

F **i**

Fira de Barcelona
Memòria 2012



r **a**

Fira de Barcelona

Memòria 2012



Fira Barcelona

Índex

04
Presentacions

12
Òrgans de govern

16
Balanç 2012

28 **Salons** **Presidents de salons**

- 30** Alimentaria
- 32** Antiquaris Barcelona
- 33** Auto Retro Barcelona
- 34** Barcelona Bridal Week
- 35** Barcelona Meeting Point
- 36** Bebés & Mamás
- 37** Bizarcelona
- 38** The Brandery
- 40** Bta.
- 41** Caravanning
- 42** Chemspec Europe
- 43** Còmic
- 44** Cosmofelleza
- 45** The Craftroom
- 46** EIBTM
- 47** E-Show
- 48** Eurocoat
- 49** Expohogar
- 50** Expominer & Colecciona Barcelona
- 51** Expomóvil Comercial
- 52** Fespa Digital
- 53** Festival de la Infància
- 54** FM&BS
- 55** Gamelab
- 56** Hispack
- 58** Hostelco

- 60** In Cosmetics
- 61** Liber
- 62** Magic Internacional
- 63** Saló del Manga
- 64** Mobile World Congress
- 66** Saló Nàutic Internacional de Barcelona
- 68** MIHealth Forum
- 69** Ocasión
- 70** Setmana de la Formació i el Treball
- 72** Seafood Barcelona
- 73** SIL
- 74** Smart City Expo World Congress
- 76** Swab
- 77** Turisme (SITC)

78 **Congressos i altres** **esdeveniments**

82 **Al servei dels** **objectius de Fira**

88 **Resultats** **econòmics 2012**

92 **Delegacions internacionals**

96 **English text**

Posar en valor a Barcelona

**Xavier Trias**

Alcalde de Barcelona i president del Consell General de Fira de Barcelona

Un any més tinc la satisfacció de destacar l'important paper que Fira de Barcelona juga en el conjunt d'institucions econòmiques de la ciutat i del país. Un fet molt més meritori, encara, en la difícil conjuntura que ens ha tocat viure i que tant afecta les persones, les empreses i els nivells de benestar de la nostra societat. Els resultats econòmics de la institució firal, més de 115 milions d'euros, el balanç de la seva activitat i la petjada que deixa a la ciutat i la seva àrea metropolitana no fan sinó subratllar el valor de la seva tasca. La Fira és un gran instrument col·lectiu que tenim per fer costat a les petites i mitjanes empreses, que conformen el gruix de l'economia productiva del país, i als emprenedors.

Al llarg de l'any 2012, Fira de Barcelona ha continuat essent una plataforma per a grans esdeveniments vinculats a la internacionalització de les nostres empreses, en l'àmbit del coneixement, el desenvolupament empresarial i la projecció de Barcelona al món. Grans certàmens com el Mobile World Congress, Alimentària, Smart City Expo, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o el Saló Nàutic, per exemple, contribueixen a activar iniciatives econòmiques, a crear espais de col·laboració entre empreses, a generar negoci i ocupació, i a projectar a l'exterior les nostres potencialitats.

Marca Barcelona

Aquesta tasca d'atreure i generar grans esdeveniments que proporcionen activitat econòmica i posen en valor Barcelona com a marca i com a escenari per als negocis i el coneixement és plenament coincident amb els esforços que desenvolupa l'Ajuntament a través de «Barcelona Growth», la promoció d'una activitat econòmica, no només basada en el turisme congressual, sinó també en els negocis i aquelles activitats indirectes que aporten valor afegit.

De manera precisa, vull destacar la feina feta al voltant d'una nova edició del Mobile World Congress i de la posada en marxa de la Fundació de la Barcelona Mobile World Capital. Un esdeveniment que, com hem assenyalat repetidament, ofereix una oportunitat única a les nostres empreses de situar-se en posició capdavantera en el sector de les noves tecnologies, i la possibilitat de ser protagonistes d'excepció dels profunds canvis que s'estan produint en el camp de les comunicacions mòbils i les seves múltiples aplicacions a la vida quotidiana. Un esdeveniment que, gràcies a la Fundació Barcelona Mobile World Capital, projecta la nostra capitalitat mundial dels mòbils durant els 365 dies de l'any.

La tasca firal d'atreure i generar grans esdeveniments que proporcionen activitat econòmica i posen en valor Barcelona com a marca i com a escenari per als negocis i el coneixement és plenament coincident amb els esforços que desenvolupa l'Ajuntament a través de «Barcelona Growth»

En la mateixa línia, em sembla just ressaltar iniciatives innovadores com l'Smart City Expo o MIHealth. Barcelona és ja un referent de ciutat intel·ligent i sostenible del segle XXI, i, en aquest sentit, la segona edició de l'Smart City Expo ha reforçat encara més aquesta destacada posició. De la mateixa manera, Barcelona juga un paper internacionalment reconegut en el camp de les ciències de la salut. No podem oblidar que som una de les principals destinacions dels grans congressos mèdics, una fita on Fira de Barcelona té un paper molt destacat: des del 2006 s'han celebrat als recintes de Gran Via i Montjuïc 37 trobades mèdiques de primer nivell mundial.

Vocació internacional

Vull assenyalar, igualment, l'esforç que està fent la institució per donar una nova dimensió a la seva internacionalització, com correspon a la vocació de la ciutat i de les seves empreses. La participació de salons a diversos certàmens a l'exterior reforça les oportunitats de les empreses del país i acredita els nivells de solvència organitzativa de Fira. També em sembla remarcable la col·laboració assolida amb altres ciutats, com és el cas de Mont-real per contribuir al desenvolupament de la seva fira, i que se situa en línia amb l'activa cooperació internacional que ha mantingut sempre la ciutat de Barcelona.

Totes aquestes actuacions tenen indubtablement un efecte molt positiu sobre els nivells d'activitat econòmica i de creació d'ocupació de la ciutat i el seu entorn metropolità. Cal valorar també justament l'impacte social que Fira genera, contribuint, com sempre, a la innovació, el coneixement i la modernització de la nostra ciutat i del seu teixit productiu.

