

Memoria anual **2025**



Memoria anual **2025**

01.

Bienvenidos a IFEMA MADRID. _05

Presidente de la Junta Rectora
de IFEMA MADRID_06

Presidente del Comité Ejecutivo
de IFEMA MADRID_08

Órganos de gobierno_10

Órganos de gestión_12

02.

La actividad de IFEMA MADRID en 2025. _14

Informe de gestión del vicepresidente
ejecutivo de IFEMA MADRID_16

Internacionalización, innovación
y diversificación_20

03.

Impacto en comunicación. _59

IFEMA MADRID en los medios_62

La web, un escaparate digital hacia
el mundo exterior_65

La comunidad en las redes sociales_67

Campañas publicitarias_68

04.

Invirtiendo en nuestro futuro. _72

Innovación y digitalización_74

IFEMA MADRID LAB_82

Avances en infraestructuras y seguridad_84

Nuevas herramientas de gestión_86

05.

Cuentas anuales. _96

Resultados económicos_99

Inversiones_106

Balance de situación_108

Cuenta de pérdidas y ganancias_110

Resumen de ingresos y gastos por
actividades_111



01.

Bienvenidos a IFEMA MADRID.

Presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID_06
Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID_08
Órganos de gobierno_10
Órganos de gestión_12

“IFEMA MADRID sigue evolucionando para ser catalizador de un nuevo salto económico”

José Luis Martínez-Almeida.

Presidente de la Junta Rectora de IFEMA MADRID*

Madrid ha dejado de mirar hacia el exterior en busca de estímulos para crecer y se ha transformado en referencia para cientos de ciudades alrededor del mundo. Aunque los madrileños seguimos viajando por todo el planeta en busca de inspiración, parece incuestionable que nos hemos convertido en una de esas grandes urbes modernas y dinámicas a las que muchas otras quieren parecerse.

El resultado es fruto del trabajo colectivo de instituciones, empresas, profesionales y sociedad civil. Cientos de miles de personas trabajando juntas con la ilusión de llevar a Madrid al lugar preeminente que siempre mereció como capital de un país que camina hacia los 50 millones de habitantes, y que se consolida como puente indiscutible entre Europa, el norte de África y América Latina.

Pero, indudablemente, el conjunto de la sociedad necesita de instrumentos eficaces que nos permitan avanzar con rapidez hacia nuestros objetivos y nos impulsen para alcanzar metas cada vez más ambiciosas. IFEMA MADRID es uno de esos instrumentos imprescindibles que, en 2025, año al que corresponde esta Memoria anual, ha continuado su evolución para consolidarse como destacado protagonista de nuestro progreso económico.

Con proyectos como el Gran Premio de España de Fórmula 1, IFEMA MADRID constata su voluntad de convertirse en actor principal del futuro de la ciudad. Sus pabellones dejan de ser escenario para ser catalizador de la innovación. Sus pasillos, que durante otros tiempos fueron principalmente acceso a las ferias, son ahora puntos de encuentro de personas venidas de cualquier punto del planeta. Su bullicio, testigo ruidoso de su éxito, es hoy la constatación del vibrante pulso de la ciudad.

Cualquier excusa ha sido siempre buena para venir a Madrid, pero hace algunos años que somos una cita inamovible en el calendario para millones de personas de los lugares más dispares. Y eso es en buena parte responsabilidad de IFEMA MADRID.

Lejos de conformarse con batir cada año un nuevo récord de visitantes, la institución ferial ha tomado el liderazgo en la búsqueda de nuevos proyectos y continúa pasando pantallas para adelantarse a las necesidades que la capital y las empresas tendrán en el corto y medio plazo.

Mirando hacia este prometedor 2026, pero también hacia los próximos años, la Feria de Madrid quiere seguir enriqueciendo el tejido económico de nuestra ciudad, consolidándose como crisol de proyectos y culturas y ofreciéndose como *hub* de la innovación y de las nuevas tecnologías que orientan el futuro.



* A 31 de diciembre de 2025.

“IFEMA MADRID sigue creciendo a doble dígito, muy por encima del mercado global de ferias y convenciones”

José Vicente de los Mozos.

Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID

Un año más, tengo la satisfacción de presentarles la crónica de un ejercicio que podemos calificar como muy positivo en línea con la dinámica que viene marcando esta institución. En esta Memoria encontrarán la descripción de un año 2025 que viene a certificar la fortaleza de IFEMA MADRID y su capacidad para generar recursos y amplificar la generación de riqueza para el territorio.

IFEMA MADRID sigue creciendo a doble dígito, muy por encima del mercado global de ferias y convenciones. En concreto, en 2025 nuestros ingresos alcanzaron la cifra de 216,8 millones de euros, mejorando en un 22% su facturación respecto al último año impar (2023). El EBITDA alcanzado se elevó a 42,8 millones de euros, un 56,8% superior a 2023, y el beneficio fue de 18,7 millones de euros, un 165,8% superior a 2023.

Hablamos, en definitiva, de unos datos que significan un nuevo impulso al crecimiento de la entidad; que nos reafirman en nuestro liderazgo como la institución ferial española que más ferias organiza, y que nos otorgan la capacidad necesaria para seguir emprendiendo proyectos tan emblemáticos como el Gran Premio de Fórmula 1.

El año 2025, junto con los resultados de este año 2026, tan importante para nosotros, concluye un ciclo sin duda virtuoso, guiado por el Plan Estratégico 2022-2026, que lanzamos para salir fortalecidos de la pandemia y que ha llevado a IFEMA MADRID a una nueva escala internacional.

Las claves de nuestra positiva evolución se sustentan, como apreciarán, en el positivo desarrollo de nuestras ferias más relevantes, así como en la mayor venta de espacio expositivo. El objetivo es tener ferias que sean líderes globales, y con esa ambición podemos señalar que nuestros dos grandes buques insignia, **FITUR** y **FRUIT ATTRACTION**, ya han obtenido ese posicionamiento.

Tenemos un amplio porfolio de ferias que nos otorgan el liderazgo en nuestro país como organizadores de ferias de producción propia. Ello nos permite igualmente obtener alrededor del 90% de los ingresos a través de nuestra principal línea de negocio: las ferias y congresos.

Otro de los logros relevantes de 2025 fue el impulso de la operación internacional de IFEMA MADRID. Entre las cuatro ferias que celebramos fuera de España, debo destacar **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**, que apunta a repetir el éxito obtenido en Madrid. Además, celebramos **ARCOLISBOA**, **MOTORTEC CHILE** y una feria de seguridad en Colombia.

El despegue internacional se ve apoyado por el aumento de la cobertura de las delegaciones de IFEMA MADRID en el exterior, que ha pasado de 30 a 47 países en todo el mundo, con la apertura de nuevas representaciones en India y en las áreas geográficas de Oriente Medio, Países Nórdicos y Sudeste Asiático.

Los resultados de estos años nos otorgan, en definitiva, la capacidad necesaria para crecer y para invertir desde nuestros propios recursos. Estamos en un momento de expansión, de nuevos proyectos, que exigen una actualización constante de infraestructuras para hacerlas más eficaces, más digitales, más competitivas. Que nos permitan acometer nuevos proyectos.

Crece IFEMA MADRID y, con nosotros, crece Madrid. Ese es nuestro propósito, y la determinación de cuantos trabajamos en esta organización; empleados a los que quiero expresar mi felicitación por su dedicación y su ejemplar desempeño, como también manifiesto mi gratitud a los proveedores y a cuantas empresas y profesionales confían en nosotros un año tras otro.

Igualmente es el objetivo de las entidades que componen este consorcio, cuyo firme apoyo es imprescindible en esta gran tarea colectiva.

Muchas gracias a todos.



Órganos de gobierno.

Junta Rectora.

A 15 de junio de 2026

PRESIDENTA

Isabel Díaz Ayuso

VICEPRESIDENTES

José Luis Martínez-Almeida Navasqües
Ángel Asensio Laguna
Jesús Núñez Velázquez

VOCALES

Comunidad Autónoma de Madrid

Miguel Ángel García Martín
Rocío Albert López-Ibor
Mariano de Paco Serrano
M.ª del Carmen Tejera Gimeno
Luis Fernando Martín Izquierdo

Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid

Engracia Hidalgo Tena
Juan Antonio Peña Ochoa
Marta Rivera de la Cruz
Almudena Maíllo del Valle
María Inmaculada Sanz Otero

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Carlos Cabanas Godino
Miguel Garrido de la Cierva
Gabriel García Alonso
Eva Serrano Clavero

Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid

Amaya de Miguel Toral

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*

Pablo Garde Lobo

Presidente del Comité Ejecutivo*

José Vicente de los Mozos Obispo

Vicepresidente Ejecutivo*

Daniel Martínez Rodríguez

Secretario General*

Juan Saavedra Sánchez-Castillo

* Estatutariamente no son miembros, asisten a las reuniones con voz y sin voto.

Comité Ejecutivo.

PRESIDENTE

José Vicente de los Mozos Obispo

VICEPRESIDENTES

Miguel Ángel García Martín
Engracia Hidalgo Tena
Jesús Núñez Velázquez
Ángel Asensio Laguna

VOCALES

Comunidad Autónoma de Madrid

Rocío Albert López-Ibor
Mariano de Paco Serrano

Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid

María Inmaculada Sanz Otero
Inmaculada Sánchez-Cervera Valdés

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Miguel Garrido de la Cierva
Alfonso Calderón Yebra

Vicepresidente Ejecutivo*

Daniel Martínez Rodríguez

Secretario General*

Juan Saavedra Sánchez-Castillo

* Estatutariamente no son miembros, asisten a las reuniones con voz y sin voto.

Órganos de gestión.

Comité de Dirección.

A 15 de junio de 2026

- Vicepresidente Ejecutivo**
Daniel Martínez Rodríguez
- Secretaría General y Asesoría Jurídica**
Juan Saavedra Sánchez-Castillo
- Dirección General de Negocio Ferial y Congresos**
Arancha Priede Leza
- Dirección de Personas, Calidad, Sostenibilidad y Compliance**
María Sánchez Sanz
- Dirección de Operaciones**
Carlos Jiménez Luque
- Dirección Económico-Financiera**
Javier Bagüés Oliver
- Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales**
Raúl Díez Vázquez
- Dirección de Marketing**
Juan Manuel Sánchez Martínez
- Dirección de MADRING – Gran Premio de España de Fórmula 1**
Luis García Abad

Equipo de Dirección.

A 15 de junio de 2026

- ÁREAS CENTRALES Y TÉCNICAS**
- Directora de Comunicación Corporativa**
Nuria de Miguel Villarrubia
- Directora de Patrocinios**
Berta Ruiz del Árbol
- Directora de Relaciones Institucionales**
Victoria Perezagua Antúnez
- Director de Control de Gestión**
Javier Bagüés Oliver
- Director de Asesoría Jurídica**
Juan Saavedra Sánchez-Castillo
- Director de Compras y Logística**
Francisco José Monge Herrera
- Director de Calidad, Sostenibilidad y Compliance**
Santiago Quiroga Fernández-Ladreda
- Director de Tecnologías de la Información**
Rubén Rodríguez Casado
- Director de Seguridad y Autoprotección**
Juan Carlos Castro
- Director Técnico**
Francisco Javier Martín Rodríguez
- Director de Producción de Eventos**
Ángel Ballesteros Ballesteros
- Director de Análisis de Estrategia**
Emilio M. Cremades Rey

- DIRECCIONES COMERCIALES**
- Director del Grupo Ferial 2**
David Moneo Vara
- Director del Grupo Ferial 3**
Alberto Leal de Pablo
- Directora del Grupo Ferial 5**
María Valcarce Rodríguez
- Directora del Grupo Ferial 12**
María José Sánchez Moncada
- Dirección de MBFWMadrid, Lifestyle y Sanitaria**
Asier Labarga Hermenegildo
 - Directora del Grupo Ferial 8**
Julia González Romo
 - Director de Ferias Sanitarias**
Félix Pérez-Fajardo
- Directora de Desarrollo de Negocio e Innovación**
Lola González Barbado
- Directora de Servicios y Experiencia de Cliente**
Marcela Lupi Biondini
- Director de Madrid Turismo by IFEMA MADRID**
Juan Manuel Sánchez Martínez
- Dirección del Grupo Ferial de Cultura y Educación**
Gonzalo Cabrera Martín
 - Directora del Grupo Ferial 1**
Ana Rodríguez Muñoz
 - Directora del Grupo Ferial 9**
Maribel López Zambrana



02.

La actividad de IFEMA MADRID en 2025.

Informe de gestión del vicepresidente ejecutivo
de IFEMA MADRID_16

Internacionalización, innovación y diversificación_20

Informe de gestión del vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID.

Daniel Martínez Rodríguez.

El ejercicio 2025 ha marcado un notable avance en la senda de crecimiento de IFEMA MADRID. La intensa actividad desarrollada durante el año descrito en esta Memoria anual nos ha permitido afianzar nuestro rol como uno de los grandes dinamizadores económicos de Madrid y, al mismo tiempo, fortalecer nuestra posición como actor de referencia en la industria ferial y congresual internacional. En las siguientes páginas van a encontrar los principales hitos que han sustentado los resultados económicos y operativos de este ejercicio tan relevante para la Institución, fruto del esfuerzo colectivo de todo un equipo comprometido con la excelencia.

El favorable desempeño de la Institución en 2025 es consecuencia de una gestión eficaz del calendario, así como del adecuado aprovechamiento de los recursos, lo que nos ha permitido continuar progresando sobre bases estructurales muy sólidas. También han sido determinantes en esta evolución la visión estratégica, la constante innovación, la capacidad de generación de negocio y la identificación permanente de nuevas oportunidades sectoriales.

“El favorable desempeño de la Institución en 2025 es consecuencia de una gestión eficaz del calendario, así como del adecuado aprovechamiento de los recursos”

Sobre estos firmes pilares, la actividad desarrollada en 2025 nos permitió superar la cifra de 700 eventos de distinta tipología. En concreto, se celebraron 77 ferias profesionales –24 de ellas también en formato digital–, 14 congresos, 4 ferias en el extranjero, 46 grandes convocatorias de ocio y 566 convenciones y otros eventos corporativos.

Unos destacados números que han tenido su correspondencia con los resultados económicos alcanzados por la Institución al cierre del ejercicio, confirmando la aceleración de nuestro crecimiento y nuestra robustez financiera. Así, IFEMA MADRID concluyó 2025 con una facturación de 216,8 millones de euros

y un beneficio neto de 18,7 millones de euros. Magnitudes que suponen un incremento del 22 % de los ingresos respecto a 2023 –año comparable por la composición de su calendario ferial–, mientras que el resultado neto registró un crecimiento del 165,8%. Asimismo, el EBITDA aumentó un 56,8%, hasta situarse en 42,8 millones de euros.

Este crecimiento se sustentó en el positivo desarrollo de nuestras ferias más relevantes, así como en la mayor venta de espacio expositivo, que en 2025 creció un 28% sobre 2023, sumando 1.374.132 metros cuadrados netos de exhibición. Especialmente significativa fue la participación de 27.887 empresas expositoras, con un aumento de las compañías extranjeras, que superan el 23% del total. Son datos que, en definitiva, vienen a confirmar las ferias que promovemos como puntos de encuentro comercial esenciales para empresas y profesionales de todo el mundo, gracias a su estrecha vinculación e identificación con los sectores a los que representan, y a su capacidad para anticipar y responder a sus necesidades.

Particularmente importante en este 2025 fue constatar la excelente evolución de nuestras ferias más relevantes. Así, **FITUR** registró la participación de 8.266 empresas de 156 países, con un crecimiento del 10% respecto a 2024 y 251.000 visitantes, mientras que **ARCOmadrid** mantuvo su carácter de feria de referencia para el arte contemporáneo de todo el mundo, con 285 galerías de 36 países y la asistencia de 49.845 personas. Mención aparte, por su consolidación como referencia global, merecieron **FRUIT ATTRACTION**, que contó con 2.395 empresas expositoras de 64 países y más de 123.000 visitantes, creciendo un 13% respecto a su anterior edición; o la última convocatoria de la



SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACION Y DESCARBONIZACIÓN, que reunió las ferias **GENERA y MATELEC**, registrando la participación de cerca de 800 empresas y más de 62.500 visitantes de 76 países, con un crecimiento del 46% respecto a la edición de 2024; así como **MOTORTEC**, la feria de referencia para el sector del *aftermarket* en automoción, que contó con 657 empresas expositoras y más de 60.100 visitantes de 80 países, con un crecimiento del 47% respecto a la edición de 2022.

La gran novedad de 2025 fue el lanzamiento de **PRIVEL**, la primera feria dedicada a la industria de la marca privada (MDD) en España, organizada en colaboración con Alimarket, y que registró la participación de 4.924 profesionales de 46 países y 267 empresas. También iniciaron su andadura **DIGIeLEARNING**, punto de encuentro en nuestro país para el sector profesional del aprendizaje digital y la innovación tecnológica, y **EXPO SAGRIS**, Feria del Campo, Agricultura y Ganadería.

La consolidación de la operación internacional fue otro de los logros relevantes en 2025, con la celebración, entre otros certámenes, de la segunda edición de **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**.

El análisis de la composición de la actividad de IFEMA MADRID refleja, asimismo, un equilibrio entre las convocatorias dirigidas a sectores de bienes de inversión (43%) y de bienes de consumo (46%), mientras que los servicios ocupan un 11% del total. Una diversificación que hace posible expandir nuestra oferta a los ámbitos productivos de mayor peso en la economía.

Igualmente es pertinente poner en valor que mantenemos nuestra expansión en el ámbito digital, celebrando, de forma paralela a los principales salones, ferias digitales que han potenciado el alcance de las convocatorias. En concreto, en 2025 celebramos 24, con una comunidad de compradores y profesionales que superó los 370.657 usuarios, lo que supuso un crecimiento del 27,4% sobre 2023. Todo ello sobre la plataforma liveconnect, el desarrollo propio de nuestra institución dirigido a amplificar las ferias profesionales con el objetivo de contribuir como vector dinamizador del negocio de los distintos sectores económicos durante todo el año.

El ejercicio 2025 se ha visto, a su vez, favorecido por el comportamiento de nuestra línea de negocio de congresos y convenciones. Durante 2025, IFEMA MADRID ha vuelto a demostrar su competitividad como

sede de grandes encuentros profesionales internacionales. A lo largo del ejercicio se han celebrado 14 congresos, entre los que destacó el **Congreso Europeo de Urología**, que volvió a escoger por tercera vez a Madrid como sede y reunió a 10.000 asistentes, o el **Congreso Mundial de Cardiología**, que atrajo a cerca de 30.000 médicos de esta especialidad llegados de todos los rincones del planeta; y, en el ámbito corporativo, el **SAP Sapphire**, buque insignia de los eventos de la empresa tecnológica SAP, que contabilizó 7.000 visitantes, y el **Amazon Web Services Summit**, con 9.000 delegados.

La consolidación de la operación internacional de IFEMA MADRID fue otro de los logros relevantes de 2025, en particular con la celebración, en el mes de marzo, de la segunda edición de **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**, en colaboración con Fiera Milano Brasil, que creció un 66% más en superficie de exposición con respecto a su anterior edición. Además, en mayo, **ARCOLisboa** celebró su octava edición, afirmando su posición dentro del circuito internacional del arte contemporáneo. La cuarta edición de **MOTORTEC CHILE** tuvo lugar en el mes de junio con GL-FISA Events, concluyendo el calendario internacional a finales de agosto en Colombia, con **ESS+ powered by SICUR**, organizada junto con los operadores locales PAFYC y Corferias.

Esta expansión exterior se complementa con la sólida presencia extranjera en las ferias organizadas en Madrid. El 48% de los visitantes internacionales procedieron de la Unión Europea; el 20%, de Centro y Sudamérica; el 9%, de Norteamérica; el 8%, del resto de Europa; el 8%, de Asia; y el 7%, de África.

La fortaleza económica de IFEMA MADRID se hizo patente de igual modo en su vitalidad inversora, muy centrada en alcanzar sus

ambiciosos objetivos vinculados a lograr la excelencia de sus instalaciones, así como en el ámbito de la sostenibilidad. En 2025 se realizaron inversiones por un total de 49,6 millones de euros, afrontando proyectos singulares, como el desarrollo de una gran planta fotovoltaica, el cambio de luminarias, un nuevo aparcamiento de camiones o la renovación de las infraestructuras en el ámbito de la restauración.

En materia medioambiental, seguimos dando forma a nuestro compromiso con la sostenibilidad. En 2025 se ha medido de forma individualizada la huella de carbono en cerca del 50 % de los eventos. A ello se suman elevados niveles de reciclaje, el uso de energía 100 % verde certificada y reducciones significativas en consumos y generación de residuos. En este ámbito, en este año también hemos comenzado a construir *stands* con estructuras modulares de aluminio reutilizables. Una muestra más de nuestra responsabilidad con la economía circular, basada en el uso de materiales que fomenten la reutilización, el reciclaje y la reducción de la huella de carbono, impulsando prácticas sostenibles en todas las fases de la actividad ferial.

Otro aspecto a subrayar entre los logros de 2025 es el vinculado a la seguridad de la información, la ciberseguridad y la protección de la privacidad, mediante la implantación y certificación de la norma ISO 27001 y del Esquema Nacional de Seguridad, que nos ha permitido incrementar la protección de nuestros sistemas, así como de los datos de nuestros expositores y visitantes.

Y, antes de finalizar este resumen del año, quiero referirme a Madrid Turismo by IFEMA MADRID, un buen ejemplo del modelo de colaboración público-privada, donde convergen los esfuerzos de Comunidad y Ayuntamiento de

Madrid, junto a nosotros y al asesoramiento del sector privado, para la promoción de nuestra marca y que también ha cosechado hitos destacados en este año. Esta iniciativa se ha revelado desde su creación en un proyecto estratégico clave para la captación de turismo de alto valor y la proyección internacional de Madrid como destino *premium* y ha permitido en este año avanzar en el despliegue de un modelo de promoción internacional en mercados de largo radio –Estados Unidos, Canadá, Latinoamérica, Asia y Oriente Medio– con el objetivo de atraer viajeros de mayor impacto económico, incrementar la estancia media y contribuir a la desestacionalización y descentralización del destino.

