44.000 metros cuadrados). Contó con un fuerte apoyo institucional, encabezado por SS.MM. los Reyes de España y gran parte del Gobierno español.
- **Salón del Vehículo de Ocasión y Seminuevo de Madrid**. Este evento se cerró con un éxito de participación y una alta rentabilidad teniendo en cuenta el contexto económico. Recibió la visita de 41.599 personas y se registraron más de 1.430 ventas directas, el 88% de los vehículos expuestos, superando las ratios de ediciones anteriores.

- **ANTIK PASSION ALMONEDA**, Feria de Antigüedades, Arte y Coleccionismo. En 2021 se organizaron dos ediciones (junio y diciembre). La edición del mes de junio celebró el 30º aniversario del encuentro. En el conjunto de ambas convocatorias, contó con la presencia de más de 120 expositores que mostraron 20.000 piezas de decoración, arte, joyería y moda *vintage*, y se recibió la visita de más de 4.300 personas.
- **IBERZOO + PROPET**, Feria Internacional para el Profesional del Animal de Compañía. Más de 2.000 profesionales del sector se conectaron a la nueva plataforma digital para hacer *networking* y acceder a contenidos, actividades y eventos exclusivos. La plataforma permanecerá activa a lo largo de todo el año.
- **EXPODENTAL SCIENTIFIC CONGRESS**. La primera edición de este congreso multidisciplinar del sector dental congregó a más de 8.400 visitantes profesionales de 14 países. Se celebraron cerca de 70 actividades, entre ponencias, talleres y presentaciones de producto, además de instalarse una zona de exposición con 135 expositores totales.

- **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo. Reactivar el mercado, favorecer las ventas de arte y provocar el reencuentro entre los profesionales del arte contemporáneo fueron los objetivos de esta edición excepcional de la feria, que logró convocar a 164 coleccionistas de 24 países. La inauguración estuvo presidida por SS.MM. los Reyes de España.
- **Organic Food Iberia**, Feria Profesional Internacional para el Sector Ecológico, y **Eco Living Iberia**, Feria Profesional Internacional sobre Cosmética, Moda y Menaje, Naturales, Éticos y Sostenibles. La edición conjunta del mayor evento de la Península Ibérica para el sector ecológico reunió a casi 5.000 profesionales y más de 230 empresas nacionales e internacionales.
- **ARCOlisboa**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo. Esta edición se celebró exclusivamente en formato digital del 13 al 19 de septiembre, con acceso VIP el día 12, a través de la plataforma ARCO E-XHIBITIONS. Las galerías presentaron exposiciones exclusivas por las que se desarrollaron visitas privadas con coleccionistas por los distintos proyectos propuestos. ARCO E-XHIBITIONS es el espacio digital de la comunidad ARCO, cuyo objetivo es acompañar a las galerías y a sus artistas en sus procesos creativos comunes, y ofrecer a los coleccionistas y a las personas interesadas en el arte contemporáneo proyectos nuevos o la revisión de otros del pasado.

- **PROMOGIFT**, Salón Internacional del Regalo Promocional, y **DIGICOM**, Feria de Impresión Digital. En la convocatoria conjunta de ambos eventos se dio a conocer la oferta de 56 empresas y más de 300 marcas, y se reunió más de 5.800 visitantes profesionales
- **INTERGIFT**, Salón Internacional del Regalo y Decoración; **BISUTEX**, Salón Internacional de la Bisutería y Complementos; **MADRIDJOYA**, Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia; y **MOMAD**, Salón Internacional de Textil, Calzado y Accesorios. Los tres salones fueron celebrados conjuntamente en una edición híbrida que aprovechó todas las oportunidades de la plataforma LIVE Connect. Se contabilizó la participación de más de 600 empresas y marcas, con la visita de más de 52.800 profesionales de 44 países.
- **100x100 MASCOTA**, Feria del Animal de Compañía. Tras la edición digital celebrada a inicios de año, la convocatoria presencial reunió a casi un centenar de empresas, 54 protectoras y más de 6.000 perros. Se programaron 56 actividades, bajo el *leit motiv* de la tenencia responsable de mascotas, que atrajeron a más de 15.600 visitantes.

- Ferias y eventos presenciales
- Ferias y eventos digitales
- Ferias y eventos híbridos (presenciales + digitales)

- **FRUIT ATTRACTION**, Feria del Sector de Frutas y Hortalizas. El encuentro cerró su 13ª edición superando todas las expectativas, al registrar la asistencia de casi 69.500 profesionales de 110 países y la participación de 875 empresas de 38 países.
- **Fresh Food Logistics**, Feria Internacional de la Logística, Movilidad, IT y Gestión de la Cadena de Frío para Alimentos Frescos. La primera edición de este encuentro reunió a todos los actores de la cadena alimentaria de frío. Celebrada en formato híbrido, esta feria nace con la vocación de servir al conjunto de la industria internacional a través de una convocatoria única en la Unión Europea.
- **LIBER**, Feria Internacional del Libro. Los casi 4.800 visitantes presenciales y virtuales que visitaron la feria en sus tres días superaron las expectativas iniciales. Destacó la participación de 108 empresas de 10 países y la reivindicación por parte de la industria de la necesidad de un pacto social por la lectura.
- **1001 BODAS**, Salón de Productos y Servicios para Celebraciones. La visita de más de 11.800 personas entre visitantes, expositores y profesionales acercó las cifras de asistencia a los niveles previos a la pandemia.
- **GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA**. 38 diseñadores y marcas participaron en esta feria celebrada en la isla de Gran Canaria. Entre las novedades de esta edición destacaron la incorporación de importantes firmas internacionales y la inclusión de un programa de misión comercial inversa a través del ICEX.

- **SALÓN LOOK**, Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral. La visita de más de 35.000 profesionales, una cifra muy superior a las previsiones iniciales, confirmó la progresiva vuelta a la actividad y la recuperación del sector.
- **TRAFIC**, Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible. Más de 2.100 profesionales de alto poder decisorio y 56 expositores se dieron cita en el mayor evento comercial de la Península Ibérica dedicado a la gestión de la nueva movilidad, celebrado bajo el lema de "Conéctate a la movilidad urbana".
- **FERIARTE**, Feria de Antigüedades y Galerías de Arte. Durante sus nueve días de celebración, la feria recibió más de 16.500 visitantes y se alcanzó la cifra de 3.000 piezas vendidas, datos que confirman la tendencia al alza en comparación con ediciones anteriores.
- **GENERA**, Feria Internacional de Energía y Medioambiente. Celebrada en formato híbrido, cerró su 24ª edición con más de 21.400 participantes de 23 países y una comunidad digital de más de 4.000 profesionales. Contó con casi 200 expositores directos, lo que permitió consolidarla como plataforma internacional de negocios para el sector de las energías renovables.
- **CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN (C&R)**. Este evento híbrido recibió la visita de más de 23.300 profesionales presenciales y más de 18.000 en la plataforma digital, y reunió la oferta de más de 300 empresas, que destacaron el volumen de reuniones y contactos útiles llevados a cabo durante los cuatro días de encuentro.

- **VIDA SILVER**. La primera edición presencial de este evento dirigido a la llamada "generación silver" (personas mayores de 50 años) contó con 142 ponentes y conferenciantes, y la visita presencial de más de 2.100 personas. La actividad continuó a lo largo del año en la plataforma digital.
- **SIMO EDUCACIÓN LIVE Connect**, Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa. La plataforma digital lanzada en colaboración con EDUCACIÓN 3.0 congregó a 25 empresas participantes, que recibieron la visita de más de 1.600 profesionales del sector educativo.
- **MADRID CÓMIC POP UP**, Salón del Cómic. La primera edición del certamen se clausuró con éxito gracias a la visita de más de 9.600 personas, que disfrutaron de una amplia oferta de cómics, *merchandising*, y actividades lúdicas y culturales en torno al mundo del cómic. Destacó la participación de 80 autores en la firma de ejemplares y en el espacio Artist Alley.
- **AMAZON GAMERGY MAPFRE EDITION**, E-sports & Gaming Festival. La 12ª edición del encuentro superó las expectativas de asistencia y participación, al completar la totalidad del aforo previsto. Contó con la presencia de más de 65.800 personas, que asistieron a las competiciones, concursos y actuaciones.

- Ferias y eventos presenciales
- Ferias y eventos digitales
- Ferias y eventos híbridos (presenciales + digitales)

Grandes eventos de la cultura y la sociedad

La calidad, dimensiones y seguridad de las instalaciones de IFEMA MADRID, así como la capacidad organizativa de la instalación, han permitido que tanto nuestro Recinto Ferial como nuestro Palacio Municipal hayan sido escenarios de importantes eventos culturales y sociales a lo largo del año.

Por ejemplo, el Palacio Municipal acogió las dos galas de entrega de los Premios Cinematográficos José María Forqué que se celebraron en 2021, así como la ceremonia de los Premios Platino del Cine Iberoamericano.

Otros eventos relevantes, ajenos al mundo MICE, fueron el proceso selectivo de acceso a la Escala Básica de la Policía Nacional, que reunió a 3.800 personas; las elecciones autonómicas a la Comunidad de Madrid, con la instalación de diversas mesas electorales; o los actos de graduación de la Universidad Pontificia Comillas.

Digitalización e hibridación de eventos.

Como ya sucedió a lo largo de buena parte de 2020, la digitalización de eventos permitió mantener la actividad ferial de IFEMA MADRID en el primer trimestre de 2021, a partir del uso de plataformas virtuales como puntos de encuentro e intercambio comercial.

Con la progresiva vuelta a la actividad, se consolidó la tendencia que anticipamos el año anterior: la convivencia entre el formato físico y virtual para aprovechar todo el valor de ambos entornos. Al final del año, celebramos 24 ferias en formato digital, de las que 10 fueron 100% digitales, mientras que el resto siguieron el modelo híbrido.

La digitalización e hibridación del sector es una tendencia en la que ya veníamos trabajando anteriormente, pero que se ha visto acelerada en los últimos meses ante la imposibilidad de celebrar encuentros presenciales.

El objetivo es incorporar productos y servicios digitales que permitan alcanzar nuevas audiencias internacionales y facilitar un nuevo espacio de relación y contacto permanente entre clientes y proveedores globales. En 2021 ya se consiguieron importantes avances en este sentido.



NUEVA DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN.

La decidida apuesta por acelerar la transformación llevó a la creación de la nueva dirección de Innovación en el primer trimestre del año. La principal responsabilidad de este departamento es el diseño y desarrollo de los planes de innovación que necesita IFEMA MADRID para transformar su modelo de negocio, adaptar la estrategia a la nueva era digital y fortalecer el posicionamiento de todas las marcas en el ámbito digital.

Una de las prioridades de esta dirección fue incorporar el negocio digital, las oportunidades que ofrecen las audiencias globales, la internacionalización y la gestión de contenidos a la estructura productiva de IFEMA MADRID. En este sentido, la hibridación de eventos debe alinearse con los nuevos retos y oportunidades del sector y con la coyuntura del mercado, conectando comunidades de interés tanto entre profesionales como entre el público en general.

En esta estrategia resulta fundamental la gestión del conocimiento histórico acumulado por IFEMA MADRID y de las relaciones de confianza con todos sus grupos de interés, así como la capacidad de generar contenidos de aporten valor a las nuevas plataformas digitales.

Nuevos formatos y proyectos de negocio

La nueva dirección de Innovación trabaja con una visión transversal de la transformación y el progreso del sector, más allá de la digitalización. Con este fin dedica tiempo y recursos a la inteligencia competitiva para el desarrollo de los nuevos negocios que se derivan de un contexto en permanente cambio, tanto a nivel nacional como internacional.

Esta tarea permite identificar las mejores prácticas, productos, servicios y oportunidades, así como las posibles alianzas estratégicas a establecer. Fruto de esta visión, y a pesar de la complejidad del entorno, la nueva dirección de Innovación colaboró en 2021 en el lanzamiento de seis nuevas ferias y eventos: **EXPONENTIAL SCIENTIFIC CONGRESS, VIDA SILVER, Fresh Food Logistics, FORMANDO FUTURO, WORLD PANDEMICS FORUM y MADRID CÓMIC POP UP.**

DESARROLLO DE LA PLATAFORMA PROPIA LIVE Connect.

En la tarea del desarrollo de las herramientas y estructuras necesarias para la hibridación de eventos, en 2021 entraron en funcionamiento dos líneas complementarias de trabajo: la identificación de las plataformas disponibles en el mercado para dar respuesta a las necesidades específicas de cada evento y el diseño de LIVE Connect, la plataforma digital propia de IFEMA MADRID.

LIVE Connect se plantea como una plataforma *on-line* 365 con nuevos servicios digitales, eventos virtuales y contenido bajo demanda. Todo ello, a través de dos módulos principales y con los siguientes objetivos propios:

- Dar apoyo y complementariedad al evento presencial, potenciando el *networking* y ofreciendo servicios digitales de valor añadido.
- Crear una “comunidad 365” que sustente la actividad y la interacción relacionadas con el evento durante todo el año.

La plataforma LIVE Connect se estrenó en 2020 durante la celebración de la edición totalmente digital de **FRUIT ATTRACTION**, y a lo largo de 2021 se ha extendido a prácticamente todo el resto de ferias.

En paralelo a su extensión a nuevos eventos, se trabajó en la evolución permanente de la plataforma tanto a nivel funcional como tecnológico. En concreto, se desarrolló una estructura modular y parametrizable para dar respuesta a la gran heterogeneidad de requisitos de las actividades celebradas en IFEMA MADRID. También se realizaron estudios de mercado sobre los servicios y requerimientos técnicos que debería cumplir la plataforma propia para su potencial comercialización a terceros.

Continuidad de las medidas de prevención contra la COVID-19.