Fira, un element clau de la nostra economia



Felip Puig i Godes

Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i vicepresident primer del Consell General de Fira de Barcelona

Vull aprofitar aquestes primeres línies per felicitar l'equip professional i directiu de Fira de Barcelona per la seva trajectòria d'èxit. La consolidació i expansió de l'activitat de Fira són fonamentals per a l'economia de Catalunya. És una eina clau en el procés de suport a les empreses, la seva internacionalització, la difusió de la innovació i la confluència en un mateix espai d'oferta i demanda.

Les dades econòmiques de Fira de Barcelona amb més de 115 milions d'euros d'ingressos, però sobretot les dades qualitatives dels salons fira, congressos i l'activitat de projecció exterior ens mostren la importància de la institució com a element tractor de l'economia catalana.

Durant aquest any 2012, Fira de Barcelona s'ha consolidat en el seu lideratge en l'organització de salons industrials-professionals i ha reforçat la seva influència internacional, amb la qual cosa ha esdevingut una entitat de referència mundial.

Capitalitat

Fira de Barcelona ha estat una peça important en el procés de consecució i consolidació del Mobile World Congress, però també ha contribuït de forma decidida a reforçar la Capitalitat mundial de Barcelona com a referent de la tecnologia mòbil, a través de la Fundació Barcelona Mobile World Capital, i al desenvolupament de les seves activitats.

A banda del Mobile World Congress d'aquest any 2012, voldria destacar la celebració de salons com Alimentària, Saló Nàutic, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o el més recent Smart City Expo, que en la segona edició s'ha consolidat com un referent internacional de les noves tecnologies de la informació aplicades a la gestió i millora de les ciutats.

El nostre model econòmic fonamentat en la indústria, serveis de qualitat, internacionalització i innovació necessita de Fira de Barcelona com a tractor de la seva internacionalització, com a gran aparador per obrir-se a l'economia global

La tasca d'internacionalització de Fira té un doble vessant que valoro especialment: primer, fer de Barcelona un espai de trobada d'empreses i professionals de referència mundial, ajudant les empreses i professionals catalans en els seus projectes d'internacionalització i creixement; i, segon, la presència directa a certàmens internacionals d'alguns dels seus salons més reconeguts, que facilita la internacionalització de les empreses, ajudant perquè el capital i el coneixement acumulat no es perdin com a conseqüència de la crisi que pateixen alguns sectors econòmics i productius o potenciant sectors tradicionals de la nostra economia, com el de la construcció o la moda.

També l'estructura i diversitat del nostre model econòmic afavoreix l'èxit de Fira de Barcelona. Som una economia, malgrat la crisi, que destaca en sectors com l'agroalimentari, l'automoció, la química, la nova recuperació del tèxtil i la indústria del coneixement, entre d'altres. La força de les nostres empreses també ajuda a potenciar Fira de Barcelona.

La recuperació econòmica vindrà bàsicament del creixement de les empreses existents i la creació de noves. Davant una situació de caiguda de la demanda interna necessitem créixer en exportacions. Però aquesta vocació no pot ser puntual o circumstancial fruit de la feblesa de la demanda interna.

Lideratge global

En un món global, la nostra economia ha de tenir vocació de lideratge global, per això apostem per la re-industrialització de Catalunya, hem de recuperar els valors de la indústria com a generadora de riquesa, i que sigui la base d'un model econòmic més resistent davant les turbulències econòmiques. Hem de fer possible que l'esforç dels darrers anys en recerca i desenvolupament arribi al nostre sistema productiu, sense oblidar-nos de la importància del sector serveis.

El nostre model econòmic fonamentat en la indústria, serveis de qualitat, internacionalització i innovació necessita de Fira de Barcelona com a tractor de la seva internacionalització, com a gran aparador per obrir-se a l'economia global.

Fira de Barcelona és exemple, com a institució, que ha fet seus els reptes que tenim plantejats com a país: la internacionalització, el suport a l'activitat econòmica, l'intercanvi de coneixement, l'impuls a la innovació, l'acompanyament a les empreses, entre d'altres, adaptant-se a les noves necessitats d'un món canviant cada vegada més global. Aquesta identificació amb el país i els seus objectius fa de Fira de Barcelona un element clau de la nostra economia.

Lideratge i dimensió internacional



Miquel Valls i Maseda

*President de la Cambra Oficial de Comerç,
Indústria i Navegació de Barcelona
i vicepresident segon del Consell General
de Fira de Barcelona*

Un any més, és el moment de fer balanç de les activitats desenvolupades per Fira de Barcelona en el darrer any. No podem obviar que el 2012 ha estat, una vegada més, un any difícil per a les empreses i per al conjunt de l'economia, que ha vist com una conjuntura complicada impactava negativament en la seva activitat. Un impacte negatiu minimitzat, però, pel bon comportament del turisme i una evolució satisfactòria de les exportacions. Per tant, tot i el context desfavorable, podem dir que l'activitat de Fira ha contribuït decisivament a alleugerir l'impacte de la crisi en les nostres empreses. Fonamentalment, perquè la seva activitat està directament i indirectament relacionada amb el turisme i també amb les exportacions ja que, any rere any, la Fira potencia la internacionalització dels salons, que alhora reben més visitants internacionals.

Intensa activitat

El 2012, Fira de Barcelona ha mantingut l'activitat firal i ha tancat l'exercici amb uns ingressos superiors als 115 milions d'euros, en línia amb el que es va pressupostar a principis d'any. Pel que fa als esdeveniments, els recintes de Montjuïc i Gran Via han acollit 60 salons i congressos, així com nombrosos esdeveniments de caràcter corporatiu, comercial i esportiu, i activitats vinculades als diferents certàmens. Es confirma, doncs, el lideratge de l'entitat, tant en fires professionals i industrials, així com la seva dimensió internacional.