Concluyo refiriéndome a todas las personas que forman parte de esta Institución, cuyo esfuerzo y talento han hecho posibles estos resultados. Desde aquí les hago llegar mi agradecimiento por su dedicación, al igual que a los miles de expositores y visitantes por la confianza depositada en nuestros eventos. Un esfuerzo de nuestros empleados que además se ha visto multiplicado por todos los trabajos que se están realizando para poner en marcha un evento tan emblemático y transformador para nuestra organización como es la llegada de la Fórmula 1 en 2026, impulsados por la ilusión de sumar un nuevo y valioso activo generador de imagen y riqueza para Madrid y para nuestro país.

Desde IFEMA MADRID, con el apoyo firme de las entidades que integran este consorcio –Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid, Cámara de Comercio de Madrid y Fundación Montemadrid–, estamos a su disposición.

Muchas gracias a todos. Nos vemos en IFEMA MADRID.

Internacionalización, innovación y diversificación.

IFEMA MADRID cerró el ejercicio 2025 con importantes hitos en sus distintas líneas de actividad, que permitieron seguir consolidando el posicionamiento de la Institución como referente en el sector a nivel global, y con resultados económicos que significaron un nuevo impulso al crecimiento de la entidad.

La actividad internacional, la constante innovación y la identificación permanente de nuevas oportunidades sectoriales, junto a la diversificación de la actividad con nuevas iniciativas orientadas a la dinamización económica y la generación de negocio, caracterizaron la acción de IFEMA MADRID en 2025.

El mejor ejemplo de ello se observa en el desarrollo del calendario ferial, con cifras récord de participación en las principales citas y la incorporación de nuevos certámenes.

FITUR, Feria Internacional de Turismo, volvió a situar a Madrid como capital global del turismo con la participación de 8.266 empresas de 156 países, una asistencia de 251.000 personas y la apuesta conjunta de todo el sector por un modelo de turismo más sostenible e integrador.

Entre las ferias con mayor asistencia destacaron un año más **ARCOmadrid, Feria Internacional de Arte Contemporáneo**; **FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas**; **MOTORTEC, Feria Internacional de la Posventa de Automoción**, junto con la primera celebración conjunta de **GENERA, Feria Internacional de Energía y Medioambiente**, y **MATELEC, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica**, apostando por una convocatoria especializada en electrificación y descarbonización.

Las novedades de 2025 fueron **PRIVEL, Feria de Fabricantes de Marcas Privadas y Retailers**, la primera feria dedicada a la industria de la marca privada en España; **EXPO SAGRIS, Feria del Campo, Agricultura y Ganadería**, que apuesta por una visión divulgativa de la agricultura y la ganadería; y **DIGIeLEARNING**, evento especializado en e-learning y enmarcado en **SEMANA DE LA EDUCACIÓN**.

Las tres propuestas fueron muy bien acogidas y superaron las expectativas iniciales, en un nuevo ejemplo de la capacidad de IFEMA MADRID de identificar oportunidades y contribuir al progreso y la redefinición de los sectores de negocio.

En este mismo sentido, cabe citar la consolidación de la operación ferial internacional gracias a los cuatro salones organizados en el exterior en colaboración con operadores locales.

Entre ellos, sobresalió especialmente **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**, que ha sabido trasladar el prestigio y el posicionamiento de la marca original y, en solo dos ediciones, se ha convertido en el evento hortofrutícola de referencia en Latinoamérica. También destacaron **ARCOLisboa, MOTORTEC CHILE** y **ESS+ POWERED BY SICUR, Feria Internacional de Seguridad de Colombia**.

Esta expansión se complementa con la sólida presencia extranjera en las ferias organizadas en Madrid, fruto del trabajo constante de posicionamiento de IFEMA MADRID en el exterior mediante la labor de sus delegaciones y de iniciativas como el Programa de Compradores Internacionales, desarrollado en colaboración con otros agentes de los respectivos sectores.

La internacionalización es también un rasgo característico de la actividad en el sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés: *Meeting, Incentives, Conferencing and Exhibitions*); el atractivo de Madrid y la calidad de las instalaciones de IFEMA MADRID atrajeron en 2025 encuentros como el **Congreso anual de la European Association of Urology – EAU** o el **Congreso Mundial de Cardiología**, entre muchos otros.

El ejercicio resultó también relevante en la actividad de Madrid Turismo by IFEMA MADRID, que afrontó una etapa clave en su desarrollo

mediante la firma del segundo convenio entre la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de la ciudad e IFEMA MADRID. El acuerdo permitirá reforzar las acciones desarrolladas desde su creación en 2023 e impulsar nuevas actuaciones en los mercados estratégicos.

En el ámbito del ocio y el entretenimiento, IFEMA MADRID LIVE ha logrado consolidar una propuesta firme y variada, con eventos *indoor* que ya se han convertido en imprescindibles en la agenda cultural de la ciudad.

En la actividad de 2025 destacaron la creciente oferta de festivales de música electrónica en sus distintos géneros, el éxito de la oferta navideña y una nueva temporada de exposiciones de gran formato.

Por último, 2025 fue el año de materializar las primeras acciones vinculadas al Gran Premio de España de Fórmula 1, que se celebrará en MADRING en septiembre de 2026. IFEMA MADRID realizó diversos eventos a lo largo del año para compartir con la ciudadanía los avances en la organización de esta gran cita deportiva y social, que una vez más pone de manifiesto la vocación de la Institución en celebrar eventos que generen impacto económico en el entorno, notoriedad global y atracción turística.



Impulso de la actividad en año impar.

En 2025, IFEMA MADRID acogió la celebración de 77 ferias (36 propias y 41 externas), 4 proyectos en el exterior, 14 congresos con exposición, 46 conciertos y eventos de larga duración, y 566 congresos, convenciones y actos.

Estos datos suponen un incremento del 22% en sus ingresos respecto a 2023 y consolidan el impulso de la actividad de la Institución también en los años impares, en los que se incluyen menor número de convocatorias bienales en sus calendarios.

El número de empresas expositoras superó las 27.880, con un relevante aumento de compañías extranjeras, que ya representan más del 23% del total.

En el análisis de los indicadores generales también destaca el incremento de la superficie neta ocupada por el conjunto de actividades celebradas, que se situó en 1.374.132 metros cuadrados, superando ampliamente tanto las cifras de 2023 (+28%) como las de 2024 (+4%).



La superficie neta ocupada por las ferias propias fue de 480.906 metros cuadrados, un 35% del total, y la asociada a ferias externas, de 316.419 metros cuadrados (23%). Por áreas de actividad, destacaron las ferias profesionales relacionadas con los bienes de consumo (46%), seguidas de las de bienes de inversión (43%) y de las de servicios (11%).

Datos de actividad en 2025.

77

ferias

36 ferias propias

41 ferias externas

4

proyectos en el exterior

14

congresos con exposición

566

congresos, convenciones y actos

46

conciertos y eventos de larga duración

1.374.132 m²

de superficie ocupada

27.887

empresas expositoras

Volumen de convocatorias.

	2023	2024	2025
Ferias propias	42	46	36
Ferias externas	41	38	41
Proyectos en el exterior	4	4	4
Congresos con exposición	13	16	14
Congresos, convenciones y actos	445	578	566
Conciertos y eventos de larga duración	40	58	46
TOTAL	585	740	707

Distribución de ferias por sectores.

	2023	2024	2025
Bienes de consumo	41%	54%	46%
Bienes de inversión	38%	26%	43%
Servicios	21%	20%	11%
Público	47%	51%	45%

Estos datos suponen un incremento del 22% en sus ingresos respecto a 2023 y consolidan el impulso de la actividad de la Institución también en los años impares, en los que se incluyen menor número de convocatorias bienales en sus calendarios.

Datos de ocupación (superficie neta ocupada en m²).

	2023	2024	2025
Total	1.072.577	1.317.503	1.374.132

Distribución de la superficie ocupada.

	2023	2024	2025
Ferias propias	39%	44%	35%
Ferias externas	32%	24%	23%
Congresos con exposición	14%	13%	17%
Congresos, convenciones y actos	—	—	9%
Conciertos y eventos de larga duración	15%	19%	17%

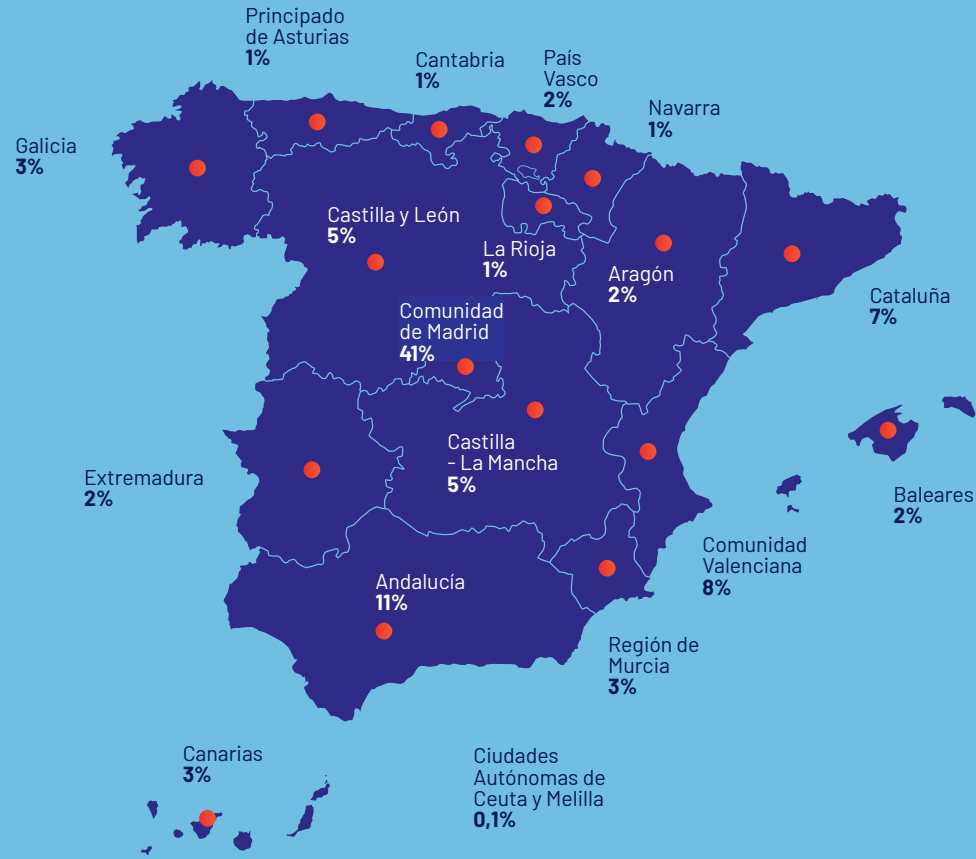
Datos de empresas expositoras.

	2023	2024	2025
Total	39.978	34.468	27.887

Participación internacional de expositores directos.

	2023	2024	2025
Ferias propias	67%	82%	75%
Ferias externas	33%	18%	25%

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



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

	2025
Unión Europea	48%
Centro y Sudamérica	20%
Norteamérica	9%
Resto de Europa	8%
Asia	8%
África	7%
Oceanía	0,3%

La actividad ferial, motor de crecimiento de IFEMA MADRID.

IFEMA MADRID mantuvo un año más su posición de liderazgo en la organización de ferias propias en España, con un total de 36 convocatorias. Los certámenes promovidos por la Institución coinciden en desarrollar un modelo de evento que combina la solidez del espacio expositivo, con representación de toda la cadena de valor de los respectivos sectores, y el atractivo del programa de actividades paralelas.

Las diversas citas del calendario ferial apuestan por la innovación constante en su propuesta a los visitantes, con congresos y jornadas de debate en diversos formatos, espacios dedicados a la exposición de soluciones innovadoras, o nuevas convocatorias de premios que dan visibilidad a las empresas participantes.

Otra característica transversal de todos los encuentros promovidos por IFEMA MADRID es su visión internacional a diversos niveles: desde la atracción de expositores y visitantes de todo el mundo hasta la voluntad de ampliar el impacto de las ferias, contribuyendo al desarrollo del negocio exterior en los respectivos sectores. A ello se suma la organización de diversos certámenes en otros países, que en términos de proyección internacional suponen un salto cualitativo en la presencia de la Institución a nivel global.

En este punto, es fundamental la colaboración de IFEMA MADRID y las entidades coorganizadoras con las asociaciones sectoriales, así como la relación con las instituciones estatales y autonómicas implicadas en este ámbito.

IFEMA MADRID también mantuvo su desarrollo en el ámbito digital mediante la celebración de versiones *online*, que transcurrieron en paralelo a la versión presencial de sus principales salones con el objetivo de potenciar el alcance de sus convocatorias.

En concreto, en 2025 se celebraron 24 ferias con formato también digital en la plataforma liveconnect, con una comunidad de compradores y profesionales que superó los 370.600 usuarios. El desarrollo de la actividad digital permite extender el impacto de los salones a lo largo de todo el año.

Éxito de FITUR en un arranque de año de récord

PROMOGIFT, Salón Internacional del Objeto Promocional y Maquinaria para Personalización, fue el certamen encargado de inaugurar el calendario ferial del año. Celebrada en la segunda quincena de enero, la edición de 2025 batió récord de participación, reuniendo a 160 empresas de 12 países y contabilizando la visita de más de 11.000 profesionales procedentes de 30 países.

El crecimiento constante del encuentro en los últimos años obligó un año más a ampliar la superficie expositiva. El incremento en un 20% del número de países de origen de las compañías expositoras demostró su creciente peso internacional, así como el buen momento del sector.

La 45.ª edición de **FITUR, Feria Internacional de Turismo**, también desbordó sus previsiones en un año de cifras récord que permitieron revalidar su posición de liderazgo gracias al respaldo empresarial y al fuerte apoyo institucional. Los datos de asistencia superaron los 251.000 visitantes, con un especial crecimiento del ámbito profesional, que alcanzó los 155.000 asistentes en sus jornadas exclusivas. La feria, inaugurada por SS. MM. los Reyes de España, ocupó nueve pabellones del Recinto Ferial que acogieron 884 *stands* con 8.266 empresas de 156 países del mundo.

Bajo el lema "Orgullosos. Somos Turismo" y con Brasil como país invitado, **FITUR** destacó por la firme defensa que realizó el sector de los criterios de sostenibilidad para garantizar un crecimiento equilibrado y viable a medio y largo plazo. Los expertos pusieron el acento en aspectos como la diversificación y la desestacionalización de la oferta, o la integración de nuevas herramientas tecnológicas, elementos clave para impulsar un modelo de turismo inclusivo y competitivo.

El nivel de actividad en la feria reflejó el buen momento de la industria turística global, con un importante incremento del número de viajeros y del volumen de negocio, tanto en Madrid como en España y a nivel global. La celebración de esta edición tuvo un impacto económico en Madrid de 445 millones de euros.

El primer fin de semana de febrero se celebró la convocatoria conjunta de las ferias **INTERGIFT, Salón Internacional del Regalo y Decoración; BISUTEX, Salón Internacional de la Bisutería y Complementos; MADRIDJOYA, Salón Internacional de Relojería y Joyería Urbanas y de Tendencia**, y **MOMAD, Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios**, consolidando la apuesta de agrupar en las mismas fechas diversas modalidades del sector *lifestyle*. La cifra de asistencia superó los 47.000 visitantes, con un incremento generalizado de las empresas expositoras y superando los 700 expositores directos y las 1.000 marcas representadas.

IFEMA MADRID mantuvo un año más su posición de liderazgo en la organización de ferias propias en España, con un total de 36 convocatorias.

Los cuatro salones incorporaron interesantes novedades, muy bien acogidas por los asistentes; entre ellas, destacaron el espacio “Dorian Gray a través del tiempo” y los primeros Premios a los Mejores Proyectos de Interiorismo en **INTERGIFT**, la renovada apuesta por los materiales de alta calidad y la innovación en **BISUTEX**, y el notable incremento de la presencia de marcas de prestigio internacional en **MADRIDJOYA** y **MOMAD**.

Convocatorias con apoyo institucional

La 81.ª edición de la pasarela **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** volvió a convertirse en un espacio de moda, talento y creatividad. Los 31 diseñadores participantes combinaron nombres de reconocido prestigio con profesionales emergentes apoyados por la plataforma EGO.

En el desarrollo de esta convocatoria resultó clave la alianza con el Ayuntamiento de Madrid, a través del programa Madrid Capital de Moda, para reforzar conjuntamente la posición de la capital como referencia en el sector. En este sentido, destacaron los desfiles realizados en diversos puntos de la ciudad en la primera jornada de la pasarela. La edición se cerró con cerca de 30.000 asistentes a los desfiles y al Cibelespacio, la zona de *stands* y actividades paralelas.

El último fin de semana de febrero coincidieron en el Recinto Ferial **MEAT ATTRACTION**, **Feria Internacional del Sector Cárnico**, e **IBERZOO + PROPET**, **Feria Internacional del Animal de Compañía**.

La sexta edición de **MEAT ATTRACTION** se consolidó como plataforma esencial para la comercialización y la internacionalización de la industria cárnica, así como espacio de referencia para impulsar la innovación. El encuentro reunió a 9.800 visitantes, con un incremento del 17% de profesionales procedentes de 64 países. El espacio expositivo, dividido en las áreas de producto e industria auxiliar, reunió a cerca de 200 empresas.

La feria reforzó su estrategia de internacionalización a través del programa de invitados B2Meat, que reunió a 100 compradores internacionales e impulsó la celebración de más de 1.000 reuniones entre exportadores y compradores. En el programa de actividades paralelas destacaron el espacio de debate #Distrimeat, donde se abordó el impacto de los cambios políticos y socioeconómicos en la industria, y la Jornada MeaTIC, centrada en las soluciones de inteligencia artificial.

Por su parte, **IBERZOO + PROPET** reunió a 16.104 visitantes profesionales del sector de las mascotas, con nuevo récord de participación. Siguiendo la tendencia del resto de ferias, también destacó el importante incremento del número de empresas expositoras, que superaron las 270, un 33% más que en la edición de 2024. El certamen integró los encuentros profesionales de diversas asociaciones de veterinarios y empresarios, que coincidieron en reflejar el auge del sector y su carácter innovador.

Punto de encuentro entre profesionales de todo el mundo

El primer fin de semana de marzo llegó el turno de una de las citas más esperadas y con mayor repercusión social del calendario: la 44.ª edición de **ARCOmadrid**, **Feria Internacional de Arte Contemporáneo**, con la asistencia de 49.845 personas y la participación de 285 galerías de 36 países.

La calidad creativa de las obras expuestas permitió que el certamen siguiera ganando peso y reconocimiento en el actual panorama internacional del arte, consolidándose como una cita imprescindible para el mercado del arte en España y un punto clave de encuentro e intercambio entre Europa y Latinoamérica.

La feria volvió a contar con el compromiso de Casa Real, con la asistencia de SS. MM. los Reyes de España al acto de inauguración, y con el refuerzo de la presencia de museos, instituciones y grandes colecciones. Como novedad, destacó la convocatoria de la primera edición del Premio Juana de Aizpuru, que reconoce a galerías con recorrido histórico en **ARCOmadrid** y un compromiso especial con el salón.

Cogió el relevo **ANTIK ALMONEDA**, **Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo**, celebrada en los últimos nueve días de marzo con un balance también muy positivo a todos los niveles.

La asistencia alcanzó los 12.595 visitantes, con un incremento del 6% respecto a la edición anterior, mientras la cifra de venta directa de piezas se incrementó en un 10%. El espacio “La Cápsula del Tiempo” propuso a los visitantes un viaje inmersivo y experiencial a una ciudad del pasado.

En marzo se celebró SEMANA DE LA EDUCACIÓN, evento de referencia en formación y orientación académica.

La última semana de marzo se celebró también la décima **SEMANA DE LA EDUCACIÓN**, evento de referencia en formación y orientación académica, que integró los salones **AULA**, **SALÓN DE POSTGRADO Y FORMACIÓN CONTINUA**, **SCHOOLS DAY** y el nuevo **DIGLeARNING**.

En sus cinco días de actividad, visitaron el Recinto Ferial más de 135.600 jóvenes y familias que conocieron la oferta académica más actual de la mano de las 220 empresas, entidades e instituciones participantes.



El eje temático de la semana, promovida por el Ministerio de Educación y Formación Profesional, fue “Multiplica tu futuro con las Matemáticas y las vocaciones STEM”, con numerosas actividades destinadas a fomentar estas especialidades. Por su parte, **DIGLeARNING** presentó las últimas tendencias y tecnologías en *e-learning*, con una excelente acogida entre los profesionales del sector.

Coincidiendo con **SEMANA DE LA EDUCACIÓN** se celebró también el salón **MADRID ES CIENCIA**, organizado por la Fundación madri+d y que recibió 10.376 visitantes.

Recuperación del sector de la automoción

Los dos últimos certámenes celebrados antes del paréntesis estival se centraron en el mundo de la automoción, con unos resultados que demostraron la plena recuperación del sector.

A finales de abril tuvo lugar **MOTORTEC, Feria Internacional de la Posventa de Automoción**, la cita líder de la posventa de automoción en el sur de Europa, que alcanzó un récord histórico de participación con 657 empresas expositoras y más de 60.000 visitantes de 80 países, lo que representa un incremento del 47% respecto a la convocatoria de 2022.

En su 17.ª edición, el encuentro permitió mostrar el notable esfuerzo en innovación y desarrollo de las empresas del sector. También destacó el récord de visitantes internacionales, que superaron ampliamente las previsiones, e iniciativas como Pasaporte MOTORTEC, con ventajas exclusivas para las empresas adheridas.

En la primera semana de junio, el **SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN Y SEMINUEVO** recibió más de 14.000 visitantes interesados en conocer de primera mano una oferta compuesta por más de 2.000 vehículos. El encuentro puso de manifiesto el interés del público por alternativas de movilidad accesibles y sostenibles, con más de 1.300 operaciones de compra formalizadas.

Los salones *lifestyle* se confirmaron como la mayor convocatoria multisectorial de la temporada dedicada al estilo de vida en España.

