

Fi

Fira de Barcelona
Memoria 2011



ra

Índice

04
Presentaciones

12
Órganos de gobierno

16
Balance 2011
Potente plataforma ferial

28

Salones

Presidentes de salones

- 30 Antiquaris Barcelona
- 31 Auto Retro Barcelona
- 32 Salón Internacional del Automóvil de Barcelona
- 34 Barcelona BridalWeek
- 35 Barcelona Degusta
- 36 Barcelona Meeting Point
- 37 BcnRail
- 38 The Brandery
- 40 Bizbarcelona
- 41 Carbon Expo
- 42 Construmat
- 44 Cómic
- 45 Cosmobelleza & Wellness
- 46 E-commretail Barcelona
- 47 EIBTM
- 48 Expo Ecosalud
- 49 Expohogar
- 50 Expoquimia, Eurosurfes y Equiplast
- 52 Expominer
- 53 Festival de la Infancia
- 54 Fira d'Artesania
- 55 Feria disCapacidad & Empleo de Barcelona
- 56 FM&BS
- 57 Forum Dental del Mediterráneo
- 58 Glassman Europe
- 59 Globalgeo
- 60 Graphispag
- 61 Infarma
- 62 ITMA
- 64 Low Cost Motor

- 65 Magic Internacional
- 66 Mobile World Congress
- 68 MiBoda
- 69 Nivalia & Outdoor Sports
- 70 Salón Náutico Internacional de Barcelona
- 72 Ocasión
- 73 Personal España
- 74 Piscina BCN
- 75 Semana Internacional del Animal de Compañía
- 76 Semana de la Formación y el Trabajo
- 78 SIL
- 79 Snackex
- 80 Smart City Expo & World Congress
- 82 Sonimagfoto & Multimedia
- 83 Swab
- 84 ¡¡Taxi!!
- 85 Salón Internacional del Turismo de Catalunya

86

Congresos y otros eventos

88

Al servicio de la actividad ferial

92

Resultados económicos 2011

96

Delegaciones internacionales

98

English text

Barcelona, polo de innovación



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona
y presidente del Consejo General
de Fira de Barcelona

En un marco general de crisis económica, que repercute con fuerza sobre las empresas y la ciudadanía, Fira de Barcelona ha vuelto a jugar a lo largo de 2011 un importante papel como motor dinamizador de la economía de la ciudad y de Cataluña.

Los esfuerzos de Fira de Barcelona han ido en la buena dirección de contribuir a superar el difícil momento económico que nos ha tocado vivir: más innovación, más internacionalización, excelencia en el servicio, desarrollo tecnológico y pleno apoyo a las iniciativas de los emprendedores y de las pequeñas y medianas empresas, base de nuestro tejido productivo. El cumplimiento prácticamente total del calendario ferial previsto ha sido una manera visible de enviar un mensaje de confianza y apoyo a los sectores económicos. Es remarkable que en una coyuntura tan difícil las previsiones presupuestarias de la institución ferial no solo se hayan cumplido sino que se han superado.

Capital del móvil

Al hacer balance del ejercicio de 2011, cabe subrayar el significado que tiene que nuestra ciudad fuera escogida, el mes de julio, Mobile World Capital para el período 2012-2018. Su elección, compitiendo con importantes ciudades europeas, fue posible tanto por la solidez del proyecto presentado como por la unidad y el consenso en torno a la candidatura, en el que Fira de Barcelona ha jugado un papel activo y determinante.

Con la Mobile World Capital se dará un fuerte impulso a las aplicaciones móviles y al papel de Barcelona como polo de innovación, lo que contribuirá al crecimiento del tejido industrial ya existente. Este fuerte impulso incidirá en la competitividad empresarial, en nuevas oportunidades de negocio y en la creación de empleo cualificado.

Los esfuerzos de Fira han ido en la buena dirección de contribuir a superar el difícil momento económico que nos ha tocado vivir: más innovación, más internacionalización, excelencia en el servicio, desarrollo tecnológico y pleno apoyo a las iniciativas de los emprendedores y de las pequeñas y medianas empresas.

También quiero subrayar los esfuerzos innovadores en torno a un salón pionero de gran significación para nuestra ciudad, el Smart City, centrado en la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, en una apuesta por la «ciudad inteligente» que prioriza el ahorro energético, la eficiencia y un nuevo modelo de movilidad y de sostenibilidad. El salón, que ha tenido éxito, presencia internacional y buenas perspectivas para los próximos años, marcha en paralelo a los esfuerzos de Barcelona y su área metropolitana para mejorar el urbanismo, los servicios y, en definitiva, la calidad de vida de las personas.

Es justo que me refiera también a la importancia de otros grandes salones y congresos vividos a lo largo de 2011: el Salón Náutico, muy arraigado en nuestra ciudad y que celebró sus cincuenta años; Construmat; Salón del Automóvil; Piscina BCN; Expoquimia; Graphispag; Bizbarcelona; EIBTM y Carbon Expo, entre muchos otros. Además, por vez primera tuvo lugar, en Barcelona y en España, la ITMA, el acontecimiento más importante del mundo sobre tecnología textil, una industria fuertemente vinculada a la tradición económica catalana, y que esperamos pueda volver a organizarse en nuestra ciudad.

Vinculación ciudadana

La vocación internacional de Fira de Barcelona se ha visto reforzada a lo largo de 2011 con la decisión de salir al exterior, avanzándose a los retos del mercado y de la globalización con varios proyectos en Asia y América Latina, tanto en el terreno de la organización de salones como en la oferta de servicios, tecnología, gestión y asesoramiento a otros organizadores y recintos.

Como alcalde de Barcelona y presidente del Consejo General de Fira de Barcelona, me complace comprobar que la institución cuenta con una gran vinculación ciudadana. Hoy más que nunca las sinergias entre Barcelona y su Fira expresan la voluntad de trabajo compartido y de colaboración, que nos ayudan a construir puentes de confianza para ganar el futuro.

Referente mundial de los negocios



Francesc Xavier Mena

Consejero de Empresa y Empleo de la Generalitat de Catalunya y vicepresidente primero del Consejo General de Fira de Barcelona

Un año más, Fira de Barcelona ha logrado con creces sus objetivos, y lo ha hecho en un entorno macroeconómico incierto, en el que el dinamismo ferial de otros lugares ha visto como la coyuntura actual se traducía directamente en una disminución de su actividad.

En este contexto, quisiera destacar el doble valor del trabajo hecho por la institución ferial en 2011, un año de gran actividad y que sin duda ha contribuido a posicionarla de nuevo como referente a nivel mundial. A lo largo del año, Fira ha organizado 65 salones y eventos, con unos ingresos de más de 114 millones de euros, cifra que supone un incremento del 2,3% sobre el importe presupuestado.

Y es que Fira es un elemento tractor de la economía catalana y una gran plataforma de negocios asociada al valor de la marca Barcelona, capital de Cataluña; su papel de apoyo a las empresas, a su internacionalización, innovación, creación de sinergias, cooperación... está perfectamente alineado con la hoja de ruta del Govern de la Generalitat para impulsar la competitividad de nuestra economía.

En estos momentos de incertidumbre económica, Fira de Barcelona ha intensificado los esfuerzos dedicados a fortalecer los salones, promover el contacto entre expositor y visitante, y fomentar los encuentros sectoriales.

Ágoras modernas

En este sentido, y especialmente en estos momentos de incertidumbre económica, la institución ha intensificado los esfuerzos dedicados a fortalecer los salones, promover el contacto entre expositor y visitante, y fomentar los encuentros sectoriales. Y es que las ferias y los salones son hoy nuestras «ágoras» modernas.

De entre las muchas ferias y salones que se han celebrado durante el año 2011 destacan el Salón Náutico, que ha llegado ya a su 50 aniversario, además de citas clave para la economía catalana como los salones del Automóvil, Construmat, Piscina BCN, Expoquimia, Bizbarcelona, Graphispag, Sonimagfoto... También quisiera dar la bienvenida a los recién llegados al calendario ferial, como el salón FM&BS, Facility Management and Business Services, que se incorpora para dar respuesta a las necesidades de externalización de las empresas, y al Smart City, que posiciona internacionalmente a Fira de Barcelona y a la ciudad en el campo de los servicios y las nuevas tecnologías urbanas.

Internacionalidad

Merecen un comentario especial los esfuerzos de la institución por la internacionalización de la institución y de las empresas de Cataluña. Esta es una herramienta imprescindible para el crecimiento de nuestras empresas y para la superación del momento actual. El Govern es y será siempre un aliado de Fira de Barcelona y, por lo tanto, daremos apoyo a esta estrategia.

Este año, además, debemos felicitarnos por el éxito alcanzado con la consecución de la Mobile World Capital, un éxito común de muchas personas e instituciones, tanto públicas como privadas, resultado del trabajo bien hecho, que debemos saber aprovechar como elemento tractor para la reactivación económica y la creación de empleo en Cataluña, para atraer inversión y para situar aún más y mejor a Barcelona y a Cataluña en el mundo.

Impulso y liderazgo de Fira de Barcelona



Miquel Valls i Maseda

Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona y vicepresidente segundo del Consejo General de Fira de Barcelona

Es el momento de hacer balance de las actividades desarrolladas por Fira de Barcelona durante 2011: no podemos obviar que ha sido un año difícil para las empresas, marcado por una coyuntura económica especialmente dura, que ha afectado directamente a la actividad empresarial. A pesar de este contexto desfavorable, el balance de la institución es positivo, puesto que ha podido mantener su actividad ferial y ha cerrado el ejercicio con unos ingresos de más de 114 millones de euros, un 2,3% más respecto al presupuesto de principios de año. En cuanto a los eventos, los recintos de Montjuïc y Gran Vía han acogido 65 salones y congresos, así como alrededor de 50 certámenes más. En este sentido, se confirma su liderazgo en ferias profesionales e industriales.

Impulso decisivo

Construmat, el Salón del Automóvil y el Salón Náutico son algunas de las ferias consolidadas que han tenido lugar durante 2011. Pero me gustaría aprovechar estas líneas para destacar especialmente la elección de Barcelona como Mobile World Capital hasta 2018. Acoger este evento es una noticia sobresaliente para la ciudad y para Cataluña, y por esto desde la Cámara de Comercio de Barcelona queremos felicitar y reconocer el trabajo de todos los miembros impulsores de la candidatura ganadora.

Más allá de la capitalidad, contar con el congreso mundial más importante de telefonía móvil es un impulso decisivo a la economía del conocimiento y al sector de las tecnologías digitales de la ciudad. Se calcula que la última edición tuvo un impacto económico de 220 millones de euros e inscribió a 60.000 congresistas de todo el mundo. Será, pues, un impulso decisivo para la marca Barcelona.

Trabajar juntos

La candidatura es el fruto del trabajo conjunto que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona y Turismo de Barcelona han llevado a cabo.

La colaboración público-privada ha dado lugar a la creación de una candidatura fuerte, con vocación de liderazgo en los eventos feriales a nivel mundial, y que representa un ejemplo más de que sabemos trabajar conjuntamente para conseguir un objetivo único.

También me gustaría destacar que, durante 2011, Fira de Barcelona ha potenciado la internacionalización de su actividad. Esto se ha traducido en la exportación de salones a otras ciudades, como es el caso de Hostelco dentro de Hotelex, la principal feria asiática sobre equipamiento hotelero, que se celebra en Shanghai, y la previsión de realizar Construmat China en Beijing.

Asimismo, ha conseguido lanzar nuevos salones, que se celebran por vez primera en 2012, como el Seafood Barcelona, de la industria pesquera; el Expomóvil Comercial, del sector de los recambios, y MIHealth, el primer foro de gestión sanitaria e innovación clínica. Son buenos ejemplos de cómo la institución se pone al servicio de las empresas y sirve de plataforma internacional para potenciar los diferentes sectores de nuestro país.

Ahora, más que nunca, hace falta adaptarse a la situación económica del momento y buscar las nuevas posibilidades de negocio que la coyuntura ofrece. Fira de Barcelona es un buen ejemplo de esta práctica.

Hace falta, más que nunca, adaptarse a la situación económica del momento y buscar las nuevas posibilidades de negocio que la coyuntura ofrece. Fira es un buen ejemplo de esta práctica.

Apoyo a las empresas y los sectores económicos



Josep Lluís Bonet

Presidente del Consejo de Administración de Fira de Barcelona

El balance de 2011 nos lleva obligatoriamente a referirnos al impacto de la crisis que, con tanta dureza y persistencia, ha golpeado y golpea a nuestras empresas, especialmente las pequeñas y medianas, a las instituciones y a una parte importante de la sociedad.

Fira de Barcelona ha trabajado un año más sin descanso para hacer frente a la coyuntura y continuar respaldando a las empresas, los sectores y la economía productiva. Asegurar el máximo cumplimiento del calendario ferial, facilitar la participación de los expositores en los salones y promover los contactos con los potenciales compradores ha formado parte de una estrategia que se basa también, como hemos explicado ya en otras ocasiones, en avanzarnos a las necesidades del futuro, con más innovación y más internacionalización. A pesar del contexto de dificultad, Fira cerró el ejercicio con un aumento de la actividad y de los ingresos presupuestados en un 2,3%, hasta alcanzar los 114 millones de euros.

Referente internacional

Queremos subrayar de manera especial el hecho de que, durante el verano de 2011, Barcelona fuera escogida, después de un largo proceso, como Mobile World Capital para el período 2012-2018, convirtiéndose, pues, en ciudad de referencia mundial para la industria de las comunicaciones móviles. Para Fira significaba, además, el reconocimiento a su tarea desde que en 2006 acogió por primera vez el Mobile World Congress.

La Barcelona Mobile World Capital será centro de un conjunto de importantes iniciativas, empezando por el propio congreso, que ponen de manifiesto la importancia tecnológica, social, cultural y económica de las comunicaciones móviles. La capitalidad dará un notable impulso a la innovación tecnológica, a la creación de tejido industrial basado en el conocimiento y de empleo de alto nivel.

Se trata, por tanto, de una apuesta estratégica para Barcelona, para Cataluña y para toda España.

Fira trabaja incansablemente para que Barcelona sea una de las mejores plataformas de Europa para grandes eventos que generen sinergias y actividad económica. Nos ayuda la suma de la potencia de la marca Barcelona y la experiencia ferial. Además del Mobile World Congress, ya mencionado, de Carbon Expo o EIBTM, salones de incuestionable peso mundial, Fira de Barcelona acogió durante el año 2011 la celebración de la ITMA, la mayor feria internacional dedicada a la tecnología textil, celebrada por primera vez en España. Este gran evento coincidió con la puesta en servicio de los dos nuevos pabellones del recinto de Gran Vía, que ahora tiene 240.000 m² brutos de superficie expositiva y es buque insignia de nuestra competitividad en el ámbito ferial europeo.

Debemos destacar también que a lo largo de 2011 se han celebrado salones de la importancia del Salón Náutico Internacional, que conmemoraba su 50.º cumpleaños en un entorno muy complejo, así como ferias tan vinculadas a nuestro desarrollo como el Salón del Automóvil y Construmat, afectadas por la coyuntura económica, pero con inicia-

Asegurar el máximo cumplimiento del calendario ferial, facilitar la participación de los expositores y potenciar los contactos con el comprador potencial forman parte de una estrategia que se basa también en avanzarse a las necesidades del futuro.

tivas y medidas para contribuir a la reactivación. Esto sin olvidar otras manifestaciones tan destacadas como el salón Piscina BCN, Expoquimia, Graphispag o Sonimagfoto, entre muchas otras.

Nuevos retos

En 2011 se incorporaron a Fira de Barcelona salones que responden a nuevas necesidades sociales, económicas y empresariales y que forman parte de la estrategia innovadora de nuestra institución, como FM&BS, Facility Management & Business Services, centrado en la externalización de los servicios a las empresas, y Smart City Expo, un nuevo ámbito de debate sobre soluciones innovadoras y sostenibles para las ciudades.

Durante el ejercicio que comentamos, se avanzó significativamente en la decisión estratégica de dar un nuevo sentido a la dimensión internacional de Fira y sus salones con la presencia en ferias de Asia y América Latina, especialmente con la voluntad de ofrecer a las empresas del país un escenario dinámico que contribuya a su salida al exterior y a contrarrestar la caída de la demanda interna. La tradicional vocación internacional de Fira adquiere una nueva perspectiva llena de posibilidades.

Las ferias son instituciones dinámicas que cambian necesariamente para adaptarse a nuevos requerimientos. El intercambio comercial, el contacto humano que facilita los acuerdos, la información, la divulgación, el conocimiento y el debate son piezas inseparables del concepto de negocio. Pero, además, Fira de Barcelona tiene muy presente su vinculación y servicio al territorio, su compromiso con las empresas, la ciudad y el país.

Órganos de gobierno



Consejo General

Presidente

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

Vicepresidente 1º

Francesc Xavier Mena i López

Vicepresidente 2º

Miquel Valls i Maseda

Vocales

M. Àngels Barbarà i Fondevila

Albert Carreras de Odriozola

Josep Cercós i Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Núria Marín i Martínez

Jordi Martí i Grau

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Consejo de Administración

Presidente

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Vocales

Núria Basi i More

Luis Conde Möller

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Pedro Fontana García

Enrique Lacalle Coll

Miquel Martí i Escursell

Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Comité Ejecutivo

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Director de Expansión

Pere Camprubí i Nieto

Director de Relaciones Institucionales, Protocolo y Gabinete de Presidencia

Emili Farrerons i Pascual

Directora de Recursos Humanos

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Director de Administración y Finanzas

Salvador Fosalba i Auró

Directora de Comunicación

Amparo Losada Torres

Director Comercial

Albert Planas i Riera

Director de Operaciones y Servicio al Cliente

Salvador Tasqué i Díez

Director de Negocio Internacional

Ricard Zapatero i Camps

RECINTOS Y SUPERFICIE

405.000 m²

brutos de superficie expositiva, una de las mayores de Europa,
distribuida en dos recintos



MONTJUÏC

165.000 m²

brutos expositivos, 50.000 de ellos exteriores

GRAN VIA

240.000 m²

brutos expositivos



Balance 2011



Potente plataforma ferial

Un año más, los resultados y la actividad de Fira de Barcelona deben enmarcarse en el contexto general de crisis que afecta a las empresas y a las instituciones. Durante 2011, la situación económica tuvo consecuencias sobre la mayoría de los sectores y afectó especialmente a las pequeñas y medianas empresas, que forman el grueso del tejido productivo del país.

A pesar del complejo panorama, Fira no solamente alcanzó el presupuesto previsto sino que lo superó gracias a la diversificación de la actividad y los niveles de eficiencia logrados, vinculados lógicamente a los esfuerzos de contención del gasto. Los 111,5 millones estimados de ingresos para el ejercicio se convirtieron finalmente en 114 millones, con un incremento del 2,3%.

El Ebitda fue de 11,1 millones de euros, en línea con lo que se había previsto.

La principal preocupación de la institución ferial fue actuar con medidas concretas de apoyo a las empresas y los sectores, contribuyendo a la economía de Barcelona y su entorno. Las actividades organizadas en Fira tienen un impacto sobre el territorio estimado en unos 2.500 millones de euros.

Uno de los objetivos principales fue asegurar el práctico cumplimiento del calendario ferial, puesto que los salones industriales y profesionales son herramientas contra la crisis. El año se caracterizó también —como se verá con más detalle— por la incorporación de nuevos salones y el refuerzo del papel de Fira como importante plataforma

En 2011 se incorporaron nuevos salones y se afianzó el papel de Fira como importante plataforma internacional.



internacional, con congresos y eventos de grandes dimensiones, generadores de actividad económica, de conocimiento y de oportunidades para las empresas del país.

Con estas medidas, Fira continuó desplegando, en efecto, un conjunto de iniciativas que forman parte de su Plan Estratégico, puesto al día en 2010 bajo la denominación conceptual de «Nueva propuesta de valor», centradas en el fortalecimiento de los salones propios, la innovación de los productos feriales, el fomento de los contactos entre expositores y visitantes a través de las nuevas herramientas tecnológicas, la mayor valoración de la figura del comprador, la importancia del conocimiento y el desarrollo de un nuevo concepto de negocio internacional. Fira entiende que para luchar contra la crisis hace falta avanzar a los requerimientos de los mercados y actuar desde una perspectiva global.

En este sentido, siguió reforzando su actividad comercial con contactos personalizados con los potenciales expositores, ofreciendo soluciones a la medida de las necesidades de las empresas para cada tipo de salón. Se realizaron 4.800 visitas y más de 20.200 contactos telefónicos, con un alto nivel de efectividad. Asimismo, se trabajó muy estrechamente con las asociaciones patronales, asegurando líneas de financiación, y jugando un activo papel de interlocución con la Administración.

Igualmente, se siguió apostando por las nuevas tecnologías, el incremento de uso del e-commerce y la potenciación de las redes sociales, la web corporativa y de salones y, en general, todas las tecnologías de la información y comunicación como importantes herramientas de relación, interactividad y negocio. La web corporativa de Fira recibió cerca de 600.000 visitas.



Fira continuó desplegando iniciativas para fortalecer los salones propios y la innovación.

Salones innovadores

Se celebraron 65 salones y eventos y se mantuvo globalmente, como hemos señalado, el calendario firal, contribuyendo así a dar oportunidades a las empresas de estar presentes en los encuentros de los sectores y crear posibilidades de negocio.

Algunos de los salones más característicos de Fira de Barcelona se vieron condicionados por la crisis, como también sus respectivos sectores industriales. Es el caso del Salón Náutico, gran escaparate de la industria náutica española, que celebró el 50.º aniversario de su creación; el Salón Internacional del Automóvil, que hizo un gran esfuerzo para contribuir a dinamizar las ventas, y Construmat, que se convirtió en la voz del sector para dibujar alternativas de futuro. El «Manifiesto Construmat» quiso llamar la atención de las administraciones sobre la necesidad de tomar medidas de cara a la reactivación de la construcción y de la obra civil.

A lo largo del año 2011 se organizaron también otros eventos de la importancia y notoriedad del Mobile World Congress, EIBTM, Carbon Expo, ITMA, The Brandery, Graphispag, Sonimagfoto, Piscina, Expoquimia, Salón del Cómic, Turismo, Bizbarcelona, BCN Bridal Week y BcnRail, entre muchos. Los salones y eventos celebrados en los recintos de Fira congregaron a más de 2,5 millones de visitantes.

Uno de los grandes eventos de 2011 fue, la ITMA, la feria más importante del mundo sobre tecnología textil, que ocupó la práctica totalidad del recinto de Gran Via y en la que participaron 1.350 empresas de 45 países y recibió más de 100.000 visitantes de todo el mundo. A pesar de la importancia que históricamente ha tenido la industria textil en el país, era la primera vez que se celebraba en España, existiendo por parte de las instituciones públicas y las organizaciones profesionales del sector

El lanzamiento de salones, como Smart City Expo, muestra la capacidad de respuesta de Fira ante nuevas necesidades.





la voluntad de que este gran acontecimiento vuelva a Fira de Barcelona.

Previamente a la celebración de la ITMA entraron en funcionamiento los dos nuevos pabellones 5 y 7 del recinto de Gran Via, que ha alcanzado ya los 240.000 m² de superficie bruta expositiva y se consagra como uno de los más grandes y modernos recintos feriales europeos. Además de los pabellones, también se pusieron en marcha nuevos equipamientos para congresos; en concreto, dos centros de conferencias con 14 salas y 1.150 plazas y un Business Center.

Dentro de su política de expansión, durante 2011 se puso de manifiesto el dinamismo de Fira con el lanzamiento de salones que responden a nuevas demandas empresariales y sociales, siguiendo una pauta que es bien característica en la historia de la institución ferial. Nos referimos en concreto al Facility

Management and Business Services, que da respuesta a las necesidades de internacionalización de servicios y actividades por parte las empresas, y al Smart City Expo World Congress, centrado en las tecnologías de la información y la comunicación al servicio de ciudades inteligentes, contribuyendo a su eficiencia y a una mayor prestación de servicios. El salón se cerró con una destacada presencia internacional y buenas perspectivas para las próximas ediciones.

Cabe resaltar también que, en 2011, Fira se hizo cargo de la organización de Barcelona Degusta, salón gastronómico dedicado al consumidor final, hasta entonces liderado por Alimentaria Exhibitions –*joint venture* entre Fira y Reed Exhibitions–. También llegó a un acuerdo para organizar el Forum Dental del Mediterráneo, que volverá a celebrarse en 2013 con voluntad de alcanzar más dimensión internacional.

ITMA, la feria más importante del mundo sobre tecnología textil, atrajo a 1.350 empresas de 45 países.

Además de los que ya hemos comentado, Fira acogió varios salones de proyección internacional que se celebran de manera rotatoria en grandes ciudades europeas y que son líderes en sus respectivas especialidades: es el caso de Snackex, dedicado al sector de los snacks y de Glassman, especializado en la industria del vidrio.

En cuanto a los congresos, hay que subrayar por su importancia científica y su repercusión, entre otros, el de Bioquímica y Biología Molecular y la Conferencia Internacional de Epidemiología Ambiental. Asimismo, se celebraron alrededor de 50 actividades diversas, corporativas, institucionales, comerciales, deportivas, rodajes publicitarios, etcétera, y más de 450 actividades en el marco de los salones que tuvieron lugar en Fira: congresos, jornadas, seminarios y actividades culturales y de formación.

Durante el ejercicio se anunció que Fira de Barcelona acogerá desde 2012 el Seafood Barcelona, feria dedicada a los productos del mar, réplica de la European Seafood Exposition que tiene lugar en Bruselas. La organizará Alimentaria Exhibitions y se convertirá presumiblemente en uno de los más importantes certámenes de la industria alimentaria y pesquera del área mediterránea. Asimismo, se trabajó en la preparación de nuevos eventos y salones para 2012, como son MIHealth, foro sobre gestión e innovación en el ámbito sanitario, y Expomóvil Comercial, especializado en el sector de post-venta del automóvil.

Es importante remarcar la puesta en marcha del programa «Feria Innova», que permite, a través de la participación de la plantilla de la institución, identificar ideas para la creación de nuevos salones o descubrir nuevas oportunidades en los certámenes ya existentes.

Capitalidad del móvil

El desarrollo del negocio internacional constituye, por definición, uno de los aspectos centrales de la política de Fira de Barcelona.

La institución tiene actualmente una red de delegaciones internacionales con representación en 36 países. Los salones profesionales cuentan con un 46% de expositores internacionales y un 31% de visitantes también del exterior.

Situados los datos, cabe remarcar que durante 2011 se continuó trabajando por la potenciación de Barcelona como una de las grandes plataformas feriales de Europa, sumando nuevos salones y nuevos eventos internacionales. El peso de la ciudad, el valor de la marca Barcelona y la experiencia de Fira constituyen una garantía para empresas y organizadores.

En este orden de cosas, sin duda el aspecto más remarcable durante el año fue no solo





La designación de Barcelona como Mobile World Capital fue uno de los aspectos más remarcables del año.

la continuidad del Mobile World Congress sino también la designación de la ciudad como Mobile World Capital para el período 2012-2018.

En julio de 2011, Barcelona, que competía con Milán, Munich y París en la fase final, fue escogida Mobile World Capital, marco de referencia de las comunicaciones móviles a escala mundial, culminando un largo proceso que volvía a resaltar el «modelo Barcelona», basado en el consenso institucional y el trabajo conjunto de la iniciativa pública y privada.

Al escoger la capital catalana, la GSM Association —que representa los intereses de los operadores de comunicaciones móviles de todo el mundo y de las empresas que forman parte del amplio ecosistema móvil— tuvo en cuenta, indudablemente, la experiencia y el trabajo organizativo llevado a cabo por Fira en el marco del Mobile World Congress,

el gran encuentro anual internacional del sector, que tiene lugar en la Ciudad Condal desde 2006.

El proyecto de Mobile World Capital, en fase de despliegue, es una oportunidad única para convertir Barcelona en *hub* mundial del sector de las comunicaciones móviles, en laboratorio de sus aplicaciones en la empresa y la vida cotidiana. Debe posibilitar la creación de nuevo tejido industrial y de empleo de calidad, representando una oportunidad no solo para las grandes compañías sino también para emprendedores y pequeñas y medianas empresas.

La Mobile World Capital está gestionada por una fundación formada inicialmente por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona y GSMA, y abierta a la participación empresarial.

Ayudar a las empresas a salir fuera

Dentro de su nueva estrategia de ayudar a las empresas catalanas y españolas a abrir nuevos mercados fuera y de posicionarse en el sistema ferial internacional, durante 2011 se dieron grandes pasos para preparar la salida al exterior de salones y actividades de Fira de Barcelona, cumpliendo así la voluntad de adelantarse a los retos del mercado y de la globalización.

Al cerrar esta memoria había tenido lugar, durante la primavera de 2012, la participación de una representación de empresas de Hostelco, salón dedicado a hotelería, restauración y colectividades, en la feria Hotelex de Shanghai y se había celebrado también una réplica del salón de moda The Brandery en el marco de Blueprint en Singapur.

Asimismo, se estaba trabajando en la celebración de Delicioso Spain, un nuevo salón sobre gastronomía, enología y restauración española, en otoño, en el marco del Wine for Asia de Singapur y en la posibilidad de celebrar Construmat China en Beijing en 2013, junto con la China Building Exhibition Company, organismo especializado del gobierno chino.

Por otro lado, se estudian otras iniciativas en Rusia y se mantienen conversaciones con varios organizadores feriales de América Latina para la posible prestación de servicios de consultoría.

La institución ferial barcelonesa siguió apostando durante 2011 por desarrollar una activa política de sostenibilidad medioambiental, reciclaje y eficiencia energética de sus instalaciones como parte inseparable

Fira trabaja para adelantarse a los retos del mercado y la globalización.





Durante 2011 se dieron nuevos pasos para preparar la salida al exterior de salones y actividades feriales.

En el marco de su responsabilidad social corporativa, Fira siguió desarrollando una activa política de sostenibilidad medioambiental, reciclaje y eficiencia energética de sus instalaciones y colaboró con diversas organizaciones ciudadanas como una necesaria contribución solidaria.

de su responsabilidad social corporativa. Asimismo, colaboró con varias organizaciones ciudadanas como contribución necesaria a la solidaridad, sobre todo en momentos de gran dificultad para muchas personas y familias.

A lo largo de 2011, Fira mantuvo una intensa relación con las instituciones y administraciones del país, que se hizo especialmente patente con motivo de las inauguraciones y actos celebrados en el marco de salones y eventos. Por otra parte, la política de comunicación corporativa y de salones contribuyó a difundir los planteamientos estratégicos y las actividades de la entidad entre amplios sectores empresariales, profesionales y sociales.

Durante 2011 se incorporaron nuevos salones y se reforzó el papel de Fira como plataforma internacional con grandes eventos generadores de actividad económica, conocimiento y oportunidades para las empresas.



Fira es escaparate de nuevos productos y tendencias.

INTERNACIONALIDAD /
SALONES PROFESIONALES

46%

expositores extranjeros

31%

visitantes extranjeros

TIPO
DE SALONES

61%

profesionales

26%

de público

13%

mixtos

SUPERFICIE OCUPADA
POR LOS SALONES

75%

profesionales

25%

de público y mixtos

EVENTOS

65

salones y congresos

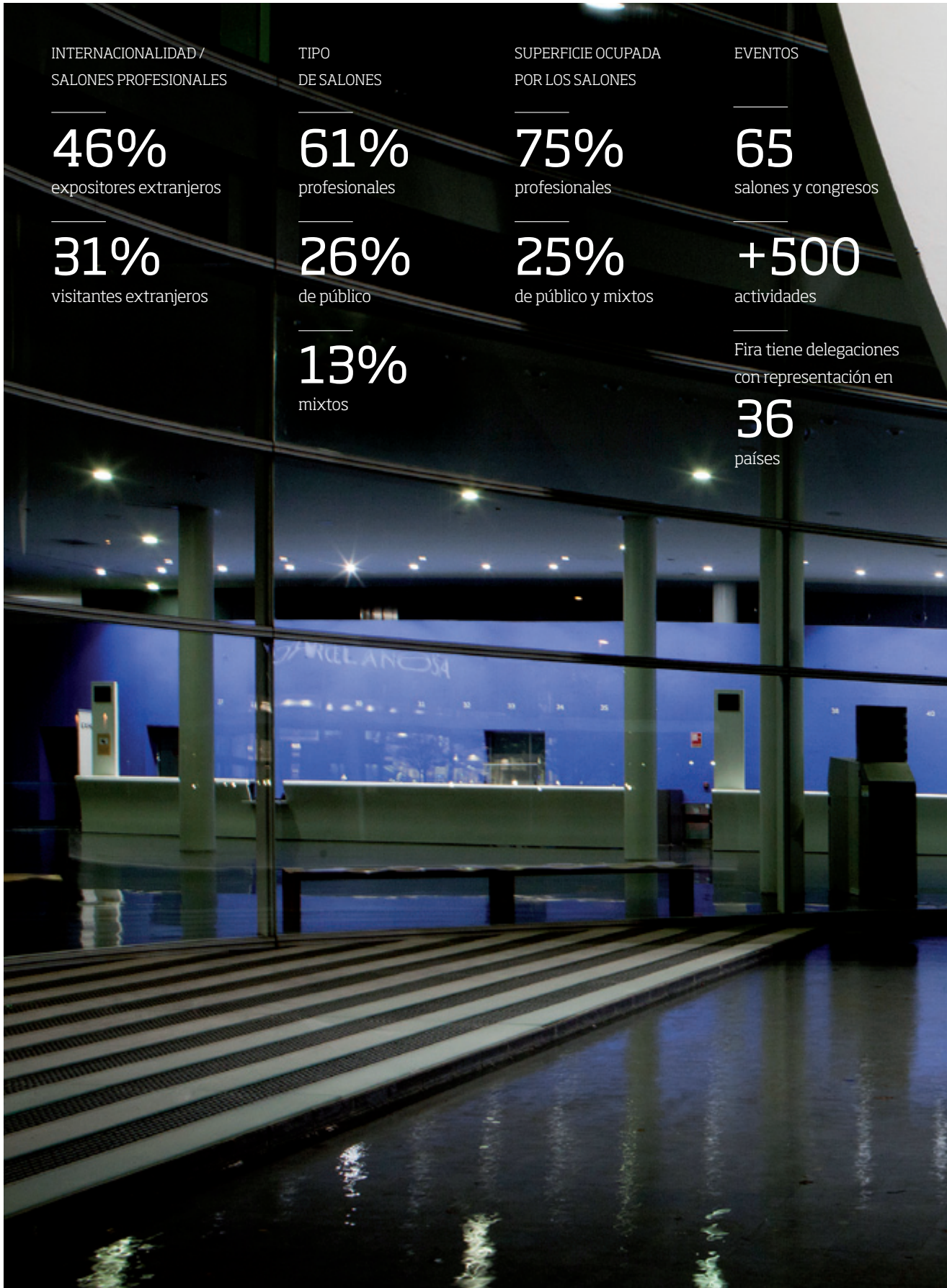
+500

actividades

Fira tiene delegaciones
con representación en

36

países





Salones

-
- La superficie de los salones se ofrece, salvo excepciones, en metros cuadrados brutos.
 - Bajo el concepto de expositores pueden englobarse también las empresas representadas que no participan directamente en un certamen.
 - Salvo otra indicación, se entiende que los salones o eventos han sido organizados por Fira de Barcelona.

Presidentes de salones

Alimentaria

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Automóvil

Enrique Lacalle Coll

Barcelona Meeting Point

Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

Bizbarcelona

Sònia Recasens i Alsina

Bta

Llucià Casellas i Puig

Caravaning

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegele Greineisen

Eurosufas

José Luis Diloy i Barrio

Expominer

Eudald Carbonell i Roura

Expoquimia

Rafael Foguet i Ambrós

Expo Ecosalud

Jordi Sagrera i Ferrándiz

FM&BS

Enric Alonso i Lorente

Globalgeo

Lluís Sanz i Marco

Graphispag Digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmases i Balañà

Infancia

Helena Rakosnik i Tomé

Liber

Javier Cortés i Soriano

Maquitech

Josep Morell i Miró

Semana Internacional del Animal de Compañía

Paolo Ongari

MIHealth

Josep M. Piqué i Badia

Náutico

Luis Conde Möller

Ocasión

Jaume Roura i Calls

Piscina

Eloi Planes i Corts

SIL

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo

Ramon Roca i Enrich
Antoni Vives i Tomàs

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Turismo

Raimon Martínez Fraile



Antiquaris Barcelona

Salón de Arte Antiguo y Moderno

12-20/Marzo

Montjuïc. 35.ª edición

Cita ineludible para los amantes y profesionales del coleccionismo, Antiquaris propuso un fascinante viaje a través de 6.000 años de historia del arte.