El Mobile World Congress (MWC), Alimentaria, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM i Smart City són alguns dels salons celebrats, però m'agradaria aprofitar aquestes línies per destacar especialment la constitució de la Fundació Barcelona Mobile World Capital el març del 2012. Després de l'elecció, el 2011, de la ciutat de Barcelona com a capital mundial de les comunicacions mòbils fins al 2018, el 2012 s'ha constituït la Fundació Barcelona Mobile World Capital que s'encarregarà de gestionar tots els projectes emmarcats en la Capitalitat.

Economia del coneixement

Acollir el MWC fins al 2018 i també la Fundació és una excel·lent notícia per a la ciutat i per a Catalunya. És per això que m'agradaria felicitar i reconèixer la feina, en nom propi i en el de la Cambra de Comerç, de totes les persones i institucions implicades en fer que aquests objectius siguin avui una realitat.

Tot i el context desfavorable, l'activitat de Fira ha contribuït a alleugerir l'impacte de la crisi en les nostres empreses. Any rere any, potencia la internacionalització dels salons i les activitats, que ahora reben més visitants internacionals

Són una bona notícia en tant que signifiquen un impuls decisiu a l'economia del coneixement i al sector de les tecnologies mòbils de la ciutat i per a la marca Barcelona; però també perquè són fruit de la col·laboració pública i privada que tants èxits ha comportat per a la nostra ciutat i per al nostre país en els últims anys.

M'agradaria destacar també l'adquisició, per part de Fira de Barcelona, del 50% d'Alimentaria Exhibitions a la multinacional britànica Reed Exhibitions, operació per la qual Fira es converteix en l'única propietària d'un dels salons més consolidats de la nostra ciutat, com és Alimentaria.

D'altra banda, el 2013, Fira de Barcelona acull grans congressos mèdics, que reuneixen més de 49.000 delegats, i trobades d'àmbit tecnològic a gran escala com les que organitzen les companyies SAP i Hewlett Packard. També se celebren salons de la rellevància de Construmat, Saló de l'Automòbil, Mobile World Congress, Saló Nàutic o EIBTM, entre d'altres, així com dos nous salons: Pharmaprocess, especialitzat en els processos industrials del sector farmacèutic, i Bodylife Barcelona, dedicat al *fitness*.

Tots són exemples de com Fira es posa al servei de les empreses, de l'economia, de la ciutat i el país; ahora que serveix de plataforma internacional per potenciar els diferents sectors de Barcelona i Catalunya.

Plataforma de negoci i coneixement



Josep Lluís Bonet

*President del Consell d'Administració
de Fira de Barcelona*

Fira de Barcelona va tancar l'exercici del 2012 ocupant una posició de lideratge en el panorama firal espanyol, gràcies especialment al comportament dels salons industrials i professionals, i essent un referent a Europa. No solament pel nivell d'internacionalitat de molts dels certàmens, sinó també per la capacitat innovadora i per l'aposta decidida a favor del coneixement.

La nostra institució va obtenir uns resultats que es poden considerar globalment com a bons en superar els 115 milions d'euros. Cal subratllar que es van generar en el marc d'una conjuntura econòmica especialment difícil i a la qual, dissortadament, ens hem hagut de referir durant els últims anys a l'hora de fer balanç de les activitats firals. Mesures com l'acompliment del calendari firal, el nivell d'internacionalitat dels esdeveniments, la política d'innovació, la diversificació de l'activitat, la celebració de grans certàmens i la contenció de la despesa ens han permès assolir aquests resultats.

Cultura empresarial

A grans trets cal assenyalar que, durant el 2012, els dos recintes de Fira de Barcelona van acollir 60 salons i congressos, així com més de 70 esdeveniments de caire corporatiu, institucional, comercial i esportiu. Tinc especial interès a subratllar també que, en el marc dels salons celebrats a Fira, s'hi van desenvolupar més de 500 activitats diferents, que posen de manifest la voluntat de Fira i de la majoria dels organitzadors per impulsar el coneixement i la promoció de la cultura empresarial.

Fira ha treballat per contribuir a la dinamització econòmica del país, de Barcelona i del seu entorn. Una peça bàsica d'aquesta política ha estat accentuar la dimensió internacional de les nostres fires i contribuir a la presència de les empreses a l'exterior

Sense entrar en el detall de cada un dels salons, reflectits bastament en aquesta memòria, és necessari destacar la importància de convocatòries com el Mobile World Congress, Alimentaria, Saló Nàutic, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o Smart City Expo, entre molts altres. Durant l'any es van incorporar a la cartera de salons esdeveniments que responen a noves necessitats empresarials i socials: és el cas de MIHealth Forum, especialitzat en la gestió i la innovació en el camp de la sanitat i Seafood Barcelona, saló dedicat a la indústria de la pesca i els seus derivats.

Durant tot l'exercici, Fira de Barcelona ha treballat per contribuir a la dinamització econòmica del país, de Barcelona i del seu entorn. Una peça bàsica d'aquesta política ha estat accentuar la dimensió internacional de les nostres fires i contribuir a la presència de les empreses a l'exterior.

Referent internacional

La nostra institució ha treballat en una triple direcció. D'una banda, amb iniciatives per atraure i originar grans esdeveniments que proporcionen activitat econòmica al territori i generen sinèrgies amb les empreses, posant en valor que som una de les millors plataformes europees per a l'intercanvi comercial i de coneixement i la creació de negoci.

Una altra línia ha estat la de potenciar la dimensió i el posicionament internacional dels nostres salons –especialment importants en situacions de caiguda de la demanda interna– afavorint intercanvis entre les empreses del país i sectors econòmics d'abast global. He de referir-me, en aquest sentit, al pes creixent de sectors com l'alimentació, la tecnologia, la moda, els serveis... Un bon exemple el trobem en el protagonisme adquirit per Smart City Expo, que en dos anys s'ha convertit en un indiscutible referent internacional en l'àmbit de les ciutats intel·ligents.