Nueva convocatoria para los salones *lifestyle*

La actividad regresó en septiembre con la segunda edición anual de **INTERGIFT**, **BISUTEX**, **MADRIDJOYA** y **MOMAD**, con un total de 40.819 visitantes y un balance también positivo en generación de negocio. Durante cuatro jornadas, los salones confirmaron su relevancia como la mayor convocatoria multisectorial de la temporada dedicada al estilo de vida en España, generando un entorno dinámico de *networking*, intercambio de conocimiento y oportunidades de negocio.

La convocatoria de septiembre de **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** supuso la conmemoración de su 40.º aniversario, celebrado con cinco jornadas repletas de historia, renovación y talento español.

El encuentro despertó un gran interés mediático, con un importante incremento de prensa internacional acreditada y la apuesta por la transmisión de los desfiles en *streaming* a través de plataformas digitales. Entre las novedades, destacaron la entrega de la primera edición de los Premios MBFWMadrid y el lanzamiento del espacio de diálogo y reflexión Business Talks.



FRUIT ATTRACTION refuerza su impacto global

La siguiente cita fue **FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas**, la segunda feria del calendario que atrae a más visitantes. La edición de 2025 se cerró con un récord histórico de participación gracias a la asistencia de 123.052 profesionales procedentes de 152 países. El 49% de asistentes fueron internacionales, en una muestra de la plena consolidación de la visión global del certamen. La oferta expositiva también registró cifras históricas, con 2.395 empresas expositoras de 64 países.

Su liderazgo internacional se observó también en las cifras de las actividades paralelas, como los 3.200 asistentes al programa de jornadas técnicas y congresos, o las múltiples reuniones sectoriales, entre las que destacó la celebración del Comité Mixto de Frutas y Hortalizas de Francia, Italia, España y Portugal.

Cabe citar también las numerosas actividades realizadas alrededor del tomate, elegido producto estrella del encuentro, así como la entrega de los Innovation Hub Awards. La celebración de **FRUIT ATTRACTION** generó un impacto económico en Madrid de 407 millones de euros y contribuyó al mantenimiento de más de 3.000 empleos.

La proyección exterior también fue uno de los ejes principales de desarrollo de la 43.ª edición de **LIBER, Feria Internacional del Libro**, con 8.111 visitantes de 50 nacionalidades, 236 empresas expositoras y la presencia de Chile como país invitado.

El motor de negocio de la feria fue el nuevo espacio Salón de Derechos, que reunió a 130 editores y agentes literarios de 24 países, fomentando más de 400 reuniones y el cierre de numerosos acuerdos.



ESTAMPA, Feria de Arte Contemporáneo, también se cerró con un balance muy positivo y consolidada ya como la gran cita de otoño del arte contemporáneo en España. El certamen recibió 11.409 visitantes y el número de artistas con obra vendida ascendió a más de 230, manteniendo la trayectoria de crecimiento constante de las últimas ediciones.

En un contexto internacional marcado por la inestabilidad y la incertidumbre del mercado del arte, **ESTAMPA** demostró su capacidad para generar un amplio movimiento artístico y comercial, con especial foco en galerías y espacios emergentes.

En la segunda quincena de octubre se celebraron otros tres salones de referencia en sus respectivas especialidades. **SALÓN LOOK, Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral**, constató el auge del

ESTAMPA se cerró con un balance muy positivo y consolidada como la gran cita de otoño del arte contemporáneo en España.

sector de la belleza integral en una edición con más de 250 marcas participantes y cerca de 36.400 visitantes profesionales. Entre ellos, cabe destacar la asistencia de más de 10.000 estudiantes, reflejo del compromiso estratégico de la convocatoria con la formación.

Los diversos talleres celebrados pusieron el foco en las temáticas que marcan la actual buena salud del sector, como la digitalización, el retail experiencial o la internacionalización.

Por su parte, **FERIARTE, Feria de Antigüedades y Galerías de Arte**, consolidó su posición como la gran cita del arte y las antigüedades con 12.731 visitantes y un balance positivo entre anticuarios, galerías y coleccionistas.

Los 65 anticuarios y galerías participantes, procedentes principalmente de España y Portugal, destacaron la afluencia de nuevos clientes y coleccionistas y la calidad del público visitante. En los días del certamen se contabilizó un total de 1.370 piezas vendidas y entregadas.

La última cita del mes fue **SIMO EDUCACIÓN, Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa**, que volvió a reunir las últimas novedades tecnológicas aplicadas a la educación. El salón contó con la participación de casi un centenar de empresas y una afluencia de cerca de 7.000 profesionales, y se llevaron a cabo más de un centenar de conferencias, talleres y mesas redondas.

El lema del encuentro fue “Tecnología y pedagogía: la alianza que impulsa la innovación educativa en tiempos de IA”, consolidando la inteligencia artificial como la temática estrella del año por su presencia transversal en salones de sectores muy diversos.



Cierre del año con nuevas ferias y formatos

Noviembre fue el último mes de actividad ferial, antes de dejar paso a la temporada navideña en IFEMA MADRID. El primer fin de semana se celebró la convocatoria conjunta de **ACOUNTEX ESPAÑA, El Futuro de la Contabilidad y la Gestión Empresarial**, el evento de referencia para despachos profesionales, asesorías y empresas, y **HR EXPO, Feria de Gestión de Personas y Equipos**, dirigida a los profesionales de Recursos Humanos. Ambos certámenes profesionales sumaron 8.970 visitantes.

El principal tema de debate abordado en **ACOUNTEX ESPAÑA** fue la implantación de la factura electrónica y de la nueva herramienta Veri*factu. Por su parte, el tema más tratado en la segunda edición de **HR EXPO** fue la aplicación de la inteligencia artificial a la gestión del talento.

En noviembre coincidió la celebración de dos nuevas ferias propias de IFEMA MADRID: **PRIVEL, Feria de Fabricantes de Marcas Privadas y Retailers**, y **EXPO SAGRIS, Feria del Campo, Agricultura y Ganadería** (véase la información completa en el recuadro de la página 36).

PRIVEL es un nuevo certamen profesional para la marca privada o de distribuidor, planteado como punto de encuentro entre fabricantes y *retailers*. Por su parte, **EXPO SAGRIS** es un salón dedicado a la agricultura y la ganadería, que nace con vocación divulgativa.

El calendario ferial se cerró con la primera celebración conjunta del **SALÓN INTERNACIONAL DE LA CLIMATIZACIÓN Y LA REFRIGERACIÓN (C&R)** y de los salones **GENERA, Feria Internacional de Energía y Medioambiente**, y **MATELEC**,

Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica, agrupados bajo la denominación de **SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACIÓN Y LA DESCARBONIZACIÓN**. Esta propuesta integral sobre transición energética logró reunir alrededor de 97.000 profesionales y 1.200 empresas en el Recinto Ferial.

Mediante este nuevo formato, IFEMA MADRID reafirmó su compromiso de consolidar a España como uno de los polos europeos con mayor dinamismo en electrificación, descarbonización y transformación del parque edificatorio. La actividad de **C&R** estuvo marcada por un incremento en la presencia de soluciones de alta eficiencia, la consolidación de la bomba de calor como tecnología protagonista y la creciente integración de la digitalización.

Por su parte, **GENERA** reafirmó su liderazgo en renovables, transición energética y soluciones de almacenamiento, mientras **MATELEC** se consolidó como cita clave para todo el sector de la electrificación, la automatización, los materiales y la eficiencia en edificios y entornos industriales.

GENERA reafirmó su liderazgo en renovables, transición energética y soluciones de almacenamiento.

PRIVEL, primera feria profesional dedicada a la marca privada.

El calendario de IFEMA MADRID incorporó en 2025 la nueva feria profesional **PRIVEL, Feria de Fabricantes de Marcas Privadas y Retailers**, dedicada a la marca privada (también conocida como “marca de distribuidor” o “marca blanca”), celebrada los días 5 y 6 de noviembre.

Su primera edición superó las previsiones y se cerró con la visita de más de 4.900 profesionales procedentes de 46 países, con una extensa representación de la Europa mediterránea y América Latina.

En un contexto de creciente relevancia internacional del sector, **PRIVEL** respondió a la demanda de un espacio especializado sobre este segmento al alza en el ámbito del gran consumo. Además, reforzó el papel de Madrid y de España como *hub* de referencia en desarrollo, producción, innovación, exportación y consumo de marca privada.

La feria se planteó con un formato estrictamente B2B (*business to business*), con representación integral de toda la cadena de valor del sector: fabricantes, empresas de distribución e intermediación, *retailers* y centrales de compra, y comercio exterior.

Su programa de actividades incluyó el I Congreso PRIVEL de Marca Privada, que debatió sobre la evolución de la marca privada: de las marcas blancas originales a la innovación y competitividad que caracterizan a la marca privada actual.

La primera edición de **PRIVEL** en 2025 fue reconocida con el EMECA Bela Award 2026 al Mejor Lanzamiento Ferial de Europa, entregado por la European Major Exhibition Centres Association (EMECA). El jurado, formado por directivos de los principales operadores y recintos feriales europeos, destacó especialmente el carácter innovador de la feria, el interés del sector y su impacto en el entorno económico y social.

Primera edición de EXPO SAGRIS: acercando el campo a la ciudad.

Otra de las novedades del calendario de 2025 fue **EXPO SAGRIS, Feria del Campo, Agricultura y Ganadería**, nacido con la vocación de acercar el campo a la ciudad, dando a conocer la realidad y los principales retos que afronta este sector.

Celebrado del 6 al 8 de noviembre, ofreció una agenda de más de 200 actividades dirigidas tanto al público general como a profesionales de la industria agroalimentaria.

El programa se desarrolló alrededor de tres ejes: tierra, tecnología y personas. Estas temáticas se abordaron en foros especializados, talleres formativos, demostraciones de maquinaria y soluciones digitales, y espacios divulgativos orientados a conectar a la ciudadanía con la realidad del mundo rural.

Uno de sus puntos fuertes fue la implicación institucional, con la participación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y de diversas comunidades autónomas, además de centros de investigación y universidades. La propuesta llegó a congregarse a más de 6.100 visitantes en el Recinto Ferial.



Referente mundial en congresos y eventos profesionales.

IFEMA MADRID volvió a confirmar en 2025 su posición altamente competitiva y diferencial en el ámbito profesional, consolidándose como uno de los espacios de referencia a nivel global para albergar grandes congresos y eventos de sectores muy diversos.

La calidad, la capacidad y la flexibilidad de los distintos recintos gestionados por la Institución permitieron acoger encuentros, congresos y conferencias organizados por asociaciones profesionales, compañías privadas y otros perfiles de entidades.

El sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés: *Meeting, Incentives, Conferencing and Exhibitions*) sumó 14 convocatorias en 2025, que reunieron a más de 63.600 profesionales.

En el ámbito médico-científico destacaron el **Congreso anual de la European Association of Urology – EAU25**, y el **Congreso Mundial de Cardiología**, mientras que en el ámbito tecnológico cabe citar el **SAP Sapphire** y el **Amazon Web Services Summit**.

Mediante el desarrollo de esta línea de actividad, IFEMA MADRID reafirma su compromiso con el desarrollo económico y la innovación en el sector de eventos profesionales.

Convocatorias más relevantes del año.

- **Congreso anual ASLAN2025 (18 a 20 de marzo).** Organizado por @aslan, asociación sin ánimo de lucro de empresas tecnológicas, bajo el título "IA + Innovación digital: grandes retos y oportunidades". Reunió a 5.700 profesionales y cerca de 150 ponentes del sector.
- **40.º Congreso anual de la European Association of Urology – EAU25 (21 a 24 de marzo).** Celebrado por tercera vez en Madrid, convocó a cerca de 10.000 asistentes. Entre las actividades, destacaron las cirugías en directo, las ponencias y debates clínicos, y las discusiones públicas sobre casos.
- **33.º Congreso Europeo de Psiquiatría (5 a 8 de abril).** Organizado por la European Psychiatric Association (EPA), reunió a 4.900 profesionales internacionales del campo de la psiquiatría y la salud mental bajo el lema "Hacia soluciones reales en salud mental". A lo largo del congreso, se presentaron avances científicos, nuevas investigaciones y enfoques terapéuticos innovadores.
- **INORMS Madrid (6 a 8 de mayo).** El mayor encuentro global de profesionales dedicados a la gestión de la investigación, convocados por la European Association of Research Managers and Administrators (EARMA). Más de 1.800 expertos de todo el mundo compartieron experiencias, enfoques innovadores y buenas prácticas.

Convocatorias
más relevantes del año.

- **Salón Carrefour (7 y 8 de mayo).** Reunión de 2.000 profesionales del *retail* en el Recinto Ferial. El título del encuentro fue “Impulsando el futuro de la alimentación” y destacó la presentación de los principales avances en la aplicación de la inteligencia artificial en el sector.
- **Congreso SECOIR (Sociedad Española de Cirugía Ocular Implanto-Refractiva) (7 a 9 de mayo).** Celebración de la 49.ª edición de este evento de referencia en cirugía implanto-refractiva e innovación oftalmológica. Celebrado en el Centro de Convenciones, se convirtió en el congreso con mayor asistencia del año en IFEMA MADRID, con más de 1.200 profesionales.
- **Congreso Nacional de la Sociedad Española de Reumatología (SER) (13 a 16 de mayo).** Encuentro de alto nivel científico donde se presentaron los avances más recientes de la especialidad y diversos foros de intercambio de conocimiento. Reunió a más de 1.300 asistentes.
- **SAP Sapphire Madrid 2025 (26 a 28 de mayo).** Edición europea del principal evento del fabricante de *software* Sapphire con más de 7.000 visitantes. El tema central fue la aplicación de la inteligencia artificial (IA) generativa y el papel de los agentes de IA.
- **Amazon Web Services Summit Madrid (11 de junio).** Décima edición de este encuentro anual de líderes tecnológicos, que reunió a más de 9.000 profesionales. El evento se enfocó en las últimas novedades en la nube, infraestructuras digitales e inteligencia artificial.
- **Congreso Mundial de Cardiología (9 a 13 de septiembre).** Celebrado de forma conjunta con el Congreso Anual de la European Society of Cardiology (ESC), convocó a más de 28.700 especialistas de todo el mundo.
- **62.º Congreso SECOT (1 a 3 de octubre).** Evento de referencia en el ámbito de la salud musculoesquelética, convocado por la Sociedad Española de Cirugía Ortopédica y Traumatología (SECOT) y que logró convocar a más de 2.400 profesionales del sector.
- **Congreso Español de la Mama (16 a 18 de octubre).** Organizado por la Sociedad Española de Senología y Patología Mamaria (SESPM) y la Sociedad Española de Diagnóstico por Imagen de la Mama (SEDIM), reunió a más de 1.300 especialistas en patología mamaria.

IFEMA MADRID
LIVE, cita
imprescindible con
el ocio y la cultura.

La marca IFEMA MADRID LIVE siguió sumando propuestas y espectadores en 2025. Creada en 2021 para agrupar el programa de actividades culturales en el Recinto Ferial y el Palacio Municipal, ha logrado consolidar un programa estable y variado, capaz de integrar propuestas de géneros muy diversos que atraen a todo tipo de públicos.

El calendario de 2025 volvió a combinar espectáculos escénicos de larga estancia y producción compleja, exposiciones de gran formato, y festivales y conciertos *indoor* de una gran diversidad de estilos musicales, además de consolidar una oferta navideña ya convertida en referente para Madrid y sus visitantes.

La variedad y la calidad de la oferta permitieron que IFEMA MADRID LIVE recibiera a 812.234 visitantes en los 46 grandes eventos celebrados a lo largo del año.

46

grandes eventos de ocio:
espectáculos, musicales,
festivales, conciertos y exposiciones

812.234

visitantes

Consolidación del calendario
de eventos musicales

La solidez de la marca IFEMA MADRID LIVE y la flexibilidad de las instalaciones gestionadas por la Institución han consolidado en los últimos años una programación regular y continua, que aprovecha al máximo las posibilidades que ofrecen los recintos a lo largo del año.

Además, la diversidad de la oferta permite llegar a un público muy amplio, de distintas generaciones y aficionado a todo tipo de estilos musicales, que ya identifican a IFEMA MADRID como espacio de referencia de ocio *indoor*.

En el primer semestre del año, los pabellones del Recinto Ferial concentraron numerosos festivales de música electrónica, planteados como espectáculos visuales que ofrecen experiencias inmersivas. La apuesta de la Institución por estos acontecimientos ha permitido reunir año a año a las grandes estrellas internacionales de este estilo.

La primera cita de la temporada volvió a ser **CIRCOLOCO** (15.785 asistentes), celebrado a inicios de febrero y que agotó las entradas en su tercera edición en Madrid. Este evento traslada a IFEMA MADRID una de las fiestas de música electrónica *underground* más populares de la isla de Ibiza.

Tomó el relevo **DON'T LET DADDY KNOW** (7.531), otro referente histórico de la música electrónica, que volvió a celebrarse tras siete años de ausencia.

En su primera edición, **MAYKA FESTIVAL** (1.455) llevó el concepto de "experiencia" un paso más allá con su política de prohibición de los teléfonos móviles para que los asistentes pudieran sumergirse completamente en la propuesta. También se proporcionaron tapones auditivos de última generación para contribuir a cuidar de la salud auditiva del público. El festival conmemoró el 25.º aniversario de la icónica marca Cocoon y reunió a artistas de referencia del panorama actual del *house* y el *techno*.

En un estilo musical muy distinto, febrero se cerró con **HORTERALIA** (2.700), ya convertido en evento imprescindible de los últimos años en IFEMA MADRID, con una propuesta divertida y sin complejos. Su escenario acogió a referentes de la música pop española de las últimas décadas, como **KARINA, OBK, AMISTADES PELIGROSAS, VICKY LARRAZ, LA CASA AZUL, NEBULOSSA** o **SONIA Y SELENA**.



Experiencias inmersivas

El calendario continuó con nuevos festivales dedicados a tendencias musicales alternativas.

A inicios de marzo se celebró la segunda edición de **OUTWORLD KLANGKUNSTLER** (11.910), dedicado a la música *hard techno* y con una producción espectacular que batió su récord de asistencia. La convocatoria resultó un éxito desde su mismo anuncio, con la venta de todas las entradas disponibles tres meses antes de su celebración y la ampliación del aforo.

En el mes de marzo, los amantes del *hard techno* disfrutaron también del **BLACKWORKS WEEKEND FESTIVAL: REBIRTH EDITION** (21.768), que en sus dos jornadas reunió a más de 40 artistas internacionales en diversos escenarios del Recinto Ferial.

El mismo fin de semana, la gira #NTK25 de la estrella del pop **ANASTACIA** (1.616) hizo parada en el Palacio Municipal, con Casey McQuillen como invitada especial.

Otras citas destacadas para cerrar el primer trimestre del año fueron el espectáculo **TARAKA** (5.565) del DJ y productor latino **GORDO**, una sesión de más de seis horas con una producción de gran complejidad técnica; y la edición de primavera del evento **POMPÄ 360°** (2.592), una experiencia de tardeo con ocho horas de *indie* y pop en un escenario circular 360°.

La gira #NTK25 de la estrella del pop **ANASTACIA** hizo parada en el Palacio Municipal con 1.616 asistentes.

En otra muestra de flexibilidad y capacidad de atracción de públicos diversos, el primer fin de semana de abril concentró en el recinto de IFEMA MADRID tres eventos: la primera edición del festival de *hard techno* **FURY FEST** (5.800); la segunda edición del **JACKIES FESTIVAL** (6.000), la mayor cita de *house music* en España; y la feria experiencial **SCRAPWORLD** (13.570), una propuesta única que mezcla moda, música, arte y tendencias urbanas.

A finales de junio, el Palacio Municipal acogió la segunda edición de los **PREMIOS DE LA ACADEMIA DE LA MÚSICA DE ESPAÑA** (1.470), que reconoció a los artistas más destacados del panorama musical español en una gala retransmitida por televisión.

Tras el parón veraniego, en septiembre se celebró el **NOSTALGIA MILLENIAL FEST** (10.279), con más de una docena de artistas encabezados por **CARLOS BAUTE, SAFRI DUO** y **FRAN PEREA**.

También en septiembre, el sexto aniversario de **BLACKWORKS** (15.658) volvió a convertir el Recinto Ferial en un templo del *hard techno*.

A mediados de octubre, llegó el turno del prestigioso festival alemán de música electrónica **TIME WARP** (19.820), celebrado a lo largo de dos jornadas.

La última cita antes de la temporada navideña fue el espectáculo del DJ **FRED AGAIN** (10.800), como parte de su gira 10 Weeks, 10 Songs, 10 Cities, en un montaje que emuló los clubs berlineses.



Navidad en IFEMA MADRID

Un año más y coincidiendo con el paréntesis del calendario ferial en el mes de diciembre, IFEMA MADRID diseñó una oferta muy completa durante los meses de Navidad. En total, se organizaron 22 eventos en distintos formatos (musicales, conciertos, festivales y grandes shows), que atrajeron a cerca de 300.000 personas.

La propuesta que convocó a más espectadores fue la tercera edición del festival **STARLITE Madrid**, con más de 65.000 asistentes.

Entre los artistas de esta edición destacaron **RICKY MARTIN, INDIA MARTÍNEZ, MELENDI, MIGUEL POVEDA** o **MANUEL CARRASCO**, además del espectáculo **DISNEY IN CONCERT: THE SOUND OF MAGIC y BILLBOARD No. 1s**, un evento musical que celebra a los artistas que lideran las listas de Billboard España y que se organizó por primera vez en España.

Entre el resto de las propuestas en el periodo navideño destacaron los conciertos de **MANOLO GARCÍA** (3.450) en el Palacio Municipal, dentro de su gira de teatros para presentar su último trabajo *Drapaires polígoneros*.

La oferta musical se completó con la segunda edición del festival **MUSIC HALL**, con una programación muy ecléctica que superó los 11.800 asistentes; el evento **ORO VIEJO BY DJ NANO** (8.633), que volvió a fusionar música electrónica, arte urbano y celebración navideña; y **EXPERIENCE BY CAMELPHAT** (3.478), también basado en música electrónica, diseño sonoro y proyecciones inmersivas.

Dentro de la programación de **MUSIC HALL** se integró también la entrega de los **PREMIOS ÍDOLO**, una iniciativa de la *influencer* Dulceida para reconocer el talento de creadores de contenido, artistas y figuras públicas con impacto en la cultura digital, en la primera edición abierta a la asistencia del público general mediante venta de entradas.