La seguridad y la salud de los trabajadores y visitantes de IFEMA MADRID ha sido nuestra prioridad desde la declaración de la pandemia de COVID-19. La Dirección de Seguridad y Autoprotección, en coordinación con la Dirección de Calidad y RSC, desarrolló en 2020 una serie de protocolos que se aplicaron inicialmente como medidas de urgencia y que se convirtieron en permanentes con el paso de los meses. Además, se creó una Unidad de Control de Seguridad y Salud con la misión de evaluar todos los riesgos y facilitar la aplicación de las medidas implantadas. La rápida reacción de IFEMA MADRID a la situación de emergencia permitió que fuera el primer operador ferial español en conseguir la certificación de AENOR, entre otras acreditaciones.

En 2021, la permanencia de las restricciones a raíz del surgimiento de nuevos brotes de coronavirus obligó a dar continuidad a las medidas definidas el año anterior en la progresiva vuelta de la actividad ferial, congresual y cultural a nuestras instalaciones. Estas medidas se engloban en el Plan de Contingencia frente a Pandemia de IFEMA MADRID y se adaptaron a las características de cada evento y a la situación de riesgo de contagio en el momento de su celebración.



DATOS DE LA PLATAFORMA LIVE Connect

Expositores:

3.152

Visitantes:

121.367

Eventos digitales:

24



Las medidas implantadas pueden dividirse en los siguientes ámbitos:



Zonas exteriores

- Habilitación de accesos peatonales diferenciados de entrada y salida, convenientemente señalizados, para diferenciar los flujos de personas.
- En los desplazamientos interiores a pie, uso de las aceras de forma unidireccional y refuerzo de la señalización para dirigir los flujos hacia los espacios de celebración.
- Creación de nuevos espacios de espera en los *halls* de los eventos de mayor afluencia. También se aplican sistemas de ordenación de filas en los accesos a servicios como paradas de taxi, taquillas, cajeros automáticos, etc.
- Ordenación del tráfico de vehículos para asegurar la movilidad de las personas en los cruces peatonales y la fluidez del tráfico en las paradas de taxi.
- Información específica a los conductores de vehículos de carga sobre las normas de seguridad y salud implementadas, las zonas de trabajo y los horarios marcados.



Controles de acceso

- Señalización horizontal sobre la obligatoriedad de mantener la distancia social.
- Uso obligatorio de la mascarilla en todo el recinto, con las excepciones fijadas por ley (chequeadas por el servicio médico de emergencias).
- Control obligatorio de temperatura mediante termómetros digitales.
- Protocolo de actuación del servicio de emergencias en casos de visitantes con temperatura igual o superior a 37,5 °C y otras incidencias médicas.
- Habilitación de puntos de material higienizante.



Seguridad interior

- Operativa de control y seguridad en los pabellones con eventos en activo, con señalización de sentidos de circulación de los visitantes y control del cumplimiento de las medidas de uso de la mascarilla y distancia social.
- Sistema de control de aforos en tiempo real mediante una aplicación web específica. En caso de superar los máximos señalados, se establece un protocolo de corte del paso.
- Diferenciación de zonas interiores en función de la actividad que se realice y las personas autorizadas, con diferentes grados de aplicación de la normativa de seguridad y sanitaria.

Refuerzo de la seguridad en eventos masivos

En los eventos con previsión de mayor afluencia de visitantes se aplicaron una serie de medidas adicionales para garantizar los estándares de prevención establecidos por IFEMA MADRID. Destaca el caso de **FITUR**, en el que se determinó la obligatoriedad de presentar en el control de acceso un test PCR o de antígenos válido para un máximo de tres días.

A su vez se habilitó un pabellón para la realización de test a aquellas personas que no lo trajeran de origen e, inclusive, para aquellas que lo pudieran precisar para su retorno. Aunque en una escala menor, también se dio la opción de realizar test *in situ* a los asistentes a los eventos **ARCOmadrid**, **HIP – HOSPITALITY INNOVATION PLANET** o **DES-DIGITAL ENTERPRISE SHOW**, así como a los ciudadanos peruanos que acudieron a nuestras instalaciones para participar en la votación de las elecciones presidenciales.

Por otro lado, la Dirección de Seguridad y Autoprotección mantuvo una coordinación constante con la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid en la comunicación de los eventos con mayor participación. En concreto, se preparó un dossier informativo para cada uno de los eventos con una previsión de más de 600 visitantes (posteriormente, el rango se amplió a 1.000 visitantes).

Este dossier incluía una evaluación genérica de riesgos, un resumen de la actividad de cada evento (asistencia prevista, aforos máximos permitidos, descripción de espacios, etc.), el detalle del plan de actuación o una declaración de responsabilidad de la información y las medidas implantadas, entre otras informaciones técnicas. En 2021 se presentaron un total de 75 dossieres a la autoridad competente.

Convenciones y congresos.

La actividad MICE –siglas en inglés de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones (*Meeting, Incentives, Conferencing y Exhibitions*)– se ha consolidado también como uno de nuestros pilares de actividad clave en el objetivo de generar y atraer nuevas oportunidades de negocio, tanto mediante la organización de importantes ferias propias como en el papel de anfitriones de grandes eventos y congresos internacionales.

En la vuelta a la actividad presencial tras el parón provocado por la pandemia, IFEMA MADRID ha liderado la celebración de importantes congresos y eventos MICE internacionales en España. Tras un primer semestre todavía marcado por las restricciones a los encuentros presenciales y la movilidad, los primeros congresos del año fueron **MADRID FUSION** y **CONAMA 2020**, celebrados a finales de mayo. La actividad se reemprendió con mayor fuerza después de los meses de verano.

Los principales congresos celebrados en IFEMA MADRID en 2021 fueron:

- **MADRID FUSIÓN**, que trasladó su 19ª edición de las fechas habituales de enero a finales de mayo. El encuentro se celebró en formato híbrido, ofreciendo a los asistentes las opciones de acudir presencialmente o de seguir el desarrollo de las ponencias en directo a través de una potente plataforma digital.
- **CONAMA 2020 - 15º Congreso Nacional de Medio Ambiente**, encuentro bienal que se ha convertido en el evento ambiental de referencia en España por la calidad y amplitud de los contenidos tratados, el alto nivel de participación y la variedad de perfiles profesionales y sectores ambientales representados.

- **ESTRO 2021 – European Society for Radiotherapy and Oncology**, organizado por la Sociedad Europea de Radioterapia y Oncología y celebrado por primera vez en Madrid. El encuentro dio visibilidad a la oncología radioterápica tanto en el ámbito científico como en la esfera pública y la sociedad civil. Con casi 5.000 metros cuadrados de exposición y zonas plenarias, recibió a 4.120 asistentes y cerca de 1.800 personas siguieron la actividad vía *streaming*.
- **WATM 2021 – World Air Traffic Management Congress**, el mayor congreso mundial especializado en gestión del tráfico aéreo, que fue inaugurado por el rey Felipe VI. Reunió a 5.400 profesionales procedentes de más de 100 países y pertenecientes a más de 172 compañías aeronáuticas.
- **Critical Communications World**, celebrado en formato híbrido y con la participación de algunos de los expertos más eminentes del ámbito de las comunicaciones críticas. Entre las novedades, destacaron el foro Government Authority Global Village y el espacio VR & AR Zone.
- **IEEE GLOBECOM 2021 – Global Communications Conference**, centrado en la innovación en las comunicaciones, con la presencia de prestigiosos investigadores del sector. Celebrado en formato híbrido.



Mejor Centro de Convenciones de Europa por segundo año consecutivo

IFEMA MADRID revalidó en 2021 su posición como Mejor Centro de Convenciones de Europa y España en la segunda edición de los World MICE Awards.

Estos galardones internacionales tienen el doble objetivo de reconocer la excelencia de las instituciones y entidades dinamizadoras del turismo de negocios en todo el mundo, además de contribuir a elevar los estándares del sector.



IFEMA MADRID LIVE, cultura segura para todos los públicos.

En los últimos años, la agenda de IFEMA MADRID ha ido incorporando progresivamente eventos y espectáculos culturales que han abierto nuestras instalaciones al conjunto de la ciudadanía, más allá del colectivo de profesionales de las actividades feriales y congresuales.

El éxito de todas las iniciativas organizadas y la vocación de seguir fomentando el acceso a la cultura han llevado a la creación de **IFEMA MADRID LIVE**, la marca que acoge toda la actividad de ocio cultural presencial organizada por IFEMA MADRID. Esta marca nace con la voluntad de ofrecer una programación cultural regular a la largo del año y dirigida a todos los públicos, con gran



variedad de estilos y modalidades artísticas. Además, la iniciativa contribuye a revitalizar la industria de los espectáculos en vivo y a potenciar el turismo cultural.

NUEVOS ESPACIOS DE CONCIERTOS.

Uno de los ejes principales de IFEMA MADRID LIVE es la programación musical, con festivales y conciertos de diversas compañías promotoras que aseguran una oferta transversal y dirigida a todo tipo de público.

Como novedad, en 2021 se habilitó el espacio bautizado como "La Explanada", ubicado en el área exterior del Recinto Ferial, con una superficie de más de 28.000 metros cuadrados y una zona de hostelería y ocio de más de 12.000 metros cuadrados. El espacio tiene una capacidad de 2.000 a 3.800 personas (según formato) y también adapta las medidas y protocolos de seguridad propios de IFEMA MADRID. Todo ello, en un entorno escénico con la mayor calidad de sonido y cercanía al espectáculo. Otras sedes de los conciertos celebrados a lo largo del año fueron el Espacio Raro o el Palacio Municipal de IFEMA MADRID.

Como muestra de la variedad de estilos de la programación de IFEMA MADRID LIVE cabe citar, por ejemplo, el **FESTIVAL COCA-COLA MUSIC EXPERIENCE**, una propuesta de música en directo con un aforo reducido que agotó todas las entradas disponibles. Los artistas participantes fueron Nicki Nicole, Manuel Turizo, Tini, Ana Mena, Cepeda, Rocco Hunt, Aleesha, Funzo & Baby Loud, Eva B, Hugo Cobo, Samantha, Ptazeta, Marc Seguí, Walls, Marlena, Luna Valle, Valantain y Unique.

Otro espectáculo de éxito fue el inicio del **tour EL ÚLTIMO APLAUSO**, creado como homenaje al deseo del fin de la pandemia y que reunió a una selección de grandes artistas del pop-rock español de las últimas décadas (Marta Sánchez, Carlos Segarra, Ramoncín, Javier Andreu, Javier Ojeda o José Manuel Casañ, entre otros).

En formato de festival, también se celebró el **TOMAVISTAS EXTRA**, con las actuaciones en dos jornadas de Rufus T. Firefly y Maika Makovski, y de León Benavente y Chaqueta de Chándal. El año musical de IFEMA MADRID LIVE se cerró en su Palacio Municipal con el concierto de Los Planetas y El último vecino.

Los cambios en las restricciones a la celebración de espectáculos públicos a raíz de las distintas oleadas de coronavirus condicionaron en gran medida la programación musical. Varios de los conciertos previstos tuvieron que suspenderse y la gran mayoría se aplazaron al último cuatrimestre del año.

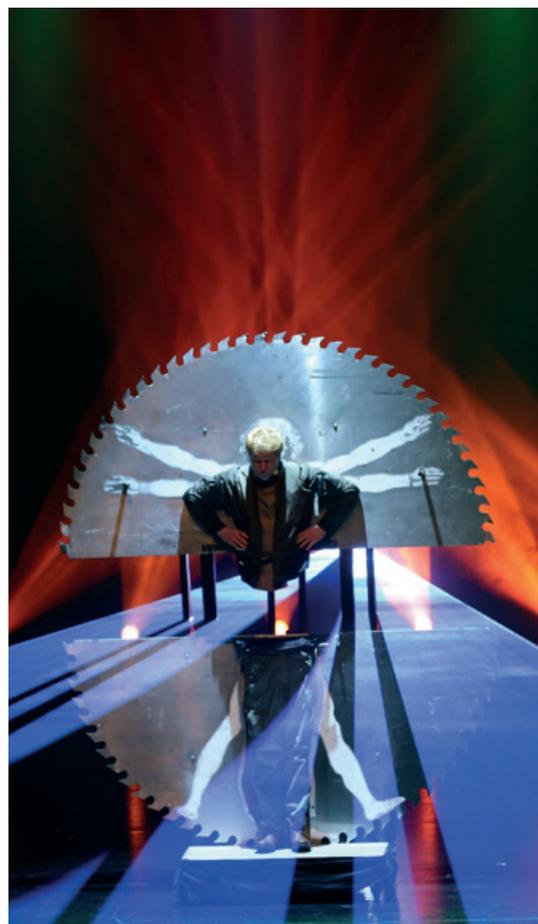


Espectáculos teatrales, música y magia

Junto con los conciertos y festivales musicales, la nueva marca IFEMA MADRID LIVE agrupa también desde 2021 los espectáculos teatrales celebrados en nuestras instalaciones. Un año más, la programación escénica estuvo protagonizada por dos grandes modalidades: los musicales y la magia.

El Espacio Raro de IFEMA MADRID acogió durante el año espectáculos como **LA MAGIA DE BROADWAY**, **ANNIE EL MUSICAL** y **EL MARAVILLOSO MAGO DE OZ**. A medio camino entre el concierto y el musical se celebró también **CRUZ DE NAVAJAS**, que por primera vez en España utilizó tecnología con pantallas led en la escenografía. Cerca de 60.000 personas asistieron a las diversas representaciones de este espectáculo, que se convirtió en el más exitoso del año para IFEMA MADRID LIVE.

En el ámbito de la magia destacó, un año más, **HANGAR 52 REVOLUTION**, la mayor producción de ilusionismo desarrollada por el Mago Yunke, Campeón del Mundo de Magia. Igual de sorprendentes e innovadoras fueron otras dos propuestas escénicas celebradas en diciembre: **WAH**, un singular espectáculo musical y gastronómico, y **EL CIRCO DE LOS HORRORES** (versión Bacanal), que fundió teatro, circo, danza y música.



El mayor plató cinematográfico de España

En 2021, dimos también un importante paso adelante en el proyecto de convertir nuestras instalaciones en grandes estudios para el rodaje de producciones audiovisuales. Tras un profundo análisis de las necesidades técnicas y estructurales que requieren estos montajes, hemos logrado situar a IFEMA MADRID como espacio preferente para todo tipo de rodajes, especialmente de gran envergadura y larga duración.