La nostra concepció del negoci internacional passa també per promocionar les empreses a l'exterior, a través de salons de Fira, participant a certàmens internacionals. És el cas d'Hostelco, The Brandery, Piscina i Construmat, que han estat presents a diverses fires, especialment asiàtiques i llatinoamericanes. També l'assessorament a altres recintes, com és el cas de l'acord assolit amb la ciutat de Mont-real, forma part d'aquesta nova dimensió internacional empena per Fira, que en el moment de redactar aquesta memòria té delegacions amb representació a 43 països.

Cal assenyalar que, durant l'exercici que comentem, la institució ha tingut un paper molt actiu, a través de la Fundació de la Barcelona Mobile World Capital, en el desenvolupament dels projectes i les activitats relacionats amb la Capitalitat mundial de les comunicacions mòbils. És una important contribució a l'economia i a les oportunitats que ofereixen les noves activitats basades en el coneixement.

Òrgans de govern



Consell General

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

Vicepresident primer

Felip Puig i Godes

Vicepresident segon

Miquel Valls i Maseda

Vocals

Lluís Bertran i Saura
 Albert Carné i Hernández
 Josep Cercós Martínez
 Enric Enrech i Artal
 Alberto Fernández Díaz
 Joan Gaspart i Solves
 Marc Guerrero i Tarragó
 Jordi Martí i Grau
 Núria Marín i Martínez
 Josep Morell i Miró
 Jordi Portabella i Calvete
 Pau Relat i Vidal
 Pau Villòria i Sistach

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Consell d'Administració

President

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Vocals

Núria Basi i More
 Jordi Clos i Llobart
 Lluís Conde Möller
 Enric Crous i Millet
 Pedro Fontana García
 Enrique Lacalle Coll
 Miquel Martí i Escursell

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Comité Executiu

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

Director d'Expansió

Pere Camprubí i Nieto

Director de Relacions Institucionals i Protocol

Emili Farrerons i Pascual

Directora de Recursos Humans

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Director d'Administració i Finances

Salvador Fosalba i Auró

Directora de Comunicació

Amparo Losada Torres

Director Comercial

Albert Planas i Riera

Director d'Operacions i Serveis al Client

Salvador Tasqué i Díez

Director de Negoci Internacional

Ricard Zapatero i Camps

RECINTES I SUPERFÍCIE

405.000 m²

bruts de superfície expositiva, una de les més grans d'Europa,
distribuïda en dos recintes

GRAN VIA

240.000 m²

bruts expositius

MONTJUÏC

165.000 m²

bruts expositius, 50.000 dels quals exteriors



Balanç 2012



Lideratge firal

L'exercici de 2012, com els seus immediats precedents, ha estat condicionat per la crisi que afecta les empreses, les institucions i les famílies i en conseqüència les organitzacions firals espanyoles i europees. Els efectes de la situació econòmica s'han notat a la majoria de sectors industrials i de serveis presents en els certàmens celebrats a Fira de Barcelona, reflex dels problemes que pateixen les empreses, molt especialment les petites i mitjanes.

En aquest context, Fira va focalitzar precisament els seus esforços en la generació d'instruments de suport a les empreses contribuint a la seva promoció comercial i internacionalització. Va seguir apostant, en línia amb el seu posicionament estratègic, per potenciar el paper de la institució i de Barcelona com a gran plataforma firal i congressual, contribuint així també a afavorir l'economia de la ciutat i la seva àrea metropolitana. L'aportació induïda per les activitats firals, en les seves diverses manifestacions, s'estima en uns 2.500 milions d'euros anuals.

Acompliment pressupostari

Malgrat el difícil panorama econòmic, Fira de Barcelona va complir el pressupost previst, assolint uns ingressos de més de 115 milions d'euros, que van suposar un lleuger augment (0,4%) respecte al 2011 i un increment força més elevat (13,3%) en relació amb el 2010, any comparable per raons de calendari. L'Ebitda va ser d'11 milions d'euros, en línia amb el previst i també amb el registrat el 2010 i el 2011.

Amb la finalitat de sostreure's en la mesura del possible als efectes de la crisi, Fira va actuar amb criteris de racionalització de la despesa, diversificació de l'activitat (comercialització d'estands, càtering, tecnologia, aspectes que signifiquen ja el 49% dels ingressos), creació de nous salons i especialment la captació d'esdeveniments internacionals. En conjunt es va complir el calendari dissenyat per al 2012, tot i que és evident que és un instrument que s'ha



El recinte de Montjuïc durant la celebració del Mobile World Congress 2012

d'adaptar a les necessitats de la demanda i de la conjuntura. Les transformacions experimentades pels salons de Fira al llarg dels anys evidencien el seu dinamisme i el paper animador del comerç i els sectors productius.

Cal assenyalar, en qualsevol cas, que Fira fa temps que es va avançar, amb la implementació de diverses mesures estratègiques, a la necessitat de donar resposta als nous requeriments del mercat en un context econòmic molt complex, en el qual les fires continuen tenint ple sentit com a espais d'intercanvi comercial, informació i coneixement, però en el qual cal tenir present també els efectes de la globalització, del desenvolupament de les TIC i de la forta competència.