Exposiciones y espectáculos.

Junto con la oferta musical, el Recinto Ferial de IFEMA MADRID volvió a acoger diversos espectáculos y exposiciones de gran formato, que aprovecharon todas las posibilidades de sus instalaciones.

Entre los espectáculos destacó otro año ininterrumpido de actuaciones de **WAH MADRID, Show Musical y Gastronómico**, que reunió a cerca de 147.000 personas a lo largo de la temporada.

Las dos grandes exposiciones del año fueron **MARVEL: UNIVERSE OF SUPER HEROES**, inaugurada en noviembre de 2024 y que prorrogó su estancia hasta marzo de 2025, sumando más de 43.900 nuevos visitantes; y **THE FRIENDS EXPERIENCE** (57.000), que recreó el universo de la exitosa serie de televisión con decorados a escala real, vestuario y una gran variedad de objetos de recuerdo.

La oferta para el público infantil incluyó propuestas ya consolidadas en los últimos años y que siguen repitiendo su éxito temporada a temporada. Es el caso de las dos citas con **CIRCLASSICA: LA HISTORIA DEL CIRCO MUNDIAL CONTINÚA** (enero de 2025, con 47.500 espectadores) y el nuevo **NOEL** (diciembre de 2025, con 156.400).

Otros dos espectáculos que repitieron presencia en IFEMA MADRID fueron **EL SHOW DE BLUEY** (6.100), con marionetas de gran formato y los escenarios de la popular serie; y **LA GRANJA DE ZENÓN** (1.000), con una pantalla led de más de 150 metros y efectos de sonido envolventes.

Arranque de la segunda fase de Madrid Turismo by IFEMA MADRID.

Madrid Turismo by IFEMA MADRID consolidó en 2025 su posicionamiento como proyecto estratégico singular dentro de la actividad de la Institución. Esta iniciativa nació a finales de 2022 gracias al impulso conjunto de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid e IFEMA MADRID, bajo el objetivo de captar turismo de alto valor en mercados de origen geográficamente lejanos —conocidos en el sector turístico como “mercados de largo radio”— y consolidar Madrid como destino *premium*.

El proyecto afrontó en 2025 su segunda fase, centrada en el refuerzo de las acciones desarrolladas hasta la fecha y la activación de nuevas actuaciones, con vistas a ampliar el impacto, la escalabilidad y la sostenibilidad a largo plazo de la iniciativa. Para ello, se formalizó el segundo convenio entre las instituciones implicadas, que se desarrollará entre 2025 y 2027 con una inversión de 38,4 millones de euros.

En el marco de este nuevo convenio, destacó también la celebración de la primera Mesa de Expertos del Turismo de Madrid, formada por destacadas asociaciones del sector turístico y representantes de las entidades públicas. Su función es asesorar en la coordinación y ejecución de estrategias orientadas a reforzar el posicionamiento de Madrid como destino turístico global.

Foco en mercados de largo radio

En paralelo, a lo largo de 2025 se dio continuidad y se potenciaron las acciones de comunicación iniciadas en la primera fase del proyecto, con los objetivos de atraer a viajeros de mayor impacto económico, incrementar la estancia media y contribuir a la desestacionalización y la descentralización del destino.

Las regiones prioritarias durante el ejercicio fueron Norteamérica, Latinoamérica, Asia y Oriente Medio, con acciones adaptadas al perfil de los potenciales visitantes de cada mercado:

- **Norteamérica (Estados Unidos y Canadá):** eventos presenciales y campañas en plataformas especializadas para agentes *premium*, junto con presencia en programas de televisión y *podcasts* de gran audiencia.
- **Latinoamérica (Argentina, México, Colombia y Brasil):** gestión de contenidos en revistas y *marketing* digital.
- **Asia (China, Japón y Corea del Sur):** acciones en redes sociales y plataformas de *marketing*.
- **Oriente Medio (Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Catar):** publicidad y gestión de contenidos en revistas especializadas.

La actividad desarrollada en 2025 permitió sentar las bases estructurales, operativas y estratégicas necesarias para el despliegue a gran escala previsto para los ejercicios 2026 y 2027.

Valor estratégico para IFEMA MADRID

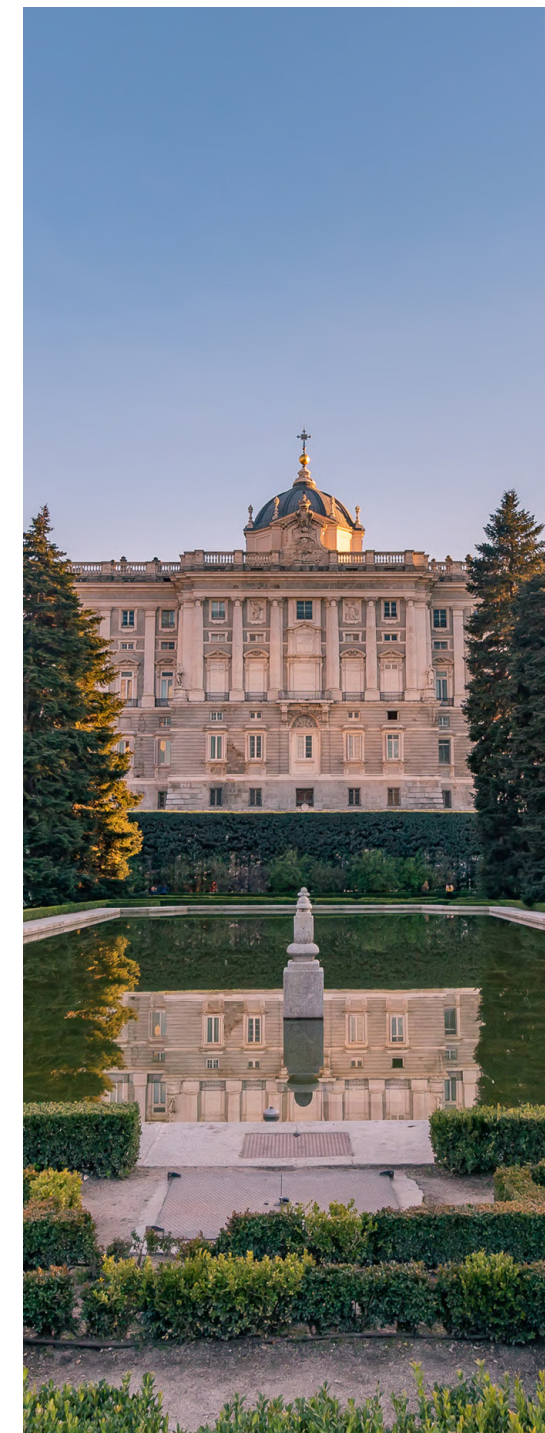
Esta nueva etapa de Madrid Turismo by IFEMA MADRID refuerza el papel de la Institución como gestora de proyectos internacionales de alta complejidad.

En concreto, destaca su especialización en la consolidación de un modelo innovador de gobernanza público-privado, el desarrollo de un sistema operativo y de medición avanzado, y el refuerzo de IFEMA MADRID como plataforma de internacionalización.

Impulso de nuevas rutas aéreas.

En 2025, Madrid Turismo by IFEMA MADRID mantuvo una intensa actividad de relación con *partners* del ecosistema turístico y de conectividad aérea. En este ámbito, destaca la colaboración con Iberia y otros operadores clave para el impulso de nuevas rutas aéreas de largo radio a partir de 2026.

Estas actuaciones refuerzan el enfoque integral del proyecto, alineando la promoción internacional del destino con la mejora de la conectividad aérea y la accesibilidad de Madrid en mercados prioritarios.



Extensión de la estrategia de internacionalización.

Uno de los tres pilares del actual Plan Estratégico de IFEMA MADRID es el impulso de la internacionalización de su actividad, una línea de acción que en 2025 sumó nuevos hitos.

La firme trayectoria de internacionalización en los últimos años demuestra el reconocimiento de la Institución como referente global en el sector, su capacidad para atraer compradores internacionales y su apuesta por organizar nuevas ferias en el extranjero, en colaboración con operadores locales.

Entre las principales novedades de 2025 destacó el aumento de la cobertura de las delegaciones de IFEMA MADRID en el exterior, que pasó de 30 a 47 países en todo el mundo. Entre ellas, cabe citar la apertura de nuevas oficinas en la India y en las regiones de Oriente Medio, los países nórdicos y el Sudeste Asiático.

La acción de las delegaciones complementa la labor del Programa de Compradores Internacionales, orientado a ampliar progresivamente el número de compradores internacionales e impulsar la generación de negocio en las ferias propias.

En la coorganización de ferias en el extranjero cabe citar la plena consolidación de los encuentros internacionales del calendario, con un importante éxito tanto de participación como de aportación de valor. Entre ellos, destacó la excelente acogida de la segunda edición de **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**.

Además, el año se cerró con el anuncio de una nueva feria internacional para el calendario de 2026: **SICON MÉXICO – SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN MÉXICO**, gracias a un nuevo acuerdo de coorganización con Expo Guadalajara.

Proyectos en el extranjero

El calendario internacional arrancó con la celebración de **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO** (25 a 27 de marzo), que en solo dos ediciones se ha consolidado como el evento de referencia del sector hortofrutícola en Latinoamérica.

Organizada por IFEMA Madrid y Fiera Milano Brasil, la feria reunió a los principales agentes del sector: productores, cooperativas, compradores, exportadores, importadores y representantes empresariales. Entre las actividades paralelas, destacaron el Cooking Show by Observatório da Gastronomia, con presentaciones interactivas de la mano de chefs, mixólogos y baristas, y el Congreso Fruit Forum, en el que se abordaron cuestiones relacionadas con la logística, la innovación, las finanzas, la tecnología y la sostenibilidad en el agronegocio.

El éxito de esta segunda edición mantiene a **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO** como el proyecto ferial de mayor alcance en la trayectoria internacional de IFEMA MADRID.

El certamen registró cifras récord que reflejan su creciente relevancia: 400 empresas expositoras nacionales e internacionales, 16.388 visitantes profesionales procedentes de 63 países y una superficie expositiva de 15.000 metros cuadrados, lo que representó un crecimiento del 66% respecto al año anterior.

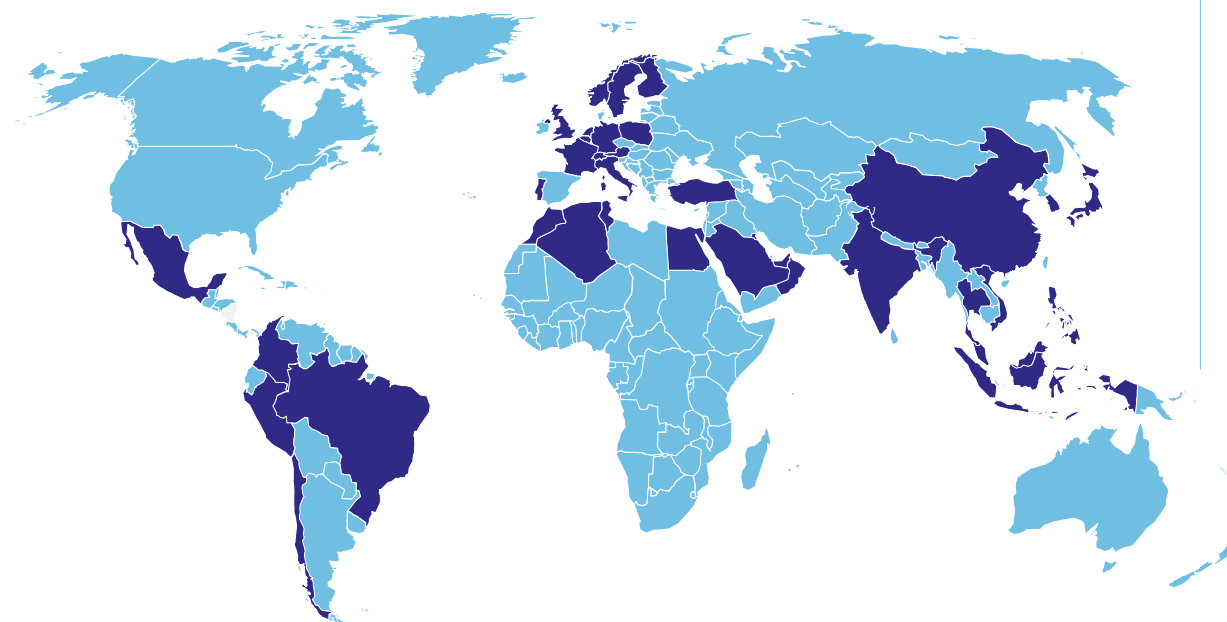
Asimismo, destacó la acción del Programa de Compradores Internacionales, con más de 45 compradores y más de 1.500 reuniones de negocios.

La segunda cita del año fue la feria internacional más veterana de IFEMA MADRID: **ARCOLISBOA** (29 de mayo a 1 de junio), que en su octava edición reafirmó su papel como plataforma internacional del arte contemporáneo en Portugal.

La convocatoria superó los 14.000 visitantes y reunió a 83 galerías de 17 países. Entre las novedades de la feria, coorganizada con la Câmara Municipal de Lisboa, figuró la iniciativa del Ministerio de Cultura del Gobierno de Portugal de facilitar el acceso gratuito a menores de 25 años durante dos jornadas, lo que impulsó la presencia de público joven y permitió acercar el arte contemporáneo a las nuevas generaciones.

Un año más, **ARCOLISBOA** contó con el respaldo del Gobierno de Portugal, con la visita del presidente de la República, Marcelo Rebelo de Sousa, y de otros representantes institucionales de primer nivel. El dinamismo en las ventas expresado por las galerías participantes reflejó el firme compromiso de los coleccionistas, tanto portugueses como internacionales, con el arte contemporáneo.

Delegaciones de IFEMA MADRID.



Los excelentes resultados marcaron también la celebración de **MOTORTEC CHILE 2025** (26 a 28 de junio), coorganizada con Espacio Riesco. En su cuarta edición, la feria más relevante de la posventa de automoción en Latinoamérica alcanzó un récord de participación con cerca de 8.000 visitantes profesionales y más de 150 expositores.

La convocatoria se distinguió por su gran nivel internacional y por la excelente acogida de actividades como el encuentro de cámaras iberoamericanas del recambio; las Olimpiadas Técnicas Motortec, que pusieron a prueba las habilidades de análisis y resolución de problemas de futuros profesionales del sector, y la exhibición de vehículos *off-road*.

Por último, **ESS+ POWERED BY SICUR** (27 a 29 de agosto) celebró su 31.ª edición en el Recinto Ferial de CORFERIAS en Bogotá (Colombia), con más de 16.000 asistentes y una importante presencia de compradores internacionales.

Las novedades presentadas demostraron el creciente peso de la tecnología en el sector, con un auge especial del uso de la inteligencia artificial para el desarrollo de nuevas soluciones.

Coorganizada junto a PAYFC (Panamerican Federation of Associations of Security) y CORFERIAS, también destacó el gran valor de la agenda académica y de los encuentros gremiales celebrados durante la feria, con 170 conferenciantes y expertos. La zona expositiva reunió a cerca de 250 expositores, con la representación de más de 200 marcas de 26 países.

La colaboración de IFEMA MADRID en **ESS+ POWERED BY SICUR** se enmarca en el acuerdo firmado en 2022 con CORFERIAS, el primer operador ferial de Colombia, renovado en 2023 con la adhesión de ProColombia.

Acuerdo con Expo Guadalajara para coorganizar una nueva feria en México.

IFEMA MADRID firmó a finales de 2025 un acuerdo con Expo Guadalajara para la coorganización de **SICON MÉXICO – SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN MÉXICO**, cuya primera edición se ha celebrado en abril de 2026.

El acuerdo supone una nueva muestra de exportación de una de las ferias propias de IFEMA MADRID, posicionada como un encuentro profesional de referencia global para la comercialización de productos y servicios de la construcción.

La Institución aporta la experiencia y el conocimiento en la organización de la feria en España —la primera organizada en la historia de IFEMA MADRID, en 1980—, además del trabajo de su red de delegaciones internacionales, que permitirá impulsar la presencia de visitantes de todo el mundo al nuevo certamen.

La nueva **SICON MÉXICO – SEMANA INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN MÉXICO** nace con el ambicioso objetivo de posicionarse entre las ferias internacionales de mayor relevancia en el sector.

Programa de Compradores Internacionales

El Programa de Compradores Internacionales se mantuvo en 2025 como una de las líneas de acción estratégicas de la política de internacionalización de IFEMA MADRID. La actividad desarrollada a lo largo del año permitió consolidar esta iniciativa como un recurso de gran eficacia en su doble objetivo de, por un lado, captar empresas importadoras internacionales de alto perfil y, por otro, reforzar el posicionamiento global de los certámenes propios.

Un total de 20 ferias incorporaron el Programa de Compradores Internacionales a lo largo del año, promoviendo la participación de 3.043 compradores procedentes de 65 países, con un significativo incremento respecto a las cifras del año anterior.

Entre los certámenes con mayor proyección destaca **FRUIT ATTRACTION**, que volvió a situarse como la feria más internacional del calendario con la participación de 630 compradores de 63 países.

El resto de las ferias que contaron con el Programa de Compradores Internacionales en 2025 fueron **ARCOmadrid**, **ARCOlisboa**, **CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN**, **FITUR**, **FRUIT ATTRACTION SÃO PAULO**, **INTERGIFT**, **BISUTEX**, **MADRIDJOYA**, **MOMAD**, **MEAT ATTRACTION**, **MOTORTEC**, **PROMOGIFT**, **PRIVEL** y **SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACIÓN**.

La implementación de estos programas contribuye de manera decisiva a generar oportunidades de negocio cualificadas entre compradores internacionales y empresas expositoras, reforzando el valor añadido de la participación ferial y el posicionamiento de IFEMA MADRID como operador de referencia en la organización de encuentros profesionales de alcance global.



MADRING: del proyecto a la realidad.

El año 2025 supuso la consolidación pública, institucional, comercial y experiencial de **MADRING – Gran Premio de España de Fórmula 1**, un proyecto estratégico para IFEMA MADRID y para la proyección internacional de la ciudad y la región.

A lo largo del año se sucedieron diversos hitos que reflejaron el avance progresivo de la iniciativa, llamada a generar impacto económico, notoriedad global y atracción turística en la ciudad y en la región.

El primer hito fue el lanzamiento oficial de MADRING, con la presentación de la identidad del circuito y del relato de marca del proyecto. Celebrada el 10 de marzo, esta acción permitió posicionar a Madrid como una sede diferencial dentro del calendario internacional de la Fórmula 1 y reforzar el papel de IFEMA MADRID como promotor de grandes acontecimientos globales.

A finales de abril, otros dos hitos llamaron la atención de los aficionados a la Fórmula 1 de todo el mundo y de la sociedad madrileña. El 23 de abril, el piloto Carlos Sainz Cenamor dio la primera vuelta a MADRING al volante del Ford Raptor T1+, con el que compitió en el Dakar 2025.

Dos días después, se celebró el acto de colocación de la primera piedra del circuito, tras la aprobación de la licencia de obra. Este evento contó con una amplia representación institucional y tuvo como protagonista a Carlos Sainz Jr., que además fue nombrado embajador de MADRING.

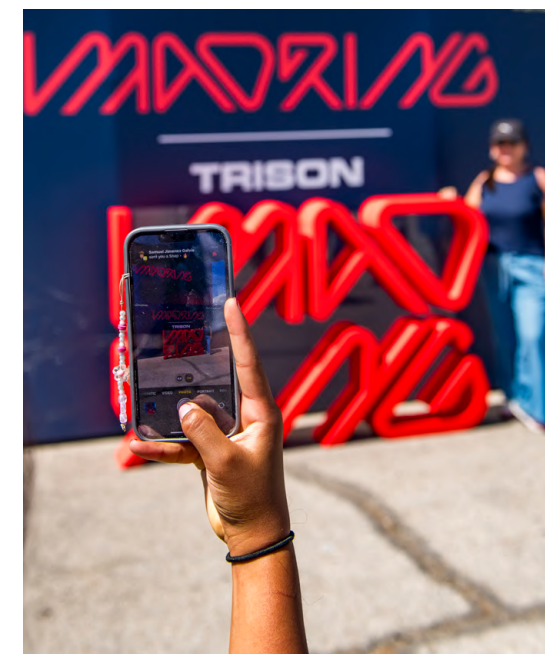
Primer encuentro entre MADRING y la ciudadanía

El 7 de junio se celebró el primer gran encuentro masivo entre el futuro Gran Premio y la ciudadanía, mediante un *roadshow* en el que el mismo Carlos Sainz Jr. rodó junto a los pilotos Pepe Martí y Mari Boya.

El recorrido, de más de un kilómetro, discurrió junto al Recinto Ferial de IFEMA MADRID por la calle Ribera del Sena, la avenida del Partenón y la avenida de la Capital de España. Además, el recinto de IFEMA MADRID acogió la Paddock Experience, con simuladores, música en directo, restauración y tiendas oficiales. Esta jornada se convirtió en una de las principales demostraciones de la capacidad organizativa y de convocatoria del proyecto, al reunir a más de 80.000 personas en un único día.

Para facilitar la movilidad de los asistentes, se reforzó el uso del transporte público mediante el incremento de frecuencias de las líneas del metro de Madrid y la implementación de un servicio de autobuses lanzadera. También se habilitaron medidas específicas de accesibilidad para más de 100 personas con movilidad reducida.

El año 2025 supuso la consolidación pública, institucional, comercial y experiencial de MADRING – Gran Premio de España de Fórmula 1.





Inicio de la cuenta atrás

El 13 de septiembre de 2025, justo un año antes de la celebración del Gran Premio, MADRING activó en la Puerta del Sol la cuenta atrás oficial. El acto incluyó una serie de acciones creativas y sorprendentes: un *flashmob* con cascos y mantones de Manila, un casco gigante emergiendo de una boca de metro y la instalación de un reloj de cuenta atrás que permanecerá en la plaza hasta el inicio de la carrera.

Dos días después, el 15 de septiembre, se produjo uno de los principales hitos comerciales del año: la salida a la venta de las entradas para el Gran Premio. En apenas una semana se vendieron cerca de 50.000 localidades, más de 20.000 de ellas en las primeras 12 horas de venta general. Las categorías más accesibles y las gradas principales se agotaron en cuestión de minutos, lo que confirmó el interés y la confianza del público en el proyecto.