La muestra presentó más de 10.000 obras de todas las épocas y estilos –medievales, clásicas, modernas, contemporáneas y étnicas–, y de artistas tan relevantes como Picasso, Dalí, Rodin, Sorolla, Barceló, Miró, Tàpies, Valdés, Botero, Rusiñol, Nonell, Casas, Guinovart, San Francis, Hernández Pijuan, Ràfols Casamada, Plensa y Chillida, entre otros.

Los más de 25.000 visitantes que acogió la feria pudieron disfrutar de una amplia variedad de pinturas, grabados, litografías, dibujos, esculturas, alta joyería, tapices, mobiliario y numismática, para todos los gustos y presupuestos.

Con el objetivo de seducir a los jóvenes aficionados al arte que quieren iniciarse en

el mundo del coleccionismo, se pusieron a la venta numerosas obras de calidad a precios por debajo de los 3.000 euros.

Entre las creaciones expuestas, seleccionadas por un comité de expertos, destacaron una imagen de Venus prehistórica procedente de las Islas Cícladas del Mar Egeo, diversas esculturas de los tiempos del Imperio romano y de la dinastía persa, tallas románicas y góticas, un buda de la región de Gandhara, máscaras tribales africanas y piezas de Gaspar Homar (figura clave de la recuperación de las artes decorativas y del modernismo catalán), así como de artistas contemporáneos como Julian Opie, Marina Núñez, Xavier Mascaró y Joan Fontcuberta.

+info www.antiquarisbcn.com

Superficie

13.000 m²

Expositores

50

Carácter

Profesional y público

Organiza

Flaqué Internacional y Fira de Barcelona

+10.000
obras expuestas

6.000
años de historia
del arte



Auto Retro Barcelona

Exposición de Coches y Motocicletas de Colección

3-6/Diciembre

Montjuïc. 28.ª edición

El salón internacional barcelonés del automóvil, la motocicleta, la aviación y la náutica clásica exhibió unos 600 vehículos y numerosos artículos, presentados por cerca de 300 expositores procedentes de ocho países. La muestra, convertida en un referente en el sur de Europa, fue visitada por más de 55.000 personas.

En esta edición destacó la participación de Seat y Nissan, los dos fabricantes de automóviles establecidos en Cataluña, que dieron su respaldo al sector del vehículo clásico. Seat mostró la evolución de la marca en el segmento de vehículos urbanos, mientras que Nissan exhibió una colección de deportivos de la serie Z.

También fue relevante la participación del Mercedes-Benz Club España, que exhibió, entre otros modelos, el triciclo con el que hace 125 años arrancó la marca alemana. Asimismo, pudieron admirarse joyas como el Jaguar E-Type, el BMW M3, el Mustang Sedán y el

microcoche BCB, proyectado a principios de la década de los años 50 por técnicos de Montesa.

En el marco de Auto Retro, se conmemoró el cincuentenario de la mítica motocicleta Montesa Impala 175, con una concentración y un recorrido de más de 100 unidades del modelo por Montjuïc, y se homenajeó a diversos referentes del mundo del motor, como el expiloto y periodista Jaume Alguersuari, el preparador y piloto Ramón López, el carrocerero Pedro Serra y el fotógrafo Joan Aymamí.

Como es habitual, se celebró el mercadillo de recambios, accesorios y piezas, el popular Car Corral, donde se pusieron a la venta vehículos clásicos. Otro atractivo fue la Copa Moritz Seat 600 de Slot, disputada en una pista gigante, réplica del trazado de Montjuïc.

+info www.autoretro.es

Superficie

30.000 m²

Expositores

300

Carácter

Público

Actividades

Homenajes, pruebas, presentaciones, concentraciones

Organiza

Promobil Group

600

vehículos exhibidos

+100

motocicletas Montesa Impala celebran sus 50 años



Salón Internacional del Automóvil de Barcelona

14-22/Mayo

Montjuïc. 36.ª edición

Fiel a su cita bienal, el Salón Internacional del Automóvil tuvo lugar en un entorno particularmente complejo para la automoción, y confirmó su estatus como uno de los más destacados escaparates del sector y uno de sus principales motores económicos.

La gran afluencia de público, más de 900.000 visitantes, y el importante volumen de ventas subrayaron una vez más el peso del evento como gran dinamizador del mercado. Además, la coincidencia del salón con el Gran Premio de España de Fórmula 1 en el Circuit de Catalunya, en Montmeló, volvió a convertir a Barcelona en la capital mundial del motor.

Los visitantes pudieron disfrutar de los modelos expuestos por las 35 marcas presentes, incluidas las primicias mundiales, europeas y nacionales. Destacaron el Hyundai i40 Sedán, en *première* mundial,

tres novedades europeas (Audi Q3, Hyundai Elantra y Volkswagen Beetle) y 30 nacionales.

Entre los vehículos presentados figuraron varios modelos de fabricación española, como el ya mencionado Audi Q3 (cuya producción se efectúa en la factoría de Seat en Martorell), el Renault Twizy o la Nissan NV200 Evalia.

Por primera vez, los vehículos eléctricos se pudieron ver y adquirir en el salón. La importancia de la movilidad sostenible fue tal que se dedicó al coche eléctrico un pabellón temático, en el que también estuvieron presentes empresas que desarrollan tecnologías como infraestructuras de recarga o sistemas de almacenamiento.

El programa de actividades del certamen incluyó demostraciones de frenado automá-

Superficie

200.000 m²

Expositores

85 / 35 marcas

Carácter

Profesional y público

Actividades

Premios, jornadas técnicas, conferencias, exposiciones, demostraciones, circuitos

34

novedades

Un pabellón

dedicado al coche eléctrico

La coincidencia del salón con el Gran Premio de España de Fórmula 1 en el Circuit de Catalunya, en Montmeló, convirtió Barcelona en la capital mundial del motor

tico en ciudad, los tradicionales boxes para probar los vehículos de las diversas marcas, pistas de conducción 4x4, una concentración de vehículos super deportivos y la salida del rally de coches de época «País del Cava».

Asimismo, el Salón del Automóvil de Barcelona acogió un amplio abanico de jornadas técnicas, conferencias y actividades para los profesionales del sector, entre ellas la 8.ª edición de los Premios Salón Internacional del Automóvil, organizados conjuntamente con la Sociedad de Técnicos de Automoción.

Al igual que en ediciones anteriores, los dos días previos a la apertura del salón al gran público (12 y 13 de mayo) se reservaron para prensa y profesionales, y también

se celebró una nueva edición de la *Nit de l'Automòbil*, la gran fiesta barcelonesa del motor, que reunió a personalidades de la política, la empresa y la sociedad.

El salón cuenta con el respaldo de las dos asociaciones españolas de automoción más importantes: la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) y la Asociación Nacional de Importadores de Automóviles, Camiones, Autobuses y Motocicletas (ANIACAM). Además, se trata del único salón en España reconocido internacionalmente por la Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA).

+info www.salonautomovil.com





Barcelona Bridal Week

Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

10-15/Mayo

Gran Vía. 21.ª edición

El recinto de Gran Vía volvió a vestirse de blanco con la Barcelona Bridal Week, una de las citas más importantes del mundo en moda nupcial. A lo largo de cinco días, la feria mostró las últimas tendencias en trajes, vestidos de ceremonia y de fiesta y complementos de las principales marcas, y atrajo la visita de cerca de 15.000 compradores, el 60% de ellos procedente del extranjero. Con la participación de 240 expositores, un 4% más que en 2010, este encuentro confirmó su importancia como centro de negocio y promoción internacional de la moda nupcial española. Nuestro país es el segundo exportador mundial, por detrás de China.

En el marco de la Barcelona Bridal Week, se celebró el Salón Internacional Noviaespaña, que exhibió las novedades de los mejores fabricantes del país de moda para novia, novio y ceremonia. En él destacó también la presencia de firmas extranjeras

procedentes de Estados Unidos, Brasil, Reino Unido, México, Turquía, Portugal, Italia, Francia, Chipre, Líbano, Polonia, Países Bajos, Alemania, Bélgica y Corea del Sur.

Por su parte, la Pasarela Gaudí Novias, seguida por más de 14.000 asistentes, organizó 27 desfiles, en los que se presentaron, mediante impactantes escenografías, las nuevas propuestas de marcas de prestigio como Rosa Clará, Jesús del Pozo, Jesús Peiró, Victorio & Lucchino, Yolán Cris, Inmaculada García, Lee Seung Jin, Francis Montesinos y Pronovias. La apuesta de los diseñadores por la creatividad y la calidad marcó el evento, que cada año se consolida como el gran escaparate internacional de la moda para novias.

+info www.moda-barcelona.com

Superficie

30.000 m²

Expositores

240

Carácter

Profesional

Actividades

Desfiles

Organiza

Flaqué Internacional

27

desfiles

60%

compradores

extranjeros



Barcelona Degusta

Salón de Alimentación para el Consumidor

02-04/Diciembre

Montjuïc. 4.ª edición

Barcelona Degusta, el salón de la alimentación para el consumidor y canal especializado, dejó un buen sabor de boca entre los expositores participantes y las cerca de 27.000 personas que lo visitaron. Se calcula que más del 80% de los asistentes adquirió algún producto en el salón, donde en tres días se sirvieron 80.000 tapas.

El certamen permitió conocer productos alimentarios de alta calidad y nuevas *delicatessen*, como miel de trufa, conservas de erizo de mar, pan de vino, flores de frutas, queso de cerveza o un *gin-tonic* 100% catalán, entre otros cientos de propuestas de nuestro país y del extranjero. En esta ocasión, empresas de Portugal, Italia, Francia, Países Bajos e Indonesia aprovecharon la feria para acercar nuevos sabores al público barcelonés.

El área Mercats de Barcelona, con la oferta de platos preparados, bocadillos singulares

y otras especialidades, y el «Boulevard de los Restaurantes» –donde fue posible degustar las tapas exclusivas que los *chefs* de ocho reconocidos establecimientos de Barcelona elaboraron con motivo de la feria– fueron dos de las zonas más concurridas.

El certamen acogió más de 60 actividades, entre demostraciones, conferencias y presentaciones de libros, que tuvieron lugar en el Ágora, las Aulas del Gusto, los *Show cooking* del stand de Cataluña y la Librería Gastronómica de la tienda Fnac. También tuvieron un especial seguimiento las pruebas del Trofeo Lluís Santapau para elegir al mejor Maestro Chocolatero del Año, galardón que finalmente se otorgó al pastelero Raúl Bernal.

+info www.barcelonadegusta.com

Superficie

13.400 m²

Expositores

161

Carácter

Público

Actividades

Conferencias, demostraciones, mesas redondas, catas, degustaciones, Trofeo Lluís Santapau

+60

actividades

80.000

tapas servidas en 3 días



Barcelona Meeting Point

Salón Inmobiliario Internacional

19-23/Octubre

Montjuïc. 15.ª edición

Barcelona Meeting Point, que reunió a expositores de 19 países, mostró una vez más su condición de evento de referencia del sector inmobiliario español. Según la organización, en cinco días de certamen, los expositores pusieron a la venta inmuebles que llevaban varios meses sin encontrar comprador. El encuentro se convirtió, en efecto, en un gran escaparate que ofrecía al visitante interesado numerosas oportunidades para hacerse con una vivienda nueva y en las mejores condiciones del mercado en unos momentos especialmente complejos para el sector inmobiliario.

Al salón profesional acudieron más de 25.000 expertos del sector. La edición dispuso también de un espacio dedicado al gran público, en el que los agentes de la propiedad inmobiliaria del área metropolitana de Barcelona dieron a conocer una importante oferta de vivienda en la zona District Point. Por otro lado, destacó el Symposium,

foro de debate en el que participó el actual ministro de Economía y Competitividad, Luis de Guindos, en calidad de director del Centro Financiero de Pricewaterhouse Coopers.

Rusia fue el país invitado, con motivo del Año Dual España-Rusia, que sirvió para incrementar y dinamizar las relaciones entre ambos países. El viceprimer ministro ruso, Alexander Zhukov, y la secretaria de Estado de Vivienda y Actuaciones Urbanas española, Beatriz Corredor, participaron en el clúster Russian Meeting Point y animaron a los inversores rusos a adquirir viviendas vacacionales en nuestro país.

El salón contó con la participación, por primera vez, del Colegio de Arquitectos de Cataluña. Una treintena de estudios catalanes mantuvieron reuniones de trabajo con la delegación rusa.

+info www.bmps.com

Superficie

25.000 m²

Expositores

265

Carácter

Profesional y público

Actividades

Conferencias, jornadas, premios

Organiza

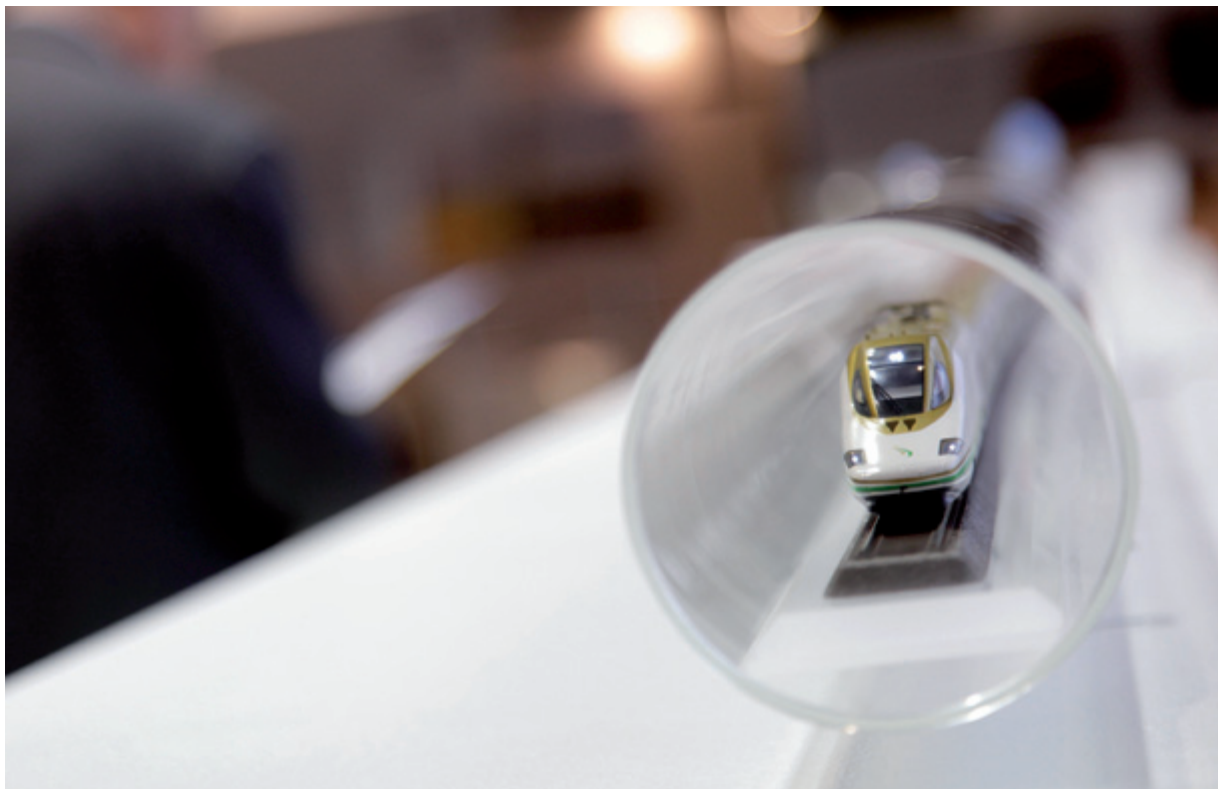
Consorci de la Zona Franca

30

estudios de arquitectura
participantes

19

países presentes



BcnRail

Salón Internacional de la Industria Ferroviaria

29/Noviembre - 02/Diciembre

Gran Vía. 3.ª edición

La nueva edición de BcnRail, que se celebró de forma conjunta con la primera convocatoria de Smart City Expo en el pabellón 2 del recinto de Gran Vía, supuso la plena consolidación de este salón como el gran evento ferial de la industria ferroviaria española.

Más de 6.800 profesionales del sector visitaron el certamen, que apostó por el incremento de la internacionalización como valor añadido para ayudar así a las empresas a acceder a nuevos mercados. Para ello, BcnRail contó con diversos *workshops* internacionales, en los que se dieron a conocer los planes inversores en infraestructuras ferroviarias de Brasil, Turquía, Argelia, Rusia e India. Entre los expositores figuraban empresas de Francia, Bélgica, Alemania, Reino Unido, Suiza, Austria, Italia y Argentina, además de España.

BcnRail potenció también su vertiente congresual con la celebración del I Foro Internacional

Ferrovial, que contó con la participación de ponentes nacionales e internacionales de primer nivel. En él se abordaron cuestiones tan relevantes como la conexión de España con la Red Europea de Transportes.

El salón, convertido en portavoz del sector, reivindicó la potenciación de las concesiones público-privadas para hacer frente a los proyectos de inversión en infraestructuras ferroviarias previstos, que comenzaban a ponerse en cuestión como consecuencia de los recortes aplicados a causa de la crisis. Para el sector, la política de concesiones es una muy buena herramienta de trabajo que permite proseguir con el calendario de obras programadas, independientemente de la situación económica.

+info www.bcnrail.com

Superficie

9.000 m²

Expositores

123

Carácter

Profesional

Actividades

I Foro Internacional Ferroviario, BcnRail Innova, *workshops* internacionales, reuniones del Círculo de Infraestructuras, Jornada Internacional de Asociaciones de Clústers

9

países presentes



The Brandery

Salón de la Moda Urbana y Contemporánea

26-28/Enero - 13-15/Julio

Montjuïc. 4.ª y 5.ª edición

El salón de moda urbana y contemporánea The Brandery, organizado por Fira con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona, celebró en 2011 dos ediciones claves que marcaron su evolución como plataforma multisectorial de tendencias y mantuvieron su *core business* centrado en el negocio de las marcas de moda.

En enero, bajo el lema «Chances for Changes», que apuntaba a las oportunidades de negocio y a los cambios que estas llevan asociadas, el salón estrenó su pasarela donde 22 de las 147 firmas participantes presentaron sus novedades.

Entre los atractivos del salón también destacaron el área Fashion & Living y la exposición «Fashion & Sport», donde se exhibieron objetos de uso cotidiano relacionados con el deporte diseñados por las más prestigiosas firmas de moda internacional, como Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier y Armani.

El diseño también contó con un espacio privilegiado en el área Habitat Design, que reunió objetos de Nani Marquina, BD Barcelona y Santa & Cole.

En el ámbito urbano se desarrollaron numerosas actividades: la exposición «Shoot'n The City», con 50 fotografías de autores de renombre, ubicada en Paseo de Gràcia; la muestra «Fashion Tour Coca-Cola Light»; y el concurso de escaparatismo «Windows on the Move», en el que participaron más de un centenar de tiendas de Barcelona.

The Laundry, el laboratorio de ideas de The Brandery, congregó a *coolhunters*, *bloggers* y expertos del sector, como Isabel Mesa, directora en España y Portugal de la compañía líder en análisis y predicción de tendencias *on-line*, Worth Global Style Network; y Javier Nieto, profesor de las escuelas EINA y ESADE y presidente del grupo Santa y Cole, que analizaron diferentes vertientes del mundo de la moda.

Superficie

25.500 m²

Expositores

147 (enero) y 145 (julio)

Carácter

Profesional (enero)
Profesional y público (julio)

Actividades

Jornadas técnicas,
exposiciones, eventos,
conciertos, desfiles

+160

encuentros

40

desfiles en la edición
de otoño

Congregó a centenares de bloggers y cazadores de tendencias y trasladó la moda a la calle con exposiciones, conciertos y desfiles en los que participaron grandes firmas

La edición de verano, por su parte, contó con 145 marcas, el 47% de ellas internacionales. Dado el contexto de dificultad económica, el salón respaldó al sector invitando a distribuidores y directivos con alto potencial de compra a participar en encuentros rápidos con las marcas expositoras. Se realizaron 168 *speed dating* entre 50 firmas y 13 grupos de 11 países, como El Corte Inglés, la cadena alemana Peek & Cloppenburg, el importador estadounidense de ropa femenina St. Marteen y la cadena rusa Be Fashion.

Además, el estreno del Brandtown Fashion Xperience, espacio abierto al público que acogió conciertos, desfiles y exposiciones, fue una iniciativa clave que convirtió The Brandery en el nuevo *hot spot* de tendencias, donde el público y los profesionales tuvieron la posibilidad de vivir conjuntamente la moda.

Firmas como Custo y Superdry aprovecharon el Brandtown para ponerse en contacto directamente con sus clientes finales, y el público disfrutó de los desfiles de 40 marcas expositoras y del espectáculo «Barcelona International Fashion Show», que contó con firmas de moda internacional del calibre de Stella Mc Cartney, Vivienne Westwood y Roberto Cavalli.

En este panorama tan diverso no podía faltar la música, que llegó de la mano del equipo del festival Sónar, con grupos como Ladytron, Nouvelle Vague, Carlos Jean, Hercules & Love Affair y Azari & III, con gran éxito de público.

+info www.thebrandery.com





Bizbarcelona

Soluciones para Empresarios y Emprendedores

15-16/Junio

Montjuïc. 1.ª edición

El salón, nacido como resultado de la fusión del Día del Emprendedor, el Salón del Emprendedor y la cumbre de innovación HiT Barcelona, se ha convertido en una plataforma única para fomentar la actividad emprendedora en sectores emergentes, la capacidad de impulsar la transversalidad y la cooperación, y la promoción de puestos de trabajo de calidad.

En el marco de Bizbarcelona, se celebraron más de 1.800 reuniones y 150 conferencias y actividades sobre innovación, inversión y creación empresarial. Entre las actividades más destacadas figuraron las relacionadas con la financiación, que contaron con la presencia de 54 fondos de inversión y *business angels*, y que mantuvieron casi 1.000 sesiones de *speed dating* (entrevistas rápidas) con emprendedores.

Bizbarcelona acogió también la 3.ª Global Entrepreneurship Competition, en la que 24

business plans de todo el mundo compitieron por la obtención de financiación para desarrollar sus proyectos. Venció la empresa norteamericana Imprint Energy, con un proyecto de baterías impresas ultrafinas.

Asimismo se desarrollaron, entre otras, diversas sesiones sobre las oportunidades de negocio en el mundo digital, las ventajas de las franquicias y el *networking* comercial.

El certamen contó con el apoyo del Ayuntamiento (a través de Barcelona Activa y 22 @), la Generalitat de Catalunya, «la Caixa», el Instituto de Crédito Oficial (ICO), la Diputación de Barcelona, la Cámara de Comercio de Barcelona y el Ministerio de Industria, además del patrocinio de Google y el Consorci de la Zona Franca.

+info www.bizbarcelona.com

Superficie

22.300 m²

Expositores

87

Carácter

Profesional y público

Actividades

Conferencias, talleres, mercado de la financiación y de los contactos, Global Entrepreneurship Competition, foro de las ofertas, muro de las ideas

54

fondos
de inversión



Carbon Expo

Feria y Conferencia Global sobre el Mercado del Carbono

01-03/Junio

Gran Vía. 8.ª edición (2.ª edición en Barcelona)

La feria más importante del mundo dedicada a las emisiones de carbono y las soluciones para combatir el cambio climático celebró su segunda edición en Barcelona, organizada por el Banco Mundial, la Asociación Internacional de Comercio de Emisiones (IETA) y Fira de Barcelona.

El evento tuvo la mirada puesta en la Conferencia sobre el Cambio Climático de Durban, Sudáfrica, prevista para diciembre, y en el marco de una recesión económica mundial que añade incertidumbre sobre las políticas medioambientales. En este contexto, y a una semana de la reunión preparatoria convocada por la ONU en Bonn, la secretaria ejecutiva de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), Christiana Figueres, realizó un llamamiento al compromiso de los gobiernos para combatir el cambio climático.

Carbon Expo reunió a más de 3.000 participantes procedentes de un total de 110 países, además de 240 expositores que dieron a conocer novedades, tecnologías, tendencias, proyectos y servicios. Entre los asistentes se encontraban altos ejecutivos de corporaciones financieras y jurídicas, empresas energéticas y consultorías, líderes políticos y altos cargos gubernamentales, representantes de la Convención Macro de Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC), agencias de promoción de inversiones y organizaciones multilaterales de desarrollo, países elegibles para proyectos de desarrollo no contaminante, diversas ONG, instituciones académicas y *think tanks*.

Más de 400 ponentes expertos en políticas de cambio climático, finanzas, desarrollo y mercados de carbono participaron en 9 sesiones plenarias, 16 talleres y 50 encuentros paralelos.

+info www.carbonexpo.com

Superficie

16.500 m²

Expositores

240

Carácter

Profesional

Actividades

Sesiones plenarias, jornadas, talleres

Organiza

Banco Mundial, IETA y Fira de Barcelona

+400

ponentes

50

encuentros



Construmat

Salón Internacional de la Construcción

16-21/Mayo

Gran Vía. 17.ª edición

La nueva convocatoria de Construmat, además de plantear al sector soluciones para hacer frente a la crisis, se convirtió en altavoz de sus reivindicaciones y propuestas: más de un centenar de asociaciones profesionales de la construcción española suscribieron el «Manifiesto Construmat», decálogo en el que se reclamaban medidas de ayuda al sector, una iniciativa impulsada por el Comité Organizador del salón.

La presentación del Manifiesto, celebrada días antes del inicio de Construmat en el Círculo de Economía de Barcelona, constituyó el preámbulo de una edición marcada por la necesidad del sector de hallar fórmulas para enfrentarse a la crisis. Para ello, Construmat apostó por la innovación, la rehabilitación y la sostenibilidad como ejes temáticos, y por la internacionalización como línea estratégica.

En el ámbito de la innovación, se presentó la sexta edición del proyecto Casa Barcelona que, por primera vez en su historia, pasó del plano a la realidad, ya que el Ayuntamiento de Barcelona ha construido una vivienda, siguiendo los parámetros propuestos, en la avenida de Vallcarca.

El fomento de la actividad rehabilitadora se centró en el Ágora, donde se celebraron diversas conferencias; el Laboratorio, en el que se presentaron productos y procedimientos para la rehabilitación de edificios, y la Ruta, que agrupó todos los expositores especializados en este segmento de la construcción.

Con la colaboración de la asociación Green Building Council España, el salón organizó una serie de acciones para promover la construcción sostenible, como el impulso a la certificación de los productos y de los procesos constructivos mediante la etiqueta verde,

Superficie	60.000 m ²
Expositores	1.318
Carácter	Profesional
Una apuesta por la innovación, la rehabilitación y la sostenibilidad	
35	países
9.000	visitantes internacionales

Actividades

Manifiesto Construmat, Casa Barcelona, Primer Foro para el Pensamiento Sostenible, Premios Construmat, Concurso Nacional e Internacional de Albañiles, Concurso Nacional de Instaladores de Parquet, Solar Decathlon Europe, Primer Foro Hispano-Brasileño de la Construcción, Pintudecora, Calormat, Stonemat, International Meeting Point, jornadas, encuentros B2B, congresos, presentaciones

o Green Data Sheet, y el ciclo de conferencias bajo el epígrafe Green Data Forum.

En el ámbito de la internacionalización, además de contar con un programa de compradores de diferentes países, destacó la organización del Primer Foro Hispano-Brasileño de la Construcción en el que representantes de asociaciones profesionales de Brasil dieron a conocer las oportunidades de negocio que ofrece ese país, uno de los llamados emergentes, y mantuvieron contactos comerciales con diversos expositores.

A ello cabe añadir el anuncio de una prevista celebración de una edición de Construmat en China, como iniciativa de Fira de Barcelona para ayudar a las pymes de nuestro país a introducirse en el mercado chino, una de las economías más dinámicas del mundo.

Construmat 2011 también quiso contribuir de manera concreta a la recuperación sectorial en un ámbito más local. Por ello, celebró el Día del Distribuidor, en el que los almacenistas pudieron comprar materiales a precios especiales; además, en su último día abrió sus puertas al público no profesional para que el usuario final pudiese adquirir directamente productos para llevar a cabo obras de rehabilitación y domésticas.

Más de 127.500 personas, de las que 9.000 procedían del extranjero, visitaron la edición más internacional de Construmat: contó con expositores de 35 países y se acreditaron compradores y profesionales de 58 nacionalidades distintas.

+info www.construmat.com





Cómic

Salón Internacional del Cómic de Barcelona

14-17/Abril

Montjuïc. 29.ª edición

Los admiradores de las historietas y los tebeos llenaron el palacio 8 del recinto de Montjuïc, sede de la 29.ª edición del Salón Internacional del Cómic, en un encuentro ferial que puso de relieve el dinamismo de una disciplina que va mucho más allá del simple ocio.

El Salón del Cómic, visitado por más de 100.000 personas, se convirtió en un foco lúdico y cultural gracias a su variada oferta de actividades. El interés de los visitantes se centró en diversas exposiciones temáticas: las dedicadas a los zombis, muertos vivientes que deambulan por las películas, series de televisión, libros o cómics; la del mítico Tarzán; la que homenajeaba la fascinante personalidad de los gatos, o la que se ocupó del intento de golpe de Estado del 23-F de 1981, al cumplirse su 30.º aniversario, con cómics publicados por las revistas *El Jueves* y *El Víbora* que plasman lo sucedido aquel día en el Congreso de los Diputados.

Una serie de conciertos de grupos de rock, un área de videojuegos y los encuentros profesionales que se llevaron a cabo, completaron la oferta de un certamen que también salió a la calle. En este sentido, el Salón Internacional del Cómic programó sesiones nocturnas de cine en diversas salas de Barcelona y Badalona.

La extensa relación de autores nacionales y extranjeros que participaron en el salón puso, asimismo, de relieve el elevado nivel creativo y artístico que atraviesa el cómic, considerado en la actualidad el «novenno arte». Esta convocatoria sirvió, como en anteriores ocasiones, para propiciar contactos y acuerdos entre creadores y empresas editoriales.

+info www.ficomic.com

Superficie

19.000 m²

Expositores

168

Carácter

Público

Actividades

Exposiciones, premios, mesas redondas, presencia de autores, talleres

Organiza

Ficomic

4
grandes exposiciones

Foco de interés lúdico y cultural



Cosmobelleza & Wellness

Salón Internacional de Peluquería, Estética y Wellness

26-28/Febrero

Gran Vía. 17ª. edición

Las últimas tendencias en peluquería, estética, cosmética y maquillaje, termalismo y *wellness* se presentaron, un año más, en Cosmobelleza & Wellness, uno de los encuentros más importantes de la zona euromediterránea dedicados a la belleza integral.

En esta edición participaron un total de 295 expositores, procedentes de Alemania, Australia, Bélgica, China, Estados Unidos, Francia, Italia, Jordania, Pakistán, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Taiwán, Turquía, Ucrania y Venezuela. Se trata, por tanto, de un certamen con una destacada proyección internacional, que atrajo a 98.600 profesionales, de los cuales el 15% eran extranjeros procedentes de 69 países.

Cosmobelleza & Wellness organizó diferentes rondas de negocios entre fabricantes y distribuidores para promover los contactos

comerciales. Como es habitual, acogió también actividades formativas para dar a conocer las nuevas técnicas en belleza. Entre otras muchas, destacó el 25.º Congreso de Estética, un clásico para los profesionales del sector con las novedades en masajes, maquillaje y tratamientos. Destacó, asimismo, la Pasarela Barcelona Hair Fashion, que contó con la presencia del famoso peluquero de las estrellas de Hollywood, Michael Shaun Corby.

Además, se celebraron sesiones prácticas sobre técnicas en estética (ultrasonidos y cavitación, neocolagénesis, fotodepilación, etc.), el tradicional concurso de maquillaje corporal, jornadas sobre termalismo y demostraciones en decoración de uñas, uno de los segmentos que más está creciendo en los últimos años en España.

+info www.cosmobelleza.com/es/feria.cosmo

Superficie

38.000 m²

Expositores

295

Carácter

Profesional

Actividades

Jornadas técnicas, aulas de formación, concursos, congresos, rondas de negocios

Organiza

Grupo Cosmobelleza

15%

visitantes internacionales

69

países aportaron asistentes



E-commretail Barcelona

Salón Profesional del Comercio Electrónico y Negocios On-line

02-03/Marzo

Montjuïc. 2ª. edición

Empresas y profesionales de diferentes áreas relacionadas con tecnología y servicios de *e-commerce*, *social media*, buscadores, *marketing digital*, logística o *cloud computing*, entre otros, se dieron cita en un salón que en tan solo dos ediciones ha duplicado el número de expositores y visitantes.

También se ha consolidado como feria de referencia de una especialidad en pleno auge aplicable a múltiples sectores y actividades económicas.

E-commretail celebró numerosos seminarios, ponencias y clases magistrales que contaron, en conjunto, con la participación de más de 200 ponentes internacionales, que abordaron la experiencia en *marketing on-line* y comercio electrónico de firmas como Google, Facebook, FC Barcelona, LinkedIn, Telepizza, Softonic, Munich, Cuatrecasas, Vodafone, ACB, Buy Vip, Privalia, Vente Privée, Pixmania, Euroleague Basketball,

Fnac, McCann Erickson, Herraiz Soto & Co, Cofidis, Fotocasa, Drupal y Joomla, entre otras.

Los expertos pronosticaron un incremento del 18% de las ventas *on-line* en Europa durante 2011 y un volumen de negocio de 200.000 millones de euros. Se estimó que en España las ventas *on-line* crecerían un 19%, alcanzando los 9.400 millones de euros, y que cada español gastaría de media 892 euros en sus compras *on-line*.

En el marco del salón tuvo lugar la ceremonia de entrega de los ECOMM Awards 2011, galardones destinados al reconocimiento de las mejores empresas de comercio electrónico de España en los apartados de servicios y tecnologías para el *e-commerce*. Entre los premiados figuraron Zara.com, Dressforless.es, Enepe.com, Rentamus.es y Hotel.info.

+info www.ecommretail.com

Superficie

6.700 m²

Expositores

120

Carácter

Profesional

Actividades

Seminarios, ponencias, clases magistrales, entrega de los ECOMM Awards

Organiza

Fopren

+200

ponentes internacionales

18%

aumento de ventas *on-line*



EIBTM

Salón Profesional de la Industria de Viajes de Negocios,
Congresos e Incentivos

29/Noviembre - 01/Diciembre

Gran Vía. 8ª. edición en Barcelona

EIBTM, considerado como el más importante evento mundial en su especialidad, celebró una de sus ediciones más exitosas con la presencia de visitantes y compradores de 90 países, entre los que destacaron Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Italia, Rusia, Polonia, Holanda, China y Brasil.

Estuvieron presentes agencias de viajes, touroperadores, centros de congresos y convenciones, cadenas hoteleras, prestadores de servicios y organizadores de eventos internacionales de todo el mundo.

Durante los tres días de celebración, el salón fue visitado por unos 15.200 compradores y planificadores de viajes y reuniones para conocer todas las novedades y tendencias del sector, y decidir dónde y cómo celebrar sus próximos actos. En este sentido, debe destacarse que hubo alrededor de 65.000 encuentros comerciales, cantidad que supe-

ra ampliamente la conseguida en 2010. Entre las novedades, destacó de modo especial el nuevo espacio «Experiencia para los eventos del futuro», que anticipó cómo serán probablemente las conferencias y reuniones de los próximos años y de qué manera influirán las innovaciones tecnológicas en el sector.

Por primera vez, China presentó oficialmente su oferta de turismo de negocios, congresos y viajes de incentivos, un ámbito con importantes perspectivas de crecimiento en aquel país.

Otras iniciativas fueron la presentación de un nuevo estudio internacional sobre el sector, los Premios EIBTM, diversos seminarios, conferencias, eventos de *networking*, talleres, demostraciones y promociones de productos.

+info www.eibtm.com

Superficie

42.900 m²

Expositores

3.116

Carácter

Profesional

Actividades

Conferencias, seminarios, talleres, encuentros de negocios, premios

Organiza

Reed Travel Exhibitions

90

países

65.000

encuentros comerciales



Expo Ecosalud

Salón de la Salud y la Calidad de Vida. Mercado de Productos Ecológicos y Terapias Naturales

01-03/Abril

Montjuïc. 14ª edición

Saborear chicles de Flores de Bach que ayudan a controlar las emociones; camas que eliminan el estrés; sesiones de cuencoterapia para relajar y acabar con las contracturas musculares; la primera pastilla natural contra el colesterol y lo último en bioelectromedicina, fueron algunas de las propuestas de Expo Ecosalud.

Con la participación de más de 500 marcas, Expo Ecosalud incrementó un 10% la presencia de empresas respecto a la edición de 2009. Con un 30% del total de expositores, uno de los sectores más representados fue el de las terapias naturales, que incluyó lo último en quiromasaje, osteopatía, naturopatía, homeopatía, acupuntura y técnicas energéticas. Los ámbitos dedicados a los productos ecológicos y a la dietética y los complementos alimentarios concentraron el 60% de las empresas expositoras. Completaron la oferta del salón la cosmética natural, las plantas medicinales y la herboristería.