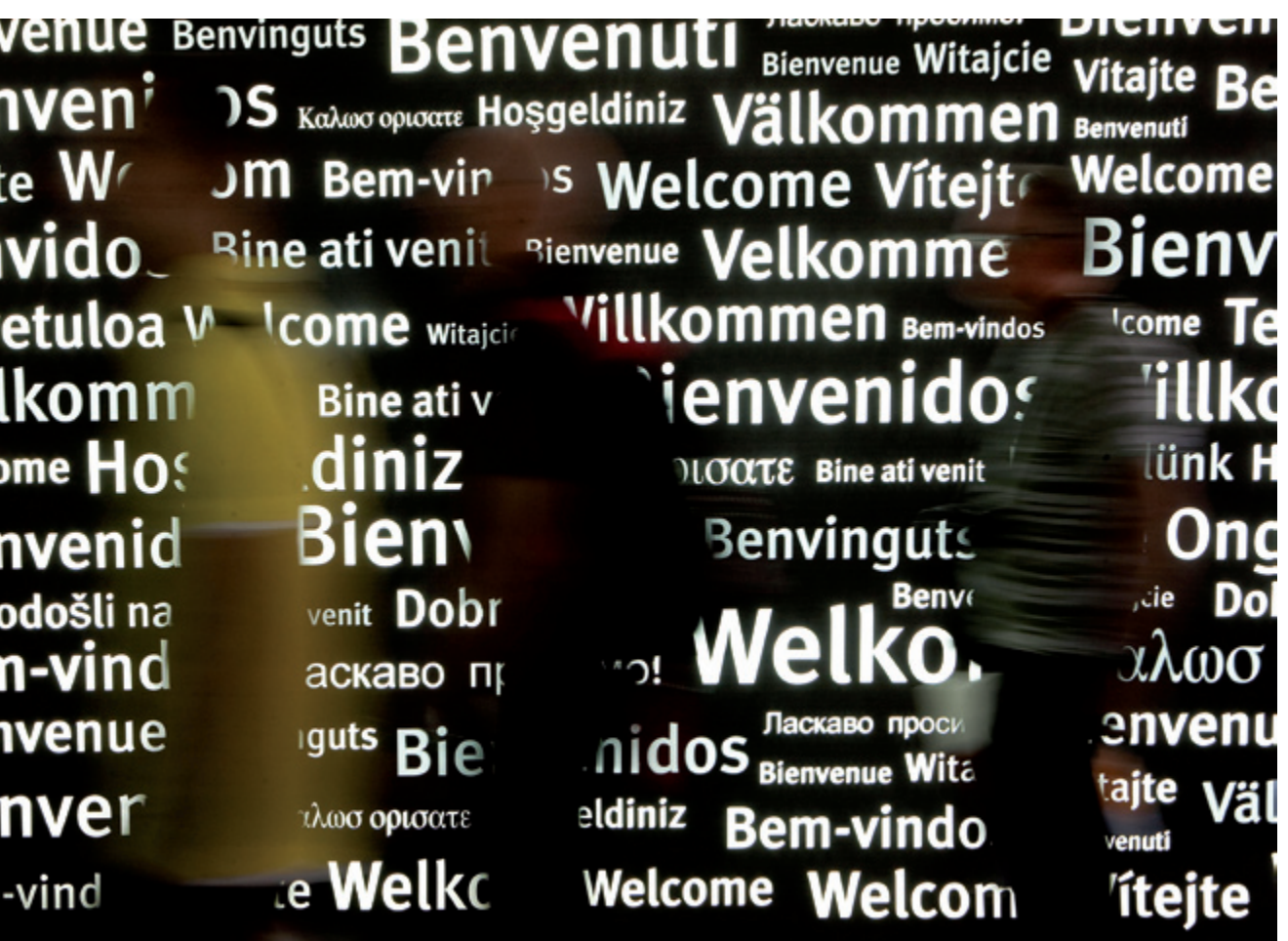
Expositors i visitants
de tot el món se citen
en els salons i
esdeveniments celebrats
a Fira de Barcelona

Gran organització europea

Durant 2012, Fira de Barcelona va consolidar el seu lideratge en el sector firal d'Espanya,

gràcies especialment als salons i esdeveniments professionals –que representen el 62% del total– i va destacar també com una de les més importants organitzacions d'Europa tant per la cartera i importància de salons i congressos que s'hi celebren com pels recintes de Montjuïc i Gran Via, i l'experiència logística i organitzativa, iniciativa i professionalitat.

Fira va continuar treballant per enfortir els salons organitzats directament i per reforçar els contactes entre expositors i visitants, concedint especial importància a la figura del comprador. El valor de Fira des del punt de vista de l'expectativa comercial i de negoci és indestruïble de l'aposta pels serveis de qualitat en un marc que posa en primer pla la importància de la innovació, el coneixement, el negoci i la internacionalitat. Totes les àrees de Fira van orientar la seva activitat en aquest sentit, amb la mirada posada en els objectius de reactivació de l'economia, el suport al teixit productiu, l'emprenedoria i la sortida a l'exterior de les empreses.





La institució firal
barcelonina aposta per
fomentar la comunicació,
les xarxes socials
i la tecnologia

En aquest marc, Fira de Barcelona va apostar pel reforçament dels llaços amb les organitzacions professionals (més de 400 associacions patronals operen en l'àmbit dels sectors representats a Fira), la interlocució amb l'administració, el desenvolupament de la comunicació, les xarxes socials i la tecnologia, l'ús de l'e-commerce en les relacions amb els seus clients i proveïdors. Es tracta, en definitiva, d'un clar posicionament a favor de la modernitat, inseparable de la voluntat innovadora en el

format dels salons i esdeveniments. Una manifestació d'aquesta actitud és l'impuls a les xarxes socials i l'elevat nombre de visites que reben les pàgines web de Fira, al voltant de 2,5 milions.

Salons referents

Al llarg de 2012 es van celebrar 60 salons i esdeveniments, alguns d'ells d'una gran

Durant el 2012 es van celebrar 60 salons i congressos de diversos sectors de la indústria i els serveis



complexitat a causa de la crisi. Entre els sectors de més tradició cal destacar Alimentària, gran aparador de la indústria alimentària, de sòlida dimensió internacional. També el Saló Nàutic que ha evolucionat d'acord amb les necessitats del sector i va concentrar la seva oferta al Port Vell de Barcelona.

Entre els salons de més recent creació cal assenyalar Smart City, orientat al sector emergent de les ciutats intel·ligents, és a dir bàsicament l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació als serveis urbans. En la seva segona edició es va afirmar com un referent internacional, contribuint també al posicionament de la ciutat de Barcelona en un sector amb gran futur.