El comportamiento de las ventas confirmó también la dimensión internacional del Gran Premio: aproximadamente el 25% de las entradas se vendió fuera de España, con el Reino Unido, México y Estados Unidos como principales mercados. Este dato resulta especialmente relevante por su conexión con el posicionamiento de Madrid como gran capital europea con capacidad para atraer turismo deportivo de alto valor.

El cierre del calendario de actividades de 2025 llegó el 12 de diciembre con la celebración de la Warm Up Party, la primera fiesta oficial del Gran Premio de España de Fórmula 1, celebrada en Las Ventas. El evento contó con actuaciones de Mestiza, ARGIA y Claudia León, y fusionó música electrónica, identidad española y espíritu de Fórmula 1.

En conjunto, los hitos desarrollados durante 2025 reflejaron la evolución de MADRING: de su fase de presentación pública en 2024 a su consolidación como un proyecto con tracción real.

La combinación del respaldo institucional, el avance constructivo, la activación ciudadana, la respuesta comercial, la internacionalización de la demanda y la captación de *partners* estratégicos sitúa al Gran Premio de España de Fórmula 1 como una de las grandes iniciativas de IFEMA MADRID y como una plataforma de proyección global para la ciudad y la región.

El Gran Premio de España de Fórmula 1 constituye una plataforma de proyección global para la ciudad y la región.

Apoyo de grandes firmas.

En el ámbito comercial y de *partnership*, MADRING cerró en 2025 alianzas estratégicas con marcas de primer nivel.

Entre ellas, destacan Banco Santander como *founding partner*, así como American Express, Atlético de Madrid y Ford como socios del evento, a lo que se suma la asociación con TAG Heuer como *title sponsor* del Gran Premio.

Estas alianzas refuerzan la dimensión global del proyecto y su capacidad para atraer inversión y generar valor a largo plazo.



Actividad de ferias y eventos realizados en 2025.

Ferias propias.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales y virtuales
14/1/25 - 16/1/25	PMG PROMOGIFT	Salón Internacional del Objeto Promocional y Maquinaria para Personalización	Híbrido	5.631	160	11.014
22/1/25 - 26/1/25	FITUR	Feria Internacional de Turismo	Híbrido	79.271	8.266	251.000
5/2/25 - 8/2/25	INTERGIFT (1.ª ed. febrero)	Salón Internacional del Regalo y Decoración	Híbrido	18.528	192	23.250
6/2/25 - 9/2/25	BISUTEX (1.ª ed. febrero)	Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	Híbrido	6.793	228	9.046
6/2/25 - 9/2/25	MADRIDJOYA (1.ª ed. febrero)	Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia	Híbrido	3.313	86	7.096
7/2/25 - 9/2/25	MOMAD (1.ª ed. febrero)	Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios	Híbrido	6.494	200	7.642
19/2/25 - 23/2/25	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (1.ª ed. febrero)	La Gran Pasarela de Moda de España	Presencial	6.163	18	17.559
25/2/25 - 27/2/25	MEAT ATTRACTION	Feria del Sector Cárnico	Híbrido	6.079	196	9.805
26/2/25 - 28/2/25	IBERZOO + PROPET	Feria Internacional del Animal de Compañía	Híbrido	9.629	270	16.104
5/3/25 - 9/3/25	ARCOmadrid	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Presencial	21.576	285	49.845
22/3/25 - 30/3/25	ANTIK ALMONEDA	Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo	Presencial	3.848	81	12.595
26/3/25 - 30/3/25	SEMANA DE LA EDUCACIÓN	AULA DIGIEARNING FORO DE POSTGRADO SCHOOLS DAY	Híbrido	10.330	159	135.696
27/3/25 - 29/3/25	MADRID ES CIENCIA		Presencial	2.041	4	10.376
23/4/25 - 26/4/25	MOTORTEC	Feria Internacional de la Posventa de Automoción	Híbrido	42.916	657	60.141
3/6/25 - 8/6/25	SALÓN DE VEHÍCULO DE OCASIÓN Y SEMINUEVO (VO)	Salón de la Movilidad de Segunda Mano	Híbrido	13.551	28	14.027

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

Ferias propias.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales y virtuales
10/9/25 - 13/9/25	INTERGIFT (2.ª ed. septiembre)	Salón Internacional del Regalo y Decoración	Híbrido	12.872	153	13.801
11/9/25 - 13/9/25	BISUTEX (2.ª ed. septiembre)	Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	Híbrido	5.662	198	9.118
11/9/25 - 13/9/25	MOMAD (2.ª ed. septiembre)	Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios	Híbrido	6.913	213	7.408
11/9/25 - 14/9/25	MADRIDJOYA (2.ª ed. septiembre)	Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia	Híbrido	7.071	170	10.492
17/9/25 - 21/9/25	MERCEDES BENZ FASHION WEEK MADRID (2.ª ed. septiembre)	La Gran Pasarela de Moda de España	Presencial	7.283	56	14.713
30/9/25 - 2/10/25	FRUIT ATTRACTION	Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas	Híbrido	79.758	2.395	123.052
7/10/25 - 9/10/25	LIBER	Feria Internacional del Libro	Híbrido	3.872	236	8.111
9/10/25 - 12/10/25	ESTAMPA	Contemporary Art Fair	Presencial	5.440	99	11.409
17/10/25 - 19/10/25	SALÓN LOOK	Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral	Híbrido	9.931	179	36.336
18/10/25 - 26/10/25	FERIARTE	Feria de Antigüedades y Galerías de Arte	Presencial	3.996	65	12.731
28/10/25 - 30/10/25	SIMO EDUCACIÓN	Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa	Híbrido	2.827	89	6.865
5/11/25 - 6/11/25	ACCOUNTEX y HR EXPO	El futuro de la Contabilidad y la Gestión Empresarial	Presencial	6.454	205	8.970
5/11/25 - 6/11/25	PRIVEL	Feria de Fabricantes de Marcas Privadas y Retailers	Híbrido	5.777	267	4.924
6/11/25 - 8/11/25	EXPO SAGRIS	Feria del Campo, Agricultura y Ganadería	Híbrido	3.696	33	6.155
18/11/25 - 20/11/25	GENERA	Feria Internacional de Energía y Medioambiente	Híbrido	23.115	447	39.275
18/11/25 - 20/11/25	MATELEC	Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica	Híbrido	11.776	346	23.318
18/11/25 - 20/11/25	CLIMATIZACION Y REFRIGERACION - C&R	Feria del Aire Acondicionado, Ventilación y Calefacción	Híbrido	26.445	405	34.314

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

Ferias externas.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
14/1/25 - 16/1/25	C!PRINT MADRID		7.191	145	13.182
27/1/25 - 29/1/25	MADRID FUSIÓN	Alimentos de España	10.263	232	26.104
15/2/25 - 16/2/25	JAPAN WEEKEND MADRID (ed. febrero)	Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa	24.700	20	134.372
15/2/25 - 17/2/25	COFFEE FEST	El Mayor Evento para Profesionales y Amantes del Café	2.431	166	43.798
5/3/25 - 6/3/25	NUTRACEUTICALS EUROPE SUMMIT&EXPO	Feria Internacional de Ingredientes Funcionales, Novel Foods y Producto Final	1.289	111	1.818
10/3/25 - 12/3/25	HIP- HOSPITALITY INNOVATION PLANET	Salón Profesional para el Sector Horeca	23.181	577	56.793
11/3/25 - 12/3/25	WORLD OLIVE OIL EXHIBITION - WOOE	El Encuentro Mundial del Aceite de Oliva	1.256	309	2.130
20/3/25 - 23/3/25	CINEGÉTICA	Pasión por el Campo y la Caza	4.667	215	23.379
28/3/25 - 30/3/25	INTEROCIO	Elige tu Propia Aventura	8.743	136	15.004
7/4/25 - 10/4/25	SALON GOURMETS	Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad	33.655	2.000	70.035
8/4/25 - 10/4/25	PASSENGER TERMINAL EXPO (PTE WORLD)		13.592	421	20.000
22/4/25 - 27/4/25	FERIA DEL CORREDOR ZURICH ROCK'N ROLL RUNNING SERIES		4.278	82	55.093
23/4/25 - 25/4/25	REBUILD	Showroom y Congreso Nacional de Arquitectura Avanzada y Construcción 4.0	11.810	296	28.739
12/5/25 - 14/5/25	FEINDEF - FERIA DE LA DEFENSA	Feria Internacional de Defensa y Seguridad de España	28.362	617	25.510
20/5/25 - 23/5/25	SALÓN INMOBILIARIO (SIMA)	Salón Inmobiliario de Madrid	10.922	520	21.300
16/6/25 - 18/6/25	INTERAZAR	Feria Española del Juego	2.055	40	5.000
16/6/25 - 20/6/25	CONNECTING GREEN HYDROGEN EUROPE		3.666	52	2.000
18/6/25 - 19/6/25	INDUSTRY LIVE	Evento para la Transformación de la Industria	6.214	191	6.000
18/6/25 - 19/6/25	SPORTS SUMMIT MADRID		4.100	188	8.576
19/6/25 - 20/6/25	AOTEC	AOTEC Feria Tecnológica	3.105	101	5.340

Ferias externas.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
17/9/25 - 18/9/25	FARMAFORUM	Foro de la Industria Farmacéutica, Biofarmacéutica y Tecnologías de Laboratorio	11.300	340	8.300
20/9/25 - 21/9/25	JAPAN WEEKEND MADRID (ed. septiembre)	Feria del Manga, Anime y la Cultura Japonesa	24.700	20	134.101
15/10/25 - 16/10/25	EMPACK / LOGISTICS	The Future of Packaging Technology	9.535	454	15.072
21/10/25 - 22/10/25	AUTOMOTIVE MANUFACTURING MEETINGS MADRID		3.000	130	1.200
24/10/25 - 26/10/25	FISIOEXPO	Salon Profesional de Fisioterapia	6.563	170	5.000
29/10/25 - 30/10/25	MADRID TECH SHOW	Cloud Expo, Cyber Security World, Data Center, Big Data & AI, ESHOW, TFM	7.162	404	22.871
4/11/25 - 6/11/25	HYGIENALIA	Feria de Limpieza, Higiene Profesional y Lavandería	5.825	145	6.703
5/11/25 - 6/11/25	ADVANCED MANUFACTURING MADRID	Part of Advanced Manufacturing Madrid The Future of Performance Metal Working Industrial	14.917	613	10.900
6/11/25 - 9/11/25	BIOCULTURA	Feria de Productos Ecológicos y Consumo Responsable	3.991	392	35.501
8/11/25 - 9/11/25	BODAEVENTOS		1.298	90	6.800
8/11/25 - 9/11/25	MI BEBE Y YO	The Baby Show - Feria del embarazo, bebé y nuevas familias	1.300	52	5.000
26/11/25 - 28/11/25	RAIL LIVE		4.024	250	8.000
28/11/25 - 30/11/25	RETROMÓVIL	XVIII Salón Internacional del Vehículo de Época, Clásico y Colección	13.188	131	24.230
12/12/25 - 14/12/25	GAMERGY	E-sports & Gaming Festival	4.136	24	7.556

Congresos.

Fechas de celebración	Nombre	Organizador	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
18/3/25 – 20/3/25	CONGRESO @SLAN	ASOCIACIÓN ASLAN	1.110	130	5.700
21/3/25 – 24/3/25	40th ANNUAL EAU CONGRESS (UROLOGIA)	CONGRESS CONSULTANTS BV	46.800	133	10.000
5/4/25 – 8/4/25	(EPA) 33rd EUROPEAN OF CONGRESS PSYCHIATRY	MCI SUISSE, S.A.	617	30	4.900
7/5/25 – 8/5/25	SALÓN CARREFOUR	LIVE BY GL EVENTS	8.738	22	2.000
7/5/25 – 8/5/25	INORMS MADRID	INT. NET. OF RESEARCH MANAGEMENT ES	30.992	24	1.800
14/5/25 – 16/5/25	CONGRESO REUMATOLOGÍA-SER	UNIONTOURS, S.L.	563	29	1.300
4/6/25 – 5/6/25	CONGRESO DE COLUMNA VERTEBRAL	LOPEZ GARRIDO VIAJES Y CONGRESOS	10.464	64	1.100
4/6/25 – 6/6/25	CONGRESO SECOIR	SECOIR	600	45	1.200
29/8/25 – 1/9/25	CONGRESO ESC (CARDIOLOGÍA)	EUROPEAN SOCIETY OF CARDIOLOGY ESP	97.200	127	28.700
3/9/25 – 4/9/25	SICOT ORTHOPEDIC WORLD CONGRESS	TORRES PARDO, S.L.	28.184	51	1.050
1/10/25 – 3/10/25	SECOT	S.E. CIRUGÍA ORTOPÉDICA Y TRAUMATOLOGÍA	450	36	2.400
8/10/25 – 9/10/25	SEC - SMART ENERGY CONGRESS	AMPLITEC PROYECTOS Y CONSULTORIA S.L.	632	20	800
16/10/25 – 17/10/25	CONGRESO ESPAÑOL DE MAMA	THEORIA CONGRESOS	220	40	1.300
13/11/25 – 15/11/25	CONGRESO DE LA semFYC	SOC. ESP. MEDICINA FAMILIA Y COMUNITARIA	3.250	36	1.400

Proyectos internacionales.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	País	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
25/3/25 – 27/3/25	FRUIT ATTRACTION Brasil	Feria Internacional de Frutas y Hortalizas	Brasil	9.920	400	16.388
29/5/25 – 1/6/25	ARCOlisboa	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Portugal	3.837	90	24.247
26/6/25 – 28/6/25	MOTORTEC Chile	Exhibición Internacional del Aftermarket Dirigida a Profesionales de Chile y Latinoamérica	Chile	4.079	130	7.323
27/8/25 – 29/8/25	ESS+ BY SICUR COLOMBIA	Feria Internacional de Seguridad	Colombia	4.029	460	16.000

Conciertos y eventos de larga duración.

Fechas de celebración	Nombre	Nombre del coorganizador/ organizador externo	Superficie neta total	Visitantes
1/1/25 – 3/3/25	MALINCHE	MALINCHE THE MUSICAL	4.263	40.159
1/1/25 – 1/4/25	EXPOSICIONES SOLDOUT: MARVEL 2024/2025	SOLD OUT	4.000	43.921
1/1/25 – 31/12/25	WAH	PUM TOURS MEDIA, S.L.,	4.500	146.850
1/2/25 – 1/2/25	CIRCOLOCO	A&A MUSIC & PROPERTY S.L.	11.441	15.785
8/2/25 – 9/2/25	DON'T LET DADDY KNOW	EVENTOS SINGULARES FLANDER S.L.	10.855	7.531
14/2/25 – 15/2/25	MAYKA FESTIVAL	MAYKA FESTIVAL S.L	9.907	1.455
22/2/25 – 23/2/25	HORTERALIA	DISORDER EVENTS, S.L.	4.075	2.708
1/3/25 – 2/3/25	OUTWORLD KLANGKLUENSTELER	PRODUCCIONES INVERSA S.L.	13.808	11.910
14/3/25 – 16/3/25	BLACKWORKS WEEKEND FESTIVAL	BW MUSIC S.L	22.081	21.768
15/3/25 – 15/3/25	ANASTACIA	LIVE NATION ESPAÑA, S.A.U.	2.460	1.626
17/3/25 – 29/6/25	EXPOSICIONES PROACTIVE: FRIENDS 2025	PROACTIV, S.L.	3.820	57.000
21/3/25 – 22/3/25	DJ GORDO	DISORDER EVENTS, S.L.	5.450	5.565
29/3/25 – 30/3/25	POMPÅ 360° (ed. primavera)	COOL ESSENCE S.L.	11.242	2.592
4/4/25 – 6/4/25	CICLO GMC: FURY FEST Y JACKIES FEST	GMC WORLDWIDE PRODUCTIONS S.L.	3.275	11.835
5/4/25 – 6/4/25	SCRAPWORLD	SCRAP WORLD S.L	10.080	13.570
4/6/25 – 5/6/25	PREMIOS DE LA MÚSICA	ASOC. ACADEMIA DE LA MÚSICA DE ESPAÑA	2.690	1.470
13/9/25 – 14/9/25	NOSTALGIA MILLENIAL	SHAREMUSIC CONCERTS S.L	14.238	10.279
19/9/25 – 21/9/25	BLACKWORKS VI ANIVERSARIO	BW MUSIC S.L	8.603	15.658
10/10/25 – 11/10/25	TIME WARP	PRODUCCIONES INVERSA S.L.	16.263	19.820
11/10/25 – 11/10/25	LA GRANJA DE ZENON	GREY CODA S.L.	6.519	968
17/10/25 – 18/10/25	FRED AGAIN	PRIMACITIES S.L	6.447	10.800
31/10/25 – 31/12/25	CIRCO DE NAVIDAD	PRODUCTORES DE SONRISAS	3.644	203.875
6/12/25 – 20/12/25	MUSIC HALL	JG EVENTS LIVE S.L	4.731	11.822
12/12/25 – 23/12/25	CHRISTMAS BY STARLITE	BENDEUS S.L.	20.594	51.600
13/12/25 – 13/12/25	ORO VIEJO	DISORDER EVENTS, S.L.	13.111	8.633
20/12/25 – 20/12/25	EXPERIENCE BY CAMELPHAT	ZAMNA MEDITERRANEO, SL	6.034	3.478
22/12/25 – 23/12/25	MANOLO GARCÍA	GIRAS LATINAS AIE	2.690	3.442
27/12/25 – 29/12/25	EL SHOW DE BLUEY	PROACTIV, S.L.	2.690	6.114
7/6/25 – 7/6/25	ROADSHOW CARLOS SAINZ - PRIMER TARDEO DE MADRING	MADRING	—	80.000

03.

Impacto en comunicación.

IFEMA MADRID en los medios_62

La web, un escaparate digital hacia el mundo exterior_65

La comunidad en las redes sociales_67

Campañas publicitarias_68

IFEMA MADRID en los medios.

En 2025, IFEMA MADRID consolidó su posición estratégica en los medios de comunicación, fortaleciendo su ya sólida reputación. La Institución mantuvo una importante presencia, tanto en los medios tradicionales como en los digitales, mediante una estrategia de comunicación integral que equilibró la difusión institucional con la generación de contenidos de alto valor. Los indicadores de impacto reflejaron la plena actividad y la expansión de la estrategia ferial y congresual.

La actividad informativa total de IFEMA MADRID, que integra de forma transversal la gestión de sus ferias propias, la comunicación institucional, el negocio de organizadores externos y la actividad internacional, se materializó en una excelente cobertura total, con 219.670 noticias difundidas en medios de todo el mundo. Esta presencia constante alcanzó una audiencia potencial acumulada de 254.761 millones de personas, generando una valoración económica global de 2.116,9 millones de euros.

Estas cifras ratifican la gran capacidad de la Institución para actuar como motor de visibilidad y prestigio, destacando especialmente el impacto de la comunicación institucional (30.625 noticias), el negocio externo (37.637 noticias) y el proyecto MADRING, que captó por sí solo una audiencia de 26.400 millones de personas a través de 12.393 impactos informativos.

Un año más, FITUR, Feria Internacional de Turismo, fue el evento de mayor trascendencia informativa del calendario nacional e internacional.

En lo que respecta a la actividad ferial propia, los indicadores de comunicación mantuvieron una trayectoria ascendente, reflejando la solidez de una estrategia que equilibra la difusión de grandes eventos con la generación de contenidos sectoriales de alto valor.

Esta actividad informativa se tradujo en 106.762 noticias específicas de certámenes organizados por la Institución, alcanzando una audiencia cualificada de 148.751 millones de personas y una valoración económica de 1.095,4 millones de euros, lo que consolida a IFEMA MADRID como un líder indiscutible en el sector ferial.

Un año más, **FITUR, Feria Internacional de Turismo**, fue el evento de mayor trascendencia informativa del calendario nacional e internacional. El certamen generó 69.694 noticias y captó la atención de 95.900 millones de personas, lo que se tradujo en una valoración económica de 657 millones de euros.

En segundo lugar, **ARCOmadrid, Feria Internacional de Arte Contemporáneo**, reafirmó su peso en la agenda cultural global al registrar 7.351 noticias, una audiencia de 15.600 millones y una valoración económica de 134 millones de euros.

Le siguió **FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas**, con 5.346 impactos, 3.860 millones de audiencia y una valoración de 27,9 millones de euros.

Especial mención merece la pasarela **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, que en 2025 celebró su 40.º aniversario, alcanzando a lo largo del año 7.478 impactos en los medios, una audiencia de 17.540 millones y una valoración económica superior a los 154,4 millones de euros entre sus ediciones de febrero y septiembre.

Otros certámenes con una relevancia significativa fueron **MOTORTEC, Feria Internacional de la Postventa de Automoción** (3.488 noticias, 1.980 millones de audiencia y 15 millones de valoración) o la **SEMANA INTERNACIONAL DE LA ELECTRIFICACIÓN Y DESCARBONIZACIÓN**, que integró a **GENERA, Feria Internacional de Energía y Medioambiente**, y **MATELEC, Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica**, con una valoración de 7,45 millones de euros, una audiencia de 828 millones y más de 2.000 impactos en los medios.

Asimismo, la narrativa informativa del año se vio enriquecida por la exitosa primera edición de nuevos certámenes como **PRIVEL, Feria de Fabricantes de Marcas Privadas y Retailers** (1,59 millones de euros, 189 millones de audiencia y 140 noticias) y **EXPO SAGRIS, Feria del Campo, Agricultura y Ganadería** (8,86 millones de euros, 1.250 millones de audiencia y 1.182 impactos).



Impacto de IFEMA MADRID en los medios de comunicación.

Noticias:

219.670

Audiencia:

54.761
millones

Valoración económica:

2.116,9
millones de euros



Periodistas acreditados.

El interés de los profesionales de la comunicación por la actividad de IFEMA MADRID se mantuvo en niveles altos durante 2025, evidenciando el rol de la Institución como destacado generador de noticias. Durante el año, los diversos eventos y ferias organizados suscitaron el interés de 14.750 periodistas.