Los principales valores diferenciales que aportamos a este tipo de proyectos son las características especiales, la versatilidad y la adaptabilidad de nuestros pabellones, capaces de ofrecer unas infraestructuras y servicios técnicos de primer nivel.

Para IFEMA MADRID supone consolidar una nueva línea de negocio, que da respuesta a la creciente demanda de grandes espacios por parte de las productoras cinematográficas y que resulta especialmente atractiva para la Institución porque permite cubrir los momentos valle de actividad ferial.

Este salto cualitativo se dio, principalmente, en 2021 gracias al rodaje de la superproducción **SIN LÍMITES**, una serie de acción y aventuras sobre la vuelta al mundo de Magallanes y Elcano, producida por Amazon Prime Video y RTVE.

Para acoger este rodaje, el pabellón 12 de IFEMA MADRID se convirtió en el mayor plató cinematográfico de España: sus cerca de 14.000 metros cuadrados de superficie y una altura de 22 metros permitieron la construcción en su interior de una réplica del barco de Magallanes y Elcano, de 27 metros de longitud y con cuatro velas de 15 metros de altura. Además, el barco se instaló sobre una piscina de 30 metros de largo por 12 de ancho, rodeada de un croma de 140 metros de longitud y 9 de altura. Tras dos meses de montaje del decorado, el rodaje se desarrolló entre abril y julio, con la participación de más de 200 personas.

Proyección internacional.

Uno de los ejes de desarrollo de nuestra estrategia es la aceleración de la internacionalización de IFEMA MADRID con el objetivo de ganar presencia en mercados exteriores y captar clientes de fuera de España. Este pilar se desarrolla en un doble sentido:

- La organización y participación en proyectos feriales celebrados en el extranjero, en los que aportamos nuestra experiencia y valor de marca.
- La captación de clientes internacionales a las actividades que se realizan en Madrid y la atracción de nuevos eventos de alcance global.

Además, contamos con un servicio de consultoría y asesoría internacional que contribuye al posicionamiento de IFEMA MADRID como un actor de referencia en el sector ferial a nivel mundial.



FERIAS CELEBRADAS EN EL EXTRANJERO.

La participación en proyectos fuera de España se centraliza en Iberoamérica y Europa, los mercados que pueden aportar más valor a las empresas españolas y que tienen mayor potencial de negocio. En 2021 colaboramos en la organización de dos ferias: **ARCOLisboa** y **Salón Look Santiago**.

ARCOLisboa (12 a 19 de septiembre)

Planteada inicialmente en formato presencial, la última edición de **ARCOLisboa**, organizada por IFEMA MADRID y la Câmara Municipal de Lisboa, se celebró en formato virtual ante la incertidumbre sobre la situación sanitaria internacional y su impacto en la movilidad.

Por segundo año consecutivo, la plataforma digital ARCO E-XHIBITIONS reunió las propuestas de los 40 galeristas participantes y les permitió mantener el contacto con coleccionistas y compradores de todo el mundo.

Además, se organizaron visitas guiadas para público y patrocinadores, así como un programa de encuentros a puerta cerrada entre galerías, profesionales y coleccionistas.

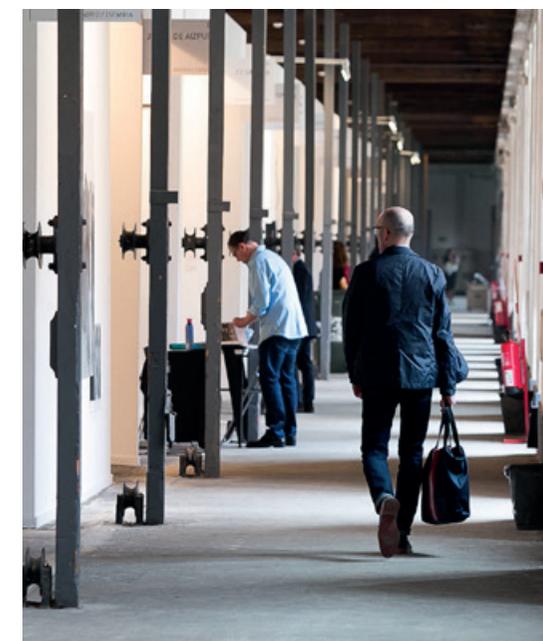
Salón Look Santiago (5 a 7 de diciembre)

La segunda edición de este encuentro de profesionales de la industria de la belleza, estética e imagen se celebró en el principal recinto ferial de Chile: el Centro de Convenciones Espacio Riesco de Santiago.

El objetivo de esta feria es dinamizar y dar visibilidad a un sector que avanza hacia su profesionalización de manera definitiva. Para ello, junto con el área de exposición, se celebraron actividades como cursos de formación, campeonatos, desfiles y shows.

Organizado por IFEMA MADRID y Espacio Riesco, **Salón Look Santiago** finalizó con 6.500 visitas y una valoración positiva en cuanto a generación de nuevos contactos y oportunidades de negocio.

A lo largo del año se ha mantenido el contacto con los principales actores relacionados con la movilidad y la sostenibilidad en Colombia para la organización, junto con nuestro aliado Plaza Mayor Medellín, de la tercera edición de **TRAFIC LATINOAMÉRICA y Foro de las Ciudades - Diálogos Medellín**, que celebraremos próximamente.



CONSULTORÍA INTERNACIONAL.

El principal proyecto en el ámbito de la consultoría internacional en 2021 fue el acompañamiento a diversas instituciones de la República Dominicana en la iniciativa de construcción del Centro de Exposiciones y Congresos de Santo Domingo. El objetivo es que estas instalaciones lideren el desarrollo del turismo MICE en la región del Caribe.

El equipo de IFEMA MADRID colabora con las instituciones locales en el desarrollo, construcción y posterior gestión del centro. En concreto, nuestros profesionales han participado en las fases de análisis del posicionamiento estratégico de Santo Domingo en la región caribeña, la elaboración del anteproyecto, y la definición del modelo de negocio y el plan económico y financiero.

REPRESENTACIÓN EN OTROS PAÍSES Y ORGANISMOS INTERNACIONALES.

IFEMA MADRID cuenta con un total de 15 delegaciones en 27 países de los cinco continentes, que tienen la misión de comercializar nuestras ferias y eventos. En América Latina, Asia y África, las delegaciones proporcionan también apoyo en la identificación de oportunidades de negocio ferial y consultoría internacional.

Los países con presencia de IFEMA MADRID son:



América:

Brasil, Colombia, Chile, México y Perú.

Europa:

Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Gran Bretaña, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, San Marino, y Suiza.

Asia:

Corea del Sur, China, Hong Kong, India, Japón, Singapur y Taiwán.

África:

Argelia, Marruecos y Túnez.

Además, participamos de manera activa en las distintas entidades internacionales de la industria ferial. Desde 1988, somos integrantes de pleno derecho de la Unión de Ferias Internacionales (UFI). También pertenecemos a la European Major Exhibition

Centres Association (EMECA), interviniendo en sus actividades. En el ámbito iberoamericano, el director general de IFEMA MADRID forma parte del Comité Directivo de la Asociación Internacional de Ferias de América (AFIDA), donde es el único miembro europeo.

Vuelta a la actividad del programa de compradores

Una iniciativa clave para acercar el comercio y la inversión internacionales a IFEMA MADRID es el programa de compradores, cuya actividad se vio afectada en gran medida por las restricciones a los viajes internacionales durante buena parte del año. Pese a todo, más de 10 certámenes incluyeron el programa de compradores en 2021 y lograron atraer a más de 1.300 compradores internacionales de más de 60 países.

Este programa se basa en el desarrollo de una agenda de encuentros comerciales para fomentar potenciales negocios internacionales con los expositores que acuden a las ferias que celebramos en España. El primer evento del año que permitió el desarrollo de estos encuentros fue **FITUR MICE**, con la participación de 56 compradores de más de 10 países. De la actividad a lo largo del año destacan también el incremento de participación

internacional en **FRUIT ATTRACTION**, con 579 compradores de 59 países, y la celebración de la **45ª Reunión Técnica OIT/CINTERFOR- Fundae**, con la presencia de 123 participantes de 28 países.

Las ferias que acogieron a los potenciales compradores en 2021 fueron **FITUR**, Feria Internacional de Turismo; **PROMOGIFT**, Salón Internacional del Regalo Promocional; **INTERGIFT**, Salón Internacional del Regalo y Decoración; **BISUTEX**, Salón Internacional de la Bisutería y Complementos; **MADRIDJOYA**, Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia; **MOMAD**, Salón Internacional de Textil, Calzado y Accesorios; **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo; **MBFWMadrid**, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid; **GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA**, **FRUIT ATTRACTION**, **CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN** y **GENERA**.



Actividad de ferias y eventos realizados en 2021.

FERIAS PROPIAS.

- Ferias y eventos presenciales
- Ferias y eventos digitales
- Ferias y eventos híbridos (presenciales + digitales)

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales	Visitas virtuales
1/3/21-28/3/21	INTERSICOP LIVE Connect	Salón Internacional de Panadería, Pastelería, Heladería, Café y Equipamiento	Digital		60		1.881
1/4/21-21/4/21	AULA LIVE Connect	Salón Internacional del Estudiante y de la Oferta Educativa	Digital				
1/4/21-21/4/21	CONGRESO RED + Interdidac LIVE Connect	Congreso de Recursos de la Educación y Exposición Comercial	Digital				
1/4/21-21/4/21	EXPOEARNING LIVE Connect	Congreso Internacional y Feria Profesional	Digital				
1/4/21-21/4/21	SALÓN INTERNACIONAL DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA LIVE Connect		Digital		115		6.370
1/4/21-21/4/21	SCHOOLS DAY LIVE Connect	Día de las Familias y los Colegios	Digital				
7/4/21-8/4/21	THE SUMMIT BY SIMO EDUCACIÓN EDICIÓN ESPECIAL	Aprendizajes para después de una crisis	Digital				
8/4/21-11/4/21	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID 1ªED		Presencial	6.161	20	4.407	
8/4/21-11/4/21	ESTAMPA EDICIÓN ESPECIAL	Contemporary Art Fair	Presencial	2.831	72	13.942	
19/5/21-23/5/21	FITUR	Feria Internacional de Turismo	Híbrida	44.039	5.225	62.000	14.194

CONTINÚA >

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales	Visitas virtuales
4/6/21-13/6/21	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN Y SEMINUEVO		Presencial	14.365	33	41.599	
12/6/21-20/6/21	ANTIK PASSION ALMONEDA	Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo	Presencial	2.748	80	3.369	
17/6/21-19/6/21	IBERZOO + PROPET LIVE Connect	Feria Internacional para el Profesional del Animal de Compañía	Digital		49		2.004
24/6/21-26/6/21	EXPODENTAL SCIENTIFIC CONGRESS		Presencial	2.732	135	8.463	
7/7/21-11/7/21	ARCOmadrid	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Presencial	15.296	164	20.500	
8/9/21-9/9/21	Organic Food Iberia	Feria Profesional Internacional para el sector Ecológico en la Península Ibérica	Presencial				
8/9/21-9/9/21	Eco Living Iberia	Feria Profesional Internacional sobre cosmética, moda y menaje, naturales, éticos y sostenibles de la Península Ibérica	Presencial	5.192	232	4.978	
12/9/21-19/9/21	ARCOlisboa	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Digital		29		ND
14/9/21-16/9/21	DIGICOM	Feria de Impresión Digital y Comunicación Visual	Presencial	2.229	77	3.672	
14/9/21-16/9/21	PROMOGIFT	Salón Internacional del Objeto Promocional y Maquinaria para Personalización	Presencial	1.027	56	2.217	

CONTINÚA >

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales	Visitas virtuales
15/9/21-19/9/21	INTERGIFT	Salón Internacional del Regalo y Decoración	Híbrida	16.322	150	26.460	30.722
16/9/21-19/9/21	BISUTEX	Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	Híbrida	4.110	179	7.761	
16/9/21-19/9/21	MADRIDJOYA	Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia	Híbrida	3.908	137	9.937	
17/9/21-19/9/21	MOMAD	Salón Internacional de Textil, Calzado y Accesorios	Híbrida	4.737	154	8.660	
16/9/21-19/9/21	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID 2ª ED		Presencial	6.658	15	6.354	
25/9/21-26/9/21	100 X 100 MASCOTA	Feria del Animal de Compañía	Presencial	19.996	98	15.675	
5/10/21-7/10/21	FRUIT ATTRACTION	Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas	Híbrida	41.073	875	69.448	22.504
13/10/21-15/10/21	LIBER	Feria Internacional del Libro	Híbrida	2.198	108	8.360	2.387
15/10/21-17/10/21	1001 BODAS	Salón de Productos y Servicios para Celebraciones	Presencial	2.110	101	11.877	
21/10/21-24/10/21	ESTAMPA	Contemporary Art Fair	Presencial	3.598	86	12.706	
21/10/21-24/10/21	GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CALIDA		Presencial	2.000	10	5.250	
22/10/21-24/10/21	SALON LOOK	Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral	Presencial	4.735	164	35.122	
2/11/21-4/11/21	TRAFIC	Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible	Híbrida	2.685	56	2.117	2.394
11/11/21-13/11/21	MAÑANA	El Mañana empieza hoy	Híbrida	3.507	6	954	5.346

CONTINÚA >

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales	Visitas virtuales
13/11/21-21/11/21	FERIARTE	Feria de Antigüedades y Galerías de Arte	Presencial	3.296	63	16.507	
16/11/21-18/11/21	GENERA	Feria Internacional de Energía y Medioambiente	Híbrida	7.159	239	21.414	4.626
16/11/21-18/11/21	FORMANDO FUTURO (FUNDAE)	Salón Internacional de la Formación para el Empleo	Híbrida	933	59	3.565	4.269
16/11/21-19/11/21	CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN - C&R	Salón Internacional de Aire Acondicionado, Calefacción, Ventilación, Frío Industrial y Comercial	Híbrida	15.580	313	23.345	18.047
18/11/21-20/11/21	WORLD PANDEMICS FORUM		Presencial	966		1.222	
25/11/21-27/11/21	VIDA SILVER		Híbrida	6.500	54	2.127	5.250
26/11/21-28/11/21	MADRID HORSE WEEK		Presencial	13.218	88	12.508	
30/11/21-1/12/21	SIMO EDUCACIÓN LIVE Connect	Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa	Digital		25		1.623
3/12/21-8/12/21	JUVENALIA	Salón del Ocio Infantil y Juvenil	Presencial	11.804	33	21.931	
4/12/21-6/12/21	MADRID CÓMIC POP UP	Salón del Cómic	Presencial	1.390	53	9.639	
15/12/21-19/12/21	ANTIK PASSION ALMONEDA NAVIDAD	Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo	Presencial	1.209	43	1.028	
17/12/21-19/12/21	AMAZON GAMERGY MAPFRE EDITION	E-sports & Gaming Festival	Híbrida	8.343	18	65.820	9.502

PROYECTOS INTERNACIONALES.