Más de 31.000 visitantes, el 42% de ellos profesionales, se interesaron por el conjunto de propuestas, novedades y recientes tendencias en dietética, complementos alimentarios, productos ecológicos, terapias naturales y alternativas saludables para estar en forma.

El salón también celebró cerca de 50 conferencias, jornadas y talleres relacionados con las terapias; todos ellos abiertos al público. Destacó, en especial, la conferencia dedicada a los complementos y las terapias nutricionales, el desarrollo personal y las nuevas tecnologías, con el experto en motivación y liderazgo Emilio Duró como uno de los principales ponentes.

Superficie

12.000 m²

Expositores

188

Carácter

Profesional y público

Actividades

Jornadas técnicas, congresos sectoriales, talleres, área de terapias manuales, restaurante herbodietético

Organiza

Interalia

+500

marcas participantes



Expohogar

Salón Internacional del Regalo y los Artículos para el Hogar

21-24/Enero - 24-27/Septiembre

Montjuïc. 45ª. y 46ª. edición

Expohogar mostró en sus ediciones de primavera y otoño las últimas novedades en artículos de regalo, bisutería y complementos de moda y decoración.

El color blanco y los muebles rústicos y de estilo *vintage* fueron los protagonistas de las nuevas tendencias en decoración de interiores de la temporada primavera-verano.

En cuanto a los complementos, regresaron con fuerza los sombreros confeccionados con rafia, siguiendo el estilo Panamá, el *denim* y las telas vaporosas con estampados *liberty* y florales.

Por su parte, Expohogar Otoño mostró la capacidad y el esfuerzo de los expositores para presentar productos originales, funcionales y con precios muy ajustados con el fin de adaptarse a la demanda de los consumidores en esta época de crisis. Estudios fotográficos portátiles, huchas que funcionan

como minicajeros automáticos y bufandas multiusos fueron algunas de las novedades que se mostraron.

También se dieron a conocer las nuevas propuestas en artículos navideños, como velas con aroma a turrón y cava, belenes con ambientes marinos o incluso abetos que esparcen nieve artificial y llevan música incorporada.

Respecto a la decoración de interiores, se impuso la fusión de estilos, los aires británicos y el romanticismo. Las influencias orientales, con grabados japoneses o figuras de Buda, también irrumpieron con fuerza, así como materiales naturales como la madera, el yute y el lino. En cuanto a los complementos de vestir, destacaron los bolsos, las bufandas y los pañuelos con estampados *animal print*.

+info www.expohogar.com

Superficie

8.000 m² (primavera)

8.300 m² (otoño)

Expositores

100 (primavera)

124 (otoño)

Carácter

Profesional

El color blanco y los muebles rústicos y de estilo *vintage* fueron los protagonistas de la nueva temporada primavera / verano

En otoño se impulsieron la fusión de estilos, aires británicos y el romanticismo



Expoquimia, Eurosurf y Equiplast

Encuentro de la Química Aplicada del Mediterráneo

14-18/Noviembre

Gran Vía. 24.ª edición (Eurosurf) / 16.ª edición (Expoquimia y Equiplast)

El Encuentro de la Química Aplicada del Mediterráneo, integrado por la celebración simultánea de Expoquimia, Eurosurf y Equiplast, fue uno de los grandes acontecimientos industriales, técnicos y económicos de la ribera mediterránea.

Congregó a cerca de 38.000 profesionales en un evento que demostró un año más la importancia del incremento de las ventas y de los contactos comerciales para la reactivación del sector.

Expoquimia se convirtió en el gran punto de encuentro entre la industria y la ciencia, al acoger la presentación de más de 200 novedades y avances técnicos, además de contar con más de 50 actividades en su programa de jornadas científicas, que reunieron a centenares de ponentes y delegados nacionales e internacionales.

En colaboración con la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE), Expoquimia organizó diversas misiones comerciales: representantes de asociaciones empresariales y profesionales de Argentina, México y Chile asistieron al encuentro para adquirir tanto tecnología como productos españoles.

En respuesta a las inquietudes de un sector tan amplio como es el químico, el certamen dio entrada a nuevos ámbitos con la creación de Pharma Process, área destinada a la industria auxiliar; Cosmetic Date, que congregó a todos los actores implicados en la fabricación de cosméticos y Food Innovation, donde se exhibieron las muchas aportaciones de la química a la industria alimentaria.

Estas tres áreas temáticas se sumaron a las ya existentes: Lab&Bio, dedicada a las empresas especializadas en biotecnología, y Compositech, de nuevos materiales.

Superficie

80.000 m²

Expositores

950

Carácter

Profesional

Actividades

Acto de clausura del Año Internacional de la Química en España, jornadas, encuentros B2B, congresos, *workshops*, simposios, exposiciones

+200

novedades técnicas

50

actividades científicas

En respuesta a las inquietudes del sector químico, el certamen dio entrada a nuevos ámbitos con la creación de Pharma Process, Cosmetic Date y Food Innovation

En la vertiente científica, Expoquimia puso de manifiesto, una vez más, el alto nivel de la investigación española, que obligó al jurado de los Premios Expoquimia I+D+i a conceder, por primera vez, dos menciones especiales. Los galardones fueron concedidos a un nuevo proceso para generar agentes contra una molécula relacionada con infecciones provocadas por el virus del sida e implicada en la aparición de tumores cancerígenos, y a un proceso biotecnológico para fabricar una molécula que retrasa la aparición del apetito.

La clausura de los actos de celebración en España del Año Internacional de la Química, que conmemoró el centenario de la concesión del premio Nobel a la científica Marie Curie, aportó un gran valor añadido a Expoquimia '11.

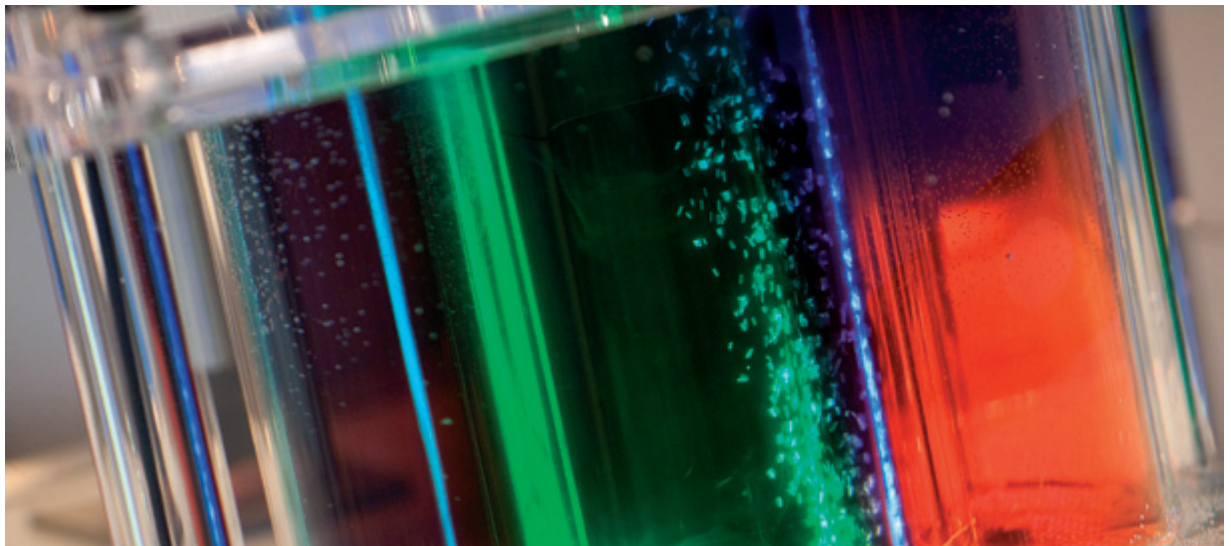
Por su parte, Equiplast, el Salón Internacional del Plástico y el Caucho, actuó como revulsivo al contribuir a que la industria del plástico presente en el certamen alcanzase importantes niveles de ventas y contactos comerciales.

La nueva edición de Eurosurf, el Salón Internacional de la Pintura y el Tratamiento de Superficies, en la que participaron más de 150 empresas, contó con la presencia de numerosos compradores de sectores afines, como el de la automoción.

+info www.expoquimia.com

+info www.equiplast.com

+info www.eurosurf.com





Expominer

Salón Internacional de Minerales, Fósiles y Joyería

11-13/Noviembre

Montjuïc. 33.ª edición

Expominer reunió, una vez más, la mayor colección de minerales, fósiles, joyas y gemas de España. El certamen, que año tras año pretende acercar la geología al gran público y, en especial, a los jóvenes estudiantes de primaria y secundaria, tuvo dos protagonistas destacados.

Por un lado, el prestigioso paleontólogo Eudald Carbonell, conocido por su condición de codirector de las excavaciones en la sierra de Atapuerca (Burgos) y como divulgador, se estrenó como presidente del salón y participó activamente en el programa de actividades al impartir una conferencia sobre el *Homo antecessor*.

La vulcanología fue otro de los ámbitos que acaparó el interés del certamen: por primera vez se exhibieron ante el público muestras de lava procedentes de la erupción submarina de la isla canaria de El Hierro y se impartieron

talleres sobre erupciones volcánicas, coorganizados con la Universitat de Barcelona, el Institut de Ciències de la Terra Jaume Almera del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y el Institut Geològic de Catalunya.

El programa de actividades se completó con sesiones sobre fotografía de minerales a cargo del Grup Mineralògic Català; el taller «Tras las huellas de los dinosaurios», organizado por el Museo de los Dinosaurios de Coll de Nargó (Lleida); el tradicional concurso de dibujo del salón; el área Vive la Geología, organizada por la Facultad de Geología de la Universitat de Barcelona, y la exposición fotográfica «Los cristales de oro de Venezuela».

+info www.expominer.com

Superficie

5.500 m²

Expositores

125

Carácter

Profesional y público

Actividades

Exposiciones, documentales, talleres, concursos de dibujo

El prestigioso paleontólogo Eudald Carbonell se estrenó como presidente del salón



Festival de la Infancia

27/Diciembre/2011 - 04/Enero/2012

Montjuïc. 48.ª edición

El Festival de la Infancia, que organiza Fira de Barcelona desde 1963 como una de las grandes propuestas de ocio familiar durante las fiestas navideñas, fue visitado por cerca de 150.000 niños y adultos, que pudieron escoger entre más de 150 actividades deportivas, educativas, culturales y solidarias.

En esta edición, el deporte adquirió especial relevancia gracias a la colaboración de diversas entidades, como la Fundación FC Barcelona y el Institut Barcelona Esports del Ayuntamiento. En el stand del Barça, que incluía dos campos de fútbol, los niños pudieron aprender valores como el juego limpio o el respeto al adversario. Los más afortunados incluso tuvieron la oportunidad de jugar con Cesc Fàbregas, Andreu Fontàs y Thiago Alcántara.

Los pequeños también pudieron convertirse en campeones de atletismo, compitiendo en el

miniestadio que se creó para conmemorar el 20.º aniversario de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la celebración, en 2012, del Mundial Júnior de Atletismo. Asimismo, destacaron la pista de patinaje de Port Aventura, la zona de hípica, los circuitos de ciclismo y de karts, y las sesiones de baile de Canal Panda.

Los talleres para aprender a elaborar comidas saludables, cultivar un huerto urbano, crear marionetas de papel reciclado y hacer pompas de jabón gigantes también estuvieron muy concurridos. Además, el Festival impulsó las nuevas zonas de videojuegos, que según los expertos, pueden ayudar a la socialización y el desarrollo intelectual de niños y jóvenes. Un ejemplo de la voluntad del certamen de adaptarse a los nuevos tiempos.

+info www.festivalinfancia.com

Superficie

43.000 m²

Expositores

100

Carácter

Público

Actividades

Talleres, concursos, juegos, desfiles, pruebas deportivas

+150

propuestas

El Festival impulsó valores como el juego limpio



Fira d'Artesania

02-04/Diciembre

Montjuïc. 1.ª edición

La artesanía catalana fue la protagonista de la muestra de productos celebrada con el fin de crear un espacio de exhibición y estimular las ventas directas al consumidor, con motivo de la proximidad de las fiestas navideñas.

El certamen contó con más de 120 expositores procedentes de toda Cataluña, pertenecientes a diferentes sectores y oficios: complementos de moda, joyería, artículos para el hogar, objetos de regalo y elementos de decoración, entre otros.

Instalado en el Pabellón Z6 del recinto de Montjuïc, el certamen dividió su espacio en tres grandes áreas: una, dedicada a los objetos presentes en los diferentes ámbitos del hogar (cocina, mesa, baño); una segunda centrada en el mundo del espacio, donde se pudieron adquirir productos vinculados al interiorismo, la decoración del hogar y el

mobiliario, y una tercera área, que se dedicó a los complementos personales (moda, joyería, bisutería...).

Dirigida especialmente al público familiar, la Fira d'Artesania contó con un amplio abanico de actividades como talleres infantiles sobre cómo trabajar el vidrio y la piel, demostraciones de oficios en directo (cerámica, grabado sobre cuero, tejidos, imaginaria, bisutería, cestería...), así como un espacio de proyección de audiovisuales relativos a la artesanía catalana, a los artesanos y a las asociaciones y entidades que trabajan para ofrecer productos de calidad, como la Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya i el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

+info www.ccam.cat

Superficie

2.800 m²

Expositores

120

Carácter

Público

Actividades

Talleres
y demostraciones

Organiza

Consorci de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya

**Exhibió y estimuló
la venta directa
de productos
elaborados de forma
artesanal**



Feria disCapacidad & Empleo de Barcelona

08-09/Junio

Montjuïc. 1.ª edición

Bajo el lema «Sí somos capaces», el Palau de Congressos de Barcelona acogió la primera Feria disCapacidad & Empleo, con el objetivo de potenciar la inserción laboral de las personas con discapacidad.

El acto se convirtió en punto de encuentro entre empresas que precisaban trabajadores para incorporar a su plantilla y profesionales con algún tipo de discapacidad que buscaban empleo. En este sentido, el numeroso público visitante pudo conocer el tipo de perfil más demandado y ponerse en contacto directamente con compañías, asociaciones, fundaciones y centros especializados en empleo.

Además, se celebraron varias mesas redondas para profesionales sobre temas vinculados a la integración social y laboral, a la accesibilidad o a la responsabilidad social corporativa, así como talleres sobre cómo elaborar un buen currículum, cómo afrontar

y destacar en una entrevista de trabajo o cómo ser emprendedor social.

Otras actividades destacadas fueron una exposición de pintura realizada por personas con síndrome de Down, una obra de teatro representada mediante lengua de signos y una muestra fotográfica sobre la superación personal. Asimismo, se entregaron los premios Feria disCapacidad y Empleo, para reconocer el compromiso social de diversas entidades, e Innova Discapacidad, que distinguen la idea más innovadora en relación con la integración laboral. Los galardonados fueron Repsol, Red Eléctrica de España, Grupo Sifú, Fundación Focus Abengoa y Fundación "la Caixa".

+info www.feriadiscapacidad.com

Superficie

2.800 m²

Expositores

75

Carácter

Público

Actividades

Mesas redondas, ponencias, talleres, exposiciones de pintura y fotografía, teatro en lengua de signos, entrega de premios

Organiza

disJob.com

Potenciar la integración laboral, gran objetivo



FM&BS

Facility Management and Business Services World Summit

28-30/Junio

Montjuïc. 1.ª edición

Reducir costes y optimizar recursos son los dos principales objetivos que persigue la aplicación del *facility management* y de los *business services* como herramientas de gestión empresarial, ambos abordados en el primer FM&BS World Summit, celebrado en el Palau de Congressos del recinto de Montjuïc. El evento se engloba dentro de la política de Fira de lanzar nuevos productos feriales.

Según los expertos, la externalización de servicios permite readaptar el funcionamiento de las empresas a la realidad del mercado, variar sus costes operativos y centrar sus esfuerzos en su actividad principal (*core business*), con lo que se puede conseguir un ahorro de entre el 10 y el 15% de los gastos, al tiempo que es posible contribuir al aumento de la productividad.

En la primera edición de FM&BS participaron 25 ponentes, entre los que destacaron Keith

Alexander, arquitecto y profesor de la Universidad de Salford (Manchester, Reino Unido), y considerado el «padre» del *facility management*; Helena Ohlsson, directora internacional del área de FM de la empresa sueca IKEA; Terry Mills, vicepresidente del área de clientes corporativos de ISS Europa (una de las empresas más importantes del mundo en este ámbito), y Salvador Torres, presidente de IFMA España.

El certamen contó con el apoyo de IFMA España, uno de las 18 secciones internacionales de la Asociación Internacional de Facility Management-IFMA y que reúne a los profesionales de esta disciplina de todo el país.

+info www.fm-bs.es

Superficie

5.828 m²

Expositores

100

Carácter

Profesional

Actividades

Zona de stands, área de *networking*, ponencias

25

ponentes

Entre los ponentes

destacó Keith

Alexander,

el «padre» del *facility management*



Forum Dental del Mediterráneo

07-09/Abril

Montjuïc. 7.ª edición

El Forum Dental del Mediterráneo se consolidó como una importante plataforma de negocio y conocimiento para los profesionales del ámbito de la salud bucodental. Esta edición reunió a más de 10.000 especialistas, entre odontólogos, higienistas, auxiliares y protésicos dentales, logopedas, estudiantes y proveedores, la mayoría procedentes de Cataluña y Baleares.

Destacó su programa científico, que incluyó jornadas y conferencias en las que se debatió sobre los últimos avances y retos del sector. Entre otros temas, se presentaron nuevos métodos digitales de desarrollo en el campo de la ortodoncia, técnicas alternativas de fabricación de prótesis dentales y novedades en odontología estética, sistemas dentales CAD/CAM, radiografía digital e implantología, especialidad que ha registrado una fuerte demanda en los últimos años.

El encuentro también contó con una zona expositiva en la que se mostraron productos y tecnologías relacionadas con el diagnóstico, la prevención, el tratamiento y la higiene bucal, como blanqueantes de esmalte, métodos paliativos del dolor o sistemas de implante dentales, entre otros.

A partir de la próxima convocatoria, que se celebrará en 2013 en el recinto de Gran Vía, el Forum Dental del Mediterráneo será organizado por Fira de Barcelona con la estrecha colaboración del Colegio de Odontólogos y Estomatólogos de Catalunya (COEC), y tendrá como objetivos fortalecer su liderazgo nacional en este ámbito y potenciar la internacionalidad.

+info www.forum-dental.es

Superficie

15.000 m²

Expositores

136

Carácter

Profesional

Actividades

Congresos, mesas redondas, jornadas, conferencias

Organiza

Puntex

+10.000
especialistas reunidos

**La internacionalidad,
nuevo reto
del certamen**



Glassman Europe

Salón del Vidrio

25-26/Mayo

Montjuïc. 19.ª edición (1.ª en Barcelona)

Por primera vez, Fira de Barcelona acogió uno de los encuentros mundiales más importantes de la industria del vidrio, que presentó las últimas novedades relacionadas con la fabricación y el procesado de este material. Durante más de dos décadas ha sido certamen de referencia no solo en Europa, sino también en América y en Oriente Medio.

En esta edición barcelonesa participaron más de un centenar de expositores nacionales e internacionales, que mostraron novedades en materias primas, maquinaria y tecnología. Entre las principales ofertas industriales y técnicas del certamen figuraron plantas de proceso, hornos, equipos de combustión, productos refractarios, maquinaria para servicios de laboratorio y equipos analíticos, sistemas de control de procesos y asistencia técnica y capacitación, así como servicios de construcción de plantas «llaves en mano».

Uno de los aspectos más interesantes de la convocatoria, además de las pertinentes demostraciones, fue el amplio programa de conferencias, que contó con la participación de diversas firmas y expertos del sector.

La Unión Europea es la mayor productora y consumidora de vidrio del mundo, seguida de Estados Unidos y Japón. España es el cuarto mayor productor europeo. Sin embargo, uno de los temas centrales de Glassman fue el acceso a los mercados emergentes de Asia y América Latina, en especial Brasil, China y México, así como los Emiratos Árabes. En este sentido, Glassman favoreció el establecimiento de numerosos contactos de negocios con potenciales clientes.

+info www.glassmanevents.com/europe

Superficie

5.800 m²

Expositores

100

Carácter

Profesional

Actividades

Conferencias,
presentaciones

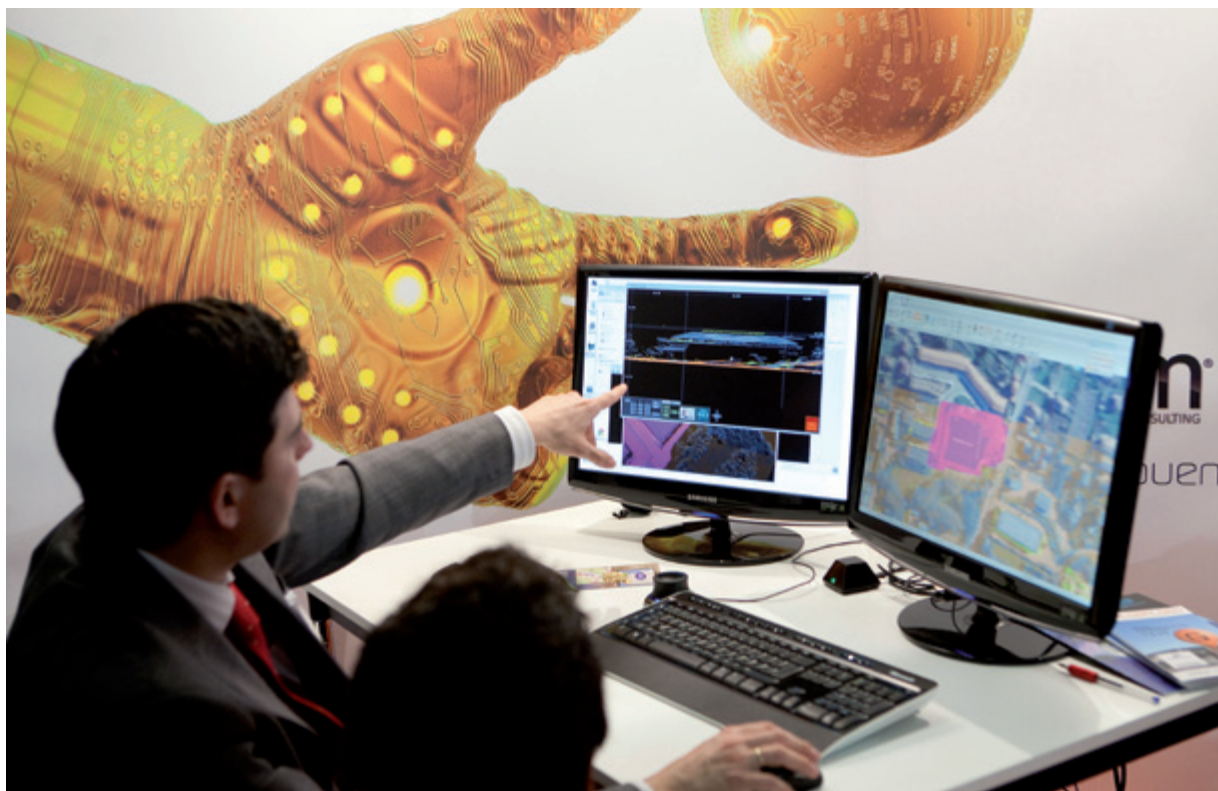
Organiza

Quartz Business Media

20

años como salón
de referencia

Uno de los eventos
más importantes
de la industria del
vidrio



Globalgeo

Salón Internacional de la Geoinformación

15-17/Marzo

Montjuïc. 5.ª edición

La geoinformación, cada vez más presente en las actividades cotidianas, abre grandes oportunidades de negocio, sobre todo para las empresas tecnológicas. En este sentido, Globalgeo mostró el potencial de una industria que en Estados Unidos crece un 35% cada año, y exhibió los últimos avances en cartografía, sistemas de información geográfica, fotogrametría, teledetección, geodesia, topografía, navegación por satélite y sistemas de transporte inteligente.

Entre los productos más innovadores, se presentaron diversos geoservicios que permiten mejorar la movilidad en las ciudades, optimizar los recursos en las empresas, fomentar la transparencia de las administraciones y gestionar las tareas de emergencia y protección civil (aplicaciones para conocer el estado del tráfico en tiempo real; sistemas de geoinformación que ubican en el mapa el lugar de un siniestro, y nuevas tecnologías de

procesamiento de imágenes capturadas por radares o aviones no tripulados).

Globalgeo potenció su programa científico, que incluyó cerca de 150 jornadas y la participación de más de 250 especialistas nacionales e internacionales, como Sanjay Patel, responsable de Google Geo en Europa. Destacaron las conferencias del Foro TIG-SIG, dedicado a las soluciones de geoinformación en el ámbito urbano.

En el marco del salón, se celebró la 9.ª Semana Geomática Internacional, que se centró en los mapas del futuro. Al evento asistieron ponentes de primer nivel, como Monika Sester, de la Universidad alemana de Hannover, y Carmen Aguilera, de la European GNSS Supervisory Authority.

+info www.globalgeobcn.com

Superficie

2.200 m²

Expositores

30

Carácter

Profesional

Actividades

Semana Geomática Internacional, jornadas, conferencias, debates

150

sesiones científicas

+250

ponentes internacionales



Graphispag

Salón Internacional de la Industria y la Comunicación Gráfica

22-26/Marzo

Gran Vía. 12.ª edición

Graphispag cumplió 45 años como feria de referencia, con el convencimiento de que el sector debe abordar su reestructuración, adoptar las tendencias de los mercados internacionales y aliarse con las nuevas tecnologías para reinventar los productos gráficos. Para ampliar su oferta y las sinergias con el mundo de la comunicación visual, Graphispag coincidió, por primera vez, con Sonimagfoto & Multimedia.

El salón atrajo a cerca de 39.000 profesionales, el 7% de ellos internacionales, principalmente procedentes de Portugal y Francia. Superando las expectativas iniciales, esta edición del evento contribuyó a la reactivación de los contactos comerciales y a la realización de negocios, lo que supuso una inyección de optimismo para las empresas gráficas, en un momento clave para tomar decisiones estratégicas con las que posicionarse en el escenario que surja con la esperada recuperación económica y afrontar el cambio de

ciclo impuesto por el avance de los contenidos digitales y las pantallas.

El congreso y la veintena de jornadas técnicas contaron con la participación de más de 3.500 personas y se orientaron precisamente a identificar las oportunidades de crecimiento. Para conmemorar su aniversario, Graphispag exhibió 45 carteles inéditos de algunos de los mejores diseñadores españoles y rindió homenaje a 16 empresas expositoras que ya participaron en la primera edición, en 1966.

Además, se entregaron los premios Marco de Oro de Serigrafía, Tampografía e Impresión Digital, y Líderpack de Envase, Embalaje y Publicidad en el Lugar de Venta, correspondientes al 2010 y que anualmente convocan, el salón Hispack y Graphispag Asociación.

+info www.graphispag.com

Superficie

23.000 m²

Expositores

668

Carácter

Profesional

Actividades

Congresos, Aula Digital Adobe, jornadas, seminarios, conferencias, exposiciones, homenajes, entrega de los premios Marco de Oro y Líderpack

3.500

congresistas



Infarma

Salón de Medicamentos y Parafarmacia

01-03/Marzo

Montjuïc. 10.ª edición

El encuentro de referencia para los profesionales de la industria farmacéutica superó en 2011 sus expectativas, al atraer a más de 2.200 congresistas y 23.000 visitantes, un 10% más que en la edición anterior.

Gracias a la oferta de más de 200 expositores, Infarma presentó las últimas novedades del sector, como nuevos medicamentos y productos de dermofarmacia, nutrición, fitoterapia, homeopatía, óptica, ortopedia y material de cura. También mostró las nuevas tendencias en comercialización y distribución, instalación, decoración y vestuario sanitarios y asesoría.

Además, contó con un amplio programa científico de conferencias, talleres y mesas redondas enmarcado en el Congreso Europeo de Oficina de Farmacia. Las sesiones, en las que participaron instituciones, empresas y más de 130 especialistas procedentes de toda Europa, sirvieron para presentar los

últimos proyectos de investigación y desarrollo de nuevos medicamentos y para debatir acerca de los retos del sector en ámbitos tan diversos como la mejora de la atención farmacéutica, la implantación de la receta electrónica, la colaboración interprofesional o la formación continua.

A partir de esta edición, el salón, que se celebraba cada dos años desde 1993, tendrá carácter anual y se alternará entre Barcelona y Madrid. Para los organizadores del certamen, la nueva situación supone un paso importante para el sector, ya que significa sumar esfuerzos con los principales colegios oficiales de esta especialidad.

+info www.interalia.es/www.infarma.net

Superficie

7.000 m²

Expositores

206

Carácter

Profesional

Actividades

Congreso Europeo de Oficina de Farmacia

Organiza

Colegio Oficial de Farmacéuticos de Barcelona e Interalia

+2.200

congresistas

10%

incremento de visitantes



ITMA

Feria Internacional de Maquinaria Textil

22-29/Septiembre

Gran Vía. 16.ª edición (1.ª en Barcelona)

La feria de maquinaria y tecnología textil más importante del mundo, impulsada por el Comité Europeo de Constructores de Maquinaria Textil y que tiene lugar cada cuatro años en un país del viejo continente, se celebró por primera vez en España desde su creación en 1951.

La 16.ª edición del evento, que ocupó la práctica totalidad del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, tras la entrada en servicio de los nuevos pabellones 5 y 7, batió todos los niveles de internacionalidad: participaron 1.350 empresas expositoras de 45 países, entre las que figuraban 90 españolas, y recibió la visita de más de 100.000 profesionales procedentes de 138 países.

La mayor parte de los visitantes provenía especialmente de Italia, India, Alemania, Turquía, Brasil, Irán, Portugal y Reino Unido, destacando asimismo la presencia de potenciales compradores de los principales centros textiles de Asia

y América Latina, así como delegaciones oficiales de 27 países y de la UNIDO, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. España aportó casi un 9% de los visitantes.

Dado el actual contexto mundial de crisis, los responsables de la organización valoraron muy positivamente tanto la cantidad como la calidad de los visitantes y el nivel de contactos y de negocio alcanzado, así como la voluntad patente de la industria textil y de la confección por invertir e innovar.

En efecto, en la ITMA se dieron a conocer las últimas novedades y tendencias del sector de la maquinaria y la tecnología textil. La edición se caracterizó por el éxito del sector de fibras e hilados, presente por vez primera en la feria, y la creciente preocupación por la sostenibilidad y las soluciones tecnológicas respetuosas con el medio ambiente.

Superficie

200.000 m²

Expositores

1.350

Carácter

Profesional

Actividades

Conferencias, jornadas, Cumbre Mundial Textil

Organiza

CEMATEX con la colaboración de la Asociación Multisectorial de Empresas, AMEC

138

países aportaron visitantes

Se dieron a conocer las últimas novedades y tendencias del sector de maquinaria y tecnología textil, con especial preocupación por la sostenibilidad

En este sentido, la investigación y la educación fueron dos de los ejes centrales de esta convocatoria, que destacaron con la presentación, en el Pabellón de Investigación y Educación, de los trabajos desarrollados por 47 universidades e institutos de 20 países y con la participación de destacados ponentes.

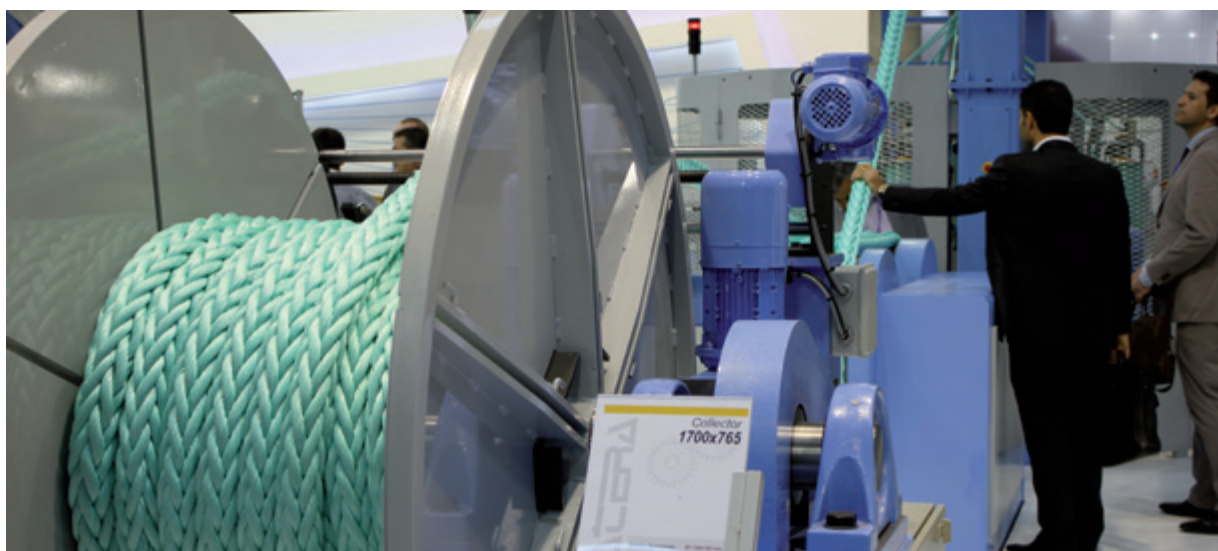
Por otro lado, se desarrolló un intenso programa paralelo de conferencias y jornadas de alto nivel, bajo la denominación general de Conferences@ITMA, en el que participaron cerca de 700 profesionales.

Sobresalió especialmente la Cumbre Mundial Textil, que tuvo como principal orador al exsecretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan.

También se desarrollaron reuniones específicas sobre sostenibilidad, aplicaciones de la química y tendencias de la industria textil, y el encuentro de jóvenes emprendedores del sector.

El impacto económico de la ITMA sobre la ciudad de Barcelona se calculó en unos 800 millones de euros. Al término del encuentro, calificado de éxito en todos los sentidos, se puso de manifiesto la voluntad de la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona y Fira, entre otras instituciones y organizaciones, de que la capital catalana opte a ser nuevamente sede del certamen.

+info www.itma.com





Low Cost Motor

Feria de Oportunidades en Vehículos de Ocasión

4-13/Junio

Montjuïc. 2.ª edición

Auténticas oportunidades en coches de segunda mano a precios muy asequibles y con todas las garantías. El Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona (GVVM) volvió a apostar por una feria con interesantes ofertas, justo antes del verano, época en la que tradicionalmente aumentan las ventas de vehículos de ocasión.

A pesar de las dificultades del momento económico y del freno a la financiación, los resultados fueron satisfactorios para los 38 expositores participantes, que en diez días vendieron en el recinto un total de 230 vehículos (casi la cuarta parte de los 1.000 que se expusieron) por un valor estimado de 3,5 millones de euros. Además, se cerraron otras 50 operaciones, que se concretaron en las oficinas de los concesionarios participantes a lo largo de los días posteriores. Estas cifras supusieron un aumento de ventas del 50% respecto al año anterior.

Las empresas expositoras se esforzaron por ofrecer la mejor relación calidad-precio a los visitantes y todos los coches fueron revisados y acondicionados para acreditar su perfecto estado. La oferta de un año de garantía como mínimo y otras ventajas y condiciones especiales por la compra durante la feria animaron las ventas, en especial durante el último fin de semana. Se calcula que unas 25.000 personas visitaron el salón.

El Gremi valoró muy positivamente el desarrollo de la feria, señalando que el mercado de ocasión catalán tiene capacidad para celebrar en Barcelona dos grandes ferias anuales, el Low Cost Motor y el Salón Ocasión de Fira, especializado en vehículos seminuevos, además de organizar eventos locales en otros municipios a lo largo del año.

+info www.gvvm.es

Superficie

9.500 m²

Expositores

38

Carácter

Público

Organiza

Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona

1.000

vehículos expuestos

50%

más de ventas que en 2010



Magic Internacional

Feria Espiritual, Paracientífica y de Terapias Alternativas

04-06/Noviembre

Montjuïc. 7.ª edición

Con más de 51.000 visitantes, el salón internacional dedicado a la paraciencia y las terapias alternativas demostró que sigue siendo uno de los más importantes de Europa en su género. Por séptimo año consecutivo, el evento tuvo lugar en el recinto ferial de Montjuïc, donde se presentó la oferta de más de 150 empresas expositoras, que mostraron una amplia variedad de productos especializados, como libros y DVD sobre nueva espiritualidad y medicina alternativa, cartas del tarot, piedras con propiedades y amuletos, entre otros. El público también tuvo la oportunidad de hacer consultas de autoayuda y crecimiento personal, orientación y sanación, quiromancia y videncia a los más de 500 profesionales presentes en los stands de la feria.