Dins dels grans esdeveniments del 2012, ocupa un lloc destacat el Mobile World Congress, la gran trobada mundial del sector de les comunicacions mòbils que va assolir un record d'assistents amb prop de 67.000 visitants professionals i més de 1.500 empreses exposidores. Es tractava de la primera edició després de l'elecció, l'estiu del 2011, de Barcelona com a Mobile World Capital per al període 2013-2018. I fou també la darrera convocatòria celebrada al recinte de Montjuïc, ja que a partir del 2013 s'instal·la al de Gran Via, que ofereix més possibilitats de creixement al certamen.

El març es va constituir la Fundació de la Barcelona Mobile World Capital, presidida per l'alcalde de la ciutat, encarregada de liderar i gestionar el projecte de Capitalitat. Està dirigida per un patronat integrat pel Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme, Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Fira de Barcelona i GSMA –associació que representa els interessos dels 800 operadors i proveïdors de tecnologia mòbil i continguts de tot el món–. A través de diverses iniciatives de tipus industrial, de divulgació i de caire lúdic i ciutadà, la MWCapital es proposa fomentar l'ús de les tecnologies i les solucions mòbils en diferents àmbits. Significa un impuls al teixit industrial i a la creació de noves oportunitats de negoci per a les empreses del país i de fora.

Respecte a altres salons celebrats el 2012, també hem de referir-nos a manifestacions del pes d'Hispack –celebrat conjuntament amb Barcelona Tecnologies Alimentàries Bta.– Hostelco, Turisme, EIBTM, Barcelona Bridal Week, Barcelona Meeting Point, Bizbarcelona, etcètera.

Al llarg de l'any, Fira va llançar o captar salons que responen a noves necessitats empresarials i socials. És el cas de MIHealth Forum, que va néixer amb vocació de ser referent en la innovació, gestió i sostenibilitat de la sanitat o de Seafood Barcelona, especialitzat en la indústria de la pesca, rèplica del saló European Seafood Exposition que se celebra a Brussel·les. Els grans



actius del nou certamen són el posicionament estratègic de Barcelona en el sector alimentari i la seva pròpia tradició firal.

Un altre esdeveniment que va passar a engruixir la cartera de Fira de Barcelona fou el Saló del Manga, dedicat a les historietes animades d'origen japonès i el món cultural que les envolta, que s'ha instal·lat al recinte de Montjuïc per poder desenvolupar-se.

Dins de la política de captació de certàmens de dimensió internacional, els recintes firals van acollir el 2012 rellevants salons industrials de caire itinerant com In Cosmetics (matèries per a la indústria cosmètica), Chemspec Europe (química fina) i Fespa Digital Europe (impressió digital i *offset*).

L'oferta de serveis de qualitat a expositors, visitants i compradors va continuar essent un objectiu central per a Fira

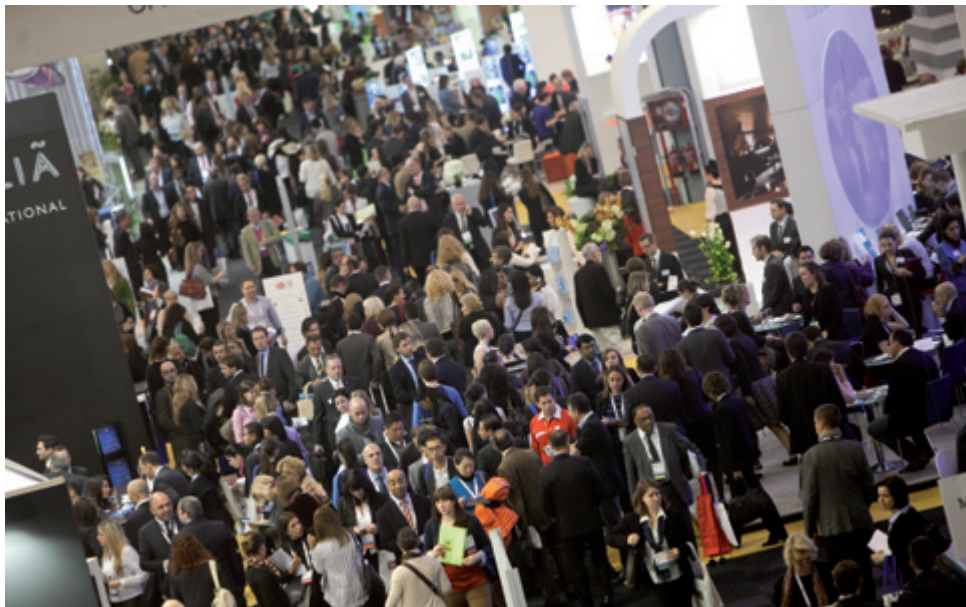
Rellevants congressos i reunions

En l'àmbit de les reunions i congressos, cal destacar la celebració als recintes de Fira

d'esdeveniments professionals de la importància de la Conferència Internacional sobre Ventilació Mecànica a domicili, la Conferència Veterinària del sud d'Europa, el Simposi de Recerca Urbana organitzat pel Banc Mundial i sobretot la reunió VM World, organitzada per l'empresa líder en el *cloud computing*, VMware, que va reunir 8.000 experts i empreses col·laboradores. Pel que fa als grans esdeveniments lúdics i culturals, sobresurten el Festival Sónar i Barcelona Harley Days.

Així mateix, es van celebrar també més de 70 esdeveniments diversos, corporatius, institucionals, comercials, esportius i més de 500 activitats (congressos, jornades, seminaris i activitats culturals i de formació) en el marc dels salons. A aquest respecte cal destacar que durant el 2012 es va consolidar el departament de Cimera Sectorial. La preparació de programes congressuals i esdeveniments, gestionats directament per aquest departament, va tenir un fort creixement, implicant a 10 salons amb





La política de captació d'esdeveniments internacionals va permetre celebrar importants salons industrials el 2012

372 activitats i la participació de 728 ponents, la qual cosa representa 1.160 hores d'intercanvi de coneixements en només 35 dies de celebració. El 48% dels ponents eren internacionals.