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Expositores totales	Visitantes totales
5/12/21 - 7/12/21	SALÓN LOOK SANTIAGO DE CHILE	Salón Internacional de la Imagen y la estética Integral	987	47	6.500

FERIAS EXTERNAS.

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Expositores totales	Visitantes totales
22/3/21 - 24/3/21	HIP - HOSPITALITY INNOVATION PLANET	Salón Profesional para el Sector HORECA	21.800	396	11.841
18/5/21 - 20/5/21	DES-DIGITAL ENTERPRISE SHOW	El evento líder a nivel mundial de Digitalización para empresas	11.230	211	8.134
27/5/21 - 30/5/21	SIMA	Salón Inmobiliario Internacional de Madrid	2.096	140	2.508
31/5/21 - 2/6/21	MADRID FUSIÓN		11.032	183	14.300
10/6/21 - 13/6/21	CINEGÉTICA	Pasión por el campo y la caza	3.510	250	18.000
21/9/21 - 23/9/21	REBUILD	Show Room y Congreso Nacional de Arquitectura avanzada y construcción 4.0	20.830	401	10.673
24/9/21 - 25/9/21	EXPODEPOR	Feria del Deporte	3.000	49	ND
25/9/21 - 26/9/21	JAPAN WEEKEND MADRID	Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa	11.500	18	12.700
18/10/21 - 21/10/21	SALÓN GOURMETS	Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad	25.387	1.548	74.914
27/10/21 - 28/10/21	MADRID TECH SHOW	Cloud Expo, Cyber Security World, Data Center, Big Data & AI, ESHOW, TFM	6.897	184	ND
3/11/21 - 4/11/21	FARMAFORUM	Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacia, Cosmética y Tecnología de Laboratorio	6.120	246	5.400
3/11/21 - 4/11/21	Biotechforum	Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacia, Cosmética y Tecnología de Laboratorio			
3/11/21 - 4/11/21	Cosmeticaforum	Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacia, Cosmética y Tecnología de Laboratorio			
3/11/21 - 4/11/21	Labforum	Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacia, Cosmética y Tecnología de Laboratorio			

CONTINÚA >

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Expositores totales	Visitantes totales
3/11/21 - 5/11/21	FEINDEF	Feria Internacional de Defensa y Seguridad	15.359	606	19.269
5/11/21 - 7/11/21	STOCK! FERIA OUTLET MADRID	Moda, Complementos, Surf, Snow, Deporte, Infantil, Hogar	4.139		ND
11/11/21 - 14/11/21	BIOCULTURA	Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable	4.121	408	27.860
17/11/21 - 18/11/21	METAL MADRID	"Part of Advanced Manufacturing Madrid The future of performance metal working Industrial"	14.033	585	12.630
17/11/21 - 18/11/21	COMPOSITES MADRID	"Part of Advanced Manufacturing Madrid The future os composites engineering, materials & technology"			
17/11/21 - 18/11/21	ROBOTICA MADRID	Part of Advanced Manufacturing Madrid The future of industrial automation & robotics			
22/11/21 - 23/11/21	XXI Salón Peñín de los Mejores Vinos de España		5.720	356	2.800
24/11/21 - 25/11/21	ARCHITECT@WORK Madrid	Architect, meets, innovations	2.313		ND
24/11/21 - 25/11/21	EMPACK MADRID	The future of packaging technology	7.380	311	9.696
24/11/21 - 25/11/21	LOGISTICS & AUTOMATION MADRID	The future of intralogistics technology			
24/11/21 - 25/11/21	EXPO FOODSERVICE	The B2B Food & Beverage, Equipment and Machinery Show	1.900	92	3.700
26/11/21 - 28/11/21	RETROMÓVIL MADRID	XVIII Salón Internacional del Vehículo de Época, Clásico y Colección	13.591	150	30.175
26/11/21 - 28/11/21	SIMA OTOÑO	Salón Inmobiliario Internacional de Madrid	3.121	160	6.700
30/11/21 - 1/12/21	RAIL LIVE	Technology, Innovation & Strategy for the entire rail supply chain	3.060	130	4.000

CONGRESOS CON EXPOSICIÓN.

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Expositores totales	Visitantes totales
31/5/21 - 3/6/21	CONAMA 2021	15ª edición del Congreso Nacional del Medio Ambiente	468	19	3.028
27/8/21 - 31/8/21	ESTRO 2021		4.838	67	4.120
10/9/21 - 11/9/21	DS WORLD DENTAL		522	4	1.300
9/10/21 - 11/10/21	SEPES MADRID 2021	50º Congreso Anual de la Sociedad Española de Prótesis Estomatológica y Estética	1.597	51	1.500
26/10/21 - 28/10/21	WATM Congress (world ATM)	The largest Air Traffic Management exhibition and industry forum in the world	8.819	172	5.400
27/10/21 - 28/10/21	SMART ENERGY CONGRESS & EXPO	Technologie for a green digital revolution	992	28	700
3/11/21 - 5/11/21	CRITICAL COMMUNICATIONS WORLD		4.400	56	2.500
7/12/21 - 11/12/21	IEEE Global Communications Conference	Connecting Cultures around the Globe	234	12	500

CONCIERTOS Y EVENTOS DE LARGA DURACIÓN.

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Visitantes totales
1/1/21 - 8/1/21	FIEBRE HAMILTON	Homenaje a Lin-Manuel Miranda	1.050	970
3/1/21 - 3/1/21	PINTURILLA Y LA PANDILLA VAINILLA		1.050	181
1/1/21 - 9/1/21	TUTANKHAMÓN. La Tumba y sus Tesoros		2.338	40.282
19/2/21 - 28/2/21	ANNIE EL MUSICAL		1.050	2.818
20/2/21 - 28/2/21	EL MARAVILLOSO MAGO DE OZ		1.050	1.313
18/2/21 - 28/2/21	LA MAGIA DE BROADWAY		1.050	1.415
13/5/21 - 16/5/21	FERIA DE SAN ISIDRO		10.513	24.600

CONTINÚA >

Fecha de celebración	Nombre de la feria	Leyenda	Superficie neta (m²)	Visitantes totales
4/9/21 - 4/9/21	FESTIVAL COCA-COLA MUSIC EXPERIENCE		14.151	2.700
11/9/21 - 11/9/21	EL ÚLTIMO APLAUSO	Javier Andreu, Carlos Segarra, Ramoncín, Javier Ojeda, Jose Manuel Casañ	12.711	1.753
17/9/21 - 18/9/21	TOMAVISTAS EXTRA	Rufus T. Firefly + Maika Makovski+ León Benavente + Chaqueta de Chándal	2.274	2.310
20/10/21 - 20/10/21	LOS PLANETAS CONCIERTO ESENCIAL + EL ÚLTIMO VECINO		2.338	964
19/3/21 - 26/9/21	SUPERTHINGS. LA EXPOSICIÓN OFICIAL		2.338	91.598
18/12/21 - 19/12/21	CANTAJUEGOS		2.810	N/D
26/12/21 - 26/12/21	SUPERTHINGS LIVE! - THE SHOW	Rivals of Kaboom	2.810	N/D
30/9/21 - 31/12/21	CIRCO BACANAL		2.198	57.498
1/10/21 - 31/12/21	HANGAR 52 REVOLUTION		1.440	24.468
7/10/21 - 31/12/21	WAH Madrid	"El Show más espectacular del mundo hasta que lo prohíban"	1.440	31.263
28/10/21 - 31/12/21	BODY WORLDS	El Ritmo de la Vida	1.403	21.937
18/11/21 - 31/12/21	JOY TO THE WORLD	!Vive la Gran Aventura de la Navidad!	4.626	34.096
19/11/21 - 31/12/21	CIRCLASSICA	El sueño de Miliki	2.198	91.598
5/5/21 - 27/6/21	CRUZ DE NAVAJAS	Mecano musical experience	1.050	59.663
19/3/21 - 31/12/21	DINO WORLD	Vive una Aventura Jurásica	1.403	70.681

OTROS EVENTOS.

EVENTOS EN EL RECINTO FERIAL DE IFEMA MADRID

- PROCESO SELECTIVO DE ACCESO A LA ESCALA BÁSICA DE LA POLICÍA NACIONAL
- MSD MOVE ON - PACÍFICO MEETING
- EXÁMENES METRO DE MADRID
- ELECCIONES AUTONÓMICAS COMUNIDAD DE MADRID
- EXÁMENES POLICÍA MUNICIPAL DE SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES
- ELECCIONES PERUANAS 1ª VUELTA
- ASAMBLEA MMT SEGUROS
- ELECCIONES PERUANAS 2ª VUELTA
- GRADUACIÓN DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA (UE)
- GRADUACIONES DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS
- CONGRESO ESTRO 2021
- XXI SALÓN PEÑÍN DE LOS MEJORES VINOS DE ESPAÑA
- HYROX - VICTUM SPORTS
- SCAT - ACTUALIZACIÓN TAXÍMETROS 2022
- CEPSA RECONOCIMIENTOS

EVENTOS EN EL PALACIO MUNICIPAL DE IFEMA MADRID

- PREMIO CINEMATográfico JOSÉ MARÍA FORQUÉ 26 EDICIÓN
- PRESENTACIÓN MARCA IFEMA MADRID
- CORREDOR DEL MEDITERRÁNEO
- PREMIOS PLATINO DEL CINE IBEROAMERICANO
- CONGRESO SMART ENERGY CONGRESS Y EXPO
- PREMIO CINEMATográfico JOSÉ MARÍA FORQUÉ 27 EDICIÓN
- 143RD IPU ASSEMBLY



Nueva identidad corporativa.

Nueva marca y nuevo *branding*_58

Acciones de lanzamiento_64

03.

Nueva marca y nuevo branding.

La nueva identidad corporativa respondió a la necesidad de reposicionar la marca para dar respuesta a los nuevos retos vinculados a la evolución del mercado, las audiencias y el propio contexto competitivo.

En este sentido, se planteó un reposicionamiento completo de la marca, tanto de su imagen visual como del concepto, para contribuir activamente a impulsar a la Institución hacia el futuro, remarcando la vocación de servicio de la sociedad.

Punto de partida y retos de marca.

El proyecto arrancó en 2020 con una fase inicial de reflexión sobre los atributos que transmitía la marca y las oportunidades del momento. Para ello, se desarrolló un intenso trabajo de investigación, que incluyó entrevistas cualitativas a los principales grupos de interés de la Institución, tanto internos como externos. El propósito fue recoger su visión sobre la evolución y los retos de futuro del sector, así como la percepción de la marca IFEMA en el momento y su proyección en el futuro.

La fase de reflexión e investigación planteó los tres principales retos que debía afrontar la marca, a partir del análisis de la evolución del sector y el posicionamiento de la Institución:



- 1 **Definir un espacio de marca propio y único para IFEMA, capaz de dotarla de contenido y generando diferenciación frente a su contexto competitivo.**
- 2 **Actualizar y dinamizar la marca, preparándola para los retos actuales y futuros e identificando el foco del posicionamiento de IFEMA.**
- 3 **Identificar y crear los activos de marca que mejor ayuden a activar a IFEMA de una forma creíble, relevante y diferencial.**

Pilares estratégicos de la nueva propuesta.

En la siguiente fase, se identificó el objetivo estratégico de la renovación de la identidad, que puede resumirse en "demostrar la capacidad de IFEMA como ecosistema de valor donde la inspiración se vive en primera persona".

Para desarrollar esta meta, se definieron los cuatro pilares estratégicos de la nueva propuesta de valor:

La redefinición de la identidad corporativa de la Institución quiere contribuir activamente a impulsarla hacia el futuro.

Impacto

Como expresión de una marca que trasciende e impacta en las empresas, las comunidades y los sectores. Es un motor de inspiración e innovación, una fuente tangible de crecimiento y desarrollo. Un icono de la vitalidad y la fuerza que se requieren para construir el futuro.

Conexión

Como representación de la capacidad de construir y enriquecer relaciones; de generar vínculos y tejer proyectos de futuro. Expresa cohesión y conocimiento, esfuerzo por conocer las necesidades de sus audiencias y responder a la evolución y al cambio que demandan sus sectores.

Vitalidad

Como mucho más que una marca. Es embajadora de España y Madrid en el mundo, de su vitalidad y carácter ambicioso, movilizador y lleno de energía. Es símbolo de la capacidad de inspirar, contagiar, generar valor y conquistar con pasión el futuro.

Ingenio

Como una marca creativa, inteligente e inspiradora. Impulsora de talento e innovación, y generadora de proyectos de valor para sus audiencias. Constructora de experiencias, ideas y grandes aportaciones e innovaciones empresariales.

Definición y diseño.

Este trabajo se concretó en el desarrollo de una nueva identidad corporativa, con una decidida declaración de intenciones desde la misma denominación de la Institución: la integración de "MADRID" a la nomenclatura de marca aporta valor y trascendencia a la marca Madrid y posiciona a la Institución Ferial de Madrid como uno de sus principales embajadores a nivel internacional.