Por otro lado, destacó un año más su completo programa formativo y de divulgación. En 2011 el certamen incluyó conferencias, talleres y demostraciones, que contaron con

la participación de más de 50 profesores, terapeutas, escritores y periodistas especializados, tanto españoles como procedentes del resto de Europa y de América.

En esta edición adquirieron especial protagonismo las leyendas relacionadas con las fechas navideñas y los rituales sobre el cambio de año y el solsticio de invierno. Además, se desarrollaron diferentes sesiones sobre prácticas metafísicas y paraciencias como el *reiki*, las regresiones, la canalización o el *feng shui*. Magic, que acogió nuevamente un ciclo de cine espiritual, contó por primera vez con una sala de musicoterapia e ilusionismo con espectáculos de magia blanca, biodanza y mentalismo.

+info www.magicinternacional.com

Superficie

5.615 m²

Expositores

150

Carácter

Público

Actividades

Talleres, conferencias, demostraciones, ciclo de cine

Organiza

D'Arbó Productions

500

profesionales

+50

ponentes



Mobile World Congress

14-17/Febrero

Montjuïc. 6.ª edición en Barcelona

Pocas industrias gozan de la salud del sector de las comunicaciones móviles. La edición de 2011 del Mobile World Congress volvió a demostrar que es uno de los sectores económicos más fuertes e innovadores, y con mayor potencial de crecimiento.

Las más de 1.400 empresas presentes en el evento confirmaron que el ecosistema *mobile* tiene mucho futuro, como también lo corrobora el hecho de que se superasen los 60.000 visitantes, frente a los 49.000 inscritos en 2010.

El programa ministerial de GSMA también registró cifras récord, tras reunir en Barcelona a delegaciones gubernamentales de 131 países.

Durante los cuatro días que duró el congreso, los directores generales de empresas como América Móvil, AT&T, China Mobile, Cisco Systems, Ericsson, Google, HTC, Intel, Microsoft, Nokia, NTT DoCoMo, Qualcomm, RIM, Telefó-

nica, Twitter, Vodafone y Yahoo debatieron las tendencias que definirán a la industria del móvil en el futuro.

Además del programa principal, las conferencias del Mobile World Congress abarcaron una amplia gama de aspectos, tales como las aplicaciones en el ámbito de la publicidad, la banca, la salud, la capacidad de red y las tecnologías de próxima generación, entre otros.

La segunda edición del App Planet, un evento diseñado para reunir en un determinado emplazamiento todos los elementos críticos del ecosistema de aplicaciones móviles, recibió más de 12.000 desarrolladores y acogió las conferencias organizadas por diversas empresas, entre ellas el ciclo MacWorld Mobile, dirigido a los programadores de Apple iOS.

Otro plato fuerte del App Planet fue el llamado Mobile Cloud Forum, centrado en las

Superficie

58.600 m² (netos)

Expositores

1.400

Carácter

Profesional

Actividades

Cumbre de directivos, conferencias, sesiones técnicas, App Planet

Organiza

GSMA, en colaboración con Fira de Barcelona

131

países representados

12.000

desarrolladores de apps

Barcelona fue elegida Mobile World Capital para el periodo 2012-2018, lo que la convierte en referente de una industria de gran impacto económico y social

aplicaciones y los servicios ofrecidos directamente desde Internet y por medio de *smartphones*.

El Mobile World Congress está organizado por GSMA, la asociación mundial que representa los intereses de cerca de 800 operadoras de telefonía de 220 países y de más de 200 empresas proveedoras de tecnología y contenidos.

Fira, como *partner* de GSMA, asumió, de nuevo, el proceso de preacreditación *on-line*, la acreditación in situ y el control de accesos durante la celebración de la conferencia, además de las funciones de organización y dirección logística del evento, dirección de la restauración y catering, y servicios de atención a expositores y visitantes.

Barcelona, Mobile World Capital

La relación entre el sector de la telefonía móvil y Barcelona continuó intensificándose en 2011: la capital catalana fue designada Mobile World Capital para el periodo 2012-2018 por la GSMA. El proyecto, cuyo impacto económico a lo largo estos años se estima en cerca de 3.500 millones de euros, se sustenta en cuatro pilares: Mobile World Congress y Mobile World Hub, centrados sobre todo en el ámbito industrial y empresarial, y Mobile World Centre y Mobile World Festival, de mayor incidencia social y ciudadana. Barcelona se convirtió así en referente mundial de la tecnología móvil.

+info www.mobileworldcongress.com





MiBoda

Feria especializada en Soluciones Nupciales

19-20/Noviembre

Montjuïc. 2.ª edición

Las parejas con intención de casarse encontraron en el salón MiBoda todo lo necesario para su gran día. Gracias a la presencia de las mejores marcas, los visitantes pudieron conocer las últimas propuestas en vestidos de novia, novio, fiesta y ceremonia, así como complementos, restauración y catering, decoración y mobiliario, joyería, fotografía y vídeo, coches de alquiler, agencias de viajes, floristerías, imprentas, regalos y atenciones a los invitados, listas de boda, música y animación, peluquería y maquillaje, y un largo etcétera.

Por tanto, en dos jornadas y en un mismo recinto, el público tuvo a su alcance una amplia variedad de productos y servicios, presentados por el centenar de empresas expositoras, para planificar cualquier detalle relacionado con la ceremonia, lo que convirtió al salón en un importante escaparate de tendencias de la industria nupcial. Asimismo, MiBoda se consolidó en su segunda edición

como plataforma comercial de referencia para los profesionales del sector al promover las ventas y nuevos contactos.

Además de mostrar las últimas novedades, los visitantes que lo desearon pudieron comenzar a organizar su boda en aquel mismo momento: encargar las alianzas, las invitaciones, los regalos para los asistentes, el coche nupcial, el fotógrafo... e incluso contactar con profesionales especializados en amenizar fiestas, hacer pruebas de maquillaje y peluquería o encargar el restaurante para festejar el enlace y reservar el viaje de luna de miel, entre otros servicios. MiBoda ofreció a los interesados todo lo necesario para una boda a medida.

+info www.miboda.cat/es

Superficie

8.407 m²

Expositores

100

Carácter

Público

Organiza

Flaqué Internacional

Un escaparate de tendencias de la industria nupcial y plataforma comercial de referencia

Los visitantes pudieron organizar una boda a medida



Nivalia & Outdoor Sports

04-06/Noviembre

Montjuïc. 21.ª edición

El salón Nivalia & Outdoor Sports regresó al recinto de Montjuïc con un formato adaptado a la coyuntura económica y un enfoque muy práctico y comercial para contribuir a dinamizar las ventas de los establecimientos deportivos participantes. Además de presentar las últimas novedades del sector, ofrecieron productos de stock del año anterior a mitad de precio. Entre los artículos más vendidos destacaron los esquís y el material de snowboard.

Los descuentos y promociones del salón animaron al público –mayoritariamente jóvenes y familias– a comprar prendas técnicas, complementos y material de esquí y a buscar escapadas a destinos de nieve para la nueva temporada.

En este sentido, las estaciones de esquí de Cataluña, el sur de Francia, Andorra y los Alpes italianos presentaron sus novedades e iniciaron la venta de *forfaits* 2011-2012. Asimismo,

varias agencias de viajes especializadas en nieve, que operan mayoritariamente a través de Internet, dieron a conocer sus propuestas para fines de semana, puentes y Navidad.

Se constató que respecto a años anteriores los precios de las estancias con *forfait* habían descendido una media del 15%, y que la contratación se suele hacer en el último momento para conseguir mejores ofertas.

Nivalia ofreció a los visitantes un completo programa de ocio familiar, destacando el Pop This Tour, competición urbana de salto de altura en snowboard para jóvenes entre 15 y 25 años, un rocódromo infantil, circuitos de bicicletas para travesías de montaña y demostraciones para aprender a usar las raquetas de nieve.

+info www.nivalia.com

Superficie

4.000 m²

Expositores

51

Carácter

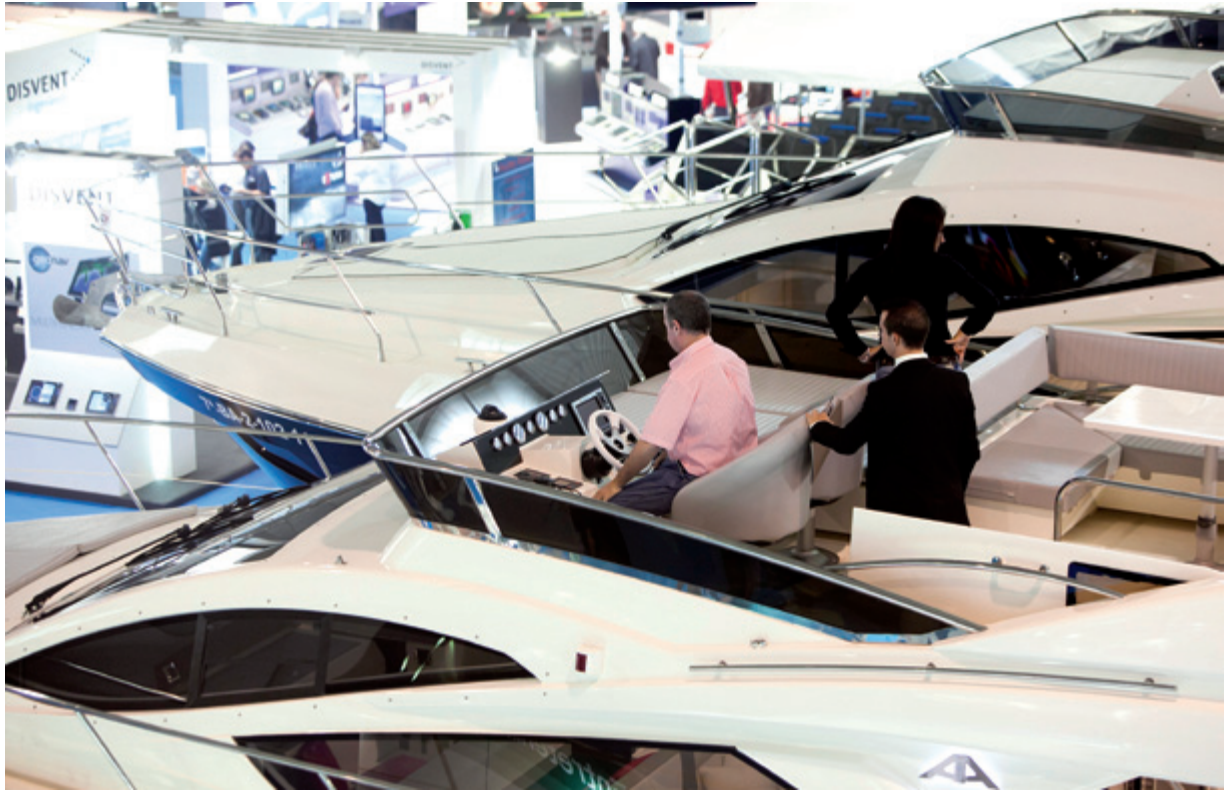
Público

Actividades

Competiciones, demostraciones, circuitos

Los esquís y el material de snowboard fueron los artículos más vendidos

Completo programa de ocio familiar



Salón Náutico Internacional de Barcelona

05-13/Noviembre

Gran Vía y Port Vell. 50.ª edición

En 2011 el Salón Náutico de Barcelona celebró una edición muy especial con motivo de su 50.º aniversario. A pesar del difícil entorno económico, contribuyó a dinamizar la actividad comercial del mercado náutico español, promoviendo nuevas ventas y contactos.

Como reconocimiento a su labor en favor de la promoción del sector y la internacionalización de la capital barcelonesa durante todos estos años, el Ayuntamiento de Barcelona le otorgó la Medalla de Oro al Mérito Deportivo.

La efeméride fue celebrada, entre otras actividades, con la edición de un libro, una exposición y la emisión de un sello y una medalla conmemorativos.

El certamen congregó la mayor oferta de España en náutica deportiva y de recreo, presentada por los expositores nacionales y extranjeros repartidos entre el recinto de Gran Vía y la exposición flotante del Port Vell,

donde se pudieron admirar más de 130 barcos de gran eslora. Entidades como Deutsche Bank, Banc de Sabadell, CGMER o Banque Populaire Côte D'Azur pusieron a disposición del público productos financieros diseñados específicamente para facilitar la compra de barcos y amarres.

El salón, que recibió más de 108.000 visitantes, presentó las últimas tendencias de la industria náutica, que apuesta cada vez más por la ecología y la funcionalidad. Asimismo, se desarrollaron cerca de 200 actividades, todas ellas con gran acogida por parte del público. Destacó una gran regata que reunió en el litoral barcelonés a 700 embarcaciones y un millar de navegantes nacionales e internacionales.

De este modo, la ciudad se convirtió, pues, en la capital europea de la náutica y en centro de atención de profesionales y aficionados, que

Superficie

74.700 m²

Expositores

324 / 130 barcos
(en la exposición flotante del Port Vell)

Carácter

Profesional y público

Actividades

Conferencias, presentaciones de regatas, entrega de premios, talleres de marina tradicional, prácticas de vela ligera, simuladores de pesca y navegación

+200
actividades

Con motivo del 50 aniversario del salón, se celebró una regata que reunió en el litoral barcelonés a 700 embarcaciones y un millar de navegantes nacionales e internacionales

podieron disfrutar de este gran espectáculo organizado con la colaboración de la Federación Catalana de Vela y numerosas empresas, entidades náuticas e instituciones.

También se realizaron regatas virtuales, bautismos de mar, sorteos de cruceros, presentaciones de regatas y seminarios, demostraciones de conducción con remolque, simuladores de pesca y charlas de navegantes, entre otras actividades, para que la ciudad descubriera una vez más todas las posibilidades de la navegación y el mundo de la náutica.

En el Village, instalado en el Port Vell y convertido en el punto neurálgico del salón, se dieron cita empresarios, deportistas y aficionados del mundo de la náutica.

En este sentido, el certamen volvió a actuar como gran cumbre sectorial para debatir sobre la industria náutica en España y buscar soluciones a los nuevos retos planteados. Como ejemplo palpable destaca el acuerdo entre Fira de Barcelona y la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN) para crear una comisión que plantee las líneas básicas que deben marcar la evolución del salón en los años venideros, de acuerdo con las necesidades de expositores y visitantes, en un entorno económico cambiante, y apostando por una mayor promoción comercial y la proyección hacia el exterior.

+info www.salonnautico.com





Ocasión

Salón del Vehículo Garantizado

02-11/Diciembre

Montjuïc. 31.ª edición

El Salón Ocasión, organizado con la colaboración de la Federación Catalana de Vendedores de Vehículos a Motor (Fecavem), registró unos excelentes resultados, como corresponde a una coyuntura económica en la que se revalorizan notablemente las oportunidades. En diez días se vendieron 706 vehículos seminuevos, un 36% más que en 2010, por valor de casi 15 millones de euros.

Se comercializaron sobre todo vehículos de gama media, con un precio entre 12.000 y 24.000 euros, aunque en el salón se expusieron coches para todos los gustos, necesidades y bolsillos, desde utilitarios hasta el segmento Premium, además de algunas unidades de lujo.

Mediante sus divisiones de vehículo de ocasión, concesionarios oficiales y empresas de compraventa, las principales marcas mundiales participaron en el certamen. Se exhibieron 1.425 vehículos, provenientes de

km 0, gerencia, flotas de empresa o *renting*, de menos de cinco años y revisados técnicamente por la empresa Dekra para acreditar su perfecto funcionamiento. El precio medio de los automóviles a la venta fue del 70% de su valor original.

Las marcas participantes expresaron su satisfacción por los interesantes resultados obtenidos y el papel del salón como dinamizador del mercado de ocasión en Cataluña, ya que no solo se propician las ventas durante el certamen, sino que genera además otras operaciones que se concretan finalmente en las instalaciones de los concesionarios durante los días posteriores a la celebración del evento. En este sentido, las ventas realizadas tras la clausura de Ocasión 2011 superaron el centenar de vehículos.

+info www.salonocasion.com

Superficie

11.000 m²

Expositores

45

Carácter

Público

1.425

vehículos expuestos

706

coches vendidos

36%

aumento de operaciones comerciales



Personal España

Exposición Profesional de Recursos Humanos

23-24/Marzo

Montjuïc. 4.ª edición

Coincidiendo una vez más con la Semana de la Formación y el Trabajo, la Exposición Profesional de Recursos Humanos, Personal España, volvió a convertirse en el punto de referencia para directivos y técnicos de esta especialidad y para empresas de selección de personal de nuestro país. El diálogo, la discusión y la comunicación *face-to-face* entre proveedores y clientes son características determinantes de este consolidado evento.

Además de la oferta comercial de productos y servicios para el ámbito de los recursos humanos, destacó especialmente la vertiente formativa, centrada en temas básicos como la retención del talento, los modelos de gestión empresarial y el trabajo en equipo. Se celebraron más de 30 debates, conferencias y casos prácticos con el fin de analizar las últimas tendencias en recursos humanos adaptadas al actual entorno económico y a un nuevo marco tecnológico cada vez más consolidado.

Los principales conferenciantes de esta edición fueron Tomás Pereda, director de Recursos Humanos de Hertz Energy; Jil van Ayle, especializado en *teaming* solidario; Amparo Díaz-Llairó, directora de Global Human Capital Group, que se centró en cómo atrapar el talento en las redes sociales; Humberto Salerno, escritor y periodista que dio a las empresas las claves para motivar a su personal y promover el talento, la multiculturalidad y el trabajo en equipo.

Por otro lado, en la zona de Acción Training tuvieron un amplio seguimiento los talleres sobre motivación, *coaching*, horarios 2.0 y selección de personal por medio de las redes sociales, así como el Meeting Point, un espacio para el intercambio de experiencias e información entre profesionales.

+info www.personal-espana.com

Superficie

4.000 m²

Expositores

40

Carácter

Profesional

Actividades

Conferencias, debates, espacios de entrevistas, talleres, jornadas técnicas

Organiza

Spring Messe Management

+30

debates y conferencias



Piscina BCN

Salón Internacional de la Piscina

18-21/Octubre

Gran Vía. 10.ª edición

El salón convirtió la ciudad de Barcelona en la capital mundial de las piscinas, el *wellness* y las instalaciones acuáticas, gracias a la concentración en el recinto de Gran Vía de las empresas más importantes del sector, el 63% de ellas internacionales, procedentes de 22 países. Asimismo, recibió cerca de 19.000 visitantes, un 45% de ellos provenientes de 127 países, sobre todo, de Francia, Italia, Reino Unido, Suecia, Israel, Turquía, Rusia, Alemania, Estados Unidos y Brasil.

El certamen permitió tomar el pulso a este sector que, a pesar de la crisis, mantiene un alto dinamismo gracias a las exportaciones y a haberse centrado en la renovación y la conservación del parque de piscinas. Con más de 1.100.000 unidades, España es el cuarto país mundial en cuanto a número de piscinas instaladas, lo que supone el 7% del mercado mundial.

Innovación y sostenibilidad fueron los conceptos clave de la convocatoria de los premios Piscina BCN 2011. El jurado otorgó al filtro de agua Davinci Magnapool System, de la empresa australiana Poolrite Europe, el premio a la Innovación, y concedió el galardón a la Sostenibilidad al pavimento ecológico Visendum, de la firma española Comaclara Systems.

El salón fue también el marco del III Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas (CIDYR), que reunió en Barcelona a cerca de 150 profesionales. También se celebraron diversas jornadas técnicas, que abordaron temas como el futuro del *wellness*, la situación del mercado de la piscina en otros países o la seguridad de los parques acuáticos, y en las que participaron 30 ponentes y 350 profesionales nacionales y extranjeros.

+info www.salonpiscina.com

Superficie

31.000 m²

Expositores

300

Carácter

Profesional

Actividades

Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas, premios Piscina BCN 2011 y jornadas técnicas

63%

expositores internacionales



Semana Internacional del Animal de Compañía

29/Septiembre-02/Octubre

Montjuïc. 1.ª edición (2.ª Mascota / 4.ª Iberzoo / 46.º Congreso AVEPA)

Barcelona se convirtió en ciudad de referencia para profesionales y amantes de las mascotas gracias a la primera Semana Internacional del Animal de Compañía, el evento más importante de esta especialidad en España. La iniciativa integró el salón Mascota, la feria Iberzoo y el Congreso de Veterinarios del Sur de Europa.

El encuentro fue valorado muy positivamente por parte de los expositores, ya que la coincidencia de fabricantes, distribuidores, veterinarios y consumidores en un mismo recinto y fechas permitió aprovechar sinergias y contribuyó a dinamizar un sector con gran potencial de desarrollo en España.

En el salón Mascota de Fira de Barcelona, celebrado durante el fin de semana, el público pudo conocer las novedades del mercado y disfrutar de numerosas actividades, como exhibiciones de acrobacias y adiestramiento, desfiles de moda canina, exposiciones de

animales, demostraciones de rescate y detección de drogas, concursos de belleza y una muestra de más de 150 acuarios y 400 peces tropicales, entre otras.

Paralelamente, tuvo lugar la feria profesional Iberzoo, organizada por la Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía (AEDPAC), que se celebró por primera vez en Barcelona. Exhibió la oferta de 110 empresas nacionales e internacionales dedicadas a la alimentación, los accesorios y el cuidado de las mascotas.

Por su parte, el Congreso AVEPA-SEVC, de veterinarios del sur de Europa, contó con la presencia de expertos de 31 países.

+info www.salonmascota.com

+info www.iberzoo.com

+info www.sevc.info

Superficie

30.000 m²

Expositores

300

Carácter

Profesional y público

Actividades

Conferencias profesionales, concurso de peluquería y belleza canina, desfiles de moda, exhibiciones de adiestramiento, exposición de animales de diferentes especies

Organiza

Fira de Barcelona (Mascota), AEDPAC (Iberzoo) y AVEPA (congreso veterinario)



Semana de la Formación y el Trabajo

23-27/Marzo

Montjuïc

Cerca de 75.000 jóvenes, recién licenciados y profesionales interesados en ampliar sus estudios acudieron, un año más, a la Semana de la Formación y el Trabajo, una de las grandes citas del mundo educativo de nuestro país.

Dentro de este marco, el Saló de l'Ensenyament se convirtió en escaparate de la gran variedad de carreras universitarias y estudios superiores que se pueden emprender tras la Educación Secundaria Obligatoria (ESO), así como de los programas para aprender idiomas, promovidos por la Asociación Española de Promotores de Cursos en el Extranjero (Aseproce).

Como novedad, los ciclos de Formación Profesional (FP), considerados actualmente una de las mejores vías para acceder al mundo laboral, contaron con un espacio específico, coordinado por la Fundació BCN Formació Professional, y con la participación de empresas y centros especializados para informar

y asesorar a los interesados acerca de las titulaciones vigentes en formación profesional y las salidas laborales.

Otros atractivos del certamen fueron el área «Recerca en Acció», impulsada por Talència, la institución dedicada al fomento de la investigación de la Generalitat de Catalunya y dedicada a los estudios científicos, así como la zona multimedia del Centro de la Imagen y Tecnología Multimedia de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

Como en ediciones anteriores, el salón puso a disposición de los jóvenes y sus familias el Servicio de Atención al Estudiante, donde expertos del portal especializado Educaweb les asesoraron sobre la formación que más se adapta a sus preferencias y aptitudes. Paralelamente, el Departament d'Ensenyament de la Generalitat y el Consell Interuniversitari ofrecieron sesiones informativas y servicios de orientación persona-

SALÓ DE L'ENSENYAMENT

23-27/03

Montjuïc

22.ª edición

Superficie

17.000 m²

Expositores

175

Carácter

Público

Actividades

Áreas científicas, de dinamización multimedia e idiomas, charlas informativas para familias, conferencias sobre FP, servicio de orientación al estudiante

FUTURA

25-26/03
Montjuïc
8.ª edición

Superficie

1.880 m²

Expositores

45

Carácter

Público

Actividades

Talleres de búsqueda de empleo, conferencias sobre profesiones con futuro, jornadas Món Empresarial

lizada para resolver dudas respecto al itinerario académico que puede seguirse tras las pruebas de acceso a la universidad, sobre el Plan Bolonia o acerca de las becas y ayudas disponibles.

En el marco de la Semana de la Formación, también se celebró el salón Futura, que reunió la oferta de másteres y postgrados ofrecidos por centros tanto nacionales como internacionales: universidades públicas y privadas, escuelas de negocios, centros de formación continua y colegios profesionales. Se trata de estudios que, en tiempos de crisis, se perfilan como buenas alternativas para acceder a un mercado laboral cada vez más competitivo y con demanda de personal cualificado.

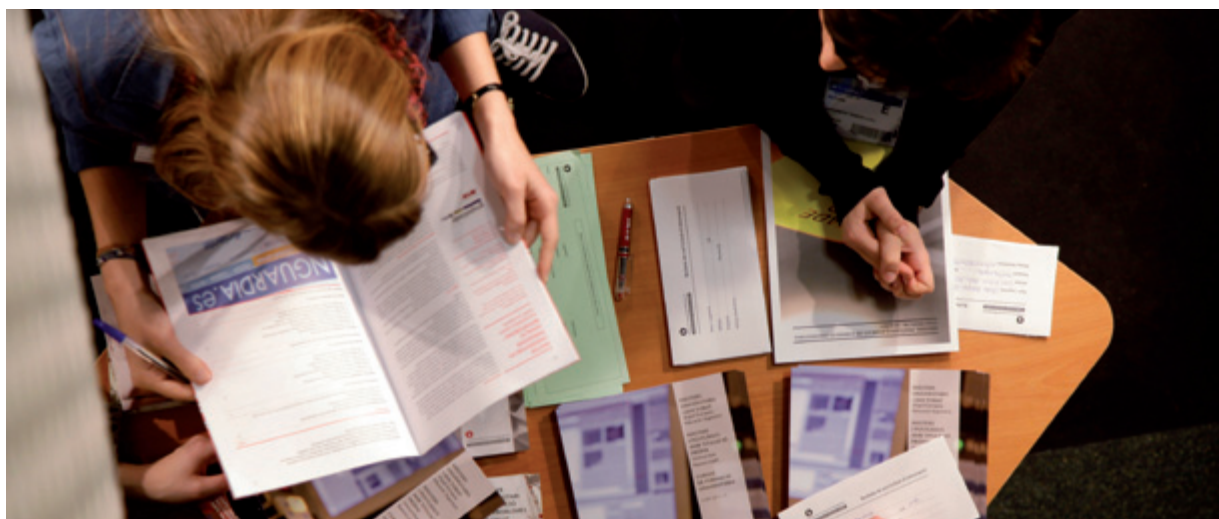
Futura atrajo a recién licenciados que deseaban especializarse, a titulados desempleados y a profesionales en activo que buscaban

nuevas perspectivas laborales. Los visitantes pudieron, además, participar en talleres sobre cómo encontrar trabajo y cómo identificar su potencial y puntos fuertes, organizados por el organismo municipal Barcelona Activa, y asistir a la conferencia de la empresa Infojobs dedicada a las oportunidades que ofrecen las profesiones relacionadas con Internet.

Paralelamente, la publicación *Món Empresarial* organizó una jornada para debatir sobre el poder de la sociedad para cambiar la situación económica; el evento contó con la presencia de representantes de colegios profesionales, administraciones, universidades y fundaciones de Cataluña.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com





SIL

Salón Internacional de la Logística y la Manutención

07-10/Junio

Gran Vía. 13.ª edición

La nueva edición del Salón Internacional de la Logística y la Manutención (SIL), celebrada en una difícil coyuntura económica, contó con más de 600 empresas, 100 novedades mundiales y 250 actos. Con la visita de alrededor de 51.000 profesionales, la edición de 2011 consolidó al SIL como referente del sector logístico.

Con un 40% de expositores procedentes de 63 países, el salón fue escenario para el desarrollo de negocios de referencia en el campo de la logística. El encuentro propició que delegaciones comerciales de China, Turquía, Egipto y Estados Unidos, entre otros países, mantuvieran entrevistas comerciales con empresas expositoras.

Además, el salón organizó un amplísimo programa de sesiones técnicas al que asistieron más de 3.200 especialistas. Un año más el SIL fue punto de encuentro de los profesio-

nales y empresas del área mediterránea con la celebración del 9º Forum Mediterráneo de la Logística y el Transporte, así como la cuarta Cumbre Mediterránea de Puertos.

Entre las novedades de esta edición destacó una nueva área expositiva, el SIL Centro de Transporte Logístico que, con la colaboración de la Asociación de los Centros de Transporte de España (ACTE), dio cabida a plataformas logísticas e intermodales y zonas de actividad logística, o ZAL, de todo el país. También se celebraron dos nuevos *workshops* sectoriales dedicados al comercio electrónico y a la química.

+info www.silbcn.com

Superficie

31.855 m²

Expositores

600

Carácter

Profesional

Actividades

Conferencias, jornadas técnicas, premios, encuentros empresariales

Organiza

Consorci de la Zona Franca

250

actos celebrados



Snackex

13-14/Junio

Gran Vía. 14.ª edición (1.ª en Barcelona)

Snackex es el único salón europeo dedicado a la industria de los *snacks* o aperitivos salados y recibió visitantes de 70 países de todo el mundo. Casi la mitad de los asistentes procedían de Europa Occidental, si bien destacaron también Rusia, Europa del Este, Estados Unidos y China.

Participaron como expositores empresas dedicadas a la producción y comercialización de aperitivos salados, patatas fritas, chips de maíz, cacahuètes, otros frutos secos como almendras y pistachos, tortitas, galletas saladas, palomitas de maíz y productos de arroz, entre una amplia gama de artículos que cada año, junto con la línea clásica, presenta propuestas innovadoras.

Asimismo, estuvieron presentes en el salón fabricantes y proveedores de equipos de procesamiento, envase y embalaje, laboratorios y control, aromatizantes y condimentos,

etiquetado y equipos de codificación, seguridad, logística y distribución, *marketing* y consultoría.

Snackex se reafirmó como una cita obligada tanto para el sector productivo como para importadores, exportadores, comerciantes, minoristas y distribuidores de una actividad alimentaria con un fuerte impacto económico y que está presente en todo el mundo.

Además de la exposición de productos, el salón organizó unas jornadas técnicas dedicadas a debatir aspectos cruciales para el sector, como la información al consumidor, la seguridad alimentaria, las tendencias del mercado, la producción sostenible, la innovación y la comercialización de alimentos para niños.

+info www.snackex.com

Superficie

7,500 m²

Expositores

155

Carácter

Profesional

Actividades

Jornadas técnicas

Organiza

European Snacks Association

El único salón europeo dedicado a la industria de los snacks

70

países aportaron visitantes



Smart City Expo & World Congress

Cumbre sobre Ciudades Inteligentes

29/Noviembre - 02/Diciembre

Gran Via. 1.ª edición

En el año 2050 el 75% de la población mundial vivirá en las ciudades, que constituirán el principal motor de la sociedad. Esta previsión obliga a reflexionar acerca de cómo las urbes absorberán la población y gestionarán los recursos existentes para garantizar la calidad de vida de sus habitantes de manera sostenible.

Fira de Barcelona, en su línea de apostar por los nuevos sectores de alto valor añadido y por la responsabilidad medioambiental, creó Smart City Expo & World Congress, cumbre internacional para abordar los retos que plantea este escenario y contribuir a redefinir las actuales ciudades.

El evento reunió a responsables de administraciones públicas, expertos, profesionales y empresas que analizaron los procesos de desarrollo y el funcionamiento de las ciudades inteligentes. La combinación de

un programa congresual de primer nivel y de un espacio expositivo en el que estuvieron presentes las principales empresas de este nuevo sector económico convirtieron al evento, ya desde su primera edición, en una cita de referencia internacional.

Entre otras, participaron delegaciones de Bangalore, Birmingham, Bolonia, Buenos Aires, Málaga, París, Portland, Río de Janeiro, San Francisco, Santander, Santiago de Chile, São Paulo, Seúl, Sydney, Tongxian y Vitacura.

El Congreso contó con 290 ponentes y se estructuró en siete ámbitos temáticos: ICT Basis, Living & People, Urban Planning, Governance & Funding, Environment, Energy y Mobility. Entre los ponentes figuraron algunos de los principales expertos del sector, como Carlo Ratti, director del SENSEable City Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT); Anthony Townsend, director

Superficie

17.364 m²

Expositores

118

Carácter

Profesional

Actividades

Premios, ámbitos temáticos, sesiones especializadas

El evento, ya desde su primera edición, se ha convertido en referencia internacional

290

ponentes

Una apuesta por los sectores de alto valor añadido y una contribución al debate de cómo las ciudades absorberán la población y gestionarán los recursos

de investigación del Institute for the Future, y Jeremy Rikfin, impulsor de la Foundation on Economic Trends.

Completaron el programa cuatro eventos temáticos paralelos: Smart Spain, sobre proyectos en España; Smart Rural, dedicado a tendencias en el mundo rural; Smart Green, sobre la importancia de las zonas verdes urbanas y el consumo ecológico, y el International Railway Forum, que exploró las sinergias relacionadas con el ámbito ferroviario.

Cabe destacar que, con el fin de sumar oportunidades, el salón BcnRail –dedicado a la industria del transporte ferroviario– se celebró coincidiendo con Smart City Expo.

Además, la European Vehicle Initiative, que reúne a representantes de empresas

y administraciones públicas de los países en los que el uso del coche eléctrico está más avanzado, escogió Smart para celebrar una sesión de su Advanced Vehicle Leadership Forum.

El salón entregó los World Smart City Awards, premios de reconocimiento a los principales proyectos de ciudades inteligentes. En su primera edición, los galardones fueron para Yokohama (Japón), en la categoría de ciudad; Niza (Francia), por su programa de gestión integral de movilidad, y Agbar, por el desarrollo de una herramienta para el control y la gestión de los recursos y la infraestructura hídrica en la ciudad.

+info www.smartcityexpo.com





Sonimagfoto & Multimedia

Salón Internacional de la Fotografía y la Imagen

23-27/Marzo

Gran Vía. 11.ª edición

El mundo de la imagen y la fotografía celebró su encuentro bienal por excelencia en el recinto de Gran Vía. Sonimagfoto & Multimedia estrenó en su 11.ª edición nueva ubicación, con la voluntad de coincidir en fechas y recinto con el salón Graphispag, dedicado a la industria gráfica.

La nueva convocatoria del Salón Internacional de la Fotografía y la Imagen puso de manifiesto, una vez más, con la llegada del vídeo en 3D, que el sector no conoce barreras. Esta nueva tecnología, como también la alta definición o el HDR, dejó bien claro que la innovación forma parte del ADN de las empresas del sector.

La apuesta inequívoca por las exposiciones inéditas de fotógrafos de prestigio quedó patente con dos de los platos fuertes del salón: «El color de Ciutat Vella», de Joan Colom, y «Through the Looking Glass»,

de Joan Fontcuberta. Colom mostró una selección de las mejores instantáneas de su hasta entonces inédita obra en color. Fontcuberta, por su parte, diseñó una instalación para reflexionar sobre el exhibicionismo de los autorretratos y su proliferación en las redes sociales, tanto como mecanismo para la seducción como para la construcción de la propia identidad.

La formación de calidad, los cursillos, los talleres y las conferencias para profesionales y *amateurs* de la imagen y la tecnología multimedia fueron también piedras angulares del salón, y así lo reflejó el programa de actividades donde, una edición más, el Aula Digital Adobe y los *Workshops* del AFP figuraron entre las conferencias de mayor éxito.

Superficie

11.800 m²

Expositores

200

Carácter

Profesional y público

Actividades

Aula Digital Adobe, Workshop Casanova, Plató fotográfico Cromalite, 6.ª Beca Sonimagfoto, exposiciones e instalaciones, conferencias y Foro sobre Fotografía de Bodas

Coincidencia en fechas y recinto con Graphispag



Swab

Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Barcelona

26-29/Mayo

Montjuïc. 2.ª edición

La feria Swab se consolidó como uno de los eventos culturales del año en Barcelona y una alternativa innovadora en su especialidad. En esta edición, creció en oferta y espacio expositivo: participaron 48 galerías nacionales e internacionales, un 50% más que en el año anterior, y se trasladó del pabellón Z6 al palacio 2 del recinto de Montjuïc.

El certamen presentó algunas de las mejores colecciones de arte actual con el objetivo de promocionar las creaciones de artistas emergentes y acercar el mundo del coleccionismo a los jóvenes. Se exhibieron esculturas, pinturas, dibujos y vídeos procedentes de 13 países, entre los que destacaron Francia, Alemania, Reino Unido, República Checa, Suiza, Argentina, México y Estados Unidos, además de España.