Nou negoci internacional

Òbviament, la internacionalització va seguir essent una de les pedres angulars de la política de la institució. Es pot afirmar que és un valor intrínsec de Fira de Barcelona que, a més de l'economia induïda directament en despeses d'allotjament, comerç i serveis a la ciutat, genera sinèrgies entre les empreses internacionals i les del país, entre expositors i visitants i ofereix oportunitats a les firmes que volen obrir-se a nous mercats exteriors. Actualment, el 45% dels expositors i el 30% dels visitants de salons professionals són estrangers.

Al llarg del 2012, la cobertura de les oficines de Fira a l'exterior es va estendre també a Colòmbia, República Txeca i Eslovàquia. En redactar aquesta memòria, però, s'havia produït la incorporació d'una nova oficina que cobreix els països del Golf (Emirats Àrabs Units, Aràbia Saudita, Bahrain, Kuwait, Qatar i Oman). Fira compta amb 20 oficines que abasten 43 països d'Europa, Amèrica del Nord i Amèrica Llatina, Magrib i Àsia.

Un dels principals aspectes de la internacionalització de Fira durant el 2012 va ser el progrés del negoci a l'exterior, orientat a ajudar

als expositors de Fira a participar a fires d'altres països així com la venda de serveis de gestió i consultoria a recintes firals diversos.

Aquesta línia estratègica es va concretar amb la presència d'un pavelló d'Hostelco, dedicat a l'equipament hotel·ler, a la fira Hotelex de Xangai el mes d'abril; l'organització del Saló The Brandery, de moda urbana i contemporània, en el Blueprint de Singapur el mes de maig; la presència del Saló Piscina el mes de setembre en el marc de la fira ME Pool & Spa de Dubai i la participació de Construmat al saló Ficons de Recife, a l'estat brasiler de Pernambuco, el mes d'octubre. L'Àrea de Negoci Internacional va treballar durant tot l'any en la preparació de noves participacions internacionals el 2013 com són la presència del Saló Piscina al Expolazer de Sao Paulo, la seva celebració també a Moscou i una nova edició d'Hostelco a Hotelex de Xangai.

També es va treballar en la venda de serveis de consultoria de caire firal a diferents països, sobretot d'Amèrica Llatina, i es va signar un acord de col·laboració amb la ciutat de Mont-real per assessorar sobre organització de certàmens a la Fira de Mont-real.

Pensant en el futur

Les fires necessiten un cert temps de maduració i preparació. Per això remarquem que durant el 2012 es van continuar dissenyant nous salons innovadors i es va treballar també per garantir la celebració

de salons de molt de pes per a la vida econòmica del país, previstos per al 2013, però que pateixen el rigor de la crisi. Destaquem, en aquest sentit, la preparació del Saló Internacional de l'Automòbil i la voluntat de donar una nova orientació a Construmat, centrada en cercar oportunitats a l'exterior per a les empreses espanyoles del ram.

També durant l'exercici es va anunciar la creació de nous salons així com la captació de grans esdeveniments. Els certàmens incorporats a la cartera de Fira de Barcelona són Pharmaprocess, de serveis als processos de la indústria farmacèutica; Bodylife Barcelona, dedicat al *fitness*, que tindrà lloc coincidint amb Piscina o amb Hostelco; i Forum Dental, que estrena una nova etapa en passar a ser organitzat per Fira d'acord amb el Col·legi d'Odontòlegs de Catalunya.

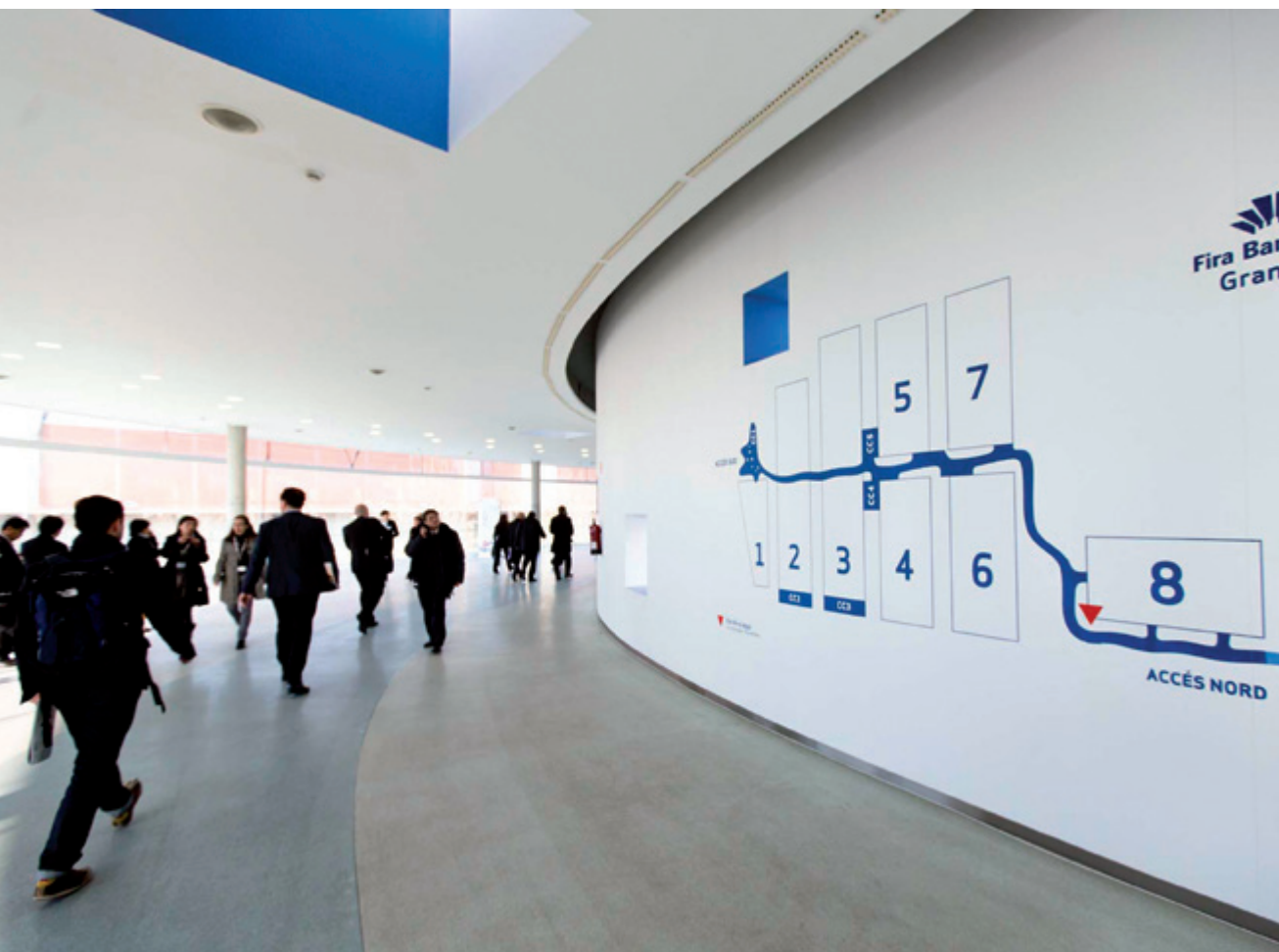
D'altra banda, es va concretar la celebració el 2013 per primera vegada a Barcelona i a Fira