Esta nueva esencia abarca todos los elementos de expresión de la marca: símbolo y logotipo, lema, colores, tipografía o estilo fotográfico. Todo ello define un espacio propio y con carácter único para IFEMA MADRID, estableciendo los pilares clave para activar la marca de una forma creíble, relevante y diferencial.

Los nuevos elementos se implantaron progresivamente a lo largo del año en todos los soportes de expresión de la Institución, tanto en sus canales de comunicación presenciales y digitales como en el conjunto de sus instalaciones.

ELEMENTOS DE LA NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA.

El desarrollo de la nueva imagen busca poner en valor las fortalezas de IFEMA MADRID a través de un nuevo universo visual adaptado a los entornos digitales, que acompañe e identifique a nuestra estrategia empresarial, capaz de seguir impulsando el negocio hacia el futuro.

LOGOTIPO

El nuevo logotipo IFEMA MADRID, que sustituye al utilizado en los últimos 30 años, sintetiza gráficamente la nueva estrategia, generando una conexión emocional y movilizadora con sus audiencias. Destaca la incorporación de "MADRID" a la nomenclatura de marca (anteriormente, la Institución se denominaba únicamente "IFEMA").



El nuevo logo está inspirado en la I, que refleja el símbolo de la Institución. La I recoge la fuerza del universo abierto sobre el que se sitúan el impacto, la internacionalización y la inspiración.

Es la síntesis gráfica de nuestra plataforma estratégica y sirve como identificativo de todo aquello que nos representa. Todo lo que hacemos y decimos.

LEMA

Siente la inspiración.

El eje del nuevo concepto corporativo es la inspiración, que IFEMA MADRID invita a vivir en primera persona. El lema ocupa un lugar protagonista en todas las comunicaciones, como transmisor de un nuevo significado de marca de largo recorrido: una marca que quiere difundir una actitud proactiva y positiva, impulsora de conocimiento, creatividad y talento, remarcando la aportación que significa "Vivir la experiencia".

Además, permite situar a IFEMA MADRID en una posición central, como el lugar donde se produce la inspiración, se conectan las personas y se genera el conocimiento.

COLOR

La nueva identidad corporativa se completa con un entorno visual y gráfico que transmite liderazgo, futuro y la centralidad de las personas. El color principal es el llamado "azul profundo IFEMA MADRID", que simboliza la esencia de la transformación. Un color que transmite liderazgo, impacto y futuro.



TIPOGRAFÍA

Uno de los recursos gráficos más relevantes de la identidad de IFEMA MADRID, es la tipografía. Su uso constante da personalidad y coherencia a la marca.

La identidad visual de IFEMA MADRID cuenta con dos tipografías corporativas: FS Meridian y Barlow, que generan contraste visual entre ellas.

La FS Meridian Bold aporta expresividad y se utiliza en titulares, mientras que la Barlow Regular es más funcional y legible y se emplea en los cuerpos de texto.

FS Meridian Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 €?%&/@#

Barlow Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 €?%&/@#

FOTOGRAFÍA

El estilo fotográfico transmite el potencial de IFEMA MADRID como epicentro de la inspiración donde todo está en continuo movimiento.



ILUSTRACIÓN

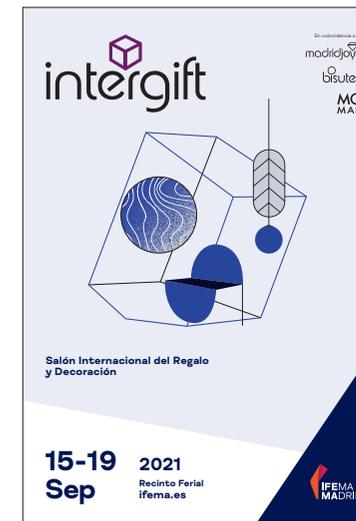
La ilustración de IFEMA MADRID es sencilla y funcional, manteniendo el estilo sintético y bidimensional.

El estilo no se limita a representar la realidad tal y como la vemos, sino que tiende a resaltar las formas para transmitir ideas y evocar emociones.



NUEVA ARQUITECTURA DE MARCA

Para completar el proyecto de *branding* se diseñó una arquitectura de marca relevante y consistente, con la marca IFEMA MADRID como paraguas, que identifica el portfolio de marcas de ferias y propias y clarifica la comunicación con las audiencias.



Además, se identificó la nueva línea de negocio dirigida a conciertos y espectáculos con la marca IFEMA MADRID LIVE.



En definitiva, todo un universo creativo para activar la marca en todos los puntos de contacto (comunicación, espacios, ferias, entornos digitales, etc.).

Una marca con una huella musical y un branding sonoro propio que conecta con la esencia multicultural de sus audiencias e invita a vivir la experiencia.

Porque, en IFEMA MADRID, la inspiración es el comienzo de todo.



VÍDEO
**IFEMA MADRID,
UNA INSPIRACIÓN
QUE SE VIVE Y SE SIENTE**



VÍDEO
**IFEMA MADRID, NUEVO
POSICIONAMIENTO DE MARCA**

Premio Aebrand al Reposicionamiento de Marca

La Asociación Española de Branding (Aebrand) reconoció el trabajo de nueva identidad de marca realizado por IFEMA MADRID y la agencia Brandfor con el Premio Aebrand al Reposicionamiento de Marca.

Estos galardones premian la excelencia y las mejores prácticas de *branding* desarrolladas en España e Hispanoamérica, y son una plataforma para promover, impulsar y divulgar el *branding* profesional.



Acciones de lanzamiento.

La relevancia de la identidad de marca como transmisora de la nueva estrategia de IFEMA MADRID se expresó con un *teaser* de la nueva marca en el centro de Madrid y un evento de lanzamiento con la máxima representación institucional. Posteriormente se desarrolló una campaña de publicidad con una presencia destacada en los medios digitales y en las calles de Madrid.

Teaser de la nueva marca.

La ciudad de Madrid fue el escenario de una acción sorpresa en dos lugares tan emblemáticos como la plaza del Callao y el paseo de Recoletos, frente al Ayuntamiento de Madrid. En estos dos espacios, el 29 de marzo apareció, sin más explicación, una escultura metálica de tres metros de altura con el nuevo símbolo de IFEMA MADRID sobre una peana, y permaneció hasta el 28 de abril.

La escultura llamó rápidamente la atención de los madrileños y visitantes de la ciudad. Además, para incrementar la expectativa,



se organizó una campaña con influencers que difundieron el misterio en sus perfiles de Instagram, Twitter y TikTok. El grupo de influencers logró propagar el interés y la expectación a sus seguidores, que también participaron publicando fotografías y vídeos.

La acción alcanzó una gran repercusión, con más de 4,2 millones de impactos en Instagram y Twitter durante un único fin de semana, llegando a 1,5 millones de usuarios únicos.

Tras finalizar la acción, las esculturas se desmontaron y se trasladaron al interior del Recinto Ferial de IFEMA MADRID para su exhibición.

Evento de presentación.

El evento de lanzamiento se celebró el 13 de abril de 2021 en el Palacio Municipal de IFEMA MADRID, bajo la presidencia de SS.MM. los Reyes de España. También asistieron la presidenta del Senado, María Pilar Llop; la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso; la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto; y el alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, entre otras autoridades, políticos y empresarios.

El acto se inició con la proyección del vídeo "Muy Madrid, muy de todos" y el espectáculo "Siente la inspiración", que presentó el nuevo lema de IFEMA MADRID. Además, contó con la participación del mago Yunke, que desveló el corpóreo con la nueva marca.



En su intervención, el director general de IFEMA MADRID, Eduardo López-Puertas, señaló que "la magia de IFEMA MADRID está en su capacidad de conectar ideas y personas; de generar ecosistemas de innovación y de desarrollo; de su capacidad de armonizar la inteligencia, el ingenio y la creatividad de tantas empresas, personas y sectores, que comparten talento y conocimiento.

La intervención del presidente del Comité Ejecutivo, José Vicente de los Mozos, destacó la importancia de los salones celebrados a través de plataformas digitales y "el doble reto que para IFEMA MADRID suponen los eventos digitales e híbridos: revolucionar el modelo de negocio y liderarlo no solo en España sino también en los mercados internacionales".



Campaña de publicidad.

En los días posteriores al evento se desarrolló una intensa campaña de la nueva identidad, con especial presencia en los medios digitales y en las calles de Madrid.

La campaña transmitió el espíritu joven y renovador de la nueva marca, con anuncios protagonizados por el nuevo símbolo de

IFEMA MADRID (isotipo de la "i") e imágenes de diferentes perfiles de usuarios y clientes, de edades también muy variadas. Estos perfiles se mostraron en fotografías que expusieron momentos de inspiración, acompañados de textos que hacían referencia a los cuatro pilares de la nueva propuesta de valor (impacto, conexión, ingenio y vitalidad).



Repercusión en los medios de comunicación.

La repercusión mediática y social de todas estas acciones fue muy relevante. Por ejemplo, el evento de presentación se publicó en 311 medios de comunicación, con una audiencia potencial de 49,4 millones de personas y una valoración económica superior a los 939.000 euros.

Por su parte, únicamente en su primera fase (14 de abril a 15 de mayo de 2021), la campaña de comunicación alcanzó la cifra de 161 millones de impresiones en soportes digitales, con una audiencia de 9,3 millones de usuarios únicos.

Por otro lado, las páginas vistas en la nueva página web de IFEMA MADRID, que también adaptó la nueva imagen, se incrementaron en cerca de un 75% en relación con el mismo periodo del año anterior.

La presentación de la marca IFEMA MADRID tuvo impacto en más de 300 medios de comunicación, llegando a más de 49 millones de personas.

Impacto en comunicación.

IFEMA MADRID en los medios_71

Nueva experiencia web_74

Comunidad digital_76

04.

IFEMA MADRID en los medios.

El impulso de IFEMA MADRID en la reactivación del sector, el lanzamiento de nuevos eventos y la presentación de la nueva identidad de marca han alcanzado en 2021 una importante repercusión mediática. La atención a los medios nacionales e internacionales nos ha permitido mantenernos, un año más, como un referente global del sector.

En paralelo, hemos reforzado la apuesta por los soportes digitales con el objetivo de conseguir un impacto social más allá de los medios tradicionales. En este ámbito, destacan la renovación de la web corporativa y la comunicación a través de nuestros distintos canales sociales.



En un año como 2021, la actividad de los diversos canales de comunicación de IFEMA MADRID resultó determinante para dar a conocer y poner en valor las distintas fases de reactivación de nuestras operaciones. De este modo, junto con las campañas de comunicación sobre la celebración de cada feria o evento, se emitieron monográficos sobre el regreso de la actividad presencial al final del primer trimestre del año, el programa cultural en los meses de verano o la previsión de acciones en el último trimestre.

Del mismo modo, complementaria a la campaña de lanzamiento, se desarrolló una acción especial de relación con los grandes medios del país en ocasión de la presentación de la nueva identidad corporativa. La acción se dirigió a garantizar la vinculación entre la renovada imagen y los pilares del plan de negocio.

El total de impactos en los medios de comunicación españoles e internacionales alcanzó en 2021 la cifra de 333.188 noticias y una audiencia de 15.609,4 millones de personas. Estos datos se traducen en una valoración económica de 600,5 millones de euros.

Atendiendo al volumen, destacan un año más las cifras de repercusión de **FITUR**, Feria Internacional de Turismo, con 173.000 impactos mediáticos y una audiencia de 203 millones, seguida de los grandes eventos del sector de la moda: **GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA** (80.697 impactos y 1.600 millones de personas) y **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** (11.078 menciones y una audiencia de 931 millones en su edición de abril, y 3.840 impactos y 700 millones de audiencia en septiembre).

Destacó también la atención despertada por **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo (7.529 impactos y una audiencia de 7.932 millones), y **FRUIT ATTRACTION**, Feria del Sector de Frutas y Hortalizas (3.594 impactos y 434,7 millones de audiencia).





IMPACTO DE IFEMA MADRID EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Institucionales

Noticias:

8.020

Audiencia:

1.480 M.

Valoración económica:

40,5 M. €

Totales en conjunto

Noticias:

333.188

Audiencia:

15,6 M.

Valoración económica:

600,5 M. €

M.: millones; M. €: millones de euros.



Periodistas acreditados.

A lo largo del año, 5.748 periodistas de más de 5.150 medios de comunicación se acreditaron para cubrir informativamente los diversos eventos organizados por IFEMA MADRID. Como ya sucediera en 2020, las restricciones a la movilidad y la cancelación de numerosos eventos físicos condicionaron la asistencia de profesionales de medios internacionales, con 245 periodistas acreditados en 2021 (4,3% del total).

El evento que más medios atrajo fue **FITUR**, Feria Internacional de Turismo (2.346 periodistas acreditados y 1.967 medios), seguido de **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo (1.041 periodistas y 981 medios) y el encuentro **Amazon GAMERGY MAPFRE EDITION** (923 periodistas de 876 medios).