Gracias al acuerdo con el salón Preview Berlin, Swab mostró piezas de cinco galerías berlinesas y, asimismo, concedió a una selec-

ción de galerías barcelonesas y españolas la oportunidad de participar en la feria alemana, celebrada en septiembre. Como novedad, Swab acogió los nuevos espacios Art Projects y MYFAF (My First Art Fair), con las propuestas de galerías de reciente creación, seleccionadas previamente por un comité de expertos, así como el área Swab Kids, dedicada a los más pequeños.

Por primera vez, el certamen llevó el arte contemporáneo a la calle por medio de actividades en diferentes espacios urbanos. Bajo el título Swab Off, se organizaron exposiciones, coloquios, talleres y *performances*, destacando la muestra «Dibujo, representación y discurso en las colecciones particulares de arte contemporáneo de Barcelona», en la que participaron 22 artistas internacionales.

+info <http://swab.es>

Superficie

1.800 m² (netos)

Expositores

48

Carácter

Profesional y público

Actividades

Conciertos, coloquios, *performances*, exposiciones

Organiza

Barcelona Espacio de Arte Contemporáneo Diezy7

13

países participantes



¡¡Taxi!!

Feria del Taxi

12-13/Noviembre

Montjuïc. 4.ª edición

Dirigida a los profesionales taxistas y a las empresas interesadas en el sector, la feria dedicada al taxi regresó con una nueva edición al recinto de Montjuïc.

Siguiendo el ejemplo de salones especializados como los de Colonia y París, el certamen, impulsado por iniciativa de los profesionales de Cataluña, se ha consolidado como punto de encuentro para las industrias, comercios y servicios relacionados con el taxi en España. Las organizaciones sectoriales que colaboran en su desarrollo pretenden que el salón, además, se convierta en un evento que combine las relaciones entre los profesionales con la información sobre las últimas novedades del mercado del taxi y las tendencias del futuro.

En esta edición participaron, entre otros, empresas especializadas en automoción, accesorios, adaptación de vehículos, talleres, recambios y neumáticos; fabricantes de taxi-

metros, gestión de flotas, GPS y sistemas tecnológicos; firmas de combustibles; compañías de seguros, entidades bancarias y servicios financieros; escuelas de formación; servicios de comunicación, y sistemas de seguridad.

Entre las novedades presentadas, destacaron los combustibles ecológicos de Repsol y Gas Natural, así como un nuevo sistema, creado por una empresa catalana, que informa a los taxistas por medio del móvil acerca del lugar donde se concentra la mayor demanda de servicio, como sucede por ejemplo a la salida de un concierto o tras la celebración de un congreso.

La Feria del Taxi inició una nueva etapa en la que alterna su celebración entre Barcelona y Madrid.

+info www.firadeltaxi.cat

Superficie

15.500 m²

Expositores

42

Carácter

Profesional

Actividades

Demostraciones

Organiza

Mosaik, Organización y Comunicación

Entre las novedades presentadas, destacaron los combustibles ecológicos de y los sistemas de información sobre la demanda de taxis



Salón Internacional del Turismo de Catalunya

07-10/Abril

Montjuïc. 20.ª edición

Los nuevos formatos turísticos y la ilusión por viajar caracterizaron esta edición. Los catalanes, que generan casi el 30% del turismo nacional que elige viajar al extranjero y el 40% del total de desplazamientos, volvieron a llenar el salón en busca de todo tipo de información sobre destinos y propuestas nacionales e internacionales.

Por primera vez, el certamen dedicó su primer día únicamente a los profesionales, cerca de 3.300, que acudieron al encuentro sectorial que la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) organiza anualmente, y al Congreso Internacional de Turismo y Derecho.

Por otro lado, el primer Encuentro de Bloggers contó con 40 ponentes especializados en viajes, que compartieron con los más de 300 asistentes sus experiencias personales y dieron consejos útiles para viajar alrededor del mundo con un presupuesto reducido.

El país y la ciudad invitados, Argelia y Bilbao, respectivamente, compartieron protagonismo con la Puerta del Desierto, zona dedicada al mundo árabe, con el Pink Corner, centrado en el turismo gay, y con Expocruceros, especializado en la oferta de este tipo de viajes.

Se fallaron diferentes premios, organizados con la colaboración del Centro de Estudios Técnicos Turísticos CETT: el Alimara-Cat, que se otorgó a Oñati, de Oñatiko Garapen Eta Turismo Ajentzia, S. A.; el Alimara a las instituciones estatales, autonómicas y regionales, que recayó en la campaña «Asturias, lo dice todo el mundo», de la Sociedad Regional de Turismo S. A., y un galardón a la guía en braille editada por el Patronato de Turismo Costa Brava de Girona.

+info www.saloturisme.com

Superficie

40.000 m²

Expositores

1.120

Carácter

Profesional y público

Actividades

Workshop de ACAV-SITC, premios Alimara, Encuentro de Bloggers

3.300

profesionales
en el encuentro sectorial

40

bloggers de viajes

Congresos y otros eventos

Congresos de la salud y profesionales

Durante 2011 se celebraron en Fira de Barcelona numerosos congresos y encuentros, especialmente en el campo de las ciencias de la salud.

Señalamos de manera especial la reunión de la Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular, que contó con la presencia de numerosos investigadores nacionales e internacionales; el congreso de la Sociedad Internacional de Epidemiología Ambiental, así como las Jornadas Catalanas de Hipertensión Arterial y las reuniones de la Sociedad Catalana de Oftalmología.

Otros congresos

- International Conference on Computer Vision
- Jornada de Actualización de Medicina Update 2011 de la Fundación Academia de Ciencias Médicas y de la Salud de Cataluña y Baleares
- Día de las Enfermedades Minoritarias
- Congreso de Asesorías y Despachos Legales
- Foro Tecnio sobre Trasferencia Tecnológica
- Wineries for Climate Protection
- Familia Unida
- BAC Barcelona
- Magic: The Gathering Grand Prix Barcelona

Asimismo, las instalaciones de Fira acogieron alrededor de 50 actos de ámbito corporativo y empresarial, institucional y político, social, cultural y deportivo, rodajes publicitarios y sesiones fotográficas.

Música, deporte, cultura

Por su especial trascendencia ciudadana, destacamos la celebración de varias propuestas en el campo de la música, la cultura, el deporte y el ocio.



En el ámbito del deporte, sobresalen la Maratón de Barcelona, la tradicional Carrera Jean Bouin y el Rally Costa Brava de coches antiguos. Respecto a las celebraciones populares ciudadanas, destacan actividades vinculadas a las Fiestas de la Mercè y a la Cabalgata de Reyes.

Otro año más, el recinto de Gran Vía de Fira se convirtió en el escenario nocturno del Sónar, el Festival de Música Avanzada y Arte Multimedia de Barcelona que organiza Advanced Music. El Festival reunió en torno a 85.000 personas, de las que aproximadamente la mitad participaron en las sesiones de noche que tuvieron lugar del 14 al 16 de junio. Las diurnas, exposiciones y otras actividades, como el Sónar Kids, tuvieron como marco el CCCB, el Macba, CaixaForum y el Auditori.

El Sónar, una lograda combinación de arte de vanguardia y experimentación con música electrónica, se ha convertido en uno de los festivales de referencia en todo el mundo. Además de atraer al público internacional, ha traspasado las fronteras del país con la celebración de ediciones en Londres, Nueva York, Buenos Aires, São Paulo, Seúl, Frankfurt, Chicago y Tokio.

Harley Days y 'La Marató' de TV3

Los Barcelona Harley Days, de gran repercusión pública, han adquirido carta de naturaleza en la ciudad y se han convertido en el más importante acontecimiento de los usuarios y seguidores de la mítica motocicleta en Europa. El nuevo encuentro, celebrado en el mes de julio, reunió a unas 18.000 Harley llegadas de diferentes partes del mundo, y muchas de ellas participaron en el tradicional desfile de banderas por las calles de Barcelona a lo largo de 13 kilómetros.

Los aficionados pudieron disfrutar de las instalaciones en la avenida Maria Cristina de Barcelona, así como de rutas guiadas, el Custom Bike Show, exposiciones de los últimos modelos, simuladores, motos personalizadas y clásicas, la Carpa Experience y numerosas actividades musicales y de ocio.

En diciembre de 2011, el palacio número 1 del recinto de Montjuïc, cedido por Fira de Barcelona, se convirtió en el gran centro telefónico de «La Marató» de TV3, dedicada en esta ocasión a recaudar fondos para la investigación sobre medicina regenerativa y trasplante de órganos y tejidos.



Fira acogió numerosos congresos y reuniones, especialmente en el ámbito de la salud.

Al servicio de la actividad ferial

Durante 2011, la intensa actividad comercial de Fira de Barcelona se centró, en gran medida, en la estrategia de venta de proximidad; para ello, ofreció a las empresas expositoras servicios integrales adaptados a la situación del mercado y al complejo contexto de crisis.

Se realizaron más de 4.800 visitas a potenciales expositores, lo que supuso un notable aumento respecto a 2010. Se multiplicaron también los contactos telefónicos, que alcanzaron los 20.200, y las promociones *on-line*, todo lo cual incidió positivamente en el incremento del número de expositores.

Cabe destacar que estas relaciones comerciales, desarrolladas por equipos con formación específica, dieron como resultado un importante aumento de la efectividad de las visitas realizadas, al alcanzar el 39%, seis puntos más que en 2010.

Los equipos de Fira focalizaron buena parte de su oferta en los «packs» diseñados específicamente para cada salón (espacio, construcción del stand, mobiliario, servicios, acceso a Internet, aparcamiento, etcétera) mediante ServiFira Project. En este sentido, debe señalarse que el 57% de los expositores participantes eligió esta modalidad, y que el 30% requirió los servicios de catering de GastroFira.

Además, se comercializaron nuevos productos que suponen un aumento de valor para el cliente, como la promoción *on-line* y el patrocinio.

Herramientas para favorecer los contactos comerciales

Con el objetivo de fomentar la comunicación entre visitantes y expositores e incrementar, en consecuencia, las oportunidades de negocio (lo que se conoce como *Business*





Fira dedicó en 2011 más personal al contacto directo con el cliente, ya sea organizador, expositor o visitante.

Match), Fira desarrolló una nueva plataforma que adopta las prácticas de las redes sociales para maximizar el beneficio de la participación en un evento.

Desde el punto de vista del visitante, permite elaborar y optimizar con antelación una agenda personal para los días de la celebración del salón, ya que, en función del perfil de cada visitante, la herramienta es capaz de sugerir expositores de interés a los que plantear propuestas de reunión durante el certamen. Además, posibilita inscribirse en las diferentes actividades que realizan los expositores.

Desde la perspectiva del expositor, previamente a la inauguración del evento, se sugiere el contacto con visitantes potencialmente interesantes y se facilita la agenda de reuniones. También sirve como plataforma de marketing orientada a los visitantes para invitarles a participar en demostraciones y actividades.

Nuevos locales de restauración

GastroFira puso en marcha seis nuevos locales de restauración en los pabellones 5 y 7 del recinto de Gran Vía; de ellos, dos son gestionados directamente, y los cuatro restantes por empresas del sector.

En 2011 se desarrolló una intensa actividad con la prestación de los servicios de restauración y catering de grandes salones internacionales, como Mobile World Congress, ITMA y EIBTM, entre otros, donde las necesidades de organizadores, expositores y visitantes obligaron a realizar propuestas gastronómicas adaptadas a las diversas realidades dietéticas y culturales.

Asimismo, GastroFira participó en la organización de Barcelona Degusta y específicamente en la coordinación del programa Ágoras y Aulas del Gusto y otras actividades gastronómicas.

Por otro lado, siguió trabajando para ofrecer la máxima calidad y todas las garantías en higiene alimentaria por medio de la implantación de una gama de material de un solo uso totalmente reciclable o biodegradable.

Durante el ejercicio comentado, se sirvieron más de 80.000 *coffee break*, 25.000 aperitivos y cócteles, 42.000 menús de trabajo, 2.500 *picnics* y 78.000 productos de catering directamente a los stands.

Recursos Humanos, cambio organizativo

En 2011, el objetivo principal del Área de Recursos Humanos fue la consolidación de los cambios organizativos derivados de la implantación de la «Nueva propuesta de valor» o revisión del Plan Estratégico de Fira acordado en 2010. La finalidad de estos cambios fue ajustarse lo máximo posible a las exigencias del mercado y de los clientes, apostando por la reingeniería de procesos, la gestión personalizada de expositores y visitantes y la internacionalización. El compromiso de toda la organización y la comunicación interna resultaron claves en estos procesos.

La adopción de estas medidas ha permitido aumentar el número de personas dedicadas al contacto directo con el cliente, ya sea organizador, expositor o visitante. Para lograrlo, ha sido necesario redefinir puestos y tareas para adecuarlos a los nuevos objetivos, promocionar internamente y seleccionar externamente personas de perfil comercial, así como proporcionar formación y capacitación a la plantilla para que desempeñe sus nuevas funciones. Cabe señalar que 204 personas asistieron a un curso de formación, con una media de 2,1 jornadas cada una.

Por otra parte, la institución ferial continuó invirtiendo en prevención de riesgos laborales: un año más, se redujo la siniestralidad. Al finalizar el ejercicio, la plantilla fija de Fira de Barcelona era de 267 personas.

Sostenibilidad, compromiso, RSC

A lo largo del año, Fira de Barcelona siguió apostando por el compromiso medioambiental y la sostenibilidad, en el marco de su política de Responsabilidad Social Corporativa.

La institución ferial ofrece desde 2011 en su carpeta de servicios al expositor la posibilidad de adquirir stands y complementos ecológicos, así como el servicio de cálculo y compensación de la denominada «huella de carbono», que identifica las fuentes de emisión de gases de efecto invernadero inherentes a toda actividad.

Fira transfirió las más de 1.100 toneladas de residuos (papel y cartón, vidrio, envases ligeros, etcétera) generados en sus salones a plantas de recuperación para la producción de materiales reciclados. La parte de

El 30% de los expositores en salones y ferias requirió en 2011 los servicios de catering de GastroFira.



Fira de Barcelona siguió apostando por el compromiso medioambiental y la sostenibilidad, en el marco de su política de Responsabilidad Social Corporativa.



los residuos descartados puede reutilizarse gracias a un novedoso modelo de gestión que permite transformar estos desechos en combustible sólido recuperado (CSR), útil para procesos con una alta demanda energética, como cementeras o plantas de electricidad, en sustitución de combustibles fósiles que emiten gases de efecto invernadero.

En los nuevos pabellones 5 y 7 del recinto de Gran Via se realizó un notable esfuerzo por la sostenibilidad medioambiental. Estos nuevos edificios, que entraron en funcionamiento en 2011, incorporan las últimas tecnologías disponibles: iluminación led, de muy bajo consumo; sistemas de climatización centralizados urbano DHC, altamente eficientes; agua caliente sanitaria con captación solar, y ventilación natural mediante *free-cooling*. La cubierta de los nuevos pabellones se aprovechó para ampliar la planta fotovoltaica del recinto en casi 7.000 paneles solares adicionales, hasta alcanzar las 25.900 unidades, que elevan la producción a 5.86 Gwh anuales.

Asimismo, se implementó el nuevo sistema automatizado de gestión y control de instalaciones, que agrupa todos los servicios técnicos propios del edificio. Este nuevo procedimiento fue desarrollado específicamente para el recinto de Gran Via.

Fira se incorporó como miembro observador, junto con otras instituciones y entidades

(Puerto, Aeropuerto, Liceo, Diputación, RC Tennis Barcelona), al Comité Ejecutivo de Turismo de Barcelona, en el marco de las acciones emprendidas por la ciudad para posicionarse como destino turístico de calidad, innovadora en responsabilidad y sostenibilidad. Tras haber firmado la adhesión a la Carta de Turismo Responsable de la UNESCO, en julio de 2011 Barcelona recibió la certificación Biosphere World Class Destination que otorga el Instituto de Turismo Responsable (ITR), entidad asociada a la UNESCO y a la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Por otro lado, la institución siguió colaborando con diversas organizaciones ciudadanas en el desarrollo de acciones solidarias. En diciembre de 2011, Fira cedió el palacio número 1 del recinto de Montjuïc como gran centro telefónico de «La Marató» de TV3, dedicada en esta ocasión a recaudar fondos para la investigación sobre medicina regenerativa y trasplante de órganos y tejidos.

Asimismo, especialmente por medio de su departamento GastroFira, cooperó con la Fundació Banc dels Aliments, donando los excedentes de producción que se concentran al finalizar un evento y los que tienen una corta vida útil.

Esta colaboración solidaria, que se tradujo en la entrega a la Fundación de 1.292 kilos de alimentos durante 2011, permite ayudar a personas en situación de precariedad, convierte los alimentos no comercializables en recursos sostenibles, minimiza el impacto medioambiental e incrementa el valor social del producto y de la empresa.

Además, Fira de Barcelona facilitó la presencia de Cáritas en los salones Expoquímica, Equiplas y Eurosurf, a través del programa «Fires amb cor», enmarcado a su vez dentro del proyecto más amplio «Empreses amb cor».

Resultados económicos 2011



Durante el ejercicio 2011 se han mantenido las tendencias apuntadas a partir de 2008 y que han cambiado de forma significativa el negocio ferial. Por un lado, la crisis que afecta de forma general a los principales sectores económicos representados en los salones más emblemáticos organizados por Fira. Por otro, el gran esfuerzo que realiza la institución ferial para innovar en salones, en la expansión internacional y en nuevos productos adecuados a las demandas sociales y empresariales.

Para analizar la evolución del negocio, hay que tener en cuenta el efecto del calendario de celebración de los principales salones de Fira. En este año 2011 se han realizado salones bienales de sectores actualmente muy afectados por la crisis, como Construmat y Automóvil,

que han generado unos ingresos inferiores a los de la edición anterior. También en 2011 se han organizado salones de periodicidad trienal como Graphispag, Expoquimia, Equiplast y Eurosurf, que asimismo se han visto afectados por las consecuencias de la crisis.

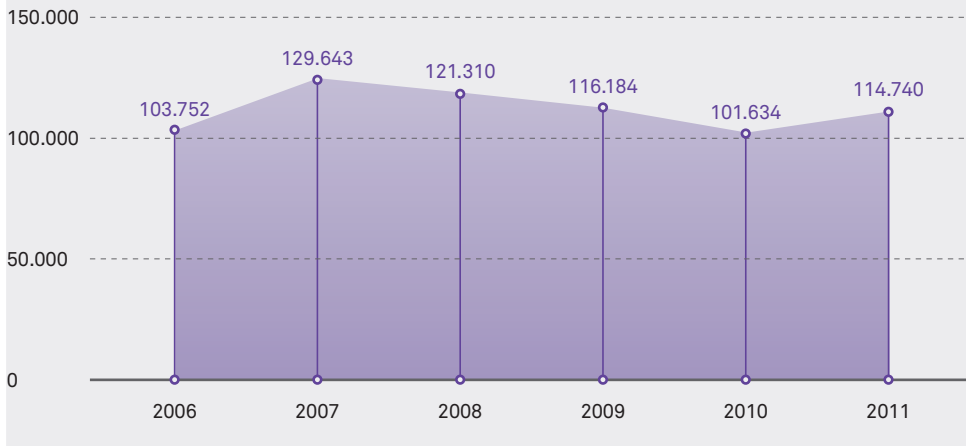
Debe señalarse, no obstante, que a pesar del mencionado «efecto calendario», se observa una tendencia a la homogeneización de los resultados de los años pares e impares, debido al peso de grandes salones y eventos de carácter anual.

Asimismo, cabe destacar en 2011 la consolidación de los salones Bizbarcelona y The Brandery, con sus convocatorias de enero y julio, y la celebración con mucho éxito de la primera edición del salón Smart City Expo,

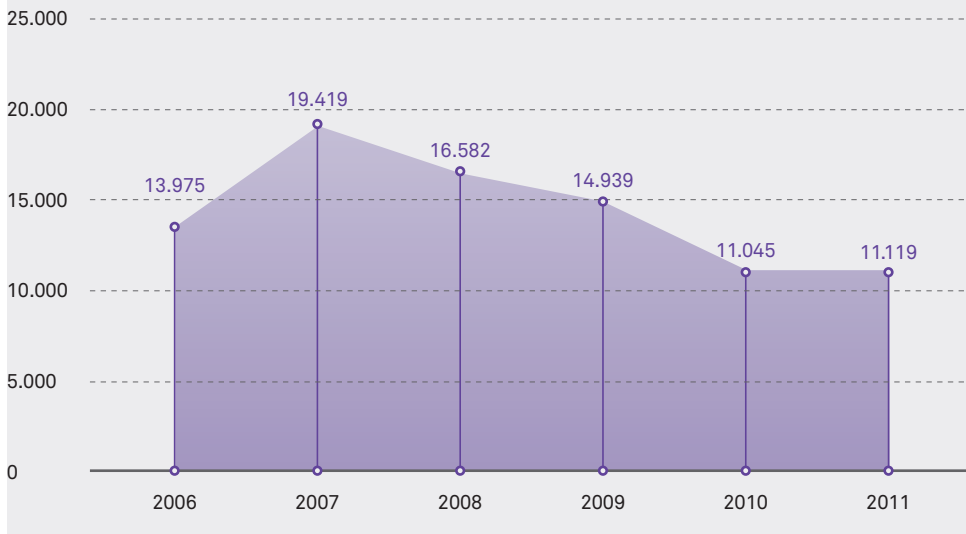
Cuenta de explotación Fira						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ingresos	103.752	129.643	121.310	116.184	101.634	114.740
Participación	71.280	86.495	78.063	69.482	60.786	62.850
Servicios	23.888	33.397	34.549	36.993	33.511	43.612
Restauración	8.584	9.751	8.698	9.709	7.337	8.278
Gastos	89.777	110.224	106.218	101.245	90.589	103.621
Participación	43.993	50.411	48.366	44.005	40.662	45.426
Servicios	15.892	22.877	26.880	26.664	24.223	31.440
Restauración	4.688	6.139	5.196	5.322	4.312	5.665
Estructura (neta)	25.204	30.797	24.286	25.254	21.392	21.090
EBITDA	13.975	19.419	16.582	14.939	11.045	11.119
% EBITDA / Ingresos	13%	15%	14%	13%	11%	10%

Evolución de los ingresos

(miles de euros)

**Evolución del EBITDA**

(miles de euros)



evento mundial de conocimiento y soluciones para las ciudades.

Muchos de los salones y congresos promovidos por organizadores externos siguen aportando un alto volumen de negocio. En este sentido, destacan por su impacto económico y mediático el Mobile World Congress, la edición de 2011 de la feria internacional de maquinaria textil ITMA, Carbon Expo y EIBTM, entre otros.

El gasto operativo ascendió a 103,6 millones de euros, lo que representa un aumento de un 2,3% con respecto al 2009 (101,2 millones de

euros). Se incrementaron sobre todo los gastos de servicios y de salones externos por el mayor grado de actividad. Los gastos de estructura, sin embargo, se redujeron significativamente, pasando de 25,3 millones de euros en 2009 a 21,1 millones de euros en 2011, gracias al plan de ahorro iniciado en 2008.

Por lo que respecta a las inversiones, a pesar de la política de contención aplicada, por razones operativas se ha actuado en el mantenimiento y la mejora de las instalaciones sobre todo en el recinto de Montjuïc y en el programa de desarrollo informático con unos recursos de 2 millones de euros.

Fira apuesta por la innovación,
la expansión internacional
y los nuevos productos
adecuados a las demandas
sociales y empresariales.



Fomentar los
contactos y oportuni-
dades de negocio
entre expositores
y visitantes, una
gran prioridad de Fira.

Delegaciones internacionales

Alemania

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8
72072 Tübingen
Alemania
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
germany@firabcn.es

Argelia

Bcn Promotions
Jessica Abdoulahi
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París
Francia
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analía Wlazlo
Tucumán, 1625 (2.º A)
1055 Capital federal Buenos Aires
Argentina
Tel.: +54 11 43723519
Fax: +54 11 43723519
argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8
72072 Tübingen
Alemania
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
austria@firabcn.es

Bélgica

Koraal Consulting
Micole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Bolivia

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providencia
Santiago de Chile
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
bolivia@firabcn.es

Brasil

CNBE S. L.
Jordi Solé Pérez / Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3 - Jardins
01412-100
São Paulo
Brasil
Tel.: +55 11 3063 1067
Fax: +55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

Canadá

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
8 West 34th Street, Suite C117
Nueva York
Estados Unidos
Tel.: +1 212 564 0404
Fax: +1 703 229 4176
canada@firabcn.es

Chile

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providencia
Santiago de Chile
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

China

Noe China
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion, n.º 211
Urumchi (N.) Rd., Jingan Distr.
200040 Shangái
China
Tel.: +86 21 516 96889
Fax: +86 21 510 79779
china@firabcn.es

Colombia

Cámara de Comercio
Colombo Catalana
Passeig de Gràcia, 48 - 1º Bis, 2ª
08007 Barcelona
Tel.: 93 514 39 59
Fax: 93 215 43 82
colombia@firabcn.es

Ecuador

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providencia
Santiago de Chile
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
ecuador@firabcn.es



Eslovaquia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
República Checa
Tel.: 00420 608 434 268
slovakia@firabcn.es

Estados Unidos

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
7 West 34th Street, Suite 117 –
Nueva York
Estados Unidos
Tel.: 001 212 564 0404
Fax: 001 703 229 4176
usa@firabcn.es

Francia

Bcn Promotions
Gérard Escrivá
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
Francia
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., n.º 255, Yen Chi Street
Taipei, 10696
Taiwán
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD
Yogita Kackar
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial
Estate - Phase III
Nueva Delhi - 110020
India
Tel.: +91 11 4279 5000
Fax: +91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Irlanda

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Reino Unido
Tel.: +44 2077 238416
Fax: +44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
Sergio Vinitzky
Corex House, 10 Zarchin St. -
Apartado de correos 3030
Raanana 43662
Israel
Tel.: +972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax: +972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Italia

Expo Consulting
Marco Barozzi
Via Brugnoli, 8
40122 - Bolonia
Italia
Tel.: +39 051 649 31 89
Fax: +39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Luxemburgo

Koraal Consulting
Micole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Marruecos

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
Francia
Tel.: 33 1 47 07 29 39
Fax: 33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

México

TMC Parking de Mexico S.de.RL
Emma Ayala / Martin Olle
C/Norte 68 # 10068
07410 México DF
México
Tel.: +52 55 5737 1230
Fax: +55 5715 5766
mexico@firabcn.es

Holanda

Koraal Consulting
Micole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
Holanda
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Perú

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina
906 - Providencia
Santiago de Chile
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
peru@firabcn.es

Polonia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Lucka, 7/9
00-842 Varsovia
Polonia
Tel.: +48 22 658 6737
poland@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Aguas
Apartado de correos, 32 -
2894-909, Alcochete
Portugal
Tel.: +351 212 348 016
Fax: +351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Reino Unido

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Reino Unido
Tel.: +44 2077 238327
Fax: +44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

República Checa

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
República Checa
Tel.: 00420 608 434 268
czechrepublic@firabcn.es

Rusia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscú
Rusia
Tel.: +7 495 642 46 90
Fax: +7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Suiza

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8
72072 Tübingen
Alemania
Tel.: +49 7071 36 55 95
Fax: +49 7071 36 55 96
switzerland@firabcn.es

Taiwán

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., n.º 255, Yen Chi Street
Taipei, 106
Taiwán
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Túnez

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
Francia
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turquía

Senexpo Uluslararası A. S.
Seda Kanatoglu
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü
Caddesi n.º 103 D.1 Sisli
Estambul
Turquía
Tel.: +90 212 224 68 78
Fax: +90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ucrania

Mercados Exteriores Consulting
& Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscú
Rusia
Tel.: +38 044 468 52 80
Fax: +7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es

Uruguay

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 – 2ªA (1055)
Capital Federal – Buenos Aires
Argentina
Tel.: 0054 11 4372 3519
Fax: 0054 11 4371 0083
uruguay@firabcn.es

English text



Barcelona, a centre of innovation

Xavier Trias

Mayor of Barcelona and President of Fira de Barcelona General Council

In an overall framework of economic recession, the pinch of which is being strongly felt by both firms and the public at large, throughout 2011 the Fira de Barcelona once again played a major role as a driving force behind and boost to the economy of the city and of Catalonia.

Efforts on the part of the Fira de Barcelona moved in the right direction to contribute to overcoming the difficult economic juncture we are all currently experiencing: more innovation, more internationalisation, excellence in service, technological development and full support for initiatives on the part of entrepreneurs and of small and medium-sized firms, which form the basis of our productive fabric. The fact that the anticipated schedule was almost completely met constituted a visible way to convey a message of trust in and support for the economic sectors. It is remarkable that at such a difficult juncture the profit forecasts by the fair institution have not only been met but also surpassed.

Mobile World Capital

On taking stock of the 2011 economic year, we note the importance of the fact that last July our city was chosen as Mobile World Capital for the 2012-2018 period. In a context of fierce competition with other major European cities, this objective was attained thanks to both the solidity of the project presented and to unity and consensus as regards the candidacy, in which the Fira de Barcelona played a decisive role.

With the Mobile World Capital, a strong boost will be given to mobile applications and to Barcelona's role as a centre of innovation, and a contribution will be made to growth of the existing economic fabric. This strong boost will have an impact on business competitiveness, on new business opportunities and on the creation of scope for skilled employment.

I should also like to highlight the Fira de Barcelona's innovative efforts to institute a pioneering show of great significance for our city, Smart City Expo, which focuses on the application of information and communication technologies in a bid for the 'intelligent city' that gives priority to energy saving, to efficiency and to a new model of mobility and sustainability. The show, which was a great international success with good prospects for coming years, ran parallel to the efforts on the part of Barcelona and its metropolitan area to improve urban planning, services and, in short, the quality of life of its citizens.

It is only fair that should refer also to the importance of other major events and congresses held throughout 2011: the Boat Show, with deep

roots in our city, which celebrated its fiftieth anniversary; Construmat; the Motor Show; Piscina BCN; Expoquímia; Graphispag; Bizbarcelona; EIBTM and Carbon Expo, among many others. Furthermore ITMA, the world's most important textile technology event, was held for the first time not only in Barcelona but also in Spain as a whole. The textile industry has strong links with the Catalan economic tradition and we hope that one day the event will be organised again in our city.

Links with the citizenry

The Fira de Barcelona's international vocation was strengthened throughout 2011 with the decision to go beyond our frontiers and meet market and globalisation challenges by setting several projects in motion in Asia and Latin America, in the fields both of organising shows and of offering services, technology, management and assessment to other organisers and fair venue.

As Mayor of Barcelona and President of the Fira de Barcelona General Council it gives me great pleasure to note how the institution has established strong links with the citizenry. Today, more than ever, the synergies between Barcelona and the Fira respond to a will to cooperate and work together in the endeavour to build bridges of confidence and create expectations for the future.

A worldwide point of business reference

Francesc Xavier Mena

Minister for Business and Employment Government of Catalonia and first vice-president of the Fira de Barcelona General Council

Once again, the Fira de Barcelona more than met its objectives, moreover in an atmosphere of macroeconomic uncertainty in which the exhibition and fair dynamics of other places has witnessed how the present juncture has led directly to a drop in the number of activities.

In this context, I should like to stress the twofold value of the task conducted by our fair institution in 2011, a year of great activity which has undoubtedly contributed to once again making Barcelona a worldwide point of reference. Throughout the year, the Fira de Barcelona organised 65 shows and events, generating an income of over 114 million euros, a figure that surpasses expectations by 2.3%.

For the fact is that the Fira is a major driving force behind the Catalan economy and a prominent business platform associated with the value of the trademark of Barcelona, the capital of Catalonia. The support it gives to firms, to their internationalisation, innovation, creation of synergies, cooperation... is perfectly in tune with the road map drafted by the Government of Catalonia to boost the competitiveness of our economy.

Modern-day agoras

In this context, and especially in these times of economic uncertainty, the Fira de Barcelona has intensified its efforts aimed at strengthening shows, fostering contact between exhibitors and visitors, and fomenting sectorial rendez-vous. Indeed, fairs and shows have become our modern-day 'agoras'.

Prominent among the many fairs and shows organised by the Fira de Barcelona in 2011 are the Boat Show, which celebrated its 50th anniversary, and key events for the Catalan economy like the Motor Show, Construmat, Piscina BCN, Expoquímia, Bizbarcelona, Graphispag and Sonimagfoto. I should also like to welcome two newcomers to the Fira: FM&BS, Facility Management and Business Services, designed to meet firms' externalisation needs, and Smart City, which placed the Fira de Barcelona and the city in the international field of new urban services and technologies.

Internationality

Worthy of special mention are the efforts on the part of the Fira de Barcelona to internationalise this country's business institutions and firms. This is an indispensable tool with which to foster the growth of our firms and overcome current economic difficulties. The Government of Catalonia is and will always be an ally to the Fira de Barcelona and, consequently, we give our full support to this strategy.

Furthermore, we must congratulate ourselves for Barcelona's having been selected as the Mobile World Capital, a success shared by many people and institutions, both public and private, the fruit of work well done which we must learn to exploit as a means by which to reactivate the Catalan economy and create job opportunities, to attract investments and place both Barcelona and Catalonia in a better world position.

The Fira de Barcelona: impetus and leadership

Miquel Valls i Maseda

President of the Barcelona Chamber of Commerce, Industry and Navigation and second vice-president of Fira de Barcelona General Council

The time has come to assess the events organised by the Fira de Barcelona in 2011. We cannot overlook the fact that it was a difficult year for firms, marked by a particularly unfavourable economic juncture. Even so, the outcome is a positive one, since the institution managed to fulfil its planned schedule and close the financial year with profits of over 114 million euros, 2.3% more than had been anticipated at the beginning of the year. The Montjuïc and Gran Via venues provided the venue for 65 fairs and shows and for 50 further events, thereby consolidating the Fira's leadership in the professional and industrial spheres.

Decisive impetus

Construmat, the Motor Show and the Boat Show are some of the established events that took place in 2011. But I should like to take the opportunity here to highlight the choice of Barcelona as capital until 2018 of the Mobile World Congress, excellent news for both the city and Catalonia. Consequently, on behalf of the Barcelona Chamber of Commerce I should like to congratulate all those responsible for organising the candidacy campaign.

Hosting the world's most important mobile phone event constitutes a decisive boost to the city's information economy and digital technologies sector. It is reckoned that the latest edition had an economic impact of 220 million euros and was attended by 60,000 congress-goers from all over the world. This will therefore be a tremendous boost to the Barcelona trademark.

Working together

The successful candidacy was fruit of joint efforts on the part the Ministry for Industry, Tourism and Commerce; Government of Catalonia; Barcelona City Hall; Fira de Barcelona; Barcelona Tourism. Public-private collaboration led to the creation of a strong candidacy with a leadership vocation in exhibition events worldwide, further evidence of the fact that we know how to join forces and work together to attain a common goal.

I should also like to stress the fact that in 2011 the Fira de Barcelona fostered internationalisation of its activities. This took the form of exporting shows to other cities, such as Hostelco as part of Hotelex, the leading Asiatic hotel facilities fair, held in Shanghai, and the anticipated holding of Construmat China in Beijing.

Furthermore, the Fira has managed to devise new shows, which will be held for the first time in 2012, such as Seafood Barcelona, linked to the fishing industry; Expomóvil Comercial, related to the spare parts sector; and MIHealth, the first health management and clinical innovation forum. These are all good examples of how the institution places itself at the service of firms and constitutes an international platform from which to promote the different sectors in this country.

At the present time, more than ever, we must adapt to the current economic situation and take advantage of every business opportunity that may arise. The Fira de Barcelona is a good example of this.

Supporting firms and economic sectors

Josep Lluís Bonet

*President of the Governing Board,
Fira de Barcelona*

When assessing the 2011 financial year, we have no option but to refer to the impact of the

recession which, with as much persistence as severity, has struck and continues to strike our firms particularly the small and medium-sized ones and the business fabric as a whole, our institutions and much of society.

The Fira de Barcelona once again worked untiringly to face the recession and continue supporting firms, sectors and then productive economy. Ensuring that the Fira schedule was fully met, facilitating participation on the part of exhibitors and fostering contacts with potential buyers all formed part of a strategy based also, as we have mentioned elsewhere, on anticipating future needs with more innovation and more internationalisation. Despite the unfavourable juncture, the Fira closed the financial year with increased activity and greater profits: 114 million euros, 2.3% more than expected.

A worldwide point of reference

Special emphasis must be laid on the fact that after a long process, in the summer of 2011 Barcelona was chosen as Mobile World Capital for the 2012-2018 period, thereby becoming a worldwide point of reference in the mobile communications industry. For the Fira this meant, moreover, acknowledgement of its work since 2006, when it hosted the first Mobile World Congress.