Del total de profesionales de la comunicación acreditados, destaca la consolidación de la prensa extranjera, con 1.241 periodistas internacionales que acudieron al Recinto Ferial. Esta cifra subraya el creciente alcance global de las actividades de la Institución y el posicionamiento de Madrid como un *hub* informativo de referencia para el sector de los negocios, la cultura y el estilo de vida.

FITUR, Feria Internacional de Turismo, sobresalió nuevamente como el certamen con mayor poder de convocatoria para los medios, al congregarse a un total de 7.404 acreditados, de los cuales 734 fueron de origen internacional. Le siguió en volumen de profesionales **ARCOmadrid, Feria Internacional de Arte Contemporáneo**, con la acreditación de 1.748 periodistas, reafirmando su liderazgo en el circuito del arte contemporáneo.

En tercer lugar, se situó la pasarela **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, que entre sus ediciones de febrero (1.144 periodistas) y septiembre (1.106) sumó un total de 2.250 acreditados en el año de su 40.º aniversario.

Otros eventos mostraron una capacidad de convocatoria muy significativa, reflejando el dinamismo de los distintos sectores económicos. Destacan **FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas**, con 716 periodistas acreditados; **GENERA, Feria Internacional de Energía y Medioambiente** (232), y certámenes vinculados a la educación y la industria, como la **SEMANA DE LA EDUCACIÓN** y **MOTORTEC, Feria Internacional de la Posventa de Automoción**, ambos con 213 acreditados.

Cifras de periodistas acreditados en IFEMA MADRID.

Periodistas totales:

14.750

+ 4,5% respecto a 2023*

Nacionales:

13.514

+ 3,3% respecto a 2023*

Internacionales:

1.241

+ 19,9% respecto a 2023*

* Anterior año impar comparable a 2025 por tener un calendario ferial equivalente.

La web, un escaparate digital hacia el mundo exterior.



En 2025, el ecosistema digital de IFEMA MADRID continuó su evolución como principal herramienta de información y captación, priorizando especialmente la experiencia del usuario.

Los portales web fueron el eje central de la interacción con expositores y visitantes, adaptándose a las nuevas exigencias de privacidad y a los cambios estructurales en la medición digital derivados del avance del modelo *cookieless* y de normativas como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y ePrivacy.

En el marco de la estrategia de transformación digital de la Institución, durante 2025 se lograron dos hitos clave orientados a mejorar la experiencia del usuario y adaptar las diversas plataformas a las exigencias sectoriales:



Se completó el rediseño integral de la web de **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, con una arquitectura de información y un diseño renovados y enfocados específicamente a las necesidades del sector de la moda.

Como parte de su apuesta por la transformación digital, IFEMA MADRID dio un paso decisivo al incorporar el primer asistente virtual 100% guiado por inteligencia artificial en la web de **FITUR, Feria Internacional de Turismo**. Este sistema, disponible 24/7, ha sido diseñado para ofrecer una atención más eficiente, práctica y escalable, adaptándose con precisión a la diversidad de públicos que participan en el certamen.

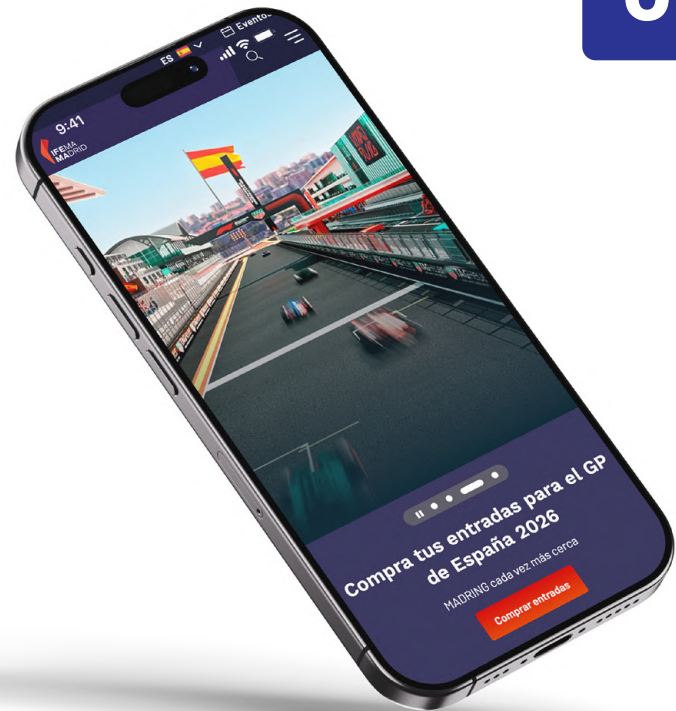
Más allá de la simple automatización, este proyecto se ha convertido en un activo estratégico. El *chatbot* de **FITUR** no solo mantiene conversaciones naturales y consistentes, sino que su verdadero valor reside en su capacidad para analizar y clasificar las consultas en tiempo real, priorizar contenidos, detectar patrones de comportamiento y aprender de las interacciones para ofrecer soluciones cada vez más ajustadas a las necesidades del usuario.

Desde su lanzamiento, se ha observado una interacción mucho más fluida: los visitantes encuentran la información que buscan con mayor agilidad, se han reducido las consultas repetitivas y la herramienta se ha consolidado como un canal de escucha activa, esencial para la mejora continua de la estrategia de comunicación del evento.

A pesar de las restricciones regulatorias y de la interpretación más estricta de los modales de consentimiento, que han ajustado los volúmenes técnicos registrados, la solidez operativa de la web es incuestionable. Durante el ejercicio, se registraron 12,1 millones de sesiones y 6,3 millones de usuarios únicos.

El interés por la oferta ferial queda patente en los 23,4 millones de páginas vistas contabilizadas.

Además, la calidad del tráfico se ha visto reforzada, con un tiempo medio de permanencia por página de 3,52 minutos, una cifra que refleja un consumo de contenido altamente cualificado y una navegación dirigida a la toma de decisiones de negocio, consolidando la web como el principal escaparate de la Institución hacia el mundo.



Audiencia de Ifema.es



El interés por la oferta ferial de IFEMA MADRID queda patente en los 23,4 millones de páginas vistas contabilizadas.

La comunidad en las redes sociales.

La estrategia en redes sociales de 2025 se centró en adaptar el mensaje a cada canal, con un claro enfoque hacia una estrategia de contenidos B2B (*business to business*).

Con un despliegue de 227 perfiles activos, lo que representa un crecimiento del 10% en su estructura digital, la Institución logró una capilaridad informativa sin precedentes, adaptando el lenguaje a cada plataforma y comunidad.

La comunidad global superó la cifra de 2.250.731 seguidores, lo que representa un incremento del 5% respecto al año anterior. Más allá del volumen, el éxito de la estrategia radicó en la calidad del contenido, que tuvo un resultado directo en el *engagement* de la audiencia: se registraron 1.810.513 interacciones, lo que supuso un crecimiento del 16% respecto al año anterior. Este dato refleja una comunidad más activa y participativa, que encuentra en los canales de IFEMA MADRID contenido de valor.

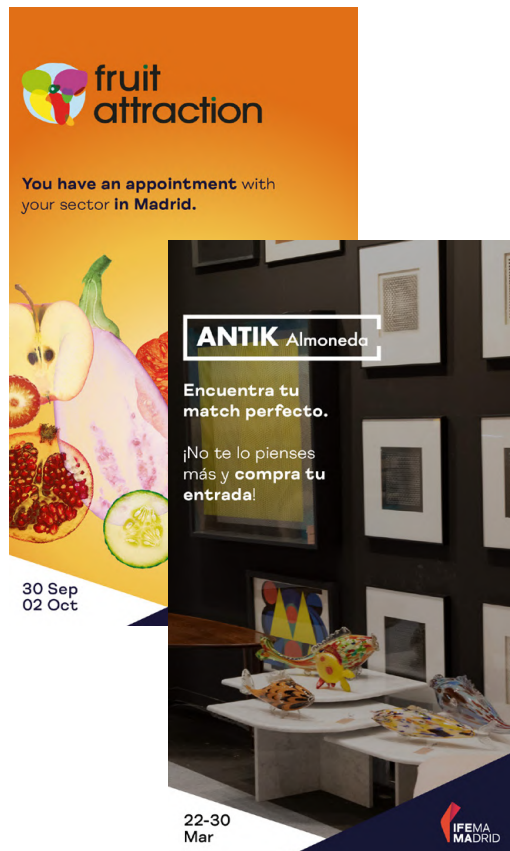
Por otro lado, la visibilidad de los contenidos se mantuvo sólida, generando 126,2 millones de impresiones y consolidando la relevancia de la marca en plataformas clave para el negocio, como LinkedIn, o para la inspiración, como Instagram y TikTok.

Datos de las redes sociales de IFEMA MADRID.



Campañas publicitarias.

Durante 2025, el área de Marketing de IFEMA MADRID reforzó su papel como aliado estratégico para el crecimiento del negocio. Su objetivo principal fue actuar como el motor creativo y de medios que impulsa los resultados de las ferias, asegurando que cada euro invertido generase un retorno real, tanto en visibilidad como en ventas.



Líneas de actuación complementarias.



- **Campañas de promoción de 19 ferias**, con un 5% más de inversión y una mayor cualificación de las audiencias.
- **Campaña corporativa**, orientada a consolidar el posicionamiento de IFEMA MADRID como generador de valor y motor económico.

Desplegada bajo una estrategia 360º y con una inversión ligeramente superior a 1 millón de euros, la campaña corporativa combinó acciones reputacionales, participación en foros y mesas de debate, *branded content* y una campaña digital de alto *performance* que superó los 112 millones de impresiones y reforzó de forma significativa el tráfico cualificado a la web de la Institución y la tracción de visitantes a sus ferias.

Gracias al esfuerzo conjunto, las campañas alcanzaron un 25% más de conversiones (registros profesionales, venta de entradas o generación de *leads*).

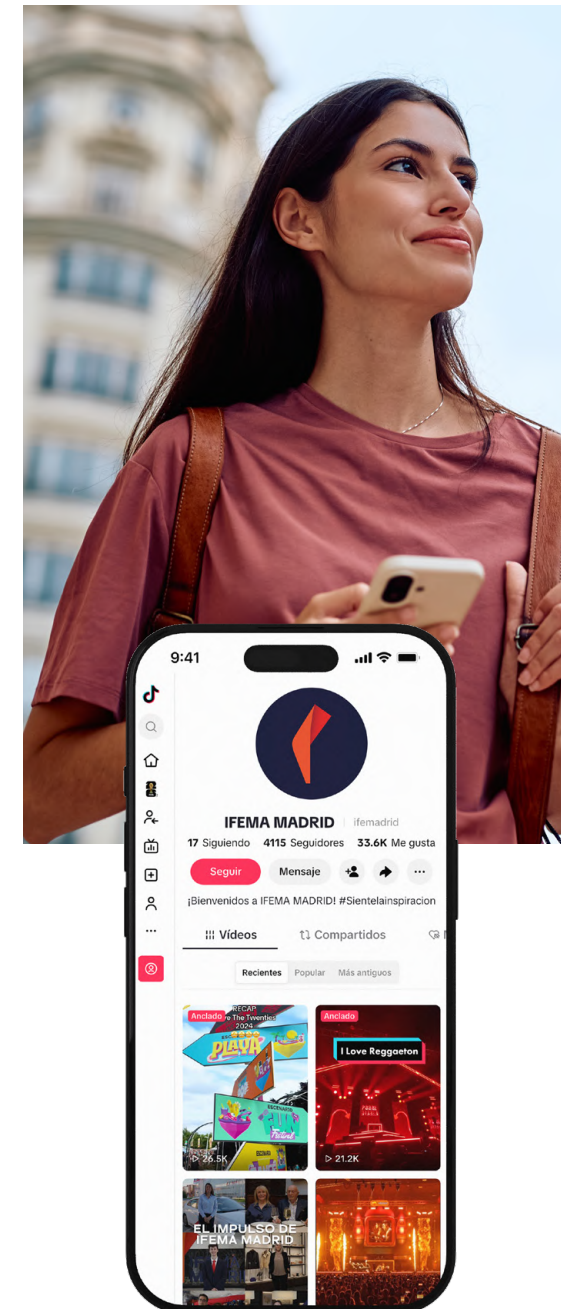
Principales mejoras.



- **Uso de herramientas de inteligencia artificial**: para identificar mejor a los usuarios interesados y optimizar la inversión, así como para la generación de contenidos creativos.
- **Colaboración con creadores de contenido**: especialmente en TikTok, con el fin de conectar con audiencias más jóvenes y generar mensajes más cercanos.
- **Innovación en nuevos formatos digitales de gran impacto**.
- **Ampliación de acuerdos con medios especializados**: con el propósito de llegar a públicos muy concretos con mensajes más relevantes.

En definitiva, todas estas acciones hicieron posible que las campañas fueran más eficientes, visibles y rentables.

Durante 2025, el área de Marketing de IFEMA MADRID reforzó su papel como aliado estratégico para el crecimiento del negocio.





Casos de éxito.

El año 2025 supuso un avance importante en la forma de gestionar el *marketing* en IFEMA MADRID. Se apostó por un modelo más eficiente, tecnológico y orientado a resultados reales, en el que la creatividad, tanto visual como por la utilización de distintos formatos, tuvo un papel relevante.

Gracias a ello, se consiguió aumentar la visibilidad de las ferias, atraer a públicos más cualificados y generar un impacto económico directo para la Institución.

FITUR, Feria Internacional de Turismo

La campaña de **FITUR**, uno de los proyectos más estratégicos del año, persiguió un doble objetivo: por un lado, consolidarse en nuevos mercados internacionales donde la feria todavía no era muy conocida, como Asia-Pacífico, Estados Unidos y Oriente Medio; por otro, mantener y reforzar la presencia de visitantes en regiones en las que **FITUR** ya estaba muy bien posicionada, como España, Europa y Latinoamérica.

MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID

La estrategia de **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** en 2025 se diseñó con una idea principal: incrementar su relevancia tanto dentro como fuera de España, llegando a más personas y generando un mayor interés por el evento.

Para conseguirlo, se utilizaron diferentes canales y formatos de comunicación como redes sociales, publicidad digital y colaboraciones con creadores de contenido, con el objetivo de atraer nuevos registros y aumentar la visibilidad del evento. También se introdujeron nuevos formatos pensados para mejorar la conversión, es decir, para que más personas completaran el registro o la compra.

La campaña logró resultados muy positivos, superando todas las previsiones: mayor participación, más interés y mejores resultados económicos.

FRUIT ATTRACTION, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas

FRUIT ATTRACTION fue uno de los proyectos más destacados del año, con un incremento del 4% en los resultados y una contribución directa al 50% de la facturación total.

Se llevó a cabo una campaña internacional con presencia en cuatro continentes (Europa, América, Asia y África), en la que la adaptación del mensaje y la creatividad al país de destino resultaron claves.

ANTI-K ALMONEDA, Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo

La campaña de **ANTI-K ALMONEDA** también destacó por su eficiencia y su capacidad para superar las previsiones. Se consiguió un 19% más de conversiones de las estimadas con un 6% menos de inversión, logrando un coste por resultado un 17% más económico.

Esta campaña multicanal, con presencia en plataformas de contenido y vídeo, reforzó la estrategia iniciada en ediciones anteriores de atraer a un público más joven.

Las campañas de *marketing* de las ferias permitieron aumentar su visibilidad, atraer a públicos más cualificados y generar un impacto económico directo para la Institución.



04.

Invirtiendo en nuestro futuro.

Innovación y digitalización_74

IFEMA MADRID LAB_82

Avances en infraestructuras y seguridad_84

Nuevas herramientas de gestión _86

La estrategia de inversión de IFEMA MADRID en 2025 siguió una hoja de ruta clara: continuar apoyando la innovación y la transformación digital y tecnológica, y modernizar las infraestructuras más importantes.

Estos objetivos no solo buscan la eficiencia operativa interna, sino también garantizar que la Institución siga siendo un referente de vanguardia, capaz de albergar eventos de máxima complejidad técnica con los más altos estándares de seguridad y confort.

Innovación y digitalización.

En 2025, la transformación digital pasó de la fase de implementación a la de optimización avanzada. La prioridad fue la integración total de procesos para ofrecer un servicio más ágil y basado en datos reales.

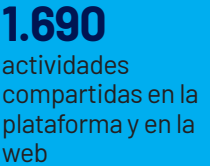
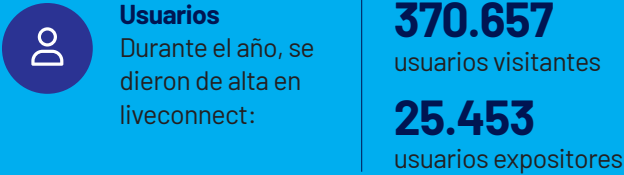
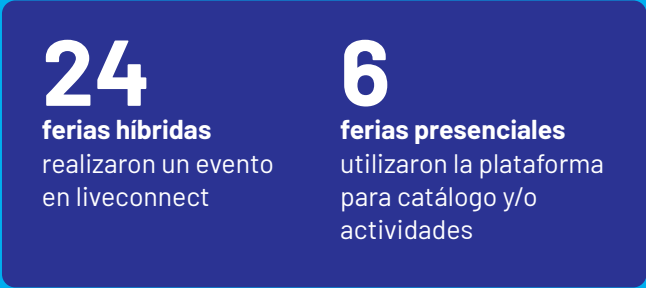
La evolución de liveconnect se enfocó especialmente en mejorar la usabilidad y las funcionalidades de *networking*, así como la agenda de reuniones y escaneo.

Evolución de la plataforma liveconnect.

Durante 2025, liveconnect continuó su evolución en funcionalidades y diseño. En septiembre se completó la renovación integral de la plataforma, para mejorar la experiencia de usuario haciéndola más intuitiva y adaptada a los clientes.

La evolución se enfocó especialmente en mejorar la usabilidad y las funcionalidades de *networking*, así como la agenda de reuniones y escaneo, con el fin de seguir impulsando las conexiones y las oportunidades de negocio.

Crecimiento de liveconnect en 2025.



Optimización del gemelo digital Visual Space.

Con el objetivo de optimizar la planificación, la coordinación y la ejecución de los eventos, así como mejorar el nivel de servicio al cliente, en 2025 se definieron e implementaron un conjunto de mejoras clave en la aplicación de gestión de eventos basada en el gemelo digital Visual Space.

Estas mejoras han permitido aumentar la eficiencia operativa, garantizar la coherencia de la información y reforzar la colaboración entre las distintas áreas implicadas, consolidando los datos en un entorno único e integrado con los sistemas corporativos Visual Space, Salesforce y SAP.

Principales mejoras.



- Optimización del rendimiento de la plataforma, logrando reducir de forma significativa los tiempos de carga y consulta de eventos, así como mejorar la agilidad de los equipos de negocio, producción y soporte.
- Evolución del repositorio de planos con:
 - Exportación diaria automatizada a formatos estándar.
 - Registro de versiones.
 - Garantía de integridad y actualización continua de la información.
- Mejora del intercambio de datos entre plataformas internas y sistemas externos, asegurando una gestión centralizada y fiable de la información.

Impacto de las mejoras en el negocio.

Para reforzar la capacidad comercial y acelerar los procesos de preventa, se realizaron mejoras sustanciales en la gestión gráfica de los planos, la generación de propuestas comerciales y los sistemas de *reporting*.

Este conjunto de actuaciones permite una planificación más visual, ágil y precisa, alineando la información comercial con la realidad técnica del evento.

Las mejoras realizadas en la gestión gráfica de los planos, la generación de propuestas comerciales y los sistemas de *reporting* permitieron reforzar la capacidad comercial y acelerar los procesos de preventa.

Principales mejoras.



- Generación automática de planos contractuales técnicos-comerciales con actualización dinámica ante cambios de geometrías o servicios.
- Comunicación proactiva de cambios a todas las áreas implicadas.
- Herramientas avanzadas de visualización para una planificación intuitiva de los espacios.
- Rediseño del panel de propuestas comerciales, reduciendo tiempos y simplificando la preparación de ofertas.
- Optimización de la ubicación de identificadores y textos dentro de los *stands*, mejorando la claridad visual.
- Informes más ágiles, intuitivos y alineados con la situación real de los *stands*.
- Integración total entre la información gráfica y los datos de *reporting* para una mejor toma de decisiones.

Mayor eficiencia en la producción de eventos.

La consolidación de un ecosistema digital único ha permitido integrar la gestión de planos y la documentación de producción en una plataforma centralizada. Este avance asegura que todas las áreas operativas trabajen sobre un entorno común, eliminando la dispersión de datos y garantizando varios factores:

- La trazabilidad completa de la información técnica en cada fase.
- El acceso inmediato a la documentación actualizada.
- La coherencia entre las distintas áreas implicadas en la producción de eventos.
- La reducción de errores derivados de versiones no alineadas.

Con el fin de reforzar la precisión operativa, mejorar la eficiencia global y eliminar tareas manuales y repetitivas, se implementó un módulo avanzado de autoubicación y control de servicios, que impacta directamente tanto en la Secretaría Técnica como en el área de Pabellones y Producción.

Este módulo, integrado con la plataforma de *ecommerce* de Salesforce y operativo dentro del gemelo digital de Visual Space, acompaña todo el ciclo de vida del evento, desde la contratación hasta el montaje, permitiendo trabajar bajo una única fuente de datos y elevando los estándares de calidad y control.



Capacidades del sistema.

- Autoubicación inteligente de servicios desde la contratación (electricidad, agua, aire comprimido, acometidas, telecomunicaciones, mobiliario técnico, etc.), reduciendo errores y tiempos de planificación.
- Coordinación unificada entre la Secretaría Técnica y Producción, asegurando el uso de información actualizada y coherente.
- Módulo de control de calidad y certificación de *stands* y servicios, aplicable tanto a ferias internas como externas.
- Validación de que lo instalado coincide con lo contratado, mejorando la transparencia para expositores, proveedores y áreas internas.
- Sistema visual por códigos de color para la identificación clara de servicios por tipología y potencias.
- Trazabilidad completa y supervisión en tiempo real dentro del gemelo digital.
- Visualización integrada de planos, geometrías, servicios y certificaciones en un único entorno.

Por otro lado, las optimizaciones implementadas en el área de Delineación se orientaron a aumentar la productividad del equipo, mejorar la precisión técnica y reducir errores en la planificación de eventos.