VOLUMEN DE PERIODISTAS Y MEDIOS ACREDITADOS EN IFEMA MADRID

Periodistas totales:

5.748

Nacionales:

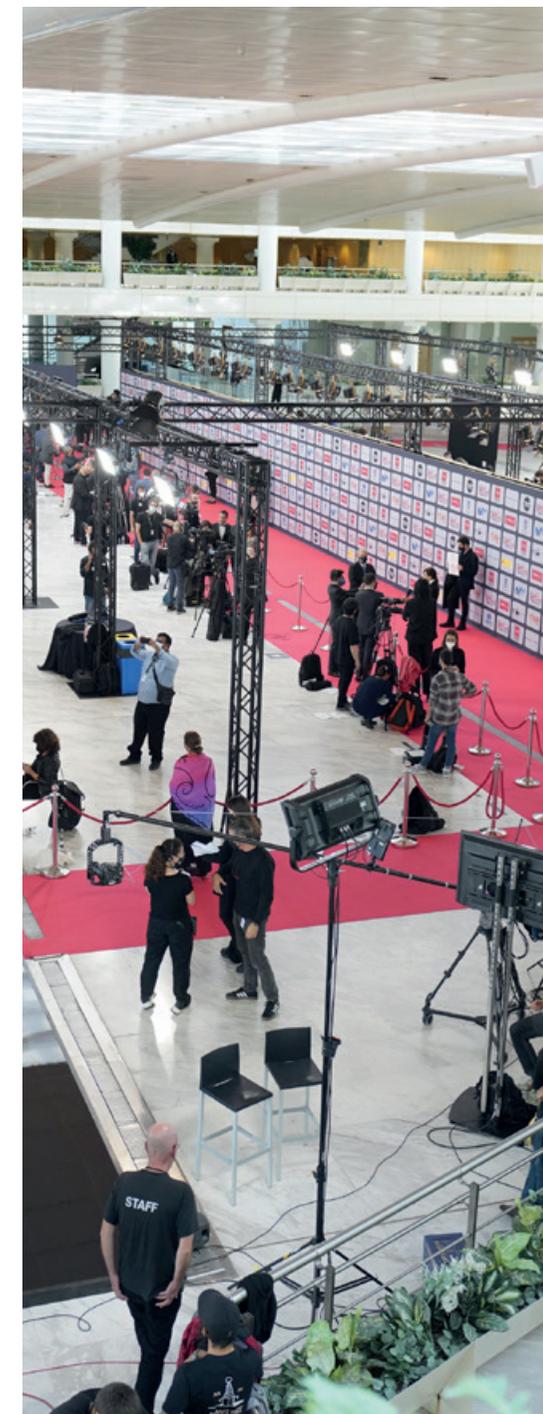
5.503

Internacionales:

245

Medios:

5.153





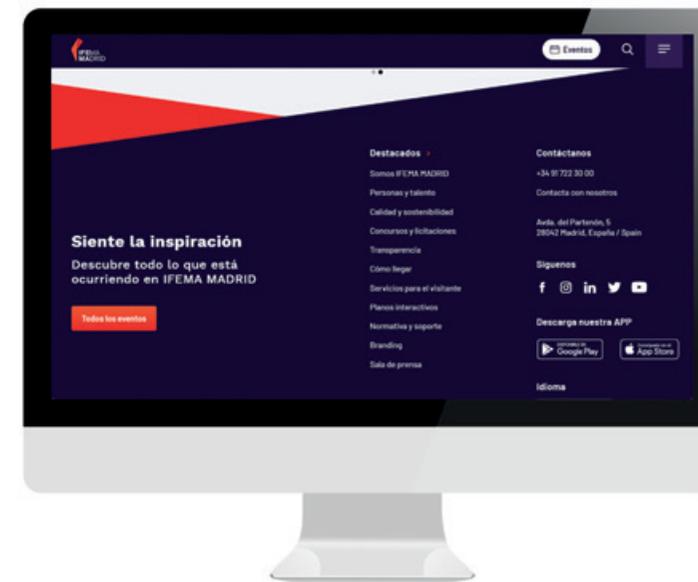
Nueva experiencia web.

La aceleración de la transformación digital y el incremento progresivo del número de usuarios de las plataformas virtuales nos llevaron en 2021 a desarrollar una actualización completa de la página web de IFEMA MADRID, apenas dos años después de la anterior renovación. El proyecto, que también ha permitido implantar la nueva identidad corporativa, se ha enfocado a garantizar la mejor experiencia web a cada uno de los perfiles de usuarios más comunes de la plataforma: visitantes, expositores, organizadores de eventos y profesionales interesados en promocionar su marca.

Desde la misma *home* de inicio se pregunta a los usuarios cuál es el objetivo principal de su visita a la página. A través de tres preguntas sencillas, el usuario puede reflejar sus intereses y obtener resultados relevantes en base a ellos. Este planteamiento ha supuesto una completa reestructuración de la arquitectura de la página, incluyendo la adaptación de la nomenclatura de diversas secciones para conseguir un tono más cercano. Otro cambio relevante es un acceso más directo a los eventos y un nuevo buscador.

La evolución de los indicadores de acceso a la página web de IFEMA MADRID y sus ferias asociadas muestran la relevancia actual de los canales de comunicación digitales. En 2021, las diversas plataformas de IFEMA MADRID superaron la cifra de 10 millones de visitas, con un crecimiento del 101% con relación a 2020. Por su parte, el número de páginas vistas experimentó un incremento del 59% respecto al año anterior, con cerca de 26 millones.

En el incremento de uso de las plataformas digitales jugó también un papel clave el desarrollo de la plataforma LIVE Connect, adoptada en 2021 por todas las ferias como canal de relación permanente entre los profesionales de los respectivos sectores, más allá de las fechas de celebración presencial de cada salón.



AUDIENCIA DE LAS PÁGINAS WEB DE IFEMA MADRID

Sesiones:

10.529.930

(+101% respecto a 2020)

Páginas vistas:

25.902.426

(+59% respecto a 2020)

Nuevo calendario interactivo

En la renovación de la página web de IFEMA MADRID se puso especial atención a la presentación del calendario de eventos, uno de los espacios más visitados y que permite mostrar la diversidad de la oferta de actividades de la Institución.

El calendario incorpora un nuevo motor de búsqueda que no se limita únicamente a la fecha, sino que incluye también la selección por categoría de eventos. El buscador se convierte en una herramienta de recomendación al usuario y de diseño de campañas específicas de *marketing*.

Comunidad digital.

La comunidad de IFEMA MADRID en redes sociales mantuvo, en 2021, el extraordinario crecimiento experimentado en el año anterior, consolidándose como herramientas de comunicación indispensables para el contacto con cualquier perfil de usuario.

A partir del desarrollo de una estrategia de contenidos personalizada para cada plataforma, se registró un incremento tanto del número de perfiles como del número de usuarios en redes sociales. IFEMA MADRID cerró 2021 con 67 cuentas en Twitter, 65 perfiles en Facebook, 64 en YouTube, 57 en Instagram y 52 en LinkedIn.

Al final del año, la comunidad digital de IFEMA MADRID contaba con 2.316.868 seguidores, con Facebook como la red con un mayor número de usuarios (1.056.467), seguida por Twitter (600.931), Instagram (515.891), LinkedIn (107.383) y YouTube (36.196). Destaca especialmente el incremento registrado en Instagram y YouTube, que sumó más de 24 millones de visualizaciones.

Por canales, sobresalen las cifras logradas por **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** (364.370 seguidores en conjunto); **FITUR**, Feria Internacional de Turismo (268.811 seguidores); **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo (207.379); y **AMAZON GAMERGY MAPFRE EDITION** (126.015). Los canales corporativos de IFEMA MADRID en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn sumaron 168.668 seguidores.



SEGUIDORES DE IFEMA MADRID EN LAS REDES SOCIALES

Total de seguidores:

2.316.868

Facebook:

1.056.467 

Twitter:

600.931 

Instagram:

515.891 

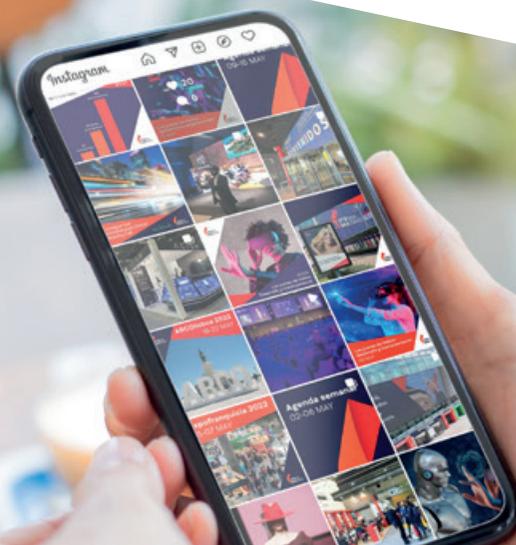
LinkedIn:

107.383 

YouTube:

36.196 

Visualizaciones en YouTube: 24.268.342



Innovación y desarrollo.

Innovación y digitalización, palancas de crecimiento_81

Avances tecnológicos_82

IFEMA MADRID LAB, soluciones pioneras a nuevas necesidades_87

Inversión continua para mejorar los servicios e instalaciones_91

05.

La innovación constituye uno de los pilares de IFEMA MADRID, como motor transversal de crecimiento y progreso de la Institución. Por ello, es uno de los ejes estratégicos que ha desarrollado la nueva dirección de Innovación creada en 2021. Esta unidad se encarga de la transformación del negocio digital mediante el diseño e integración de soluciones avanzadas tecnológicamente que permitan ofrecer nuevos productos y servicios e implantar nuevas metodologías y procesos internos.

En este contexto, también toma especial relevancia la labor de IFEMA MADRID LAB, la incubadora de proyectos tecnológicos y realidad mixta creada en 2017. Su objetivo inicial de desarrollar innovaciones para las ferias organizadas por la Institución se ha visto potenciado en los últimos meses ante la necesidad de consolidar nuevos modelos de eventos, que garanticen la mejor experiencia del visitante tanto presencial como virtualmente. Por este motivo, 2021 ha resultado especialmente activo en el diseño y aplicación práctica de estas innovaciones.

En paralelo, en un año también marcado por la renovación de la imagen de las instalaciones para aplicar la nueva marca corporativa, IFEMA MADRID ha reforzado su política de inversión en infraestructuras con el fin de mantener unos espacios siempre actualizados y preparados para asegurar el mejor servicio a todos los visitantes.



Innovación y digitalización, palancas de crecimiento.

La actual estrategia transformadora de IFEMA MADRID apuesta por incorporar la innovación y la digitalización como palancas fundamentales de crecimiento. Esta consideración se fundamenta en las conclusiones de un análisis previo, realizado con el objetivo de determinar la auténtica aportación e influencia de la Institución en cada sector. En base a los resultados de esta reflexión inicial, se han reformulado la estrategia y el posicionamiento frente a los clientes y la propia competencia a partir de la apuesta por las nuevas tecnologías y formatos digitales.

Impulso a la innovación.

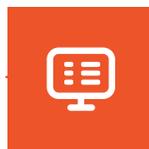
Para la gestión de este eje estratégico, en el primer trimestre de 2021 se presentó la nueva dirección de Innovación, que asume la tarea de llevar a cabo el diseño y la gestión de los planes de innovación que necesita IFEMA MADRID para transformar su modelo de negocio y actualizar su rol como actor principal en la dinamización de la economía. De este modo, la nueva dirección se encarga de adaptar la estrategia a la era digital y de fortalecer el posicionamiento de la organización en el ámbito digital.

Uno de los objetivos prioritarios es incorporar el negocio digital, las oportunidades que ofrecen las audiencias globales, la internacionalización y la gestión de contenidos a la estructura productiva de IFEMA MADRID. Para ello, estamos trabajando en el diseño de planes de transformación para las diferentes marcas, que logren conciliar el mundo físico y el digital mediante un espacio híbrido alineado con los nuevos retos y oportunidades de cada sector. Además, se están implantando nuevos proyectos, definiendo estrategias de recuperación y desarrollando alianzas aceleradoras de la transformación.

En esta estrategia resulta fundamental la gestión del conocimiento histórico acumulado por IFEMA MADRID y de las relaciones de confianza con todos sus grupos de interés, así como la capacidad de generar contenidos de aporten valor a las nuevas plataformas digitales.

Avances tecnológicos.

IFEMA MADRID ha dado continuidad a las acciones de digitalización de la gestión e incorporación de nuevas tecnologías iniciadas en años anteriores. Entre las nuevas soluciones desarrolladas destacan algunas iniciativas pioneras en el sector ferial a nivel europeo.



Nuevo CRM corporativo para una mejor experiencia del cliente.

En 2021 se han iniciado los trabajos de implantación del nuevo CRM (*Customer Relationship Management*), basado en las nubes funcionales *Sales, Marketing, Commerce* y *Service* de *Salesforce*. La actuación en estos ámbitos permite cubrir el ciclo completo de vida del cliente de IFEMA MADRID, con el objetivo de disponer de una visión holística del mismo, mejorar su experiencia, garantizar el control y la calidad de la información y ampliar las posibilidades de crecimiento del negocio.

A lo largo del año se han desarrollado las dos fases iniciales del proyecto: el análisis de los procesos principales de la organización, con la involucración transversal de todo el equipo, y la normalización de dichos procesos.

El primer hito ha sido la implementación de la plataforma para la gestión ferias externas. En paralelo, se han definido los posibles *customer journeys* que guiarán a los clientes a través de la experiencia de marca, mejorando la comunicación y su relación con IFEMA MADRID.

El resto de las funcionalidades de la plataforma se irán implementando progresivamente a lo largo de 2022, hasta alcanzar su adopción completa en el último trimestre del año.



LIVE Connect, plataforma de desarrollo de un nuevo modelo de actividad ferial.

La implantación progresiva de la plataforma digital propia LIVE Connect supone otro de los hitos tecnológicos del año, como muestra del alto nivel de *expertise* de IFEMA MADRID en el negocio ferial y de la capacidad de reacción ante las nuevas demandas del sector.

En 2021 se han realizado importantes avances en su desarrollo y entrada en funcionamiento, con su aplicación en numerosas ferias del calendario con vistas a que esté presente en el 100% de los eventos a lo largo de 2022.

Entre las funcionalidades que integra LIVE Connect figuran el *matchmaking*, el portal del cliente, la formación de comunidades, el catálogo de expositores y la organización de actividades. Su potencial como plataforma relacional en el ámbito B2B (*business-to-business*) ha llevado a preparar una versión para su comercialización más allá de la actividad de IFEMA MADRID.



Visual Space, control integral de la producción de eventos.

ARCOmadrid estrenó en el último trimestre del año la plataforma Visual Space, que integra una serie de soluciones para digitalizar y controlar de manera *online* el proceso completo de producción de eventos presenciales e híbridos. Esta solución incluye la gestión espacial del evento y las operaciones de preventa, comercialización, construcción, celebración y desmontaje.

La plataforma se irá incorporando a nuevas ferias en 2022, en paralelo a un proceso de mejora continua para dotarla de mayor versatilidad y funcionalidad.





Cambios en el sistema de telefonía corporativo.