Barcelona Mobile World Capital will be the nucleus of a set of major initiatives, beginning with the congress itself, which will reveal the technological, social, cultural and economic importance of mobile communications. The position as capital will constitute a considerable boost to technological innovation, to the creation of an industrial fabric based on knowledge, and to high-quality employment. We are talking, therefore, about a strategic commitment to Barcelona, to Catalonia and to Spain as a whole.

Fira is working constantly to ensure that Barcelona will be one of Europe's best platforms for major events that generate synergies and economic activity. Of great help here is the sum of the impact of the Barcelona trademark and exhibition and show experience. Besides the aforementioned Mobile World Congress, Carbon Expo and EIBTM, events of global importance, in 2011 the Fira de Barcelona hosted ITMA, the foremost international textile technology event held for the first time in Spain. This coincided with the inauguration of the two new pavilions in the Gran Vía venue, which now has 240,000 gross m² of exhibition area and is the flagship of our competitiveness in the European exhibition field.

I must also stress the fact that throughout 2011 events were held of the importance of the International Boat Show, which celebrated its 50th anniversary in an economic environment of great complexity, together with shows closely associated with our development, such as the Motor Show and Construmat, both affected by the negative economic juncture though with initiatives and measures with which to contribute to recovery.

And this without overlooking other such prominent events as Piscina BCN, Expoguimia, Graphispag and Sonimagfoto, among many others.

New challenges

2011 witnessed the incorporation into the Fira de Barcelona programme of shows that respond to new social, economic and business needs, and form part of our institution's innovative strategy. Shows like FM&BS, Facility Management & Business Services, which focuses on externalising services to firms, and Smart City Expo, a new area for debate on innovative, sustainable solutions for cities.

During the year, significant advances were made in the strategy to endow the international dimension of the Fira with new meaning by taking it to Asia and Latin America, with the purpose of offering this country's firms a dynamic scenario in which to make their presence felt abroad, thereby counterbalancing the fall in demand at home. Fira has traditional international vocation has thus acquired a new perspective charged with potential.

Trade fairs are dynamic institutions that change of necessity to adapt to new requirements. Commercial exchange, human contact that enhances understanding, information, dissemination, knowledge and debate are elements inseparable from the concept of business. And, moreover, the Fira de Barcelona is clearly aware of its links with and services to the territory, as well as of its commitment to firms, the city and the country.

GOVERNING BODIES

GENERAL COUNCIL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

First vice-president

Francesc Xavier Mena i López

Second vice-president

Miquel Valls i Maseda

Members

M. Àngels Barbarà i Fondevilla
Albert Carrerras de Odriozola
Josep Cercós i Martínez
Enric Enrech i Artal
Alberto Fernández Díaz
Joan Gaspart i Solves
Marc Guerrero i Tarragó
Núria Marín i Martínez
Jordi Martí i Grau
Josep Morell i Miró
Jordi Portabella i Calvete
Pau Relat i Vidal
Pau Villòria i Sistach

Secretary General

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cordón Barrenechea

GOVERNING BOARD**President**

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Members

Núria Basi i More

Luis Conde Möller

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Pedro Fontana García

Enrique Lacalle Coll

Miquel Martí i Escursell

Secretary General

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cordón Barrenechea

EXECUTIVE COMMITTEE**General Manager**

Agustín Cordón Barrenechea

Expansion Director

Pere Camprubi i Nieto

Institutional Relations, Protocol and President's Office Director

Emili Farrerons i Pascual

Human Resources Director

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Administration and Finances Director

Salvador Fosalba i Auró

Communications Director

Amparo Losada Torres

Sales Director

Albert Planas i Riera

Operations and Customer Attendance Director

Salvador Tasqué i Díez

International Business Director

Ricard Zapatero i Camps

YEAR 2011**A potent exhibition platform**

Once again the results and activities of the Fira de Barcelona must be seen in the light of the recession that affects firms and institutions. During the year 2011, the economic situation had negative repercussions on most sectors and affected above all the small and medium-sized firms that constitute the bulk of this country's productive network.

Despite such a complex panorama, however, the Fira not only reached the takings anticipated for 2011 but actually exceeded them, thanks to diversification of activities and the degree of efficiency attained, linked, naturally enough, to expense reduction efforts. The estimated income of 111.5 million euros turned out to be 114 million, a 2.3% increase. The EBITDA stood at around 11.1 million euros, more or less as expected.

The main concern on the part of the fair institution was to apply specific support measures to firms and sectors, thereby contributing to the economy of Barcelona and its hinterland. The activities organised by the Fira had an impact on the territory estimated at some 2,500 million euros.

One of the main objectives was to ensure that the fair schedule was met, since the industrial and professional shows are tools with which to combat the recession. 2011 was characterised also — as we shall see below in greater detail — by the inclusion of new shows and by reinforcement of the Fira's role as an important international platform, with congresses and large-scale events that generate economic activity, knowledge and opportunities for the country's firms.

With these measures, the Fira has continued to develop a set of initiatives that form part of its Strategic Plan, updated in 2010 under the conceptual denomination of the 'New Value Proposal', focused on enhancing the Fira's own shows, on product innovation, on facilitating contacts between exhibitors and visitors through new technological tools, on upgrading the figure of the purchaser, and on the importance of knowledge and of development of a new concept of international business. As those responsible for the Fira understand it, in order to combat the recession market requirements must be anticipated and action must be taken from a global perspective.

In this context, commercial activity was enhanced through personal contacts with potential exhibitors, offering products to suit the needs of firms for each kind of show. 4,800 visits and over 20,200 phone contacts were made, with a high degree of effectiveness. Similarly, preparations were carried out in close collaboration with business associations, thereby securing funding and playing an active negotiating role with the Authorities.

At the same time, ongoing commitment was sustained to new technologies, to increased use of electronic trade and to fostering social networks, the corporate and fair websites and, in general, all information and communication technologies as important instruments of contact, interactivity and business. The Fira's corporate website received a total of 600.000 visits.

Innovative shows

65 shows and events were held in fulfilment of the planned schedule, which provided firms with the opportunity to be present at the sectorial meetings and to pave the way for future business.

A number of the events most characteristic of the Fira de Barcelona were conditioned by the recession, as were their corresponding industrial sectors. This was the case of the Boat Show, the great display window for the Spanish nautical industry, which celebrated its 50th anniversary; the International Motor Show, which made a determined effort to contribute to increasing car sales; and Construmat, which became the mouthpiece for the sector in order to devise alternatives for the future. The 'Construmat Manifiesto' was drawn up to attract the authorities' attention to the need to take measures by which to reactivate building and civic works.

During the year, other events were organised of the importance and prestige of the Mobile World Congress, EIBTM, Carbon Expo, ITMA, The Brandery, Graphispag, Sonimagfoto, Piscina BCN, Expoquimia, Barcelona International Comic Fair, Tourism, Bizbarcelona, BCN Bridal Week and BcnRail, among a host of others.

One of the great events of 2011 was undoubtedly ITMA, the world's most important textile technology show, which occupied practically the entire Gran Via venue, attracted 1,350 firms from 45 countries and welcomed over 100,000 visitors from all over the world. Despite the historical importance of the textile industry in this country, this was the first time the event had ever been held in Spain. The sector's public institutions and professional associations are determined to ensure that this major event will return to the Fira de Barcelona.

Prior to the holding of ITMA, the new pavilions 5 and 7 were inaugurated at the Gran Via venue, which now has a gross exhibition area of 240,000 m² and has become consolidated as one of Europe's largest and most modern fair venues. Besides the new pavilions, new congress facilities have also been made available, specifically two conference centres with 14 halls and a total seating capacity of 1,150, and a Business Centre.

In its expansion policy, throughout 2011 the dynamism of the Fira became manifest with the launching of shows that respond to new business and social demands, following a pattern that is highly characteristic of the history of the fair institution. I refer specifically to Facility Management and Business Services, which met the externalisation needs of services and activities on the part of firms, and the Smart City

Expo World Congress, which focused on information and communication technologies at the service of intelligent cities, contributing to their efficiency and to a higher rendering of services. The event came to a close with a prominent international presence and good prospects for the coming years.

I should stress also that during 2011, the Fira de Barcelona assumed responsibility for organising Barcelona Degusta, a culinary show addressed to the end consumer, hitherto led by Alimentaria Exhibitions —a business alliance between the Fira and Reed Exhibitions. An agreement was also reached by which to organise the Mediterranean Dental Forum, which will be held again in 2013 with the will to attain a greater international dimension.

Besides those mentioned above, the Fira also hosted several international shows which are held on a rotary basis in major European cities and are leaders in their respective specialities: I refer to Snackex, devoted to the snacks sector, and to Glassman, which specialises in the glass industry.

Congresses of outstanding scientific importance and impact included Biochemistry and Molecular Biology Congress and the International Environmental Epidemiology Conference. Likewise, over 50-odd corporate, institutional, commercial, sporting and advertising activities were held together with over 450 other activities in the framework of the shows that took place at the Fira: congresses, workshops, seminars and cultural and formative events.

During the year it was announced that as from 2012 the Fira would host Seafood Barcelona, devoted to fruits de mer and a replica of the European Seafood Exposition which takes place in Brussels, which will be organised by Alimentaria Exhibitions and will conceivably become one of the most important food and fishing industry shows in the Mediterranean. Similarly, preparations were made for new events and shows for 2012, such as MIHealth, a forum on management and innovation in the health field, and Expomovil Comercial, specialising in the automobile post-sales sector.

It is important to point out the setting in motion of the 'Fira Innova' programme, which thanks to commitment on the part of the fair staff will generate ideas for the creation of new shows or for the discovery of new opportunities in those that already exist.

The mobile capital

By definition, the development of international business constitutes one of the core aspects of Fira de Barcelona policy.

The institution currently has a network of delegations abroad with representatives in 32 countries. 46% of exhibitors at the professional shows are international, while 31% of visitors also come from abroad.

Having established data, I must say that during 2011 work continued to foster Barcelona's role as one of Europe's major exhibition platforms, with the organisation of new shows and new international events. The weight of the city, the prestige of the Barcelona trademark and the experience of the Fira constitute a guarantee for firms and organisers.

The most salient aspect of 2011 was not only the continuation of the Mobile World Congress but also the city's designation as Mobile World Capital for the 2012-2018 period.

In July 2011 Barcelona, which competed with Milan, Munich and Paris at the final stage, was chosen as Mobile World Capital, the reference point in mobile communications on a worldwide scale. This marked the culmination of a long process which came to further enhance the 'Barcelona model', based on institutional consensus and joint efforts on the part of public and private initiative.

On choosing the Catalan capital, the GSM Association —which represents the interests of mobile communications operators worldwide and those of the firms that form part of the broad mobile ecosystem— undoubtedly took into account the Fira's experience and organisational work in the context of the Mobile World Congress, the sector's major international rendezvous, which has been held in the Ciutat Comtal (Barcelona) since 2006.

The Mobile World Capital project, currently under development, is a unique opportunity to convert Barcelona into a world hub in the mobile communications sector, and into a laboratory at which to study their applications to business and to citizens' daily lives. It will make the creation possible of new industrial fabric and of high-quality job opportunities, since it provides scope not only for big companies but also for entrepreneurs and small and medium-sized firms.

The Mobile World Capital is managed by a foundation formed initially by the Ministry for Industry, Tourism and Commerce; Government of Catalonia; Barcelona City Hall; Fira de Barcelona; Barcelona Tourism and GSMA, although it is open to participation on the part of businesses.

Helping firms to go beyond our frontiers

As part of the new strategy to help Catalan and Spanish firms to open new markets abroad and find their place in the international exhibition system, during 2011 preparations were made to organise Fira events and activities beyond our frontiers, in fulfilment of the will to anticipate market and globalisation challenges.

When this report was being concluded, in the spring of 2012, a delegation of firms participating in Hostelco —a show related to the hotel and restaurant business— took part in the Hotelex show in Shanghai, and a replica was held of the fashion show The Brandery as part of Blueprint, in Singapore.

Likewise, work is in progress on Delicioso Spain, a new show devoted to Spanish cuisine, oenology and catering, to be held in the autumn in the framework of Wine for Asia in Singapore, and on the possibility of holding Construmat China in Beijing, together with the China Building Exhibition Company, a specialised organisation run by the Chinese government.

On the other hand, initiatives for Russia are being studied and talks are under way with several fair organisers in Latin America interested in hiring consultancy services.

Throughout 2011, the Fira de Barcelona institution maintained its commitment to developing an active policy of environmental sustainability, recycling and energy efficiency for its facilities as an indispensable aspect of its corporate social responsibility. Furthermore, it collaborated with a number of social organisations as a necessary contribution to solidarity, particularly at a time when many individuals and families are facing great difficulties.

During the year the Fira de Barcelona maintained close links with the country's institutions and authorities, made explicit in inaugurations and events held within the framework of shows. Moreover, the corporate communications policy contributed to disseminating the institution's strategic plans and activities among a wide range of business, professional and social sectors.

TRADE SHOW

INTERNATIONALITY / PROFESSIONAL SHOWS:

46% exhibitors from abroad
31% visitors from abroad

TYPES OF SHOWS:

- 61% professional
- 26% public
- 13% mixed

SURFACE AREA OCCUPIED BY SHOWS:

- 75% professional
- 25% public and mixed

EVENTS:

- 65 shows and congresses
- +500 activities
- Fira is represented by delegations in 32 countries

- The surface area of shows is given, unless otherwise indicated, in gross square metres.
- The exhibitors concept may encompass represented firms that do not participate directly in an event.
- Except where otherwise indicated, it is understood that shows or events have been organised by Fira de Barcelona.

Trade Show Chairpersons

Alimentaria

Josep Lluís Bonet
i Ferrer

Barcelona

Motor Show
Enrique Lacalle Coll

Barcelona Meeting Point

Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

Bizbarcelona

Sònia Recasens
i Alsina

Boat Show

Luis Conde Möller

Bta

Llucià Casellas i Puig

Caravanning

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miarnau
Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegoel
Greineisen

Eurosufas

José Luis Díloy i Barrio

Expominer

Eudald Carbonell
i Roura

Expoquímia

Rafael Foguet
i Ambrós

Expo Ecosalud

Jordi Sagrera
i Ferrándiz

FM&BS

Enric Alonso
i Lorente

Globalgeo

Lluís Sanz i Marco

Graphispag Digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà
i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmasas
i Balaña

Infancia (Children & Youth Festival)

Helena Rakosnik i
Tomé

Liber

Javier Cortés i Soriano

Maquitect

Josep Morell i Miró

MIHealth

Josep M. Piqué i Badia

Ocasión

Jaume Roura i Calls

International Pet Week

Paolo Ongari

Piscina BCN

Eloi Planes i Corts

SIL – International Logistics Show

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo

Ramon Roca i Enrich

Antoni Vives i Tomàs

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Tourism

Raimon Martínez

Fraile

Antiquaris Barcelona

Antique and Modern Art Show

12-20 MARCH

MONTJUÏC. 35TH EDITION

Surface area: 13.000 m²

Exhibitors: 50

Nature: professional and public
Organisers: Flaqué Internacional
and Fira de Barcelona

An irresistible meeting point for collectors, both professional and amateur, Antiquaris constituted a fascinating journey through 6,000 years of art history. The fair exhibited over 10,000 works of all periods and styles — medieval, classical, modern, contemporary and ethnic—, and by artists of the stature of Picasso, Dalí, Rodin, Sorolla, Barceló, Miró, Tàpies, Valdés, Boter, Rusiñol, Nonell, Casas, Guinovart, San Francis, Hernández Pijuan, Rafols Casamada, Plensa and Chillida, among others.

The over 25,000 visitors to the fair were given the opportunity to enjoy a wide variety of paintings, engravings, lithographs, drawings, sculptures, fine jewellery, tapestries, furniture and coins to suit all tastes and pockets. With the aim of luring those young art lovers who seek to enter the realm of collecting, numerous quality works were put on sale at prices under 3,000 euros.

Outstanding among the creations exhibited, selected by a committee of experts, were a prehistoric image of Venus from the Cyclades in the Aegean, several sculptures from the times of the Roman Empire and the Persian dynasty, Romanesque and Gothic carvings, a Buddha from the Gandhara region, African tribal masks and pieces by Gaspar Homar (a key figure in the recovery of the decorative arts and of Catalan Modernisme), as well as works by contemporary artists such as Julian Opie, Marina Núñez, Xavier Mascaró and Joan Fontcuberta.

+info www.antiquarisbcn.com

Auto Retro Barcelona

Collector's Cars and Motorcycles Exhibition

03-06 DECEMBER

MONTJUÏC. 28TH EDITION

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: public

Activities: tributes, presentations, trials, rallies

Organiser: Promobil Group

At the Barcelona International Motor, Motorcycle, Aviation and Classical Boat Show some 600 vehicles and many other articles were exhibited, presented by a total of almost 300 exhibitors from eight countries. The show, which has become a benchmark of its kind in Southern Europe, was visited by over 55,000 people.

An outstanding aspect of this edition was involvement on the part of Seat and Nissan,

the two automobile manufacturers established in Catalonia, who gave their support to the vintage vehicle sector. Seat traced the firm's evolution in the urban vehicles segment, while Nissan exhibited a collection of its Z-type sports cars.

Equally important was participation by the Mercedes-Benz Club España, which exhibited, among other models, the tricycle with which the German firm was launched 125 years ago. Other gems that visitors were able to admire were the Jaguar E-type, the BMW M3, Mustang Sedans and the BCB microcar, designed in the early 1950s by experts at Montesa.

In the context of Acta Retro, the fiftieth anniversary of the legendary Montesa Impala 175 motorcycle was celebrated, with a rally on Montjuïc in which over 100 Impalas took part, and tribute was paid to a number of leading figures in the motor racing world, such as the former driver and journalist Jaume Alguersuari, the trainer and driver Ramón López, the coachbuilder Pedro Serra and the photographer Joan Aymamí.

As usual, the spare parts and accessories market was held, together with the popular Car Corral, where vintage vehicles were put on sale. A further attraction was the Copa Moritz Seat 600 held in Slot, on a huge track which is a replica of the one on Montjuïc.

+info www.autoretro.es

Barcelona Motor Show

14-22 MAY

MONTJUÏC. 36TH EDITION

Surface area: 200.000 m²

Exhibitors: 85 / 35 brands

Nature: professional and public

Activities: awards, technical sessions, conferences, exhibitions, demonstrations, circuits

Loyal to its two-yearly commitment, the Barcelona International Motor Show was held at a particularly difficult time for the motor industry, in which it nonetheless confirmed its status as one of the leading showcases for the sector and one of its main economic driving forces.

The great number of visitors, over 900,000 visitors, and the substantial volume of sales underlined once more the importance of the event as a great boost to the market. Furthermore, the fact that the show coincided with the Spanish Formula 1 Grand Prix, held at the Circuit of Catalonia in Montmeló, again converted Barcelona into the world motor racing capital.

Visitors were able to admire the models exhibited by the 35 brands present, including national, European and world novelties. Outstanding in this context were the Hyundai i40 Sedan, three European (Audi Q3, Hyundai Elantra and Volkswagen Beetle) and 30 national novelties.

Among the vehicles presented were several models manufactured in Spain, such as the aforementioned Audi Q3 (which will be made at the Seat factory in Martorell), the Renault Twizy and the Nissan NV200 Evalia.

For the first time, electric vehicles were on display and on sale at the show. The importance of sustainable mobility was so great that an entire pavilion was devoted to the electric car, in which firms were also present that develop technologies such as recharging infrastructures and storage systems.

The programme of activities at the show included demonstrations of automatic braking in the city, the traditional boxes in which to try out vehicles of different makes, 4x4 testing tracks, a sports vehicle meeting and the 'Pais del Cava' veteran car rally.

Likewise, the Barcelona Motor Show organised a wide range of technical sessions, talks and activities for professionals in the sector, among them the 8th edition of the International Motor Show Awards, organised jointly with the Society of Automotive Industry Engineers.

As in previous editions, the two days prior to the public opening of the show (May 12 and 13) were reserved for the press and professionals, and a new edition was held of the 'Nit de l'Automòbil', the great Barcelona motor festival attended by personalities from the worlds of politics, business and society.

The show is supported by the two most important Spanish automotive associations: the Spanish Car and Lorry Manufacturers Association (ANFAC) and the National Car, Lorry, Bus and Motorcycle Importers Association (ANIACAM); furthermore, it is the only Spanish show recognised internationally by the Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA).

+info www.salonautomovil.com

Barcelona Bridal Week

Noviaespaña / Pasarela Gaudí Núvies

10-15 MAY

GRAN VIA. 21ST EDITION

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 240

Nature: professional

Activities: fashion parades

Organiser: Flaqué Internacional

The Gran Via dressed in white once again to host the Barcelona Bridal Week, one of the most important events in the world of bridal fashion. Over five days, the latest trends were exhibited in dresses, ceremonial and party dresses, and accessories by leading manufacturers, and the show was visited by around 15,000 purchasers, 60% of whom were from abroad. With the participation of 240 exhibitors, 4% more than in 2010, the event confirmed its importance as

a business and international promotion centre for Spanish bridal fashion. After China, this country is the second most important exporter worldwide in the sector.

In the framework of the Barcelona Bridal Week, the Saló Internacional Noviespaña was held, at which the latest products were exhibited by the country's best manufacturers of fashion for brides, grooms and ceremonies. Outstanding here was the presence of foreign firms from the United States, Brazil, the United Kingdom, Mexico, Turkey, Portugal, Italy, France, Cyprus, the Lebanon, Poland, Holland, Germany, Belgium and South Korea.

For its part, the Passarel·la Gaudí Núvies, attended by over 14,000 people, organised 27 fashion parades, at which spectacular settings provided the backdrop for the latest products by such prestigious makes as Rosa Clará, Jesús del Pozo, Jesús Peiró, Victorio & Lucchino, Yolán Cris, Inmaculada García, Lee Seung Jin, Francis Montesinos and Pronovias. Designers' bid for creativity and quality marked the event, which every year is further consolidated as the great international showcase for bridal fashion.

+info www.moda-barcelona.com

Barcelona Degusta

Consumer Food Show

02-04 DECEMBER

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 13.400 m²

Exhibitors: 161

Nature: public

Activities: Conferences, demonstrations, round-table debates, tasting sessions, Trofeu Lluís Santapau

Barcelona Degusta, the food fair for consumers and specialists, left a pleasant taste in the mouths of both exhibitors and the 27,000 or so visitors. It is reckoned that over 80% of visitors acquired some product or another at the eatery, where 80,000 tapas were served over three days.

The fair presented high-quality food products and new delicatessen, such as truffle honey, sea urchin preserves, wine bread, fruit flowers, beer cheese and a 100% Catalan gin and tonic, among hundreds of other delicacies from this country and abroad. On this occasion, firms from Portugal, Italy, France, Holland and Indonesia took the opportunity to lure the Barcelona public into new culinary adventures.

The Mercats de Barcelona area, which offered prepared dishes, novelty sandwiches and other specialities, and the 'Bulevard dels Restaurants'—where exclusive tapas were sampled which had been prepared for the Fira by the chefs of eight of Barcelona's most prestigious establishments—were two of the most popular areas.

The event, featured over 60 activities, including demonstrations, conferences and book presenta-

tions, which took place at L'Àgora, Les Aules del Gust, the showcooking sessions at the Catalonia stand and the Llibreria Gastronòmica of the Fnac store. Also very popular was the Trofeu Lluís Santapau contest for the year's best maître chocolatier, the award going to pastrycook Raúl Bernal.

Barcelona International Boat Show

05-13 NOVEMBER

GRAN VIA AND PORT VELL. 50TH EDITION

Surface area: 74.700 m²

Exhibitors: 324 / 130 Yachts at the Port Vell Floating Exhibition

Nature: professional and public

Activities: Conferences, regatta presentations, prize-givings, traditional sailing workshops, light sail practice, fishing and sailing simulators

In 2011 the Barcelona Boat Show held a very special edition on the occasion of its 50th anniversary. Despite the unfavourable economic juncture, it contributed to boosting the commercial activity of the Spanish nautical market by promoting sales and new contacts.

As acknowledgement of the show's work in support of the sector and of internationalisation of the Catalan capital over all these years, the Barcelona City Council awarded it the Gold Medal for Sporting Merit. The anniversary was celebrated with the publication of a book, with an exhibition and with the issue of a commemorative stamp and medal.

The event constituted Spain's best offer in sport and leisure sailing with 324 national and foreign exhibitors, some at the Gran Via precinct and the rest at the Port Vell Floating Exhibition, where visitors could admire over 130 yachts of considerable length. Entities such as Deutsche Bank, Banc de Sabadell, CGMER and the Banque Populaire Côte D'Azur offered visitors financial products designed specifically to facilitate purchase of boats and mooring berths.

With a total of over 108,000 visitors, the show presented the latest trends in the nautical industry, which is becoming increasingly committed to ecology and functionalism. Furthermore, around 200 activities were organised, all of which were highly popular among visitors. Prominent here was a grand regatta off the Barcelona coast, which brought together 700 boats and one thousand or so national and international sailors. The city became the European sailing capital and a centre of attention for both professionals and amateurs alike, who were able to admire this uncommon spectacle organised in collaboration with the Catalan Sailing Federation and a host of firms, nautical entities and institutions.

Other events held included virtual regattas, baptisms at sea, cruise draws, regatta presentations and seminars, tugging demonstrations, fishing

simulators and conversations with sailors, so that the city might rediscover all the possibilities of sailing and of the nautical world.

The Village, built in the Port Vell and converted into the show's nerve centre, was the place where businessmen, sportspeople and sailing lovers came together.

In this context, the show once again acted as a major sectorial summit at which to debate the nautical industry in Spain and find ways to meet new challenges. A palpable example of this is the agreement reached between the Fira de Barcelona and the National Nautical Businesses Association (Associació Nacional d'Empreses Nàutiques - ANEN) to create a commission with the task of outlining the basic lines along which the show will evolve in forthcoming years, adapting to the needs of exhibitors and visitors in a changing economic environment committing itself to increased trade promotion and greater exposure abroad.

+info www.salonnavautico.com

Barcelona Meeting Point

International Real-Estate Show

19-23 OCTOBER

MONTJUÏC. 15TH EDITION

Surface area: 25.000 m²

Exhibitors: 265

Nature: professional and public

Activities: Conferences; seminars; awards

Organiser: Consorci de la Zona Franca

Barcelona Meeting Point, attended by exhibitors from 19 countries, proved once again that it constitutes a benchmark event in the Spanish real-estate sector. According to the organiser, over a period of five days exhibitors placed homes on the market that had not seen any potential purchasers for several months. Indeed, the event was a major display window that provided interested visitors with the opportunity to acquire a new home in the best market conditions at a particularly difficult time for the real-estate sector.

Over 25,000 experts in the sector visited the professional show. The edition also featured a space given over to the general public, in which real-estate agents from the Barcelona Metropolitan Area made a considerable number of homes available at the District Point area. Another prominent feature of the show was the Simpòsium, a debate forum attended by the current Spanish minister for Finances and Competitiveness, Luís de Guindos, as director of the PricewaterhouseCoopers Finance Centre.

Russia was the guest country on the occasion of the Spain-Russia Dual Year, which served to enhance relations between both countries. The Russian deputy prime minister, Alexander Zhukov, and the then Spanish secretary of state for Housing and Urban Planning, Beatriz Corredor, took part in the Russian Meeting Point cluster

and encouraged Russian investors to purchase holiday homes in this country.

This year, for the first time, the event enjoyed collaboration on the part of the Professional Association of Architects of Catalonia. Thirty or so Catalan studios held work sessions with the Russian delegation.

+info www.bmpsa.com

BcnRail 2011

International Railway Industry Show

29 NOVEMBER – 02 DECEMBER

GRAN VIA. 3RD EDITION

Surface area: 9.000 m²

Exhibitors: 123

Nature: professional

Activities: 1st International Railway Forum,

BcnRail Innova, international workshops, working breakfasts organised by the Infrastructures Circle, International Clusters Associations Seminar

This latest edition of BcnRail, held jointly with the first Smart City Expo at Pavilion no. 2 on the Gran Via exhibition center, marked the full consolidation of this show as the major exhibition event for the Spanish railway industry.

Over 6,800 professionals from the sector visited the Show, which made a bid for increased internationalisation as an added value by which to facilitate Spanish firms' access to new markets. To this end, BcnRail organised several international workshops, at which Brazil's, Turkey's, Algeria's, Russia's and India's investment in railway infrastructure plans were presented. The exhibitors included firms from France, Belgium, Germany, the United Kingdom, Switzerland, Austria, Italy and Argentina, as well as those from Spain.

BcnRail also developed its congressional side by holding the 1st International Railway Forum, attended by first-class speakers from both Spain and abroad. At the Forum, major issues were addressed such as Spain's connection to the European Transport Network.

The show, which has become the sector's mouthpiece, called for enhancement of public-private concessions to carry through investment projects in anticipated railway infrastructures, projects which had begun to be threatened by cutbacks applied as a consequence of the recession. For the sector, the concessions policy is a highly useful working tool by which to keep to the schedule of programmed works, regardless of the economic situation.

+info www.bcnrail.com

The Brandery

Urban and Contemporary Fashion Show

26-28 JANUARY AND 13-15 JULY

MONTJUÏC. 4TH AND 5TH EDITIONS

Surface area: 25.500 m²

Exhibitors: 147 (January) and 145 (July)

Nature: professional (January), professional and public (July)

Activities: technical seminars, exhibitions, events, concerts, parades

In 2011, the Urban and Contemporary Fashion Show, The Brandery, organised by the Fira de Barcelona with the support of the Barcelona City Council, held two key editions which marked its evolution as a multi-sectorial trends platform and nurtured core business focusing on designer clothes.

In January, under the slogan 'Chances for Changes', which denoted business opportunities and associated changes, the show held its first fashion parade, at which 22 of the 147 participating firms presented their latest creations.

Prominent among the show's attractions were the Fashion & Living area and the Fashion & Sport exhibition, where everyday items related to sport were put on display, designed by the most prestigious international fashion firms, including Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier and Armani. Design also had a privileged space to itself in the Habitat Design area, where items by Nani Marquina, BD Barcelona and Santa & Cole were displayed.

The urban area was the setting for a host of Activities: the 'Shoot'n the City' exhibition, with 50 pictures by renowned photographers, located on Passeig de Gràcia; the 'Fashion Tour Coca-Cola Light' show; and the 'Window on the Move' display-window contest, in which over one hundred Barcelona stores took part.

The Laundry, the ideas laboratory of The Brandery, attracted coolhunters, bloggers and experts in the sector, such as Isabel Mesa, chairperson for Spain and Portugal of Worth Global Style Network, the leading analysis and on-line trends forecasting company; and Javier Nieto, professor at EINA and ESADE and president of Santa & Cole, who analysed different aspects of the world of fashion.

145 firms, 47% of which were international, were present at the summer edition. In the current context of economic recession, the Show sought to support the sector by inviting distributors and executives with high purchasing power to participate in speed dating sessions with the exhibiting firms. 168 show sessions took place between 50 firms and 13 groups from 11 countries, such as El Corte Inglés, the German Peek & Cloppenburg chain, the St Marteen women's clothing importers from the United States and the Russian Be Fashion chain.

Furthermore, the first Brandtown Fashion Xperience, open to the public and featuring concerts, parades and exhibitions, proved to be a key initiative thanks to which The Brandery became the new hot spot for trends, where public and professionals took the opportunity to experience fashion together.

Firms like Custo and Superdry took advantage of Brandtown to make direct contact with their end customers, and the public enjoyed the parades organised by 40 of the exhibiting firms as well as the 'Barcelona International Fashion Show',

featuring international fashion firms of the calibre of Stella McCartney, Vivienne Westwood and Roberto Cavalli.

Music could not possibly have been missing from such a varied programme, and was provided by the Sonar Festival team with groups such as Ladytron, Nouvelle Vague, Carlos Jean, Hercules & Love Affair and Azari & III, all of whom were a great success.

Bizbarcelona

Solutions for Entrepreneurs and Businessmen

15-16 JUNE

MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 22.300 m²

Exhibitors: 87

Nature: professional and public

Activities: conferences, workshops, funding market, Global Entrepreneurship Competition, Offers Forum, Idea Wall

This fair, fruit of the fusion between the Day of the Entrepreneur, the Entrepreneurs' Fira and the HiT Barcelona innovation summit, has become a unique platform from which to foster initiatives in emerging sectors, the ability to boost transversality and cooperation, and the creation of quality jobs.

Within the framework of Bizbarcelona over 1,800 meetings and 150 conferences and activities were held and organised focusing on business innovation, investment and creation. Among the most outstanding activities were those linked to funding, with the presence of 54 investment funds and business angels who held almost 1,000 speed dating sessions with entrepreneurs.

Bizbarcelona was also the setting for the 3rd Global Entrepreneurship Competition, in which 24 business plans from all over the world vied with each other to secure funding for their projects. The winner was Imprint Energy, an American firm which submitted a project for ultrafine printed batteries.

Likewise, several sessions were held on business opportunities in the digital world, on the advantages of franchises and on commercial networking.

The event enjoyed the support of the City Council (through Barcelona Activa and 22@), the Generalitat (Autonomous Government of Catalonia), "la Caixa", the Official Credit Institute (ICO), the Barcelona County Council, the Barcelona Chamber of Commerce and the Ministry of Industry, as well as sponsorship on the part of Google and the Zona Franca Consortium.

+info www.bizbarcelona.com

Carbon Expo

Global Carbon Market Fair & Conference

01-03 JUNE

GRAN VIA. 8TH EDITION (2ND IN BARCELONA)

Surface area: 16.500 m²

Exhibitors: 240

Nature: professional

Activities: plenary sessions, seminars, parallel meetings

Organisers: the World Bank, IETA and Fira de Barcelona

The most important world fair devoted to carbon emissions and to finding solutions for climate change held its second edition in Barcelona, organised by the World Bank, the International Emissions Trading Association (IETA) and Fira de Barcelona.

Those attending the event were very mindful of the coming Conference on Climate Change, to be held in December in Durban, South Africa, as well as of the world economic recession, which enshrouded environmental policies with an aura of uncertainty. In this context, and only one week away from the preparatory meeting convened in Bonn by the United Nations, the executive secretary of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), Christiana Figueres, called on governments to commit themselves to combating climate change.

Carbon Expo was attended by over 3,000 participants from 110 countries and more than 240 exhibitors who presented new developments, technologies, tendencies, projects and services. Among those attending were top executives from funding and juridical corporations, energy and consultancy firms, political leaders and top government executives, representatives of the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), investment promotion agencies and multilateral development organisations, countries eligible for non-polluting development projects, several NGOs, academic institutions and think tanks.

Over 400 speakers, experts in climate change policies, finances, development and carbon markets, participated in 9 plenary sessions, 16 workshops and 50 parallel meetings.

+info www.carbonexpo.com

Construmat

International Building Exhibition

16-21 MAY

GRAN VIA. 17TH EDITION

Surface area: 60.000 m²

Exhibitors: 1.318

Nature: professional

Activities: Manifest Construmat, Casa Barcelona, first Sustainable Thinking Forum, Construmat Awards, National and International Bricklayers' Contest, National Parquet Layers' Contest, Solar Decathlon Europe, first Hispano-Brazilian Building Forum, Pintudecora, Calormat, Stonemat, International Meeting Point, seminars, B2B meetings, congresses, compensations

Besides submitting solutions to the current recession, this new edition of Construmat

became the mouthpiece for the building sector's demands and proposals: over one hundred Spanish professional building associations subscribed to the Construmat Manifesto, a decalogue calling for support measures for the sector, an initiative set in motion by the Fira's Organising Committee.

Presentation of the Manifesto, which took place at the Barcelona Circle of Economy a few days before Construmat was officially opened, constituted the preamble to an edition marked by the sector's need to devise formulae by which to tackle the recession. To this end, Construmat opted for innovation, rehabilitation and sustainability as core themes and for internationalisation as a strategy.

In the field of innovation, the sixth edition of the Casa Barcelona project was presented which, for the first time in its history, made the transition from theory to practice, since the City Council had built a housing block in accordance with the parameters proposed for Avinguda Vallcarca.

Refurbishment projects had their forums in the Àgora, where several conferences were held; the Laboratori, where products and procedures for building refurbishment were presented; and the Ruta, where all exhibitors specialising in this building segment were grouped together.

With the collaboration of the Green Building Council España association, the Fira organised a number of activities by which to foster sustainable building, such as certifying construction products and processes by means of the green label (or Green Data Sheet), and the set of conferences under the Green Data Forum epigraph.

Prominent in the field of internationalisation, besides a programme for purchasers from different countries, was the organisation of the first Hispano-Brazilian Building Forum, at which representatives of professional associations from Brazil acquainted those attending with the business opportunities offered by that country, one of the so-called 'emerging' countries, and established trade contacts with several exhibitors. To all this we should add the announcement that a forthcoming edition of Construmat will be held in China, as an initiative on the part of the Fira to introduce our small and medium-sized firms into the Chinese market, one of the most dynamic in the world.