Principales mejoras.

- Consolidación de todos los espacios disponibles en un repositorio unificado, facilitando su reutilización y asignación.
- Nuevas herramientas más ágiles para la delineación y la generación de eventos.
- Metodología optimizada para la gestión de versiones de marcajes.
- Mejora de los algoritmos de cálculo de moqueta, permitiendo:
 - Un ajuste fino de las cantidades.
 - La optimización de los pedidos a fábrica.
 - Un ahorro económico significativo.
- Análisis e integración de la inteligencia artificial para la generación automática de los presupuestos de decoración desde planos CAD, reduciendo tiempos y errores.

La consolidación de un ecosistema digital único ha permitido integrar la gestión de planos y la documentación de producción en una plataforma centralizada.



Impacto de las mejoras en la restauración.

Para mejorar la eficiencia administrativa y acelerar los procesos de contratación, se implementaron diversos avances en el sistema de generación automatizada de pliegos administrativos y técnicos del área de restauración.



Principales mejoras.

- Rediseño del proceso para hacerlo más ágil, intuitivo y automatizado.
- Reducción significativa de los tiempos de preparación.
- Generación automática de pliegos homogéneos y consistentes, asegurando el cumplimiento normativo.
- Registro de versiones, validaciones y aprobaciones, mejorando la trazabilidad y el control interno.

Seguridad y autoprotección.

El ejercicio 2025 destacó por ser un año de alta complejidad operativa, marcado por la convivencia simultánea de las obras de infraestructuras importantes (planta fotovoltaica, nuevo aparcamiento de camiones y construcción del circuito de Fórmula 1) con un intenso calendario ferial. La Dirección de Seguridad y Autoprotección respondió con éxito a este reto gracias a distintas actuaciones.

Hitos más relevantes.

Seguridad exterior

Se diseñaron y ejecutaron operativas específicas para el proyecto Fórmula 1, incluyendo los *road shows* (interiores y exteriores) y el evento de Primera Piedra.

Eficiencia operativa

La revisión de procedimientos y el refuerzo formativo al personal de emergencias generó un salto cualitativo en la operativa, logrando reducir en un 50% el tiempo medio de constitución de los equipos de autoprotección (EAE) (de 7 a 3,5 minutos), lo que supone duplicar la rapidez de respuesta ante situaciones de emergencia.

Seguridad interior

- Realización del estudio necesario para la obtención del grado 3 de seguridad de las instalaciones, si bien el proyecto asociado no pudo ejecutarse en esta fase, quedando prevista su ejecución e implantación para 2027.
- Desarrollo de mejoras de carácter transversal, entre las que destaca la ampliación del sistema de control de aforo.
- Participación activa de IFEMA MADRID en las auditorías del Esquema Nacional de Seguridad (ENS) (2025/2026).

Autoprotección

- Renovación del Plan de Autoprotección del Recinto Ferial y del Palacio Municipal, obteniendo el informe favorable del Cuerpo de Bomberos.
- Formación específica con simulador al personal de cocinas de la empresa colaboradora.
- Auditoría de renovación de la certificación ISO 22320 de Gestión de Emergencias con alcance en el Recinto Ferial y el Palacio Municipal.
- Simulacro con sistemas de protección contra incendios en los pabellones, con la colaboración del cuerpo de Bomberos del Ayuntamiento de Madrid.

Gran Premio de Fórmula 1

- Elaboración de las versiones iniciales de los planes de seguridad, movilidad, gestión de multitudes, accesibilidad y autoprotección.
- Participación en los proyectos de construcción del circuito, desarrollo de sistemas, acreditaciones, plan logístico, estructuras temporales y actividades deportivas y lúdicas.
- Desarrollo del contacto y la comunicación con las siguientes entidades e instituciones: Formula One Management (FOM), Delegación del Gobierno, Policía Nacional, Policía Municipal, Guardia Civil, Bomberos del Ayuntamiento de Madrid, SAMUR (Servicio de Asistencia Municipal de Urgencia y Rescate), Consorcio Regional de Transportes, Metro de Madrid, Empresa Municipal de Transportes (EMT), Cercanías, BiciMAD y área de Movilidad del Ayuntamiento de Madrid.

IFEMA MADRID LAB.

En 2025, el laboratorio de I+D+i IFEMA MADRID LAB impulsó la innovación mediante el desarrollo y la aplicación de soluciones basadas en la inteligencia artificial y orientadas a mejorar la generación de contenidos, la accesibilidad y la experiencia de usuario en distintos eventos organizados por la Institución.

Hitos más relevantes

La feria **FRUIT ATTRACTION** fue elegida para poner en marcha gran parte de las actuaciones más relevantes de IFEMA MADRID LAB durante este año.

IFEMA MADRID LAB desarrolla innovaciones que repercuten positivamente en la digitalización del canal ferial de IFEMA MADRID.



Implementación de:

- Herramientas propias como ACM (AI Content Manager), una plataforma interna para la gestión ágil de documentación y archivos multimedia, con capacidades de transcripción, diarización, traducción automática y generación de contenidos.
- Un chat conversacional alimentado por la información de los eventos para agilizar consultas y facilitar el acceso interno a la información.



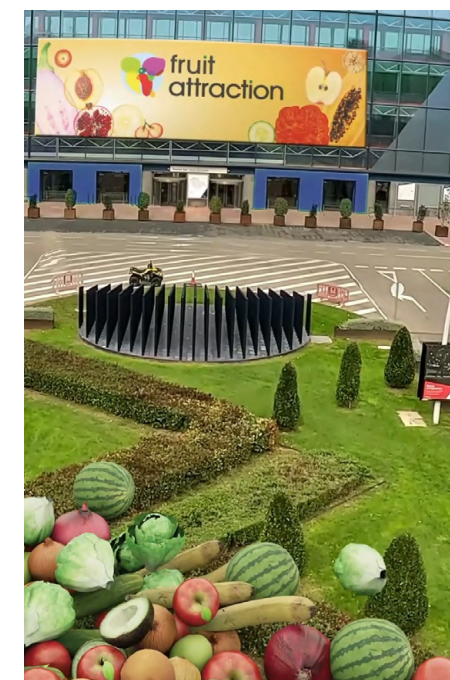
Desarrollo de dos herramientas orientadas a ampliar el alcance internacional de las ponencias y las sesiones en vivo:

- SubLive, un sistema de subtítulo traducido en tiempo real, con arquitectura de baja latencia, concebido para mejorar la accesibilidad y la comprensión multilingüe de los contenidos en directo en pantallas y soportes de feria.
- Primer piloto de V2V (Voice2Voice), una solución de traducción simultánea de voz a voz mediante inteligencia artificial en la que el usuario puede escuchar las ponencias en su propio idioma y en su propio dispositivo móvil.



En el ámbito creativo y audiovisual:

- Desarrollo de carteles digitales, piezas para redes sociales y contenidos visuales apoyados en inteligencia artificial generativa, CGI (computer-generated imagery) y 3D para distintas ferias.
- Creación de un plató de televisión en **FRUIT ATTRACTION** cuya fase de diseño se apoyó en inteligencia artificial generativa, explorando nuevas posibilidades en la producción visual y en la creación de entornos físicos.
- Esta línea tuvo continuidad en la campaña de Navidad, con la producción de una pieza audiovisual realizada íntegramente con inteligencia artificial, consolidando el uso de estas tecnologías en nuevos formatos de comunicación.



Avances en infraestructuras y seguridad.

La Dirección Técnica de IFEMA MADRID ejecutó en 2025 un ambicioso plan de mejoras destinado a la revalorización de los espacios y a la preparación del recinto para algunos hitos relevantes como la próxima celebración del Gran Premio de Fórmula 1.

Renovación del corazón gastronómico y nuevos aseos

Durante el año se llevó a cabo el reacondicionamiento integral de la cocina central. Este proyecto supuso una actualización profunda de una infraestructura que databa de 1991, renovando tanto los espacios físicos como el equipamiento técnico para adaptarlos a los volúmenes de demanda actuales.

Complementariamente, se construyeron nuevos aseos en la Avenida Central (junto a los pabellones 5 y 7) para dar servicio a los nuevos locales de restauración y ofrecer así un plus de confortabilidad a visitantes, expositores y usuarios.



Infraestructura logística y preparación para el Gran Premio de España de Fórmula 1

Uno de los proyectos de mayor envergadura fue la reforma de la denominada "Pastilla F" del aparcamiento verde/naranja. Ante la necesidad de ocupar el antiguo aparcamiento de camiones para las zonas de hospitalidad de la Fórmula 1, se procedió a la demolición de la segunda planta de la pastilla F y al acondicionamiento integral de sus instalaciones para crear un nuevo *hub* logístico de camiones, carretillas y plataformas elevadoras.

Revalorización de los espacios de convenciones

Con el fin de mejorar la experiencia del cliente y la versatilidad de las salas, se instalaron sistemas de estores para el oscurecimiento total en todas las salas del Palacio Municipal y en las salas Colón y Neptuno del Centro de Convenciones Norte.

Esta mejora, muy demandada por los usuarios, permite una mayor calidad en las proyecciones y presentaciones.



Excelencia en el mantenimiento y la seguridad laboral

- **Climatización.** Se realizaron obras críticas en las torres de refrigeración de la sala de máquinas n.º 3 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID, incluyendo la sustitución de rellenos y filtros y la impermeabilización de las balsas de contención.
- **Seguridad.** Se instalaron plataformas de seguridad en los pabellones 4 y 5 para proteger a los operarios durante las labores de mantenimiento de los climatizadores, garantizando un entorno de protección colectiva mientras se desarrollaban esos trabajos.
- **Movilidad sostenible y saludable.** En el ámbito del compromiso de la Institución con la sostenibilidad, se inauguró un nuevo aparcamiento para bicicletas y vehículos de movilidad personal para empleados. La instalación cuenta con sistemas de seguridad antirrobo y puntos de recarga para baterías eléctricas.



Importe de las inversiones realizadas.

Infraestructura logística del proyecto Fórmula 1
2.236.065,14€

Reforma de la cocina central
1.496.679,34€

Nuevos aseos de la Avenida Central
504.442,33€

Sistemas de oscurecimiento de las salas
349.710,15€

Torres de refrigeración
149.467,20€

Plataformas de seguridad
11.260,00 €

Aparcamiento de bicicletas y vehículos de movilidad personal
37.012,00€

TOTAL DE INVERSIÓN
4.784.636,16 €

Nuevas herramientas de gestión.

Durante 2025, la Dirección de Tecnologías de la Información (DTI) de IFEMA MADRID consolidó su papel como socio estratégico del negocio, impulsando la transformación digital del recinto y asegurando la operación tecnológica de proyectos de máxima relevancia, entre los que destaca la preparación del Gran Premio de España de Fórmula 1.

A lo largo del ejercicio, las siete áreas que integran la DTI trabajaron de forma coordinada para reforzar la seguridad y la resiliencia de la infraestructura, modernizar los sistemas corporativos, evolucionar las plataformas digitales y optimizar el soporte a usuarios y operaciones.

Los avances alcanzados reflejan la contribución de la DTI a la modernización tecnológica, la mejora de la experiencia de clientes y trabajadores, y la preparación de la organización para afrontar con garantías los retos presentes y futuros.

Telecomunicaciones.

El área de Telecomunicaciones centró su actividad en dar soporte transversal a los principales proyectos estratégicos de la organización, entre los que destacan el Gran Premio de Fórmula 1, los Open Spaces o la planta fotovoltaica, además de la operativa ordinaria.



Hito más relevante.

- **Segurización integral de la red asociada a los entornos IT e IoT.** Se trata de un proyecto de alta complejidad desde el punto de vista de la ingeniería de red. Esta iniciativa implicó un trabajo exhaustivo de diseño y ejecución orientado a la segmentación del entorno, con el objetivo de minimizar los riesgos derivados de ciberataques y accesos no autorizados.

Sobre una infraestructura compuesta por más de 3.000 elementos de red, se realizó un análisis detallado de los protocolos de comunicación utilizados, definiendo controles y políticas de seguridad específicas para cada caso.

Como resultado, se logró una gestión segura, controlada y eficiente de la red por parte de los distintos mantenedores de servicios, reforzando la continuidad operativa, el cumplimiento de estándares de seguridad y la protección global del ecosistema tecnológico de IFEMA MADRID.

Sistemas y ciberseguridad.

El área de Sistemas y Ciberseguridad consolidó avances significativos en gobierno, protección y resiliencia tecnológica, reforzando su papel crítico para la continuidad y la seguridad de la organización.

Los logros obtenidos durante 2025 contribuyeron a mejorar de forma directa la postura de seguridad global de IFEMA MADRID, reduciendo vulnerabilidades y fortaleciendo los controles de protección.

Hitos más relevantes.

- **Obtención de la certificación en el Esquema Nacional de Seguridad (ENS) en nivel medio,** que reconoce formalmente las buenas prácticas implantadas y refuerza la confianza interna y externa en la gestión tecnológica.
- **Segmentación efectiva de la red corporativa,** orientada a proteger recursos críticos, optimizar el control de accesos y mejorar la eficiencia operativa, reduciendo la exposición al riesgo y facilitando la gestión de incidentes.
- **Inicio de los trabajos del Plan de Recuperación ante Desastres (DRP),** estableciendo las bases para una respuesta estructurada ante incidentes graves en los sistemas de información y avanzando en la resiliencia tecnológica.
- **Avances en la plataforma de concienciación en ciberseguridad,** incrementando el nivel de ciberresiliencia de los empleados mediante acciones continuas de formación, sensibilización y simulaciones.
- **Soporte específico a la realización del Gran Premio de España de Fórmula 1,** asegurando la disponibilidad y la seguridad de los servicios tecnológicos asociados.



Los logros obtenidos durante 2025 contribuyeron a reducir vulnerabilidades y fortalecer los controles de protección.

Aplicaciones de negocio.

Durante 2025 se avanzó de forma decisiva en la modernización, la consolidación y la ampliación del ecosistema de aplicaciones corporativas, alineándolas con los proyectos estratégicos y las necesidades operativas de IFEMA MADRID.

Hitos más relevantes.

Consolidación y mejora del CRM en lo relativo a procesos comerciales, gestión de la atención al cliente y comunicaciones de marketing, evolucionando la plataforma Salesforce para adaptarla a nuevas necesidades como la construcción de un portal para *partners* y la apertura de nuevos canales de comunicación que soporten una gestión de incidencias acorde a la exigencia del Gran Premio de Fórmula 1.

Consolidación de Visual Space como herramienta de referencia en los procesos de diseño y como soporte estratégico para la comercialización de las ferias, estabilizando su uso y ampliando su alcance a nuevos ámbitos operativos. Los esfuerzos se orientaron a:

- Mejorar y ampliar funcionalidades, con foco en los procesos de montaje, certificación y automatización en la ubicación de servicios.
- Reducir tareas manuales, errores operativos y pérdida de información.
- Preparar su evolución futura para afrontar la celebración del Gran Premio de España de Fórmula 1.
- Potenciar los planos interactivos con funcionalidades avanzadas como, por ejemplo, rutas inteligentes.
- Desarrollar un *web thin client* (cliente ligero web) que mejore la accesibilidad y la movilidad de la herramienta.

El ecosistema de aplicaciones corporativas se alineó con los proyectos estratégicos y las necesidades operativas de IFEMA MADRID.

Avances en el Registro de Visitantes, con la culminación del desarrollo de su mínimo producto viable (MVP), dejándolo listo para su puesta en marcha en la feria piloto **EXPOÓPTICA 2026**. Se trabajó intensamente en:

- La estabilización técnica y funcional de la plataforma.
- Su integración con sistemas corporativos como CRM y liveconnect, introduciendo mejoras para optimizar la experiencia de registro del visitante profesional y reforzar la operativa interna.

Primeros pasos en la definición de la plataforma corporativa de automatización robótica de procesos (RPA) y en la configuración de su modelo de gobernanza, aprobando mejoras dirigidas a incrementar el éxito de la primera iniciativa de RPA y avanzando en la identificación de nuevas oportunidades de automatización en el ámbito de la Dirección Económico-Financiera.

Implantación de la plataforma de talento GoPeople, que se puso en producción a comienzos de 2026 como nuevo entorno de trabajo. Entre sus principales utilidades están:

- Una gestión integral de los procesos de recursos humanos.
- La automatización de tareas administrativas de bajo valor añadido.
- El refuerzo de las capacidades de análisis y aportación al negocio, mejorando la experiencia del empleado y la retención del talento.

En paralelo, se ha actualizado el sistema de gestión de nóminas, integrándolo con la plataforma de talento a través de una interfaz más moderna y ágil. Además, se ha implantado un nuevo gestor de presencia con renovación de terminales de fichaje, facilitando un registro de jornada automatizado y fiable, y un mejor seguimiento del cumplimiento horario y la eficiencia interna.

Avances en el proyecto Data Driven, consolidando el dato como activo estratégico para la toma de decisiones y el crecimiento del negocio, a través de una plataforma de datos más robusta, eficiente y sencilla de operar, que incorpora mejoras de automatización, optimización de recursos de cálculo y refuerzo de la seguridad y el control de la información.

Inicio del desarrollo del primer caso de uso de Estadística de Participantes, cuyo despliegue está previsto para el segundo trimestre de 2026. El objetivo es ofrecer una visión unificada y actualizada de la participación y asistencia a los eventos, integrando en un único repositorio los distintos sistemas de pases y accesos.

Modernización y fortalecimiento del ecosistema tecnológico, garantizando estabilidad, seguridad y sostenibilidad a largo plazo mediante:

- La actualización de aplicaciones a versiones recientes.
- La puesta en marcha de un plan de mejora de la resiliencia.
- El desarrollo de una nueva Pasarela de Pago con mayores garantías de seguridad y fiabilidad.
- Adaptación de SAP a la nueva línea de negocio del Gran Premio de Fórmula 1, en lo que respecta a la automatización de operaciones financieras y la mejora de la gestión de proyectos, reduciendo tareas manuales e incrementando la eficiencia operativa.



Desarrollo de soluciones digitales.

En 2025 se llevó a cabo la renovación integral de la interfaz visual de liveconnect, la plataforma digital de *networking* de IFEMA MADRID, que conecta a expositores y clientes los 365 días del año. Asimismo, se implementaron múltiples desarrollos orientados a mejorar de forma sustancial la usabilidad y la experiencia de usuario.

Esta evolución permitió actualizar por completo la imagen del producto, ofreciendo a clientes, expositores y visitantes una plataforma más moderna, intuitiva y funcional.

En paralelo, se acometieron acciones de optimización tecnológica dirigidas a reforzar la eficiencia, seguridad y estabilidad de liveconnect como producto tecnológico en modo servicio.

Todo este ecosistema funcional operó como una plataforma unificada e integrada con otros sistemas corporativos, como el registro y el CRM, contribuyendo a una experiencia de cliente más sencilla, eficiente y alineada con las necesidades de negocio.

 **liveconnect**

En 2025 se llevó a cabo la renovación integral de la interfaz visual de liveconnect, la plataforma digital de *networking* de IFEMA MADRID.



Atención a los usuarios.

El área de CAU (Atención a Usuarios) trabajó en la mejora continua del servicio de soporte al usuario, así como en su alineamiento con los proyectos estratégicos de la organización.

Hitos más relevantes.



- Tareas de renovación de *smartphones* corporativos.
- Mantenimiento de puestos de trabajo y del parque de equipamiento informático.
- Estabilización del servicio de soporte IT.
- Implantación del despliegue automatizado de aplicaciones, incrementando la autonomía y flexibilidad en la administración de los puestos de trabajo.
- Participación activa en proyectos clave como la segmentación de redes, contribuyendo a la mejora de la seguridad, el rendimiento y el control de acceso a los sistemas.
- Colaboración, en el ámbito de IoT, en la migración a una nueva infraestructura más moderna, rápida y segura, orientada a incrementar la escalabilidad, reducir la latencia, mejorar la seguridad y disminuir el consumo energético de los sistemas IoT.



Audiovisuales.

En 2025 se avanzó notablemente en la modernización tecnológica y audiovisual de IFEMA MADRID, preparándola para eventos de máxima relevancia internacional.

Hitos más relevantes.

Renovación integral del ecosistema de salas de reuniones en las oficinas corporativas, incrementando el número de salas, definiendo tipologías adaptadas a diferentes necesidades y mejorando la flexibilidad de uso.

Las nuevas salas cuentan con la integración total con Outlook, sensores y pantallas de reserva en cada sala, así como una estandarización tecnológica que combina espacios con y sin PC de sala, garantizando en todos los casos un punto de conexión USB-C en mesa que permite conectar a cualquier portátil los periféricos audiovisuales (cámara, micrófonos, altavoces y pantalla).

Este modelo ha mejorado de forma significativa la experiencia de videoconferencia, eliminando la dependencia del PC fijo y facilitando que los usuarios puedan iniciar reuniones desde sus propios equipos, contribuyendo a formas de trabajo más ágiles, colaborativas y eficientes.

Planificación, diseño y ejecución de los trabajos previos necesarios para la instalación de dos nuevas pantallas led de exterior en la fachada principal del Recinto Ferial:

- Una pantalla curva de gran formato.
- Una pantalla led transparente de última generación, reemplazando un equipo anterior. El proyecto incorpora tecnología led optimizada para exteriores, con alta eficiencia energética y un fuerte impacto visual, reforzando la imagen de modernidad e innovación de IFEMA MADRID. Además, esta nueva pantalla transparente, más ligera y con mejor rendimiento, mejora la visibilidad, reduce la carga estructural y disminuye las necesidades de mantenimiento en un punto tan crítico como la entrada principal.

En 2025 se avanzó notablemente en la modernización tecnológica y audiovisual de IFEMA MADRID, preparándola para eventos de máxima relevancia internacional.

Despliegue técnico de gran complejidad para un circuito urbano temporal del Gran Premio de España de Fórmula 1.