Durante el segundo semestre de 2021 se ha acometido la migración del sistema de telefonía fija corporativa a una solución de voz sobre IP (*Internet protocol*). En concreto, se ha optado por la tecnología CISCO UCM, que ofrece soluciones de voz, vídeo, mensajería y movilidad con las características y beneficios de los dispositivos IP.

Este nuevo sistema proporciona valor comercial y ventajas competitivas que impulsan la rentabilidad y el crecimiento de oportunidades de negocio en IFEMA MADRID.



Ampliación de servicios digitales.

En 2021 se han realizado importantes avances en la ampliación y la mejora de los servicios digitales de IFEMA MADRID, al tiempo que se ha dado respuesta a los retos derivados de la situación sanitaria. Algunas de las acciones desarrolladas son:

- Integración de los sistemas propios con soluciones del proveedor sanitario encargado de la realización de test sanitarios para garantizar la validación de accesos en función del resultado de los test. Esta acción ha permitido crear un espacio libre de coronavirus para una celebración segura de eventos.
- Evolución de la arquitectura del parque actual de aplicaciones para agilizar la entrega de valor al negocio y su calidad, así como su integración con las implantaciones del CRM corporativo y la plataforma LIVE Connect.
- Mejoras en algunas aplicaciones de uso por parte de los clientes: registro *online* de visitantes, registro de mostrador o simplificación del proceso de registro de prensa.

También se ha trabajado en la digitalización y optimización de varios procesos internos de especial relevancia en el desempeño cotidiano de IFEMA MADRID:

- Desarrollo de nuevas soluciones para la gestión de peticiones e incidencias internas y para el registro de la correspondencia recibida.
- Nueva aplicación para la gestión de las tarjetas Club Feria Oro de los clientes VIP de IFEMA MADRID.
- Nueva aplicación para la gestión de accesos al recinto ferial y una resolución más ágil de incidencias.

IFEMA MADRID ha progresado en 2021 en su consolidación como una organización *data-driven*, mediante el diseño de una nueva arquitectura de gestión de la información que permita disponer de un repositorio común de datos corporativos, así como de las capacidades de análisis necesarias para la toma de decisiones estratégicas.

Integración pionera del control del certificado COVID en el sistema de accesos

IFEMA MADRID se ha convertido en 2021 en el primer recinto ferial de Europa que ha incorporado una solución de reconocimiento y aprobación del certificado COVID de la Unión Europea (*green pass*) en su propio sistema de control de accesos. Este procedimiento permite el chequeo del QR del certificado COVID en el mismo turno de acceso al recinto ferial y su integración con la acreditación de acceso a la feria.

En el momento de su implementación en IFEMA MADRID, solo disponían de este sistema tres estadios de fútbol en Alemania y un edificio en Austria.



IFEMA MADRID LAB, soluciones pioneras a nuevas necesidades.

Sistema de control inteligente del aforo en FITUR

La feria FITUR implantó una solución de análisis de la conducta de los asistentes, con el objetivo de garantizar su seguridad y de mejorar la eficiencia operativa del evento. Este sistema se basa en la información recogida por las cámaras de conteo de personas y los dispositivos conectados a los sistemas inalámbricos del recinto.

A partir del *big data* y de la inteligencia artificial, estos datos proporcionan información sobre la ubicación y los trayectos de los asistentes, su permanencia en una zona o las entradas y salidas, entre otros aspectos. La información se recoge de forma anónima y se presenta mediante mapas de calor dinámicos. Por ejemplo, su análisis permitió la detección en vivo de zonas de alta ocupación o tráfico para poder actuar desde el primer momento y generar una distribución natural de visitantes durante la feria.

Esta funcionalidad ha resultado especialmente relevante en el contexto de pandemia en el que se desarrolló la feria y la necesidad de garantizar un distanciamiento social.



Ante la necesidad de agilizar la implementación de nuevas soluciones, la actividad de IFEMA MADRID LAB en 2021 ha combinado dos líneas de trabajo: el desarrollo de proyectos experimentales con el objetivo de testear su potencial integración a medio plazo y, por otra parte, la aplicación práctica de nuevas innovaciones en algunas de las ferias más significativas del calendario.

Los proyectos en desarrollo se basan principalmente en la investigación sobre tecnologías todavía ajenas al sector ferial, con

el propósito de explorar nuevas oportunidades de difusión de contenido y de mejora de la experiencia de los visitantes. Por ejemplo, destaca el proyecto Demo Podcast, que ha valorado la viabilidad de implementar una plataforma de retransmisión de audio en las páginas web de los eventos de IFEMA MADRID, para su reproducción en tiempo real o en diferido. Otro ámbito de investigación se fundamenta en el estudio de las posibilidades que ofrecen las tecnologías *blockchain*, sobre las que se ha realizado una investigación interna.





La integración de la virtualidad.

Los proyectos de IFEMA MADRID LAB que en 2021 ya se han llevado a la práctica en las ferias tienen en común la voluntad de aprovechar todo el potencial de la digitalización para el desarrollo de espacios virtuales que ofrezcan experiencias diferenciales a los visitantes.

Una de las ferias más activas en este sentido ha sido **FRUIT ATTRACTION**, que ha creado el espacio Fruit Tech para presentar aplicaciones de tecnologías como el 3D o la realidad virtual. Entre las novedades, destacan un plató 3D para la producción de piezas audiovisuales en entornos personalizados mediante realidad virtual o el Espacio AR - Supermercado del Futuro, que combina el mundo real con el virtual mediante gafas de realidad aumentada. También se han realizado *streamings* en directo, recorriendo los pasillos y las distintas áreas de FRUIT ATTRACTION con contenido holográfico y elementos 3D.

La realidad virtual y la realidad aumentada también han estado presentes en **MEAT ATTRACTION**; en este caso, para mostrar las funcionalidades de los restaurantes en el futuro y realizar una visita virtual por una zona de ganadería. En esta feria también se desarrolló una acción POV (*point of view*), en la que un *streamer* retransmitió en directo un concurso de hamburguesas, desde su punto de vista y añadiendo contenido holográfico.

Por último, **ARCOmadrid** ha aprovechado también las posibilidades de la realidad aumentada para presentar un recorrido virtual por un museo en el que las piezas de arte y sus descripciones son hologramas 3D.



Las principales líneas de trabajo de IFEMA MADRID LAB se concretan en un portafolio de cinco patentes, iniciadas en 2020 y finalizadas en 2021:

Método de localización multiseñal para entornos sensorizados e inteligentes (IoT).

Experiencia que combina la realidad aumentada, la realidad virtual y la presencia del usuario en tiempo real con ultraprecisión.

Sistema multiplataforma de interacción en multientorno en tiempo real y multiusuario (mesa aumentada).

Sistema de seguridad aumentado para recintos mediante machine learning e inteligencia artificial (mando gafa universal).

Sistema, métodos y técnicas con realidad aumentada en visores holográficos para el *networking* en ferias comerciales (sociabilidad aumentada).



La Pasarela, primer espacio hiperconectado para la producción de eventos virtuales e híbridos

Uno de los principales hitos de 2021 en la creación de eventos virtuales e híbridos ha sido la presentación del espacio La Pasarela, equipado con la más avanzada tecnología digital y audiovisual. Se trata de un plató digital con un aforo máximo de 600 personas que ofrece cuatro modelos de soluciones:

- **Escenario Panorámico**, diseñado para grabar sesiones de formación, conferencias, talleres, reuniones de trabajo y acciones de comunicación interna.
- **Escenario Integrado**, dirigido a la producción de eventos de lanzamiento de producto, congresos, programas de televisión, galas de premios o juntas generales.

- **Escenario Inmersivo**, ideado para la producción de congresos, ferias, galas, conciertos, juntas generales y presentación de producto.

- **Escenario XR**, que se construye a la medida de las necesidades del cliente.

Este espacio conectado también es pionero en España por sus capacidades interactivas, ya que es el único capaz de establecer conexión directa con otros espacios conectados del mundo.



Inversión continua para mejorar los servicios e instalaciones.

En cuanto a las inversiones destinadas a la mejora de la calidad de los servicios e instalaciones de IFEMA MADRID, en 2021 destaca principalmente la instalación en el Palacio Municipal de una de las mayores redes Wi-Fi CISCO de sexta generación en un palacio de congresos, que permite conexiones más rápidas, mayor número de usuarios simultáneos y ahorro en el consumo energético.

El proyecto ha supuesto la instalación de 200 puntos de acceso y la acometida de 1.500 metros de fibra óptica y más de 15.000 metros de cableado de red. La red Wi-Fi de sexta generación cuenta con OpenRoaming, una tecnología que facilita la conmutación entre redes Wi-Fi y redes móviles 5G para eliminar las barreras de conexión entre redes, facilitando la hiperconectividad y la alta disponibilidad de conexión a los invitados de IFEMA MADRID.

Otro ámbito prioritario de inversión en 2021 ha sido el control de accesos, para el que se ha desarrollado un proyecto específico. La iniciativa ha integrado medidas como la instalación de bolardos hidráulicos para la mejora de la seguridad en las entradas y un sistema de conteo automático para el control de aforos. Este sistema permite determinar en tiempo real el número de personas que se encuentran en las diferentes dependencias del recinto.

En la mejora general de las instalaciones, cabe citar la renovación y actualización del vestuario del personal de IFEMA MADRID, la adecuación de armarios de regulación de gas en las cafeterías o la sustitución del solado metálico de las pasarelas de acceso al aparcamiento Violeta. Además, se ha ampliado la potencia eléctrica disponible en el centro de transformación 11 para dar respuesta a las demandas energéticas de los nuevos proyectos y ampliaciones en el recinto en la Explanada Norte.

El Palacio Municipal de IFEMA MADRID también ha concentrado una serie de inversiones para la mejora directa del confort de los usuarios. Por ejemplo, la construcción de un núcleo de aseos junto a la Torre 4, que resuelve la falta de aseos en la planta baja; la sustitución de la maqueta de las salas del Palacio por un pavimento más funcional, fácil de limpiar y estéticamente adecuado; o la renovación del sistema de control de producción de frío.

Informe económico de gestión.

Resultados económicos_96

Balance de situación_104

Cuenta de pérdidas y ganancias_106

Resumen de ingresos y gastos por actividades_107

06.



IFEMA MADRID ha logrado cumplir su objetivo prioritario de 2021 a nivel financiero: evitar un resultado negativo tras el parón del ejercicio anterior debido a la pandemia de COVID-19.

Este objetivo ha sido posible gracias a las amplias medidas desplegadas para la prevención sanitaria, la fidelización de expositores y visitantes, el trabajo constante de los equipos propios y de las empresas colaboradoras, y el apoyo de las administraciones públicas.

Asimismo, durante todo el año, se han llevado a cabo diversas acciones de control de los costes, entre las que destacan las siguientes:

- Sinergias de costes en la celebración de eventos, aprovechando recursos y favoreciendo servicios compartidos.
- Máxima contención de costes, sobre todo en los primeros meses de escasa actividad, y definición de políticas de contratación que no comprometieran más allá del corto plazo.

A lo largo del ejercicio, y como continuación a las acciones iniciadas en 2020, se han desarrollado proyectos internos enfocados a la transformación digital y cultural y a la innovación del modelo de negocio.

En 2021, las instalaciones de IFEMA MADRID han acogido un total de 301 eventos, entre ferias propias y externas, congresos, conciertos, citas musicales y otras iniciativas profesionales y de ocio, que han reunido a un total de 16.357 expositores. Los eventos presenciales han recibido 1.427.890 visitantes; el 11% de ellos, de procedencia internacional.



Resultados económicos.

IFEMA MADRID ha alcanzado en 2021 una cifra de negocio de 98,6 millones de euros, lo que supone un incremento del 63,3% respecto a 2020, ejercicio en el que los datos estuvieron condicionados por el impacto de la pandemia de coronavirus en la actividad de la Institución.

El EBITDA se ha cerrado en 7,3 millones de euros, lo que representa un aumento del 153% en relación con el año anterior. El resultado del ejercicio ha sido de 0,1 millones de euros. Por su parte, el margen de explotación se ha situado en un 7,4% sobre ingresos, y el margen neto del año, en un 0,1%.



Resultado de explotación
7,3 M. €

(+287% respecto a 2020)

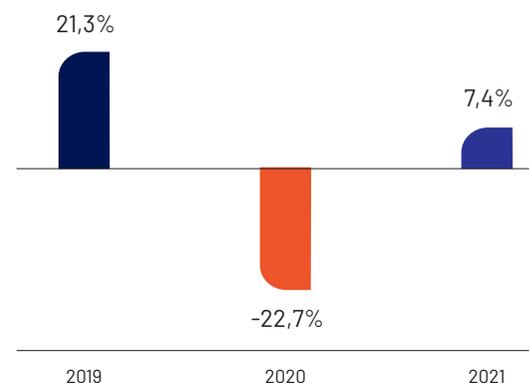
Resultado del ejercicio
0,1 M. €

(+22.836,8% respecto a 2020)

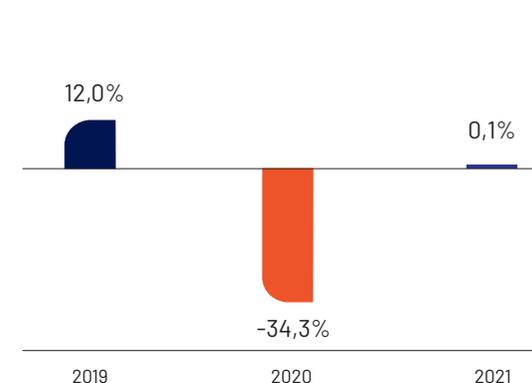
Resultado de explotación.

Millones de euros	2019	2020	2021	% de variación 2021-2019	% de variación 2021-2020
Ingresos	187,2	60,4	98,6	-47,3%	+63,3%
Gastos	147,2	74,1	91,3	-38%	+23,3%
Resultado de explotación	40	-13,7	7,3	-81,7%	+287,5%
Resultado del ejercicio	22,5	-20,7	0,1	-99,6%	+22.836,8%

Margen de explotación.