Construmat also set out to make a specific contribution to the sector's recovery in a more local context. To this end, the Day of the Distributor was held, at which wholesalers were able to buy materials at special prices; furthermore, on the last day the doors were opened to the non-professional public to enable end users to directly acquire products with which to carry out domestic refurbishment work.

Over 127,500 people, of whom 9,000 were from abroad, visited Construmat's most international edition: there were exhibitors from 35 countries and purchasers and professionals of 58 different nationalities were accredited.

+info www.construmat.com

Barcelona International Comic Fair

14-17 APRIL

MONTJUÏC. 29TH EDITION

Surface area: 19.000 m²

Exhibitors: 168

Nature: public

Activities: exhibitions, awards, round-table debates, workshops

Organiser: Ficomic

Comic strip enthusiasts filled Pavilion no. 8 on Montjuïc, the venue for the 29th edition of the International Comic Fair, an event that highlighted the dynamism of a discipline that goes far beyond simple entertainment.

Thanks to its varied programme of activities, the Comic Fair, which was visited by over 100,000 people, constituted a nucleus of recreational and cultural interest. Visitors' attention was focused on several thematic exhibitions: those devoted to zombies, the living dead that feature in films, television series, books and comics; to the legendary Tarzan; to the fascinating personality of cats; and to the attempted coup d'état that took place in Spain on February 23 1981, just 30 years ago, with comic strips published by the magazines *El Jueves* and *El Víbora*, which recall what occurred that day at the House of Deputies.

A series of rock concerts, a video-game area and encounters between professionals completed the programme of an event that also took to the streets, for the International Comic Fair organised nighttime film projections at a number of venues in Barcelona and Badalona.

The long list of Spanish and foreign cartoonists who attended the Fair attests to the high creative and artistic level of the present-day comic, now regarded as the 'ninth art'. Furthermore, and as on previous occasions, the event served as a point of contact and agreement between creators and publishers.

+info www.ficomic.com

Cosmobelleza & Wellness

The International Hairdressing, Beauty and Wellness Show

26-28 FEBRUARY

GRAN VIA. 17TH EDITION

Surface area: 38.000 m²

Exhibitors: 295

Nature: professional

Activities: technical seminars; training sessions; competitions; congresses; business rounds

Organiser: Grup Cosmobelleza

The latest trends in hairdressing, beauty treatment, cosmetics and makeup, hot-spring treatment and wellness were presented, once again, at Cosmobelleza & Wellness, one of the Euromediterranean region's major events devoted to all-round beauty.

This edition was attended by 295 exhibitors from Germany, Australia, Belgium, China, the United States, France, Italy, Jordan, Pakistan, the Netherlands, Poland, Portugal, the United Kingdom, the Czech Republic, Taiwan, Turkey, Ukraine and Venezuela. The event, therefore, has acquired great prestige worldwide and attracted 98,600 professionals, of whom 15% were foreigners from a total of 69 countries.

Cosmobelleza & Wellness organised several business rounds between manufacturers and distributors in order to foster trade contacts. As has become customary by now, training sessions took place at which the latest beauty-treatment techniques were taught. Prominent in this context were the 25th Aesthetics Congress, a classic for professionals in the sector, at which new developments in massage, makeup and treatments are presented, and the Barcelona Hair Fashion Parade, graced by the presence of Michael Shaun, the famous Hollywood star hairdresser.

Furthermore, practical sessions were held on beauty-treatment techniques (ultrasound cavitation, neocollagenesis, photoepilation, etc.), as well as the now traditional body makeup contest, seminars on hot-spring treatment and franchises, and demonstrations of nail decoration, one of the fastest growing segments in Spain in recent years.

+info www.cosmobelleza.com/es/feria.cosmo

E-commretail Barcelona

The Professional e-Commerce and Online Business Show

02-03 MARCH

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 6.700 m²

Exhibitors: 120

Nature: professional

Activities: seminars, conferences, master classes, ECOMM Awards prizegiving

Organiser: Fopren

Companies and professionals from several sectors related to technology and electronic trade services, social media, browsers, digital marketing, logistics and cloud computing, among others, met at a Fair that after only two editions has doubled in numbers of exhibitors and visitors.

The Fira has also become consolidated as a benchmark in a speciality, applicable to a host of sectors and economic activities, that is undergoing rapid expansion.

E-commretail organised numerous seminars, conferences and master classes imparted by a total of over 200 international speakers, who covered the range of experience in online marketing and electronic trade of firms like Google, Facebook, FC Barcelona, LinkedIn, Telepizza, Softonic, Munc, Cuatrecasas, Vodafone, ACB, Buy Vip, Privalia, Vente Privée, Pixmania, Euroleague Basketball, Fnac, McCann Eriksson, Herraiz & Soto, Cofidis, Fotocasa, Drupal and Joomla, among others.

Experts forecast an 18% increase in online sales in Europe during 2011 and a business turnover of 200,000 million euros. It was estimated that online sales in Spain would increase by 19%, reaching a figure of some 9,400 million euros, and that each Spaniard spends an average of 892 euros per year in online purchases.

On the occasion of the fair, the prizegiving ceremony of the ECOMM Awards 2011 took place, in recognition of the best Spanish electronic trade firms in the fields of services and technologies for electronic trade. Among the winners were Zara.com, Dressforless.es, Enepe.com, Rentamus.es and Hotel.info.

+info www.ecommretail.com

EIBTM

Exhibition for the Incentive, Business Travel and Meeting Industry

29 NOVEMBER - 01 DECEMBER

GRAN VIA. 8TH EDITION IN BARCELONA

Surface area: 42.900 m²

Exhibitors: 3.116

Nature: professional

Activities: conferences, seminars, workshops, business rendezvous, awards

Organiser: Reed Travel Exhibitions

EIBTM, regarded as the most important world event in its speciality, held one of its most successful editions with the presence of visitors and buyers from 90 countries, notably the United States, Germany, France, Spain, Italy, Russia, Poland, Holland, China and Brazil.

Among those attending were travel agents, tour operators, congress and convention centres, hotel chains, service providers and international event organisers from all over the world.

During the three days of the event the Fair was visited by some 15,200 buyers and travel planners, and meetings took place there to present all the new developments and trends in the sector and to decide where and how future events would be held. In this context, we highlight the fact that around 65,000 trade rendezvous took place, a figure that far surpasses that of 2010.

Prominent among new developments was the new space 'Experience for Future Events', a foretaste of what conferences and meetings will probably be like in forthcoming years and how technological innovations will influence the sector.

For the first time China officially presented its business tourism, congress and incentives travel programme, a field with major growth prospects in that country.

Other initiatives included the presentation of a new international study of the sector, the EIBTM Awards, several seminars, conferences, networking events, workshops, demonstrations and product promotions.

+info www.eibtm.com

Expo Ecosalud

Health and Quality of Life Show

01-03 APRIL

MONTJUÏC. 14TH EDITION

Surface area: 12.000 m²

Exhibitors: 188

Nature: professional and public

Activities: technical seminars, sectorial congresses, workshops, the manual therapy section, herbedietetic restaurant

Organiser: Interalia

Savouring Bach flower chewing gum that helps control the emotions; beds that eliminate stress; vibration therapy sessions with relaxation bowls that eradicate muscle contraction; the first natural anti-cholesterol tablet; and latest developments in bio-electromedicine were some of the highlights of Expo Ecosalud.

Over 500 manufacturers participated, a figure 10% higher than that of the 2009 edition. Accounting for 30% of the total number of exhibitors, one of the sectors best represented was that of natural therapies, which included latest developments in quiromassage, osteopathy, naturopathy, homeopathy, acupuncture and energy techniques. The sectors devoted to ecological products and dietetics and diet supplements accounted for 60% of exhibiting firms. Natural cosmetics, medicinal plants and remedial herbs completed the Expo programme.

Over 31,000 visitors, 42% of whom were professionals, took an interest in the latest developments and trends in dietetics, diet supplements, ecological products, natural therapies and healthy alternatives with which to keep in shape.

The fair also provided the setting for a total of almost 50 conferences, seminars and workshops related to therapies, all open to the general public. Prominent here was a master class on nutritional therapies and supplements, personal development and new technologies, one of the main speakers being Emilio Duró, an expert on motivation and leadership.

+info www.interalia.es/ / www.exposalud.net

Expohogar

Trade Show of Gift and Home Articles

21-24 JANUARY AND 24-27 SEPTEMBER

MONTJUÏC. 45TH AND 46TH EDITIONS

Surface areas: 8.000 m² (spring)

8.300 m² (autumn)

Exhibitors: 100 (spring), 124 (autumn)

Nature: professional

At its spring and autumn editions Expohogar presented the latest trends in gift articles, costume jewellery and fashion and decoration accessories.

The colour white and vintage-style rustic furniture were the central features of new trends

in interior decoration for the spring-summer season. As regards accessories, Panama-style raffia hats, denim and vaporous fabrics with liberty and floral prints made a strong comeback.

For its part, the autumn edition (Expohogar Tardor) revealed the exhibitors' ability and tenacity when it comes to presenting original, functional products at very reasonable prices to adjust to consumer demands at a time of economic recession. Among the novelties on show were portable photography studios, moneyboxes that act as mini cash dispensers, and multi-purpose scarves.

Also displayed were the latest trends in Christmas articles, such as perfumed candles featuring the aromas of turrón and champagne, Nativity scenes in fishing-village settings and even Christmas trees that release artificial snow and incorporate canned music.

Prominent trends in the interior decor section were style fusion, British refinement and Romanticism. Oriental influences, such as Japanese engravings or figures of Buddha, also made their presence felt, alongside natural materials such as wood, jute and linen. Outstanding among clothing accessories were bags, scarves and kerchiefs featuring animal prints.

+info www.expohogar.com

Expoquimia, Eurosurf and Equiplast

Mediterranean Applied Chemistry Congress

14-18 NOVEMBER

GRAN VIA. 24TH EDITION (EUROSURFAS) / 16TH EDITION (EXPOQUIMIA AND EQUIPLAST)

Surface area: 80.000 m²

Exhibitors: 950

Nature: professional

Activities: the closing ceremony of the International Chemistry Year in Spain, seminars, B2B rendezvous, congresses, workshops, symposiums, exhibitions

The Mediterranean Applied Chemistry Congress, which consisted of the simultaneous holding of Expoquimia, Eurosurf and Equiplast, was indeed one of the major industrial, technical and economic events to take place beside the Mediterranean. Approximately 38,000 professionals gathered at an event that proclaimed the importance of increasing sales and business contacts in order to reactivate the sector.

Expoquimia became the major point of encounter between industry and science, by providing the context for the presentation of over 200 new technical developments as well as organising over 50 activities as part of the scientific seminar programme, which brought together hundreds of speakers and congress-goers from both Spain and abroad.

In collaboration with the Spanish Chemical Industry Business Federation (Federación Empresarial de la Industria Química Española - FEIQUE), Expoquimia organised a number of trade missions: representatives of Argentinean, Mexican and Chilean professional and business associations attended the event to acquire both Spanish technology and Spanish products.

In response to the needs of such a broad sector as the chemical industry, the event provided an inlet for new sectors with the creation of Pharma Process, aimed at the auxiliary industry; Cosmetic Dati, which attracted all agents involved in cosmetic manufacture; and Food Innovation, which displayed the numerous contributions the chemical industry has made to food. These three thematic areas were added to those that were already there: Lab&Bio, devoted to firms specialising in biotechnology, and Compositesch, devoted to new materials.

On the scientific side, Expoquimia provided evidence, once again, of the high level of Spanish research, thereby obliging the Expoquimia R+D+i Awards jury to grant it two special mentions for the first time. These awards were given to a new process for generating agents against a molecule related to infections caused by the AIDS virus and involved in the appearance of cancer tumours, and a biotechnological process by which to manufacture a molecule that retards hunger pangs.

The closure of the commemorative events in Spain of the International Chemistry Year, which celebrated the centenary of Marie Curie's having been awarded the Nobel Prize for Chemistry, endowed Expoquimia'11 with huge added value.

On the other hand, Equiplast, the International Plastic and Rubber Fair, contributed to the plastic industry's reaching high levels of sales and business contacts.

Finally, the latest edition of Eurosurf, the International Paint and Surface Treatment Fair, in which over 150 firms participated, was attended by numerous purchasers from associated sectors, such as the motor industry.

+info www.expoquimia.com

+info www.equiplast.com

+info www.eurosurf.com

Expominer

The International Mineral, Fossil and Jewel Show

11-13 NOVEMBER

MONTJUÏC. 33RD EDITION

Surface area: 5.500 m²

Exhibitors: 125

Nature: professional and public

Activities: exhibitions, documentaries, workshops, drawing contests

Once again, Expominer brought together the largest collection of minerals, fossils, jewels and gems in Spain. The event, which year after

year strives to familiarise the public at large with geology, particularly primary and secondary school children, had two major protagonists:

On the one hand the prestigious palaeontologist Eudald Carbonell, famous for his role as co-director of the excavations in the Sierra de Atapuerca (Burgos) and for his activities as an educator, made his debut as chairman of the Show and participated actively in the programme by imparting a conference on the Homo antecessor.

Volcanology was another section that captured great interest: for the first time lava samples from the underwater eruption near El Hierro were put on public display and workshops were held on volcanic eruptions, co-organised with Barcelona University, the Jaume Albera Institute of Earth Sciences, of the Spanish National Research Council, and the Geological Institute of Catalonia.

The activities programme was completed with sessions on mineral photography, organised by the Catalan Mineralogical Association; the workshop 'After the traces of dinosaurs', organised by the Coll de Nargó Dinosaur Museum; the Show's traditional drawing contest; the 'Viu la Geologia' area, organised by the Barcelona University Geology Faculty; and the 'Els vidres d'or de Venèçuela' photograph exhibition.

+info www.expominer.com

Festival de la Infancia (Children & Youth Festival)

27 DECEMBER 2011 – 04 JANUARY 2012
MONTJUÏC. 48TH EDITION

Surface area: 43.000 m²

Exhibitors: 100

Nature: public

Activities: workshops, contests, games, parades, sporting activities

The Children & Youth Festival, which Fira de Barcelona has been organising since 1963 as one of the major family recreational events during the Christmas festivities, was attended by around 150,000 children and adults, who were able to choose from among over 150 sporting, educational, cultural and solidary activities.

In this edition, sport assumed an especially prominent role thanks to collaboration on the part of several entities, such as the FC Barcelona Foundation and the Barcelona Sports Institute, run by the City Council. At the Barça stand, which accommodated two soccer pitches, children were taught values such as fair play and respect for opponents. The most fortunate were even given the opportunity to play with Cesc Fàbregas, Andreu Fontàs and Thiago Alcántara.

The little ones were also able to become athletics champions: they competed at the mini-stadium built to commemorate the 20th

anniversary of the Barcelona Olympics and the holding, in 2012, of the World Junior Championships in Athletics. Likewise, the Port Aventura skating rink, the horse-riding area, the cycling and kart circuits and the Canal Panda ball sessions were a resounding success.

The workshops where children learnt to prepare healthy meals, cultivate an urban vegetable garden, make puppets from recycled paper and blow gigantic soap bubbles were also attended by many. Furthermore, the Festival featured new areas assigned to video games (which according to experts may contribute to the socialisation and intellectual development of children and young people), an example of the event's efforts to adapt to new times.

+info www.festivalinfancia.com

Fira d'Artesania (The Crafts Fair)

02-04 DECEMBER
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 2.800 m²

Exhibitors: 120

Nature: public

Activities: workshops and demonstrations

Organiser: Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Catalan crafts were the protagonist of the products fair held with the purpose of creating an exhibition space and stimulate direct sales to the consumer, given the proximity of the Christmas festivities.

The Fair was attended by over 120 exhibitors from all over Catalonia, representing a variety of sectors and metiers: fashion accessories, jewellery, articles for the home, gift items and interior decoration elements, among others.

Located in Pavilion Z-6, the event premises were divided into three major areas: one devoted to items for different parts of the house (kitchen, table, bathroom); a second, focusing on the realm of space, where visitors could buy products linked to interior decoration and household furniture. Finally, the third area was given over to personal accessories (fashion, jewellery, costume jewellery...).

Addressed essentially to families, the Crafts Fair organised a wide range of activities such as children's workshops (on frosted glass and on working with pelts), live demonstrations of different metiers (ceramics, engraving on leather, textiles, religious image making, costume jewellery, basket weaving, etc.), as well as a projection space showing audio-visuals on the subject of Catalan crafts, craftspeople and associations and entities that work to provide quality products, such as the Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya and the Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

+info www.ccam.cat

Feria disCapacidad & Empleo de Barcelona (Disablement and Jobs Fair)

08-09 JUNE
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 2.800 m²

Exhibitors: 75

Nature: public

Activities: round-table debates, conferences, workshops, painting and photograph exhibitions, sign-language theatre, prize-giving

Organiser: disJob.com

Under the motto 'Sí que som capaços' (Yes, we are able), the Barcelona Congress Hall provided the venue for the first Disablement and Jobs Fair, the aim of which is to facilitate disabled people's transition into the labour market.

The event became a meeting point for firms seeking permanent employees and professionals with some kind of disability who were looking for work. The considerable number of visitors became familiar with the type of profile in greatest demand and were able to make direct contact with companies, associations, foundations and centres specialised in job hunting.

Furthermore, several round-table debates were held for professionals on subjects related to social or labour integration, to accessibility and to corporate social responsibility. Workshops were also organised on how to draw up a good CV, how to be successful at interviews and how to be a social entrepreneur.

Other major activities included a painting exhibition by people with the Down syndrome, a theatre piece performed in sign language and a photograph exhibition on the theme of self-improvement. Likewise, the Disablement and Jobs Fair awards were given to several entities in recognition of their social commitment, and the Innova Discapacitat awards to the most innovative idea on transition into the labour market. The prize-winners were Repsol, the Spanish Electricity Network, Grup Sifu, the Focus Abengoa Foundation and the "la Caixa" Foundation.

+info www.feriadiscapacidad.com

FM&BS

Facility Management and Business Services
World Summit

28-30 JUNE
MONTJUÏC. 1ST EDITION

Surface area: 5.828 m²

Exhibitors: 100

Nature: professional

Activities: stands area, networking area, conferences

Reducing costs and optimising resources are the two main objectives pursued in the application of facility management and business services as tools of business management, both

addressed at the first FM&BS World Summit, held at the Montjuïc Congress Hall. The event forms part of the Fira's policy to launch new exhibition products.

According to experts, externalising services makes it possible to readapt firms to the current market situation, vary operational costs and concentrate efforts on firms' core business, thanks to which a saving of between 10 and 15% may be attained in expenses as well as a contribution made to increased productivity.

At the first FM&BS edition 25 speakers took part, outstanding among whom was Keith Alexander, architect and professor at Salford University (Manchester, UK), who is regarded as the 'father' of facility management; Helena Ohlsson, international director of FM at the Swedish firm IKEA; Terry Mills, vice-president of the corporate clients sector of ISS Europe (one of the world's most important firms in this sphere); and Salvador Torres, president of IFMA España.

The event enjoyed the support of IFMA España, one of the 18 international sections of the International Facility Management Association-IFMA, which serves as an umbrella organisation for all this country's professionals in the discipline.

+info www.fm-bs.es

The Mediterranean Dental Forum

07-09 APRIL
MONTJUÏC. 7TH EDITION

Surface area: 15.000 m²
Exhibitors: 136
Nature: professional
Activities: Congresses, round-table debates, seminars
Organiser: Puntex

The Mediterranean Dental Forum became consolidated as a major business and knowledge platform for professionals in the field of dental hygiene. This edition brought together over 10,000 specialists (including dental surgeons, hygienists, prosthodontists and speech therapists), as well as students and suppliers, most of whom came from Catalonia and the Balearic Islands.

A prominent feature of the event was the scientific programme, which included seminars and conferences at which the latest developments and challenges in the sector were discussed. Developments presented included new digital methods in the field of orthodontics, alternative dental prosthesis manufacture methods and novelties in aesthetic dentistry, CAD/CAM dental systems, and digital radiography and implantology, a speciality that has registered a great demand in recent years.

The event also featured an exhibition area in which products and technologies were

displayed linked to diagnosis, prevention, treatment and dental hygiene, such as enamel whiteners, pain mitigation methods and dental implant systems.

As from the forthcoming edition, to be held in 2013 at the Gran Via venue, the Mediterranean Dental Forum will be organised by Fira de Barcelona in close cooperation with the Professional Dental Surgeons and Stomatologists Association of Catalonia (Col·legi d'Odontòlegs i Estomatòlegs de Catalunya - COEC), and it will aim to enhance its national leadership in the field and boost its international character.

www.forum-dental.es

Glassman Europe

The Glass Fair

25-26 MAY
MONTJUÏC. 19TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 5.800 m²
Exhibitors: 100
Nature: professional
Activities: Conferences; presentations
Organiser: Quartz Business Media

For the first time, Fira de Barcelona held one of the world's most important events in the glass industry sector, at which the latest advances were presented in the manufacture and processing of his material. For over two decades, this has been a benchmark event not only in Europe but also in America and the Middle East.

At this Barcelona edition, over one hundred national and international exhibitors presented new developments in the spheres of raw materials, machinery and technology. The main industrial and technical facilities and items included processing plants; kilns; combustion equipment; heat-resistant products; machines for laboratory services and analysis equipment; process control, technical assistance and capacitating systems; and 'keys-in-hand' plant construction services.

Besides the demonstrations, one of the most interesting aspects of the event was the comprehensive programme of conferences, delivered by representatives of different firms and by experts in the sector.

The European Union is the world's leading glass producer and consumer, followed by the United States and Japan. Spain is Europe's fourth most important producer. However, one of the central issues addressed at Glassman was access to the emerging markets of Asia and Latin America, particularly Brazil, China and Mexico, as well as to those of the Arab Emirates. In this context, Glassman sought to foster the establishment of numerous business contacts with potential customers.

+info www.glassmanevents.com/europe

Globalgeo

The International Geo-information Show

15-17 MARCH
MONTJUÏC. 5TH EDITION

Surface area: 2.200 m²
Exhibitors: 30
Nature: professional
Activities: International Geomatics Week, seminars, conferences, debates

Geo-information, which is becoming increasingly present in everyday activities, opens up major business opportunities, above all for technological firms. In this context, Globalgeo revealed the potential of an industry that is growing at an annual rate of 35% in the US, and the latest developments were exhibited in cartography, geographic information systems, photogrammetry, teledetection, geodesy, topographical surveying, navigation by satellite and intelligent transport systems.

Among the most innovative products, several geoservices were presented that make it possible to improve mobility in cities, optimise resources, foster transparency in administrative circles and manage civil defence emergency action (applications by which to verify traffic conditions in real time; geo-information systems that locate the site of an accident on the map; and new processing technologies of images captured by radar or unmanned aircraft).

In this edition, at Globalgeo the scientific programme was enhanced by the organisation of around 150 seminars and by participation on the part of over 250 national and international specialists, like Sanjay Patel, in charge of Google Geo in Europe. Other outstanding aspects were the TIG-SIF Forum cycle of conferences, devoted to geo-information applications in the urban sphere.

In the framework of the show, the 9th International Geomatics Week was held, which focused on maps of the future: they will be in three dimensions, with enhanced reality, and will feature all kinds of information (texts, photos, sounds and videos). World-renowned speakers attended the event, such as Monika Sester, from Hannover University, and Carmen Aguilera, of the European GNSS Supervisory Authority.

+info www.globalgeobcn.com

Graphispag

International Print Media Exhibition

22-26 MARCH
GRAN VIA. 12TH EDITION

Surface area: 23.000 m²
Exhibitors: 668
Nature: professional
Activities: congresses, the Adobe Digital Workshop, seminars, conferences, exhibitions, homages, Marco de Oro and Liderpack awards

Graphispag celebrated its 45th anniversary as a benchmark event, convinced that the sector

must undergo restructuring, embrace international market trends and harness new technologies in order to reinvent graphic products. With a view to extending its offer and increasing its synergies with the world of visual communication, for the first time ever Graphispag was held concurrently with Sonimagfoto & Multimedia.

The show attracted approximately 39,000 professionals, 7% of them from abroad, mainly from Portugal. Graphispag exceeded initial expectations and this edition contributed to reviving trade contacts and business activity, thereby infusing a spirit of optimism into graphic firms at a key strategic decision-making time when it comes to finding one's place in the scenario that will emerge from economic recovery and facing the change of cycle imposed by advances in the fields of digital contents and screens.

The congress and the twenty or so technical seminars, oriented towards identifying growth opportunities, were attended by over 3,500 people.

In order to commemorate its anniversary, Graphispag exhibited 45 hitherto unpublished posters by some of Spain's best designers, and paid tribute to the 16 exhibiting firms that participated in the first edition, back in 1966.

Furthermore, the Marco de Oro prizes were awarded for Serigraphy, Tampography and Digital Printing, and the Liderpack prizes for Packaging, Wrapping and Sales-Outlet Advertising, both corresponding to the year 2010 and organised annually by Hispack and Graphispag Asociació.

+info www.graphispag.com

Infarma

Pharmaceutical and Parapharmacy Specialities Show

01-03 MARCH

MONTJUÏC. 10TH EDITION

Surface area: 7.000 m²

Exhibitors: 206

Nature: professional

Activities: European Pharmacy Office Congress

Organisers: the Official Pharmaceutical Association of Barcelona and Interlalia

In 2011, the benchmark rendezvous for professionals in the pharmacy industry exceeded all expectations by attracting over 2,200 congress-goers and 23,000 visitors, around 10% more than the previous year.

Thanks to the presence of over 200 exhibitors, Infarma presented the sector's latest products, such as new medicines and applications in the fields of dermatopharmacy, nutrition, phytotherapy, homeopathy, optics, orthopaedics and healing material. Furthermore, new trends were presented in commercialisation and distribution, installation, decoration, medical attire and assessment.

The show also featured a broad scientific programme of conferences, workshops and round-table debates as part of the European Pharmacy Office Congress. The sessions, in which institutions, firms and over 130 specialists from all over Europe took part, served as a showcase for the latest research and development projects for new drugs and as a place to debate the sector's challenges in such varied fields as improving pharmaceutical attention, the introduction of electronic prescriptions, interprofessional collaboration and further training.

From its inception in 1993 until 2011, Infarma was a two-yearly event held at Fira de Barcelona. Henceforward it will be annual and will be held alternately in Barcelona and Madrid. For the event organisers, the new situation marks a major step forward for the sector, since it involves joining forces with the main official associations in this discipline.

+info www.interlalia.es/www.infarma.net

ITMA

The International Textile Machinery Show

22-29 OCTOBER

GRAN VIA. 16TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 200.000 m²

Exhibitors: 1.350

Nature: professional

Activities: conferences, seminars, the World Textile Summit

Organisers: CEMATEX, in collaboration with the Multisectorial Firms Association (Asociación Multisectorial de Empresas - AMEC)

The world's most important textile machinery and technology show, instituted by the European Committee of Textile Machinery Manufacturers and held every four years in one of the countries on the Old Continent, took place in Spain for the first time since its inception in 1951.

The event's 16th edition, which occupied practically the entire Gran Via precinct including the new pavilions 5 and 7, broke all internationalisation records: 1,350 exhibiting firms took part from 45 countries, including 90 from Spain, and over 100,000 professionals from a total of 138 countries visited the Show.

Over 90% of these visitors came from abroad, particularly from Italy, India, Germany, Turkey, Brazil, France, Iran, Portugal and the UK, with a prominent presence of potential buyers from the main textile centres of Asia and Latin America, as well as those of delegations from 27 countries and from the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Spain provided almost 9% of visitors.

Given the current world recession context, those responsible for organising the event very positively valued both the number and quality of visitors and the level of contacts and business reached, as well as determination of the part of the textile and clothing industry to invest and innovate.

Indeed, at ITMA the latest developments and trends were presented in the field of textile machinery and technology. The edition was characterised by the success of the fibres and yarns sector, present at the Show for the first time, and by growing concern for sustainability and technological solutions respectful towards the environment.

In this context, research and education were two of the core themes of the event, enhanced by the presentation at the Research and Education Pavilion of projects developed by 47 universities and institutes in 20 countries, at which prestigious speakers delivered talks.

On the other hand, a comprehensive parallel programme of high-level conferences and seminars was developed under the generic title of Conferences@ITMA, in which around 700 professionals participated.

Outstanding here was the World Textile Summit, the main speaker at which was former United Nations secretary general Kofi Annan. Also held were specific meetings on sustainability, chemical applications and trends in the textile industry, as well as encounters between young entrepreneurs in the sector.

The economic impact of ITMA on the city of Barcelona was calculated at around 800 million euros. At the end of the event, which was regarded as a success at all levels, the will became manifest on the part of the Government of Catalonia, the Barcelona City Hall and Fira de Barcelona, among other institutions and organisations, to make Barcelona the host for the next edition.

+info www.itma.com

Low Cost Motor

Secondhand Vehicles Opportunity Fair

4-13 JUNE

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 9.500 m²

Exhibitors: 38

Nature: public

Organiser: Gremi de Venedors de Vehicls a Motor de Barcelona -GVVM

Veritable bargains in fully guaranteed second-hand cars at highly reasonable prices. The Gremi de Venedors de Vehicls a Motor de Barcelona -GVVM once again organised a Show with very interesting offers just before the summer, the season traditionally marked by increase in bargain vehicle sales.

Despite the difficult economic juncture and associated credit cutbacks, the results proved to be satisfactory for the 38 exhibitors who took part. In the space of ten days, they sold a total of 230 vehicles (almost one quarter of the 1,000 on display) for an estimated value of 3.5 million euros. Moreover, a total of 50 further operations were set in motion at the concessionaires'

offices after the Show had come to a close. These figures denote a sales increase of 50% over those of the previous year.

The exhibiting firms strove to offer visitors the best quality/price ratio, and all the cars were thoroughly overhauled to near-perfect condition. The offer of at least one year's warranty and other advantages significantly boosted sales, especially during the last weekend of the show. It is reckoned that some 25,000 people visited the event.

The Association very highly valued the results of the show, stating that the Catalan second-hand market has the capacity to hold two major annual shows in Barcelona —Low Cost Motor and the Salón Ocasión de Fira—, both specialising in nearly-new vehicles, as well as to organise local events elsewhere during the year.

+info www.gvwm.es

Magic Internacional

The Spiritualism, Parascience and Alternative Therapies Fair

04-06 NOVEMBER

MONTJUÏC. 7TH EDITION

Surface area: 5.615 m²

Expositors: 150

Nature: public

Activities: workshops, conferences, demonstrations, film sessions

Organiser: D'Arbó Productions

Attended by over 51,000 visitors, the international parascience and alternative therapies fair proved once again that it is among the most important of its kind in Europe. For the seventh year in succession the event was held at the Montjuïc venue, where over 150 exhibiting firms presented a wide gamut of products ranging from books and DVDs on new spiritualism and alternative medicine to tarot cards, stones with healing properties and amulets. The public was also given the opportunity to consult the over 500 professionals at the Fair on matters of self-help and personal growth, orientation and healing, palmistry and clairvoyance.

On the other hand, once again the Fair featured a full training and dissemination programme. In 2011, the event included conferences, workshops and demonstrations delivered and imparted by over 50 specialised teachers, therapists, writers and journalists, both from Spain and from the rest of Europe and America.

In this edition a prominent role was played by legends related to the Christmas season and rituals linked to the new years and winter solstice. Furthermore, several sessions were organised on metaphysical and parascientific practices such as reiki, regressions, channeling and feng shui. Magic, which once again featured a sessions of spiritual cinema, had

for the first time a music therapy and conjuring room with white magic, biodance and mentalism performances.

+info www.magicinternacional.co

MiBoda

Fair specialising in Wedding Solutions

19-20 NOVEMBER

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 8.407 m²

Exhibitors: 100

Nature: public

Organiser: Flaqué Internacional

Couples intending to marry found at MiBoda everything they needed for the great day. Thanks to the presence of the most prestigious manufacturers, visitors became acquainted with the latest in wedding dresses, groom's attire, items for parties and ceremonies, accessories, catering, decoration and furniture, jewellery, photography and video, car hire, travel agencies, florists, printers, gifts and guest reception, wedding lists, music and entertainment, hairdressing and makeup and a long etcetera.

Consequently, over two days and in the same venue the public had at their disposal a wide range of products and services, presented by the hundred or so exhibiting firms, and the opportunity to plan practically all details related to the ceremony, which made the fair a major display window for trends in the wedding industry. Likewise, MiBoda became consolidated in its second edition as a benchmark commercial platform for professionals in the sector by promoting sales and new contacts.

Besides examining the latest novelties, those visitors who so wished set to organising their wedding there and then: ordering the rings, the invitations, gifts for guests, the wedding car, the photographer... even contacting professionals specialising in livening parties, in makeup or hairdressing or booking the reception and the honeymoon trip, among other services. MiBoda offered visitors everything they needed for a made-to-measure wedding.

+info www.miboda.cat/es

Mobile World Congress

15-18 FEBRUARY

MONTJUÏC. 6TH EDITION IN BARCELONA

Surface area: 56.556 net m²

Exhibitors: 1.400

Nature: professional

Activities: directors' summit, conferences, technical sessions, App Planet

Organiser: GSMA in collaboration with the Fira de Barcelona

Few industries enjoy the good health of the mobile communications sector. The 2011 edition of the Mobile World Congress revealed once again that this is one of the strongest and most innovative economic sectors with greatest growth potential.

The over 1,400 firms present at the event confirmed that the mobile ecosystem has a prosperous future ahead of it, also corroborated by the fact that over 60,000 people visited the congress as opposed to the 49,000 in 2010.

The ministerial GSMA programme also registered record figures having brought governmental delegations from 131 countries together in Barcelona.

During the four days of the Congress, the executive directors of firms such as America Mobile, AT & T, China Mobile, Cisco Systems, Ericsson, Google, HTC, Intel, Microsoft, Nokia, NTT DoCoMo, Qualcomm, RIM, Telefónica, Twitter, Vodafone and Yahoo discussed the trends that will define the mobile industry in the future.

As a supplement to the main programme, the Mobile World Congress conferences addressed a wide gamut of themes, ranging from applications in the field of advertising to banking, health, web capacity and next-generation technologies. The second edition of App Planet, an event designed to bring together in a specific place all the critical elements of the mobile applications ecosystem, received over 12,000 developers and hosted conferences organised by several firms, prominent among which were Macworld Mobile, aimed at Apple and OS programmers. Another major App Planet attraction was the Mobile Cloud Forum, which focused on applications and services supplied directly from the Internet through smartphones.

The Mobile World Congress is organised by GSMA, the global association that represents the interests of nearly 800 telephone operators in 220 countries and of over 200 technology and contents supply firms. Fira de Barcelona, as one of GSMA's partners, once more assumed responsibility for on-line pre-authorisation, in situ authorisation and access control while the Congress was in progress, as well as for the event's organisation and logistic management, for catering and for attending to the needs of exhibitors and visitors alike.

Barcelona, Mobile World Capital

Links between the mobile phone sector and Barcelona became further strengthened in 2011: GSMA designated the Catalan capital as Mobile World Capital for the 2012-2018 period. This project, the economic impact of which over these six years is estimated at around 3,500 million euros, rests on four pillars: the Mobile World Congress and Mobile World Hub, which focus above all on the industrial and business sectors, and the Mobile World Centre and Mobile World Festival, geared more towards society in general. Barcelona thus became the world reference point for mobile technology.

+info www.mobileworldcongress.com

Nivalia & Outdoor Sports

4-6 NOVEMBER

MONTJUÏC. 21ST EDITION

Surface area: 4.000 m²

Exhibitors: 51

Nature: public

Activities: competitions, demonstrations, circuits

The Nivalia & Outdoor Sports Fair returned to Montjuïc with a format adapted to the economic juncture and a highly practical and commercial approach by which to boost the sales of the participating sports establishments, which besides presenting the latest developments in the sector offered products from the previous year's stocks at half price. Prominent among the articles that sold most were skis and snow surf material.

Discounts and promotions prompted the public (mostly young people and families) to buy technical items, accessories and skiing material and to make new-season getaways to ski resorts.

In this context, the ski resorts of Catalonia, the South of France, Andorra and the Italian Alps presented their latest novelties and began to sell forfeits for the 2011-2012 season. Also present were several travel agencies specialising in snow, which operate mainly through the Internet and presented their offers for weekends, bank holidays and Christmas.

Visitors noted that prices of stays with forfeits had dropped an average of 15 % with respect to those of previous years, and that bookings were usually made at the last minute to take advantage of the best offers.

Nivalia offered visitors a comprehensive family recreation programme, featuring Pop This Tour, an urban snowboard high-jump contest for young people aged between 15 and 25, a children's rockdrome, mountain bike circuits and demonstrations showing how to use snow rackets.