Las actuaciones incluyeron:

- La planificación y el diseño previo para la instalación efímera de pantallas led de gran formato distribuidas por el circuito para garantizar la visibilidad de la carrera desde las distintas tribunas.
- El equipamiento audiovisual de oficinas operativas y espacios para personalidades con sistemas de seguimiento en tiempo real de la señal oficial.
- Conceptualización técnica de las *fan zones*, incluyendo escenarios, sonido, pantallas y sistemas de entretenimiento para el público.
- Estudio previo y diseño de la distribución de la señal oficial del evento mediante una infraestructura híbrida que combina fibra óptica, radiofrecuencia y otros sistemas adaptados a las necesidades del circuito.
- La preparación del Media Centre como un espacio de referencia para la prensa internacional, dotado de pantallas led, sonido profesional y soluciones audiovisuales de alto rendimiento.

Nuevas funcionalidades de ServiceNow.

Durante 2025, IFEMA MADRID continuó impulsando el modelo de gestión de servicios y proyectos tecnológicos, apoyándose en la plataforma ServiceNow.

Durante el ejercicio se incorporaron la Dirección de Producción de Eventos (Delineación) y la Dirección Técnica de IFEMA MADRID al módulo de Enterprise Service Management (ESM), exponiendo sus catálogos de servicios al resto de la organización.

Asimismo, se incorporó a ServiceNow, a través del módulo de Strategic Portfolio Management (SPM), el programa asociado al Gran Premio de Fórmula 1, centralizando su gestión y alineando la planificación, seguimiento y control del programa con el resto del porfolio estratégico de la compañía.

Durante 2025, IFEMA MADRID continuó impulsando el modelo de gestión de servicios y proyectos tecnológicos, apoyándose en la plataforma ServiceNow.

05.

Cuentas anuales.

Resultados económicos_99

Inversiones_106

Balance de situación_108

Cuenta de pérdidas y ganancias_110

Resumen de ingresos y gastos por actividades_111

IFEMA MADRID inició el ejercicio económico de 2025 con una estimación de presupuesto continuista y adecuada a la situación económica existente en septiembre de 2024. A lo largo del año, la actividad se desarrolló de forma muy positiva, destacando el crecimiento en la mayoría de los eventos celebrados y la incorporación de nuevos actos de convenciones.

En total, las instalaciones de IFEMA MADRID acogieron 707 eventos, entre ferias propias y externas, congresos, conciertos, citas musicales y otras iniciativas profesionales y de ocio, que congregaron a 27.887 empresas participantes.



Resultados económicos.

IFEMA MADRID cerró el ejercicio de 2025 con unos ingresos totales de 216,8 millones de euros, lo que representa un 22% más que en 2023, año también impar y, por tanto, comparable con 2025 en su calendario de ferias bienales programadas.

El EBITDA se situó en 42,8 millones de euros, un 56,8% más que en 2023, y el beneficio del ejercicio alcanzó los 18,7 millones de euros, un 165,8% más que en 2023 y un 1% más que en 2024.

Por otra parte, el margen de explotación fue del 19,8% sobre ingresos, y el margen neto, del 8,6%, superior al de los dos años precedentes.

En resumen, el ejercicio económico de IFEMA MADRID en 2025 fue positivo, ya que mejoraron los ingresos de la actividad corriente con respecto al anterior año impar comparable (2023).

El negocio ferial representó la mayor parte de los ingresos (193,2 millones de euros), con un 58% de margen bruto, y continuó concentrando el 95% del margen total. El desempeño en el margen bruto resultó muy positivo (+18,3 millones de euros versus presupuesto), tanto por negocio propio como por negocio externo.

Datos económicos.

Millones de euros	2023	2024	2025
Ingresos	177,6	230,2	216,8
Gastos	150,3	182,2	173,9
Resultado de explotación	27,3	48,0	42,8
Resultado del ejercicio	7,1	18,6	18,7

Beneficio.



* Anterior año impar comparable a 2025 por tener un calendario ferial equivalente.



Resultado de explotación.

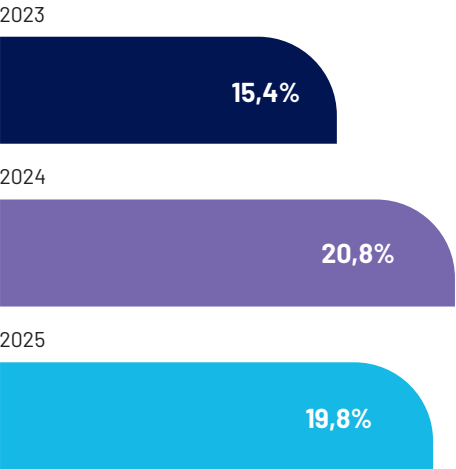


* Anterior año impar comparable a 2025 por tener un calendario ferial equivalente.

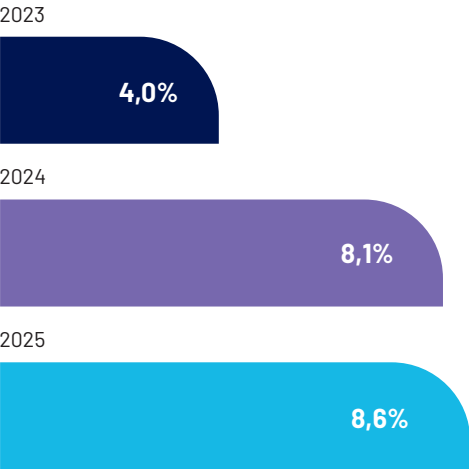
Resultado del ejercicio.



Margen de explotación.



Margen neto.



Ingresos.

En 2025 se alcanzó un volumen de ingresos de explotación de 216,8 millones de euros, lo que representa una variación del 22% sobre el ejercicio 2023, año impar comparable por la composición de su calendario ferial de eventos bienales.

Por líneas de negocio, el 56% de los ingresos provinieron de ferias propias, un 14% de convenciones y congresos, un 12% de ferias externas, un 3% de conciertos y eventos de larga duración y un 4% del Palacio Municipal de IFEMA MADRID, además de un 11% de ingresos varios que incluyen la restauración, los servicios de recinto y patrocinios institucionales y el proyecto Madrid Turismo by IFEMA MADRID.

Por sedes, el 91% de los ingresos se originaron en el Recinto Ferial, el 2% en el Palacio Municipal, el 1% en los recintos internacionales y el 6% restante no se aplica a ninguna sede.

Ingresos de explotación.

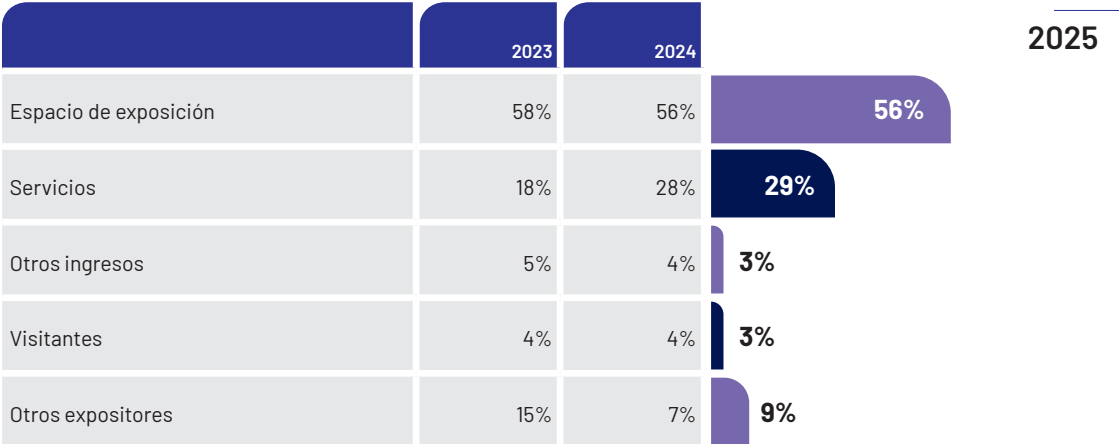


* Anterior año impar comparable a 2025 por tener un calendario ferial equivalente.

Distribución de los ingresos por línea de negocio.

	2023	2024	2025
Ferias propias	56%	59%	56%
Ferias externas	12%	8%	12%
Convenciones y congresos	13%	9%	14%
Conciertos y eventos de larga duración	5%	4%	3%
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	3%	3%	4%
Varios	11%	17%	11%

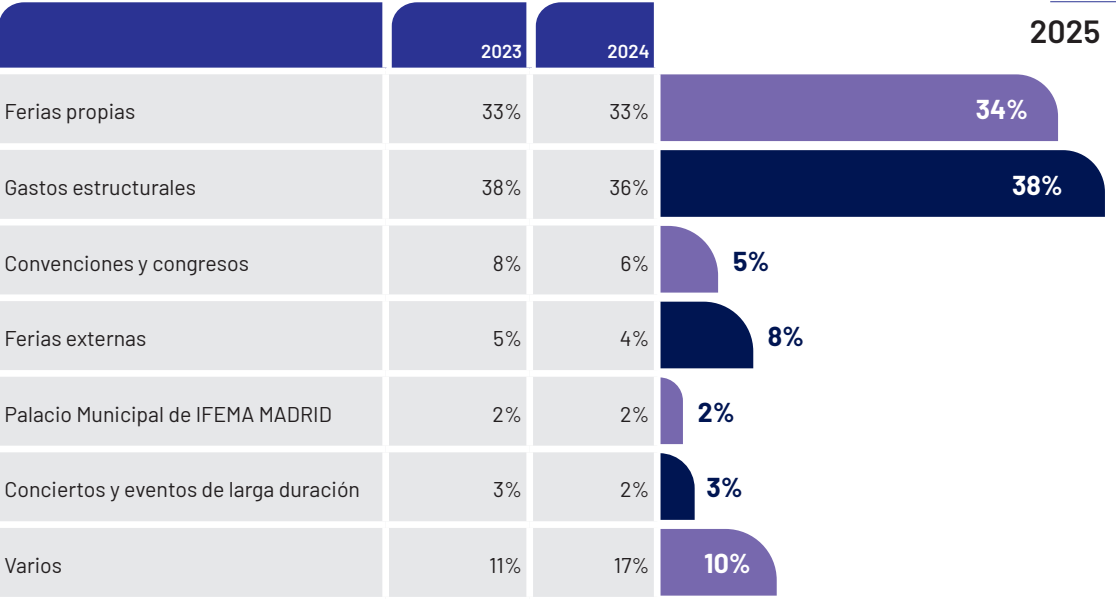
Distribución de los ingresos por línea de negocio en ferias organizadas por IFEMA MADRID.



Gastos.

Los gastos de explotación (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) de 2025 ascendieron a 173,9 millones de euros, lo que representa una reducción del 4,6% con relación a 2024 y un incremento del 15,7% con respecto a 2023, año impar comparable.

Distribución de los gastos por línea de negocio.

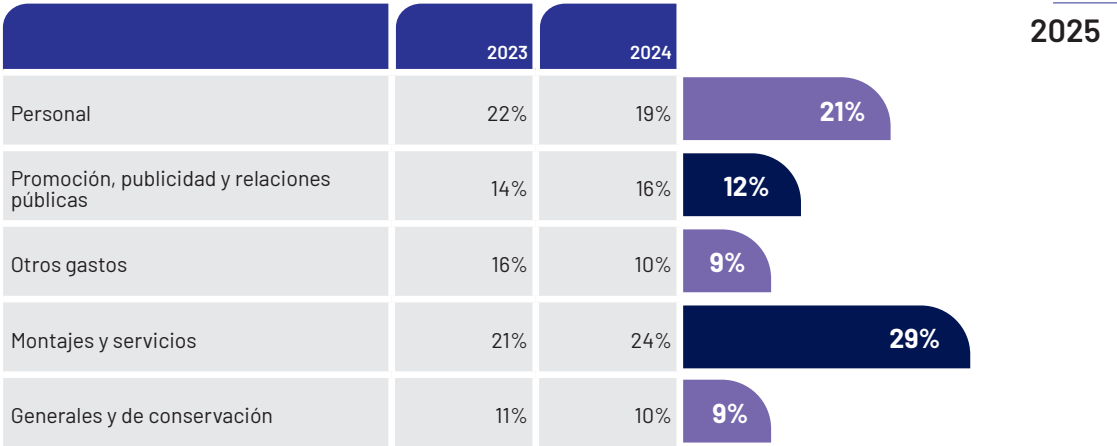


Gastos de explotación.

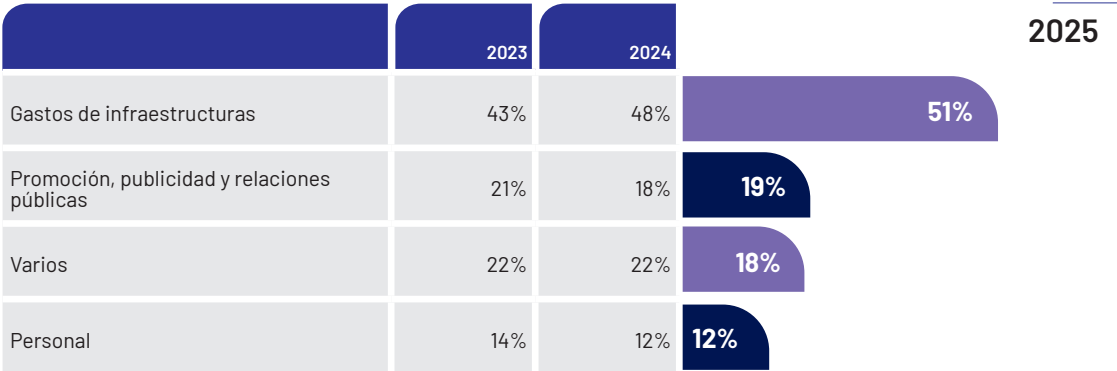


* Anterior año impar comparable a 2025 por tener un calendario ferial equivalente.

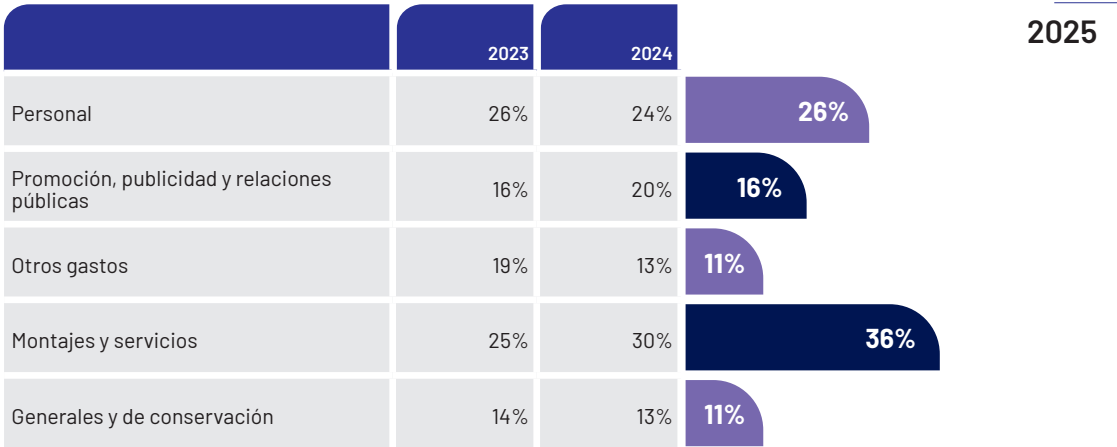
Distribución porcentual de los gastos por actividades sobre el total de ingresos.



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



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



Otra información.

Dado el carácter de IFEMA MADRID, la Institución no opera con acciones propias, así como tampoco ha operado con instrumentos financieros derivados.



Inversiones.

Las inversiones totales de 2025 fueron de 49,6 millones de euros, de los que 23,1 millones de euros correspondieron al proyecto Fórmula 1 y 26,4 millones de euros a inversiones corrientes y proyectos singulares, incluyendo acciones realizadas en el Recinto Ferial, el Palacio Municipal de IFEMA MADRID e IFEMA MADRID LAB, así como trabajos para el inmovilizado.

Inversiones totales.



Principales inversiones de 2025.



Equipamiento tecnológico y aplicaciones para digitalización

- Desarrollos informáticos / licencias de CRM.
- Nuevos desarrollos de SAP R/3.
- Instalaciones de comunicaciones.
- Otras aplicaciones de gestión.
- Sustitución de *hardware* y actualización de *software*.



Construcciones, obra civil e instalaciones

- Open Space, edificio de oficinas.
- Proyecto fotovoltaico.
- Cambio de luminarias en el Recinto Ferial y en los exteriores por iluminación led.
- Restauración.
- Aparcamiento y *parking* de camiones.
- Instalaciones eléctricas y equipamiento.



Negocio, mercados, personas y procesos

- IFEMA MADRID LAB.
- Compra de obras en ARCOMadrid.
- Material para eventos.



Proyecto Fórmula 1

- Trabajos relacionados con el circuito.

Balance de situación.

A 31/12/2025. Importes en euros

ACTIVO	2025
ACTIVO NO CORRIENTE	507.583.421
Inmovilizado intangible	298.189.470
Desarrollo	2.450.883
Concesiones	1.080.000
Patentes, licencias, marcas y similares	2.356.974
Aplicaciones informáticas	15.425.523
Otro inmovilizado intangible	276.876.090
Inmovilizado material	203.369.255
Construcciones	100.252.209
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	40.657.167
Inmovilizado en curso y anticipos	62.459.879
Inversiones financieras a largo plazo	535.296
Otros activos financieros	535.296
Activos por impuesto diferido	5.489.400
ACTIVO CORRIENTE	237.406.275
Existencias	563.834
Materias primas y otros aprovisionamientos	563.834
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	34.393.098
Clientes por ventas y prestaciones de servicios de corto plazo	28.775.825
Clientes, empresas del grupo y asociadas	158.861
Deudores varios	3.486.526
Personal	31.876
Activos por impuesto corriente	—
Otros créditos con las Administraciones públicas	1.940.010
Inversiones financieras a corto plazo	120.426.093
Valores representativos de deuda	85.374.296
Otros activos financieros	35.051.796
Periodificaciones a corto plazo	3.088.364
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	78.934.886
Tesorería	78.934.886
TOTAL DE ACTIVO	744.989.696

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2025
PATRIMONIO NETO	333.204.586
FONDOS PROPIOS	333.347.697
Fondo social	60.356.483
Fondo social	60.356.483
Reservas	2.243.190
Legal y estatutarias	378.766
Otras reservas	1.864.424
Resultados de ejercicios anteriores	251.999.340
Remanente	272.433.731
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(20.434.391)
Resultado del ejercicio	18.748.684
AJUSTES POR CAMBIO DE VALOR	(143.111)
Ajustes por valoración en coberturas contables	(143.111)
PASIVO NO CORRIENTE	276.389.359
Deudas a largo plazo	276.389.359
Otros pasivos financieros	276.307.906
Derivados	81.453
PASIVO CORRIENTE	135.395.752
Provisiones a corto plazo	11.946.807
Deudas a corto plazo	21.985.872
Derivados	82.102
Otros pasivos financieros	21.903.770
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	6.000.000
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	89.813.664
Proveedores	33.295.722
Acreedores varios	1.222.409
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	3.675.723
Pasivo por impuesto corriente	104.261
Otras deudas con las Administraciones públicas	3.685.106
Anticipos de clientes	47.830.443
Periodificaciones a corto plazo	5.649.409
TOTAL DE PATRIMONIO NETO Y PASIVO	744.989.696

Cuenta de pérdidas y ganancias.

A 31/12/2025. Importes en euros

OPERACIONES CONTINUADAS	2025
Importe neto de la cifra de negocios	208.819.749
Ventas	82.354.950
Prestaciones de servicios	126.464.799
Trabajos realizados por la empresa para su activo	3.581.493
Aprovisionamientos	(1.806.898)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(1.806.898)
Otros ingresos de explotación	4.350.591
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	4.350.591
Gastos de personal	(45.448.018)
Sueldos, salarios y asimilados	(32.240.197)
Cargas sociales	(13.207.821)
Otros gastos de explotación	(136.618.041)
Servicios exteriores	(119.770.118)
Tributos	(6.887.532)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(797.291)
Otros gastos de gestión corriente	(9.163.000)
Amortización del inmovilizado	(18.495.057)
Excesos de provisiones	2.843.117
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	(37.769)
Deterioros y pérdidas	6.274.972
Resultados por enajenaciones y otras	(6.312.741)
Otros resultados	78.137
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	17.267.404
Ingresos financieros	4.511.400
De participaciones en instrumentos de patrimonio	—
En terceros	—
De valores negociables y otros instrumentos financieros	4.511.400
De terceros	4.511.400
Gastos financieros	(229.912)
Por deudas con terceros	(229.912)
Diferencias de cambio	34.323
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	—
Deterioros y pérdidas	—
RESULTADO FINANCIERO	4.315.811
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	21.583.215
Impuesto sobre beneficios	(2.834.531)
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS	18.748.684
RESULTADO DEL EJERCICIO	18.748.684

Resumen de ingresos y gastos por actividades.

A 31/12/2025. Importes en euros

INGRESOS	
Expositores de ferias propias	110.755.614
Visitantes de ferias propias	3.277.319
Otros ingresos de ferias propias / Servicios de recinto	16.730.402
Ferias de organización externa	25.676.157
Congresos y convenciones	29.596.753
Conciertos y espectáculos	6.958.369
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	9.480.319
Restauración	9.926.308
Convenio Madrid Turismo	4.350.591
TOTAL DE INGRESOS	216.751.833
GASTOS	
Promoción, publicidad y relaciones públicas	26.907.691
Montajes y costes de servicio	61.906.518
Personal	45.448.018
Gastos generales y de conservación	19.839.940
Otros gastos	19.810.397
TOTAL DE GASTOS	173.912.564
RESULTADO DE EXPLOTACION - EBITDA	42.839.269
Cargas financieras directas	4.315.811
Cash-flow operativo	47.155.080
Dotaciones para amortizaciones y deterioros	(18.495.057)
Dotaciones a las provisiones	(9.960.291)
Resultados extraordinarios	2.883.483
Impuesto sobre sociedades	(2.834.531)
BENEFICIO DEL EJERCICIO	18.748.684

Edita

IFEMA MADRID

Dirección editorial

Dirección de Comunicación y
Relaciones Institucionales
y Dirección de Marketing

Fotografía

© Fototeca de IFEMA MADRID

© Getty Images

© Shutterstock

Edición, diseño y maquetación

www.cegeglobal.com

Impresión

COYVE

Depósito legal

M 33822-2012

© IFEMA MADRID

**Siente la
inspiración**

ifema.es