Margen neto.



Balance de actividad y líneas de negocio.

La actividad ferial del primer trimestre del año estuvo marcada por la celebración de varios eventos en formato digital, circunstancia motivada por las restricciones de movilidad, pero manteniendo el objetivo de apoyar la generación de negocio entre empresas y profesionales.

La vuelta a la actividad presencial arrancó en el segundo trimestre con la organización de **HIP - HOSPITALITY INNOVATION PLANET**, **ESTAMPA** y la edición "Especial Recuperación Turismo" de **FITUR**, que fue la única feria del sector organizada en Europa. En el tercer trimestre destacaron **ARCOmadrid**, que se

cerró con un resultado satisfactorio pese a las dificultades del momento, y el primer congreso de **Expodental**.

El regreso de la actividad ferial tras el verano estuvo marcado por el impacto de la quinta ola de coronavirus, aunque pudieron celebrarse nuevas ediciones de las ferias **PROMOGIFT**, **INTERGIFT**, **MADRIDJOYA**, **BISUTEX** y **MOMAD**.

En octubre y noviembre se llevaron a cabo prácticamente todas las ferias previstas, aunque condicionadas por las restricciones sanitarias y de movilidad vigentes en ese momento. Por el contrario, se organizaron algunos eventos no programados inicialmente, como la **Asamblea de la Unión Interparlamentaria (UIP)** y el **congreso FORMANDO FUTURO**.

Por último, el mes de diciembre destacó por la celebración de eventos de ocio, público en general y reuniones de empresas, una línea de negocio que también notó las consecuencias de la última ola del coronavirus.

Entre los eventos de organización propia de 2021 destacó la incorporación de participación digital en diferentes formatos. En la actividad del año sobresale también la firma de un convenio con la Comunidad de Madrid para la promoción económica e internacional, que impulsó la participación de expositores, organizadores externos y visitantes en los eventos de agosto a diciembre.

Junto con los eventos feriales, cabe destacar la intensa actividad en el ámbito de congresos, convenciones y eventos profesionales y de ocio, tanto en el Recinto Ferial de IFEMA MADRID como en el Palacio Municipal de IFEMA MADRID.



Ingresos.

En 2021 se ha alcanzado un volumen de ingresos de explotación de 98,6 millones de euros, con un incremento del 63,3% con relación a 2020.

De acuerdo con las distintas líneas de negocio, los ingresos han provenido de ferias propias, con un peso del 66%; ferias externas, con un 12,3%; conciertos y eventos de larga duración, con un 9,3%; convenciones y congresos, con un 6%; y Palacio Municipal de IFEMA MADRID, con un 4%.

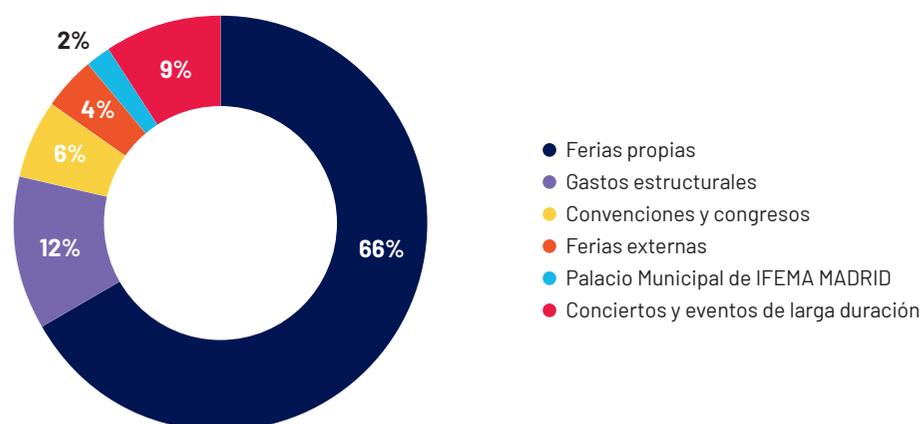
Evolución de los ingresos por ejercicio (millones de euros).

2019	2020	2021	% de variación 2021-2019	% de variación 2021-2020
187,2	60,4	98,6	-47,3%	+63,3%

Importe de los ingresos por línea de negocio (euros).

Por expositores de ferias propias	52.898.917
Por visitantes de ferias propias	4.810.915
Otros ingresos de ferias propias / servicios de recinto	9.589.284
Ferias de organización externa	12.155.538
Congresos y convenciones	5.678.853
Conciertos y espectáculos	9.228.130
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	4.230.262
TOTAL	98.591.900

Distribución de los ingresos por línea de negocio.



Distribución de los ingresos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA MADRID.

	2018	2019	2020	2021
Espacio de exposición	65%	65%	-	62%
Servicios	20%	19%	-	22%
Otros ingresos	9%	10%	-	7%
Visitantes	3%	3%	-	5%
Otros expositores	3%	3%	-	4%

Gastos.

Los gastos de explotación del ejercicio 2021 (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) han ascendido a 91,3 millones de euros. Esta cifra supone un incremento de un 23,3% sobre el ejercicio anterior y un descenso de un 38% respecto a 2019.

* LOS GASTOS FIJOS INCLUYEN, PRINCIPALMENTE, GASTOS DE PERSONAL, MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES Y DE SISTEMAS INFORMÁTICOS, REPARACIONES, SUMINISTROS Y CONSUMOS DE MATERIAL DE REPOSICIÓN, ACUERDOS INSTITUCIONALES CON ASOCIACIONES SECTORIALES Y CUOTAS DE PERTENENCIA A GRUPOS DE INTERÉS, PROMOCIÓN INSTITUCIONAL, SEGURO DE INSTALACIONES Y TRIBUTOS LOCALES.

La distribución de gastos recoge:

- **Gastos variables** (directamente vinculados a la convocatoria de eventos y ferias): su descenso en el ejercicio responde a la reducción de la actividad.
- **Gastos fijos** (partidas recurrentes que sirven de base a la estructura de funcionamiento del negocio y los recintos*): su reducción ha sido posible gracias al desarrollo de medidas de contención en momentos de uso del recinto.

Por línea de negocio, los gastos estructurales han supuesto el 41% del total, seguidos de los relacionados con las ferias organizadas por IFEMA MADRID (35%).

Evolución de los gastos por ejercicio (millones de euros).

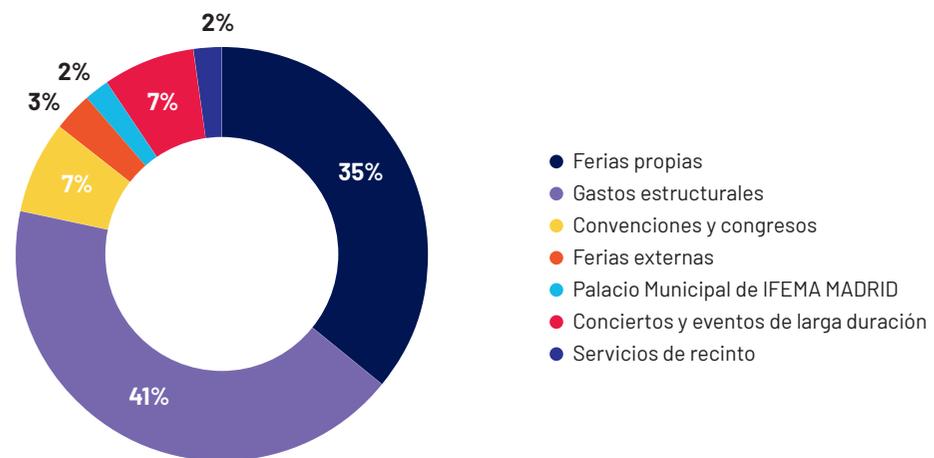
	2019	2020	2021	% de variación 2021-2019	% de variación 2021-2020
	147,2	74,1	91,3	-38%	+23,3%

Importe de los gastos por línea de negocio (euros).

Promoción, publicidad y relaciones públicas	13.084.980
Montajes y costes de servicio	21.232.428
Personal	24.426.564
Gastos generales y conservación	16.460.017
Otros gastos	16.083.748
TOTAL	91.287.737



Distribución de los gastos por línea de negocio.



Distribución de los gastos por naturaleza en ferias organizadas por IFEMA MADRID.

	2018	2019	2020	2021
Gastos de infraestructura	37%	36%	-	35%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	28%	25%	-	23%
Varios	23%	26%	-	29%
Personal	12%	13%	-	13%

Distribución porcentual de los gastos por actividades sobre el total de gastos.

	2018	2019	2020	2021
Personal	26%	22%	40%	27%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	16%	16%	12%	14%
Otros gastos	22%	18%	21%	24%
Montajes y servicios	21%	33%	11%	23%
Generales y de conservación	15%	12%	16%	12%

Distribución porcentual de los gastos por actividades sobre el total de ingresos.

	2018	2019	2020	2021
Personal	21%	17%	49%	25%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	13%	13%	15%	13%
Otros gastos	17%	14%	26%	22%
Montajes y servicios	17%	26%	14%	22%
Generales y de conservación	12%	10%	19%	11%



Balance de situación.

A 31/12/2021. Importes en euros.

Activo	
ACTIVO NO CORRIENTE	233.016.693
Inmovilizado intangible	16.440.237
Desarrollo	1.492.228
Concesiones	1.320.000
Patentes, licencias, marcas y similares	4.936.295
Aplicaciones informáticas	8.691.714
Inmovilizado material	185.450.036
Terrenos y construcciones	131.131.035
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	45.328.818
Inmovilizado en curso y anticipos	8.990.183
Inversiones financieras a largo plazo	21.040.735
Otros activos financieros	21.040.735
Activos por impuesto diferido	10.085.685
ACTIVO CORRIENTE	113.954.656
Existencias	457.710
Materias primas y otros aprovisionamientos	457.710
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	26.738.181
Clientes por ventas y prestaciones de servicios de corto plazo	20.927.339
Clientes, empresas del grupo y asociadas	165.712
Deudores varios	3.440.326
Personal	557.973
Activos por impuesto corriente	2.290
Otros créditos con las Administraciones Públicas	1.644.540
Inversiones financieras a corto plazo	84.174
Otros activos financieros	84.174
Periodificaciones a corto plazo	3.411.964
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	83.262.627
Tesorería	83.262.627
TOTAL DE ACTIVO	346.971.350

Patrimonio neto y pasivo	
PATRIMONIO NETO	289.784.966
FONDOS PROPIOS	289.784.966
Fondo social	60.356.483
Fondo social	60.356.483
Reservas	1.858.799
Legal y estatutarias	378.766
Otras reservas	1.480.033
Resultados de ejercicios anteriores	227.478.648
Remanente	247.913.039
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(20.434.391)
Resultado del ejercicio	91.036
PASIVO NO CORRIENTE	730.759
Deudas a largo plazo	730.759
Otros pasivos financieros	730.759
PASIVO CORRIENTE	56.455.625
Provisiones a corto plazo	140.067
Deudas a corto plazo	4.886.842
Otros pasivos financieros	4.886.842
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	51.428.716
Proveedores	28.323.286
Acreedores varios	407.621
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	677.391
Otras deudas con las Administraciones Públicas	1.005.405
Anticipos de clientes	21.015.013
TOTAL DE PATRIMONIO NETO Y PASIVO	346.971.350

Cuenta de pérdidas y ganancias.

A 31/12/2021. Importes en euros.

Operaciones continuadas	
Importe neto de la cifra de negocios	80.243.629
Ventas	37.394.664
Prestaciones de servicios	42.848.965
Trabajos realizados por la empresa para su activo	5.348.271
Aprovisionamientos	(703.397)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(703.397)
Otros ingresos de explotación	13.000.000
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	13.000.000
Gastos de personal	(24.426.564)
Sueldos, salarios y asimilados	(17.951.125)
Cargas sociales	(6.475.440)
Otros gastos de explotación	(66.289.440)
Servicios exteriores	(61.123.375)
Tributos	(5.034.399)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(131.666)
Amortización del inmovilizado	(8.188.415)
Excesos de provisiones	487.210
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	(487)
Resultados por enajenaciones y otras	(487)
Otros resultados	501.986
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	(27.207)
Ingresos financieros	31.993
De valores negociables y otros instrumentos financieros	31.993
De terceros	31.993
Gastos financieros	(55.634)
Por deudas con terceros	(55.634)
Diferencias de cambio	507
RESULTADO FINANCIERO	(23.134)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	(50.341)
Impuesto sobre beneficios	141.377
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	91.036
RESULTADO DEL EJERCICIO	91.036

Resumen de ingresos y gastos por actividades.

Importes en euros.

Ingresos.	
Por expositores de ferias propias	52.898.917
Por visitantes de ferias propias	4.810.915
Otros ingresos de ferias propias / servicios de recinto	9.589.284
Ferias de organización externa	12.155.538
Congresos y convenciones	5.678.853
Conciertos y espectáculos	9.228.130
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	4.230.262
TOTAL DE INGRESOS	98.591.900

Gastos.	
Promoción, publicidad y relaciones públicas	13.084.980
Montajes y costes de servicio	21.232.428
Personal	24.426.564
Gastos generales y conservación	10.846.395
Otros gastos	21.697.370
TOTAL DE GASTOS	91.287.737

Resultado de explotación - EBITDA.	
Cargas financieras directas	-23.134
Cash-flow operativo	7.281.029
Dotaciones para amortizaciones y deterioros	-8.188.415
Dotaciones a las provisiones	355.544
Resultados extraordinarios	501.501
Impuesto sobre sociedades	141.377
BENEFICIO DEL EJERCICIO	91.036

Edita

IFEMA MADRID

Dirección editorial

IFEMA MADRID, Dirección
de Comunicación y Marketing

Fotografía

© Fototeca de IFEMA MADRID

© Getty Images

© Shutterstock

Edición, diseño y maquetación

www.cegeglobal.com

Depósito legal

M-18567-2022

© IFEMA MADRID

Siente la inspiración

Recinto Ferial
Avenida del Partenón, 5
Madrid. España

ifema.es