+info www.nivalia.com

Ocasión

The Show of the Guaranteed Vehicle

02-11 DECEMBER

MONTJUÏC. 31ST EDITION

Surface area: 11.000 m²

Exhibitors: 45

Nature: public

The Show of the Guaranteed Vehicle (Ocasión), organised in collaboration with the Catalan Federation of Motor Vehicle Salespeople (Federació Catalana de Venedors de Vehicles de Motor - FCVM), registered excellent results, as corresponds to an economic juncture in which people are very much on the alert for bargains. In the space of ten days 706 nearly-new vehicles were sold, 36% more than in 2010, for a total of almost 15 million euros.

On sale were mostly mid-range vehicles, priced between 12,000 and 24,000 euros, although cars were exhibited to suit all tastes, needs and pockets, from smaller economical cars to the premium segment and even the occasional limousine.

All the world's leading makes were present at the show, through their bargain vehicle divisions, official concessionaires and dealers. 1,425 vehicles --from km0, management, fleet and renting services-- were displayed, all under five years old and overhauled by the firm Dekra to guarantee their perfect condition. The average price of vehicles on sale was 70% of their original market price.

The participating makes expressed their satisfaction with the results and with the Show as a boost to the second-hand vehicle market in Catalonia, since it is not only during the event that transactions take place. On the contrary, sales continue at the exhibitors' stands after the show has closed. At Ocasión 2011, over one hundred vehicles were sold after the event had closed its doors.

+info www.salonocasion.com

Personal España

Professional Human Resources Exhibition

23-24 MARCH

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 4.000 m²

Exhibitors: 40

Nature: professional

Activities: Conferences, debates, interview areas, workshops, technical seminars

Organiser: Spring Messe Management

Coinciding again with the Training and Jobs Week, the Professional Human Resources Exhibition, Personal España, once more became the reference point for executives and experts in this field and for personnel selecting firms in this country. Dialogue, discussion and face-to-face communication between suppliers and customers are decisive characteristics of this consolidated event.

Besides the commercial offer of products and services for the human resources field, what stood out particularly was the formative side, which focused on essential issues such as talent retention, business management models and team work. Over 30 debates, conferences and practical demonstrations were held by which to analyse the latest trends in human resources adapted to the current economic juncture and to a new technological environment, which is becoming increasingly consolidated.

The main speakers at this edition were Tomás Pereda, Director of Human Resources at Hertz Energy; Jil van Ayle, a specialist in solidary teaming; Amparo Díaz-Llauró, who concentrated on how to trap talent in the social networks;

Humberto Salerno, a writer and journalist who provided firms with the keys to motivating their staff and fostering talent, multiculturalism and team work.

On the other hand, in the Action Training area the workshops on motivation, coaching, 2.0 schedules and personnel selection from the social networks were very well attended, as was Meeting Point, a place where professionals could exchange experiences and information.

+info www.personal-espana.com

The International Pet Week

29 SEPTEMBER – 02 OCTOBER

MONTJUÏC. 1ST EDITION (2ND MASCOTA / 4TH IBERZOO / 46TH AVEPA CONGRESS)

Surface area: 30.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: professional and public

Activities: professional conferences, dog hair-dressing and beauty contest, fashion parades, training displays, exhibition of animals of different species

Organisers: Fira de Barcelona (Mascota), AEDPAC (Iberzoo) and AVEPA (Vets Congress)

Barcelona became the reference point for professionals in the pet business and animal lovers thanks to the 1st International Pet Week, the most important event of its kind in Spain. The initiative brought together the Mascota Show, the Iberzoo Fair and the Southern European Vets Congress.

The show was highly rated by the exhibitors, since the concurrence of manufacturers, distributors, vets and consumers in the same precinct and at the same time provided the opportunity to exploit synergies and to boost a sector with great development potential in Spain.

At the Mascota Show, held over the weekend, visitors were exposed to new market trends and were able to enjoy a number of activities, such as acrobatics and training displays, dog fashion parades, exhibitions of animals, rescue and drug detection demonstrations, beauty contests and an exhibition of over 150 aquariums and 400 tropical fish.

Simultaneously to this, the Iberzoo professional fair was held, organised by the Spanish Pet Product Distributors Association (Asociación Española de Distribuidores de Productos para Animales de Compañía - AEDPAC), held for the first time in Barcelona. The offer was exhibited of 110 national and international firms devoted to pet foodstuffs, accessories and healing.

Lastly, the Southern European Vets Congress (AVEPA-SEVC) was attended by experts from 31 countries and presented the latest advances in small animal health care.

+info www.salonmascota.com

+info www.iberzoo.com

+info www.sevc.info

Piscina BCN

The International Swimming-Pool Show

18-21 OCTOBER

GRAN VIA. 10TH EDITION

Surface area: 31.000 m²

Exhibitors: 300

Nature: professional

Activities: 3rd Ibero-American Sporting and Recreational Facilities Congress, Piscina BCN 2011 awards for Innovation and Sustainability, technical seminars

The show converted the city of Barcelona into the world capital of the swimming-pool sector, of wellness and of water facilities, thanks to the concentration in the Gran Via venue of the most important firms in the sector, 63% of which were international, from a total of 22 countries. It welcomed almost 19,000 visitors, 45% of whom were foreigners, from 127 countries, notably France, Italy, the UK, Sweden, Israel, Turkey, Russia, Germany, the US and Brazil.

The show provided an opportunity to observe the sector from close quarters, a sector which despite the recession is thriving thanks to exports and to having concentrated on renovation and maintenance of Spain's existing stock of swimming pools. With a total of over 1,100,000 units, Spain occupies fourth place in terms of number of pools and accounts for 7% of the world market in this sector.

Innovation and sustainability were the key concepts in the contest for the Piscina BCN 2011 awards. The Innovation prize went to the Davinci Magnapool System water filter, by the Australian firm Poolrite Europe, while the Sustainability prize went to Visendum ecological paving, by the Spanish firm Comaclara Systems.

The show also hosted the 3rd Ibero-American Sporting and Recreational Facilities Congress (Congreso Iberoamericano de Instalaciones Deportivas y Recreativas), which brought almost 150 professionals together in Barcelona. Moreover, a number of technical seminars were held, attended by 30 speakers and 350 professionals from home and abroad, that addressed such issues as the future of wellness, the situation of the swimming-pool market in other countries and the safety of water parks.

+info www.salonpiscina.com

Semana de la Formación y el Trabajo (The Training and Jobs Week)

23-27 MARCH

MONTJUÏC

THE EDUCATION FAIR

23-27 MARCH

MONTJUÏC. 22ND EDITION

Surface area: 17.000 m²

Exhibitors: 175

Nature: public

Activities: scientific, dynamisation, multi-media and languages areas, informative sessions for families, conferences on VT, student guidance

FUTURA

25-26 MARCH

MONTJUÏC. 8TH EDITION

Surface area: 1.880 m²

Exhibitors: 45

Nature: public

Activities: job-hunting workshops, conferences on professions with a future, business world seminars

Around 75,000 young recent graduates and professionals interested in furthering their studies attended, once again, the Training and Jobs Week, one of the major rendezvous of this country's education world.

Within the framework of the Week, the Education Fair was the showcase for the wide variety of higher and university studies available after Compulsory Secondary Education (Educación Secundaria Obligatoria - ESO), as well as for language-learning programmes, organised by the Spanish Association for Course Promoters Abroad (Asociación de Promotores de Cursos en el Extranjero - ASEPROCE).

As a new development, the cycles of Vocational Training (Formación Profesional - FP), regarded as one of the best means of access to the labour market, had a space to themselves, coordinated by the BCN Vocational Training Foundation, with the participation of specialised firms and centres which informed and advised interested parties about current qualifications in vocational training and job opportunities.

Among the main attractions of the event was the 'Research in Action' area, organised by Talència, the Generalitat institution devoted to fostering research in the scientific field, and the multimedia area of the Image and Multimedia Technology Centre of the Polytechnic University of Catalonia (Universitat Politècnica de Catalunya - UPC).

As in previous editions, the fair placed at students and their families' disposal the Student Attendance Service, where Educaweb experts advised them as to the type of training best suited to their preferences and aptitudes. Parallel to this, the Education Department of the Generalitat and the Interuniversity Council offered informative sessions and personalised guidance services to settle doubts as regards the academic itinerary one may follow after having passed the university entrance exam, the Bologna Plan or available grants and scholarships.

As part of the Training Week, Futura was also held, which provided information about master and doctorate degrees offered by both national and international centres: public and private universities, business schools, ongoing training

centres and professional associations. At times of recession, these studies are looked upon as good alternatives when it comes to acceding to an increasingly competitive labour market with a growing demand for skilled personnel.

Futura attracted recent graduates who wanted to specialise, unemployed graduates, and active professionals who sought better prospects. Furthermore, visitors were given the opportunity to take part in workshops on how to find employment and how to identify one's own potential and strong points, organised by the municipal bodies Barcelona Activa, and to attend the company Infojobs conference devoted to opportunities offered by professions linked to the Internet.

Parallel to this, the publication *Món Empresarial* organised a seminar at which to debate society's power to change the economic situation. The event was attended by representatives from numerous Catalan professional associations, authorities, universities and foundations.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com

SIL

The International Logistics and Materials Handling Exhibition

7-10 JUNE

GRAN VIA. 13TH EDITION

Surface area: 31.855 m²

Exhibitors: 600

Nature: professional

Activities: Conferences, technical seminars, awards, business meetings

Organiser: Consorci de la Zona Franca

The latest edition of the International Logistics and Material Handling Exhibition (SIL) was evidence of the good health of this event which, with over 600 firms, 100 worldwide developments and 250 functions. With the presence of approximately 51,000 professionals, the 2011 edition of SIL consolidated the exhibition as a benchmark event in the logistics sector.

With 40% of exhibitors coming from 63 countries, the exhibition was the scenario for the development of world-reference business in the logistics field. At this rendezvous, trade delegations from China, Turkey, Egypt and the United States, among other countries, held commercial interviews with the exhibiting firms.

Furthermore, the Exhibition organised a comprehensive programme of technical sessions attended by over 3,200 professionals. Once again, SIL constituted a meeting point for professionals and firms in the Mediterranean area by holding the ninth Mediterranean Logistics and Transport Forum and the fourth Mediterranean Ports Summit.

Prominent among the new developments at this edition was a new exhibition area: the SIL Logistics Transport Centre, which with the collaboration of the Transport Centres of Spain Association

(Asociación de los Centros de Transporte de España - ACTE) provided the venue for logistical and intermodal platforms and areas of logistics activity (or ZALs) from all over the country. Moreover, two new sectorial workshops were held devoted to electronic trade and chemistry.

+info www.silbcn.com

Snackex

13-14 JUNE

GRAN VIA. 14TH EDITION (1ST IN BARCELONA)

Surface area: 7.500 m²

Expositors: 155

Nature: professional

Activities: technical seminars

Organiser: European Snacks Association

Snackex, the only European show devoted to the snacks or savoury aperitifs industry, welcomed visitors from 70 countries all over the world. Almost half the visitors were from Western Europe, while the rest came mainly from Russia, Eastern Europe, the United States and China.

The exhibiting firms were devoted to the manufacture and/or marketing of savoury aperitifs, potato crisps, corn crisps, peanuts, other nuts such as almonds or pistachios, savoury biscuits, popcorn and rice products, among a wide range that embraces both classical products and each year's novelties.

The exhibition was also attended by processing, packaging and wrapping equipment manufacturers and suppliers, control laboratories, and firms devoted to aromatisers and condiments, labelling and codifying equipment, safety, logistics and distribution, and marketing and consultancy.

Snackex became established as a must both for manufacturers and for importers, exporters, dealers, retailers and distributors in a worldwide food sector characterised by strong economic potential.

Besides the product show, the exhibition also organised technical seminars at which crucial aspects for the sector were discussed, such as consumer information, food safety, market trends, sustainable production, innovation and the commercialisation of food for children.

+info www.snackex.com

Smart City Expo & World Congress

The Intelligent City Summit

29 NOVEMBER - 02 DECEMBER

GRAN VIA. 1ST EDITION

Surface area: 17.300 m²

Exhibitors: 118

Nature: professional

Activities: Awards, thematic areas, specialised sessions

By 2050 75% of the world population will be living in cities, which will constitute the main driving force behind society. This forecast forces us to reflect on how cities will absorb the population and manage existing resources in order to guarantee citizens' quality of life in a sustainable way.

The Fira de Barcelona, true to its commitment to new sectors of high added value and to environmental responsibility, created the Smart City Expo & World Congress, the international summit at which to address challenges in the field and contribute to redefining present-day cities.

The event brought together public authority executives, experts, professionals and firms that analysed the development and working processes of intelligent cities. Thanks to the combination between a top-level congress programme and an exhibition space in which the main firms belonging to this new economic sector were present, the event, from its very first edition, became an international reference point.

Attending delegations included those from Bangalore, Birmingham, Bologna, Buenos Aires, Malaga, Paris, Portland, Rio de Janeiro, San Francisco, Santander, Santiago de Chile, São Paulo, Seoul, Sydney, Tongxiang and Vitacura.

The congress was attended by 290 speakers and was structured in seven thematic areas: ICT Basis, Living & People, Urban Planning, Governance & Funding, Environment, Energy and Mobility. Among the speakers were some of the world's leading experts, such as Carlo Ratti, Director of the SENSEable City Lab of the Massachusetts Institute of Technology (MIT); Anthony Townsend, Head of Research at the Institute for the Future; and Jeremy Rifkin, father of the Foundation on Economic Trends.

The programme was completed by four parallel thematic events: Smart Spain, covering projects in Spain; Smart Rural, devoted to trends in the rural environment; Smart Green, on the importance of urban green zones and responsible consumption; and the International Railway Forum, which explored synergies related to the railway sector.

On the other hand, in order to provide as many opportunities as possible, the BcnRail exhibition was held to coincide with the Smart City Expo.

Furthermore, the European Vehicle Initiative, which brings together representatives of firms and public authorities in countries where use of the electric car is most widespread, chose Smart City as the venue for one of its Advanced Vehicle Leadership Forum sessions.

At the Expo the World Smart City Awards, were granted in recognition of major intelligent city projects. At its first edition, the prize-winners were Yokohama (Japan), in the city category; Nice (France), for its integral mobility management

programme; and Agbar, for the development of a tool by which to monitor and manage Barcelona's water resources and infrastructure.

+info www.smartcityexpo.com

Sonimagfoto & Multimedia

The International Photography and Image Expo

23-27 MARCH

GRAN VIA. 11TH EDITION

Surface area: 11.800 m²

Exhibitors: 200

Nature: professional and public

Activities: Aula Digital Adobe, Casanova Workshop, the Cromalite Photographic Set, 6th Sonimagfoto Scholarship, exhibitions and installations, conferences and Forum on Wedding Photography.

The world of photography and image held its biennial event par excellence at the Gran Via precinct. On this its eleventh edition, Sonimagfoto & Multimedia made its debut at a new location, where it coincided with Graphispag.

The latest edition of the International Photography and Image Expo revealed once again, with the advent of 3D video, that the sector knows no barriers. This new technology, like high definition or HDR, made it perfectly clear that innovation forms part of the DNA of the firms in the sector.

The Expo's unequivocal commitment to hitherto unshown exhibitions by prestigious photographers was highlighted with two of its main attractions: El color de la Ciutat Vella, by Joan Colom, and Through the Looking Glass, by Joan Fontcuberta. Colom presented a selection of best snapshots from his so-far unexhibited work in colour, while Fontcuberta designed an installation that reflects on the exhibitionism of self portraits and their proliferation in the social networks, as a mechanism both of seduction and of identity construction.

Quality training, intensive courses, workshops and conferences for professionals and amateurs in the world of the image and multimedia technology were also cornerstones of the Expo, as reflected in the activities programme where, once again, the Aula Digital Adobe and the AFP Workshops figured among the most successful events.

+info www.sonimagfoto.com

Swab

The Barcelona International Contemporary Art Exhibition

26-29 MAY

MONTJUÏC. 2ND EDITION

Surface area: 1.800 net m²

Exhibitors: 48

Nature: professional and public

Activities: concerts, debates, performances, exhibitions

Organiser: Barcelona Espai d'Art Contemporani Diezy7

The Swab exhibition became consolidated as one of the cultural events of the year in Barcelona and as an innovative alternative in its field. On this occasion it grew in exhibition space and works on show: 48 national and international galleries participated, 50 % more than the previous year, and it moved from Pavilion Z6, to Congress Hall 2 on Montjuïc venue.

Some of the best collections of contemporary art were presented with the aim of promoting creations by emerging artists and introduce young people to the world of collecting. Sculptures, paintings, drawings and videos were exhibited from 13 countries, notably France, Germany, the United Kingdom, the Czech Republic, Switzerland, Argentina, Mexico and the United States, apart from Spain.

Thanks to an agreement reached with Preview Berlin, Swab exhibited works from five Berlin galleries and, at the same time, a selection of Barcelona and Spanish galleries was provided with the opportunity to exhibit at the German show, held in September. New developments included Art Projects and MYFAF (My First Art Fair), with works from new galleries previously selected by a committee of experts, and the Swab Kids area, devoted to the little ones.

For the first time, the expo took contemporary art to the streets in the form of activities in several parts of the city. Under the title Swab Off, exhibitions, debates, workshops and performances were organised, outstanding among which was the exhibition Dibuix, representació i discurs de les col·leccions particulars d'art contemporani de Barcelona (Drawing, rendering and discourse in Barcelona's private contemporary art collections), in which 22 international artists took part.

+info <http://swab.es>

Taxi!!

The Taxi Fair

12-13 NOVEMBER

MONTJUÏC. 4TH EDITION

Surface area: 15.500 m²

Exhibitors: 42

Nature: professional

Activities: demonstrations

Organiser: Mosaik, Organización y Comunicación

Addressed to professional taxi drivers and to firms with interests in the sector, the fair devoted to the taxi opened its latest edition on the Montjuïc venue.

Following the example of specialised shows, such as those of Cologne and Paris, the event, which is held thanks to initiative on the part of Catalan professionals, has become consolidated as a meeting point for industries, com-

merce and services associated with the taxi in Spain. The aim of the sectorial organisations that contribute to its development is for the fair to become an event that combines relations between professionals with information on the latest developments on the taxi market and on future trends.

Taking part in this edition were firms that specialise in the automobile industry, accessories, vehicle adaptation, workshops, spare parts and tyres, taximeters, fleet management, GPS and technological systems, fuel, insurance companies, banking entities and funding services, training schools, communication services and safety systems.

Outstanding among the latest developments presented were the ecological fuels produced by Repsol and Gas Natural and a new system, created by a Catalan firm, which informs taxi drivers by mobile phone as to the places where there is greatest demand at a given time, such as when people leave a concert or at the end of a congress.

The Taxi Fair has now begun a new phase during which the event will be held alternately in Barcelona and Madrid.

+info www.firadeltaxi.cat

International Tourism Show of Catalonia

7-10 APRIL

MONTJUÏC. 20TH EDITION

Surface area: 40.000 m²

Exhibitors: 1.120

Nature: professional and public

Activities: the ACAV-SITC workshop, the Alimara awards, the Bloggers Meeting

New tourism formats and enthusiasm for travel were the keys to this edition. The Catalans, who generate almost 30% of national tourist activity abroad and 40% of total travel, once again flocked to the Show in search of information on destinations and offers both at home and on the international circuit.

For the first time, the show devoted its first day exclusively to professionals, around 3,300, who attended the sectorial rendezvous that the Catalan Travel Agency Association (Asociación Catalana de Agencias de Viajes - ACAV) organises annually, and the International Tourism and Law Congress.

On the other hand, the first Bloggers Meeting was attended by 40 travel specialist bloggers who shared their personal experiences with the over 300 visitors and gave useful advice on travelling round the world on limited budgets.

The guest country and city, Algeria and Bilbao, shared prominence with the Porta del Desert, an area given over to the Arab world; with the

Pink Corner, which focused on gay tourism; and with Expocruceiros, an area specialising in cruise offers.

Several prizes were given, organised in collaboration with the Centre d'Estudis Tècnics Turístics (CETT): the Alimara-Cat, which went to Oñati, of Oñatiko Garapen Eta Turismo Ajentzia, SA; the Alimara for state, autonomous and regional institutions, which went to the 'Astúries, ho diu tothom' campaign by the Sociedad Regional de Turismo, SA; and an award to the guidebook in Braille published by the Patronat de Turisme Costa Brava, Girona.

+info www.saloturisme.com

CONGRESSES AND OTHER EVENTS

Health and professional congresses

Throughout 2011 the Fira de Barcelona held numerous congresses and meetings, particularly in the field of the health sciences.

In this context we should pinpoint the Spanish Biochemistry and Molecular Biology Society meeting, attended by numerous researchers from both home and abroad; the International Environmental Epidemiology Society congress; as well as the Catalan Seminars on Arterial Hypertension and the Catalan Ophthalmology Society meetings.

Other congresses

- International Conference on Computer Vision
- Medicina "Update 2011", organised by the Medical and Health Sciences Academy of Catalonia and the Balearics
- World Rare Disease Day
- The Legal Office and Consultancy Congress
- The Tecnio Forum on Technology Transfer
- Wineries for Climate Protection
- United Family
- BAC Barcelona
- Magic: The Gathering Grand Prix Barcelona

Similarly, the Fira facilities accommodated fifty or so functions in the corporate and business, institutional and political, social, cultural and sporting sectors, as well as advertising spot filming and photograph sessions.

Music, sport and culture

By virtue of their special social importance, we pinpoint a number of events in the fields of music, culture, sport and leisure.

Prominent in the sports sphere were the Barcelona Marathon, the traditional Jean Bouin race and the Costa Brava Rally for veteran cars. And in the field of popular festivities, activities

associated with the Festes de la Mercè and the Cavalcade of the Magi.

Once again, the Gran Via venue became the nighttime venue for Sónar, the Barcelona Advanced Music and Multimedia Art Festival, organised by Advanced Music. The Festival attracted a total audience of around 85,000 people, of whom approximately half attended the nighttime sessions held between June 14 and 16. The daytime sessions, exhibitions and other activities such as Sónar Kids were held at the CCCB, the Macba, CaixaForum and the Auditori.

Sónar, a successful combination of avant-garde art and experimentation with electronic music, has become one of the benchmark festivals worldwide. Besides attracting an international audience, it has gone beyond our frontiers to hold editions in London, New York, Buenos Aires, São Paulo, Seoul, Frankfurt, Chicago and Tokyo.

Harley Days and the TV3 Marathon

Barcelona Harley Days, a highly popular event, has become thoroughly accepted in the city and the most important meeting for Harley Davidson owners and enthusiasts in Europe. The latest meeting, held in July, brought together around 18,000 Harleys from different parts of the continent and the world, many of which took part in the traditional 13-km-long procession of banners through the streets of Barcelona.

Enthusiasts were able to enjoy the facilities on Avinguda de Maria Cristina, guided itineraries, the Custom Bike Show, exhibitions of the latest models, simulators, classical and customised bikes, the Carpa Experience and numerous music and recreational activities.

In December 2011, Hall 1 in the Montjuïc precinct, ceded by the Fira de Barcelona, became the main telephone exchange for the TV3 Marathon, which on this occasion set out to raise funds for research into regenerative medicine and organ and tissue transplants.

AT THE SERVICE OF TRADE FAIR ACTIVITY

Throughout 2011, the intense commercial activity of the Fira de Barcelona focused on the proximity marketing strategy, offering the exhibiting firms integral services adapted to the market situation and the current recession context.

Over 4,800 visits were made to potential exhibitors, which meant a notable increase as regards 2010. The number of telephone contacts also grew, reaching the figure of 20,200, as well as on-line promotions, which led to an increase in the number of exhibitors.

It must be pointed out that these commercial relations, developed by teams with specific training, resulted in a major increase in the effectiveness of the visits, up to 39%, six points higher than in 2010.

The Fira teams concentrated much of their offer on 'packs', designed specifically for each show (space, construction of the stand, furniture, services, access to the Internet, parking, etcetera) through the ServiFira Project. In this context, it must be noted that 57% of participating exhibitors chose this modality, and that 30% requested the GastroFira catering services.

Furthermore, new products were commercialised, which meant a value increase for the client, such as on-line promotion and sponsoring.

Tools with which to foster trade contacts

With the aim of fomenting communication between visitors and exhibitors, thereby increasing business opportunities (what is known as 'business match'), the Fira developed a new platform which adopted social network practices in order to maximise participation in an event.

From visitors' point of view this platform made it possible to draw up and optimise beforehand a personal agenda for the period when each show was held since, in accordance with the profile of each visitor, the tool is able to suggest exhibitors of potential interest to whom meeting proposals may be made during the event. Furthermore, it provided the possibility to register for the different activities organised by exhibitors.

From the exhibitor's point of view, it provided the opportunity to contact potentially interested visitors and consult the meetings agenda before the event began. It also served as a marketing platform oriented towards visitors to invite them to participate in demonstrations and activities.

New catering venues

GastroFira put six new catering venues into operation at pavilions 5 and 7 of the Gran Via venue, two of which were managed by GastroFira itself and the remaining four by firms in the sector.

Throughout 2011 intense activity was developed with the rendering of restaurant and catering services for the major international shows, such as the Mobile World Congress, ITMA and EIBTM, among others, where the needs of organisers, exhibitors and visitors required culinary proposal adapted to a variety of dietary and cultural prerequisites.

Likewise, GastroFira contributed to the organisation of Barcelona Degusta, specifically in coordination of the Ágoras and Aules del Gust programmes and other gastronomic activities.

On the other hand, efforts continued when it came to offering maximum quality and absolute food hygiene guarantee through the introduction

of a range of totally recyclable or biodegradable single-use items.

During the year over 80,000 coffee breaks, 25,000 aperitifs and cocktails, 42,000 working menus, 2,500 picnics and 78,000 catering products were served directly to the stands.

Human Resources, an organisational change

In 2011, the main goal of the Human Resources Department was consolidation of the organisational changes resulting from the introduction of the 'New Value Proposal' or revision of the Fair's Strategic Plan agreed to in 2010. The purpose of these changes was to adapt as far as possible to demands on the part of the market and clients, with commitment to re-engineering processes, personalised management of exhibitors and visitors, and internationalisation. Commitment on the part of the entire organisation and internal communication were crucial to these processes.

Adoption of these measures made it possible to increase the number of people engaged in direct contact with clients, be they organisers, exhibitors or visitors. To achieve this, it proved necessary to redefine places and tasks to adapt them to the new objectives, to promote internally and select externally people with a commercial profile, and to train staff members in the execution of their new functions. It must be noted that 204 people attended training courses, with an average of 2.1 days each.

On the other hand, the trade fair institution continued to invest in labour risk prevention: once again the number of accidents dropped.

At the end of the year, the permanent Fira de Barcelona staff stood at 267 people.

Sustainability, commitment, CSR

Throughout the year, the Fira de Barcelona maintained its commitment to the environment and to sustainability as part of its Corporate Social Responsibility (CSR) policy.

Since 2011 the trade fair institution's exhibitor services dossier has included the possibility to acquire ecological stands and accessories, together with the 'carbon footprint' calculation and redress service, which identifies the sources of greenhouse-effect gas emission inherent to any activity.

The Fira transferred the over 1,100 tons of waste (paper and cardboard, glass, cans, cartons and so on), generated at events, to recovery plants for the production of recycled material. Part of the waste matter may be reutilised thanks to an innovative management model that makes it possible to transform such rubbish into solid recovered fuel (SRF) for processes with high energy demand, such as cement manufacture or electricity generation, and as a substitute for fossil fuels, which emit greenhouse-effect gases.

Pavilions 5 and 7 at the Gran Via venue epitomised the great efforts being made by the trade fair institution in favour of environmental sustainability. These new buildings, which were officially opened in 2011, feature state-of-the-art technology: ultra low-consumption led lighting; highly efficient systems of urban centralised air-conditioning (DHC); solar-heated domestic water; and free-cooling natural ventilation. The roofs of the new pavilions were exploited as a means to increase the venue's number of photovoltaic panels by almost 7,000, thereby reaching a total of 25,900 units, which increase annual generation by 5.86 GWh.

Likewise, the new facility control and management system was introduced which groups all the building's technical utility services together. This new procedure was developed specifically for the Gran Via venue.

The trade fair institution, together with other institutions and entities (such as the Port, Airport, Liceu, Provincial Council and RC Tennis) joined the Barcelona Tourism Executive Committee as an observer as part of the city's policy to become consolidated as a quality tourist destination and an innovator in the spheres of environmental responsibility and sustainability. After signing the UNESCO Responsible Tourism Charter in July 2011, Barcelona was granted the Biosphere World Class Destination by the Responsible Tourism Institute (RTI), an entity associated with UNESCO and the World Tourism Organisation (UNWTO).

On the other hand, the institution continued to collaborate with a variety of citizen's organisations in the development of solidarity campaigns. In December 2011, the Fira ceded Hall no. 1 at the Montjuïc venue as a huge telephone exchange for the TV3 Marathon, devoted on that occasion to raising funds for research into regenerative medicine and organ and tissue transplants.

Likewise, and particularly through its GastroFira department, the institution cooperated with the Food Bank Foundation by donating the food surplus generated by events, which has a limited useful life.

This solidary collaboration, which took the practical form of delivering 1,292 kilos of food to the Foundation in 2011, constitutes aid to people in precarious situations, converts non-marketable foodstuffs into sustainable resources, minimises environmental impact and increases the social value of the product and the firm.

Furthermore, the Fira de Barcelona managed to secure the presence of Caritas at the Expoquímia, Equiplas and Eurosurf stands, through the Fires amb cor (Fairs with a heart) programme, in turn part of the broader Empreses amb cor (Firms with a heart) project.

ECONOMIC RESULTS 2011

During the 2011 financial year the trends begun in 2008 were maintained, which are significantly altering the trade fair business. On the one hand we have the recession, which affects the main economic sectors represented at the most emblematic shows organised by the Fira; and on the other, the great efforts the trade fair institution makes to innovate in shows, in international expansion and in new products designed to meet social and business demands.

To analyse business evolution, the schedule for the main Fira de Barcelona shows must be taken into account. In 2001 two-yearly shows were held by sectors currently very much affected by the recession, such as Construmat and the Motor Show, which yielded profits lower than those of the previous edition. Also in 2011 three-yearly shows were held, such as Graphispag, Expoquímia, Equiplast and Eurosurf, which were also affected by the consequences of the recession.

Even so, it must be said that despite the 'schedule effect', a results homogenisation trend was observed, thanks to the specific weight exerted by the major annual shows and events. Alongside this, the consolidation must be pinpointed of Bizbarcelona and The Brandery, with their January and July events, and the highly successful first edition of the Smart City Expo, a world congress where solutions for intelligent cities were expounded and discussed.

The shows and congresses staged by external organisers continued to generate high business turnover. In this context, and by virtue of their great economic and media impact, we should pinpoint the Mobile World Congress, the 2011 edition of the international textile machinery show ITMA, Carbon Expo and EIBTM, among others.

Operational costs in 2011 amounted to 103.6 million euros, which represents a 2.3% increase compared to those of 2009 (101.2 million euros). Greatest increase was noted in service and exterior show expenses, due to their greater volume of activity. Structural costs, however, dropped significantly from 25.3 million euros in 2009 to 21.1 million euros in 2011, thanks to the savings plan introduced in 2008.

Lastly, in 2011 a restrictive policy was applied to investments, although for reasons of operability 2 million euros were assigned to improving facilities in the Montjuïc precinct and to enhancing the computer development programme.

INTERNATIONAL DELEGATIONS

Algeria

Bcn Promotions
Jessica Abdouhali
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analía Wlazlo
Tucumán, 1625 (2.º A)
1055 Capital Federal
Buenos Aires - Argentina
Tel.: +54 11 43723519
Fax: +54 11 43723519
argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
austria@firabcn.es

Belgium

Koraal Consulting
Micolé Smits / Oscar Van Zetten
Heerleenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Bolivia

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191,
Oficina 906 - Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
bolivia@firabcn.es

Brazil

CNBE, SL
Jorge Solé Pérez / Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3 -
Jardims 01412-100
São Paulo - Brazil
Tel.: +55 11 3063 1067
Fax: +55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

Canada

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
8, West 34th Street, Suite C117
New York - United States
Tel.: +1 212 564 0404
Fax: +1 703 229 4176
canada@firabcn.es

Chile

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Chile -
Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

China

NoeChina
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion, no. 211
Urumchi (N) Rd., Jingan Distr.
200040 Shanghai - China
Tel.: +86 21 516 96889
Fax: +86 21 510 79779
china@firabcn.es

Colombia

Cámara de Comercio
Colombo Catalana
Passeig de Gràcia, 48 - 1º Bis, 2ª
08007 Barcelona - Spain
Tel.: 93 514 3959
Fax: 93 215 4382
colombia@firabcn.es

Czech Republic

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
Czech Republic
Tel.: 00420 608 434 268
czechrepublic@firabcn.es

Ecuador

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
- Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
ecuador@firabcn.es

France

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Germany

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +4970 7136 55 95
Fax: +4970 7136 55 96
germany@firabcn.es

Holland

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs Communications Int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., no. 255, Ien Chi Street
Taipei, 10696 - Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD
YogitaKackar
217-B (2nd Floor) OkhlaIndustrial
Estate - Phase III
New Delhi - 110020 - India
Tel.: +91 11 4279 5000
Fax: +91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Ireland

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
London NW1 5RA - England
Tel.: +44 2077 238416
Fax: +44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
Sergio Vinitzky
Corex House, 10 Zarchin St. -
PO box no. 3030
Raanana 43662 - Israel
Tel.: +972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax: +972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Italy

Expo Consulting
Marc Barozzi
Via Brugnoli, 8
40122 - Bologna - Italy
Tel.: +39 051 649 31 89
Fax: +39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Luxembourg

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg, 10
6132 CM Sittard - Holland
Tel.: +31 46 400 04 46
Fax: +31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Mexico

TMC Parking de México S.de.RL
Emma Ayala / Martin Olle
C/Norte 68 # 10068
07410 México DF - Mexico
Tel.: +52 55 5737 1230
Fax: +55 5715 5766
mexico@firabcn.es

Morocco

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: 33 1 47 07 29 39
Fax: 33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

Peru

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
- Providencia
Santiago de Chile - Chile
Tel.: +56 2 657 24 37
Fax: +56 2 657 24 36
peru@firabcn.es

Poland

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Lucka, 7/9
00-842 Warsaw - Poland
Tel.: +48 22 658 6737
poland@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Águas
PO Box 32 - 2894-909
Alcochete - Portugal
Tel.: +351 212 348 016
Fax: +351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Russia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscow - Russia
Tel.: +7 495 642 46 90
Fax: +7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Slovakia

Mercados Exteriores
Consulting & Events
Petra Bartakova
Na Šutce 14, 182 00, Praha 8
Republika Chec
Tel.: 00420 608 434 268
slovakia@firabcn.es

Switzerland

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen - Germany
Tel.: +49 7071 36 55 95
Fax: +49 7071 36 55 96
switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs Communications Int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., no. 255, Ien Chi Street
Taipei, 106 - Taiwan
Tel.: +886 2 2708 0927
Fax: +886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Tunisia

Bcn Promotions
Jessica Abdouhah
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris - France
Tel.: +33 1 47 07 29 39
Fax: +33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turkey

Senexpo Uluslararası A.S.
Seda Kanatoglu
HurriyetMh. Dr. Cemil Bengü
Caddesi no. 103 D.1 Sisli
Istanbul - Turkey
Tel.: +90 212 224 68 78
Fax: +90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ukraine

Mercados Exteriores
Consulting & Events
José Montoro Cardeña
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscow - Russia
Tel.: +38 044 468 52 80
Fax: +7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es

United Kingdom

Expandys Limited
Emmanuel Bisi / Claire Gracia
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road, Suite 2.02
London NW1 5RA - England
Tel.: +44 2077 238327
Fax: +44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

United States

PB Marketing International
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
7 West 34th Street, Suite 117
New York - United States
Tel.: 001 212 564 0404
Fax: 001 703 229 4176
usa@firabcn.es

Uruguay

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 - 2ªA (1055) Capital
Federal - Buenos Aires - Argentina
Tel.: 0054 11 4372 3519
Fax: 0054 11 4371 0083
uruguay@firabcn.es

Edita**Edited by**

Fira Barcelona
Direcció General
Àrea de Comunicació
Avda. M. Cristina, s/n
08004 Barcelona
Tel. 93 233 20 20
www.firabcn.es

Producción editorial**Editorial Production**

Ara Idees - Ara Llibres sccl
www.arallibres.cat

Impresión**Printed by**

Gramagraf

Dipòsit Legal: B22252.2012

Depósito Legal: B22253.2012