de Tissue World, la manifestació més important sobre papers especials per a la indústria, la sanitat i la llar. També es va signar la renovació del contracte de permanència fins al 2016 d'EIBTM, el gran saló mundial del turisme de negocis, i es va fer públic que Barcelona havia guanyat el concurs internacional per a la celebració d'EVS, l'esdeveniment mundial de referència sobre el vehicle elèctric, que el 2011 havia tingut lloc a Los Angeles i que coincidirà amb Smart City 2013. En aquest àmbit cada vegada més important de la sostenibilitat urbana i mediambiental, Fira serà la seu el 2014 del Congrés Europeu d'Energia Eòlica, EWEA.

Alimentaria Exhibitions

A finals del 2012 es va oficialitzar l'acord mitjançant el qual Fira de Barcelona adquiriria a Reed Exhibitions el 50% del capital que tenia a Alimentaria Exhibitions, *joint venture* que les dues

La internacionalització, pedra angular de la institució. El 45% d'expositors i el 30% de visitants són estrangers





entitats havien constituït el 2002 per organitzar, entre altres, la fira Alimentaria. Amb aquesta operació, Fira es va convertir en propietària única de la societat, que prosseguirà col·laborant amb la multinacional britànica en nous projectes per exportar Alimentaria a d'altres països. Alimentaria Exhibitions, organitzadora també d'Alimentaria Mèxic, Alimentaria Lisboa, de la nova Alimentaria Sao Paulo i de Bta Barcelona Tecnologies de l'Alimentació, operarà amb els mateixos criteris i orientació comercial.

La institució firal barcelonina va seguir actuant durant tot el 2012 per desenvolupar una activa política de Responsabilitat Social Corporativa que comporta un ferm compromís amb la sostenibilitat i l'eficiència energètica, la col·laboració amb la Universitat i el món

educatiu i accions solidàries en col·laboració amb diverses organitzacions i entitats, que adquireixen més sentit encara en èpoques d'especial dificultat.

Amb voluntat de tenir una visió global de l'economia, els mercats, les oportunitats i les necessitats de les empreses i l'entorn, Fira va seguir treballant per la generació de sinèrgies entre la institució i la ciutat. Barcelona, amb la seva marca, reforça la dimensió de Fira. Aquesta contribueix, a la vegada, al posicionament de la ciutat, al seu creixement i a la seva projecció internacional.

Fira es va convertir en propietària única d'Alimentaria Exhibitions, organitzadora d'Alimentaria a diversos països



Dades destacades 2012

TIPUS DE SALONS

62%
professionals

38%
de públic i mixtos

EXPOSITORS

79%
en salons professionals

21%
en salons de públic
i mixtos



VISITANTS

42%

en salons professionals

58%

en salons de públic
i mixtos

SALONS PROFESSIONALS

45%

expositors internacionals

30%

visitants internacionals

Fira té delegacions
amb representació a

43

països

ACTIVITAT

60

salons i congressos

+70

esdeveniments corporatius

+500

activitats en salons

Salons



Fira Barcelona

- La superfície dels salons s'ofereix, tret d'excepcions, en metres quadrats bruts.
- El concepte d'expositors engloba també les empreses representades que no participen directament en un certamen.
- Llevat d'una altra indicació, s'entén que els salons o esdeveniments han estat organitzats per Fira de Barcelona.

Presidents de salons

Alimentaria

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Automòbil

Enrique Lacalle Coll

Barcelona Meeting Point

Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

Bizbarcelona

Sònia Recasens i Alsina

Body Life Barcelona

César Navarro i Flo

Bta.

Llucà Casellas i Puig

Caravanning

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miarnau i Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegele Greineisen

Expominer

Eudald Carbonell i Roura

Expoquímia

Luis Serrano Rubiera

Expoecosalud

Jordi Sagrera i Ferrándiz

FM&BS

Enric Alonso i Lorente

Forum Dental

Josep Lluís Navarro i Majó

Graphispag.digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmases i Balañà

Festival de la Infància

Helena Rakosnik i Tomé

Liber

Javier Cortés Soriano

MIHealth

Josep M^a Piqué i Badia

Nàutic

Luis Conde Möller

Ocasión

Jaume Roura i Calls

Pharmaprocess

Antoni Capella i Galí

Piscina

Eloi Planes i Corts

SIL

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo World Congress

Ramon Roca i Enrich

Antoni Vives i Tomàs

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Turisme

Raimon Martínez Fraile



Alimentaria

Saló Internacional de l'Alimentació i Begudes

26-29/Març

Gran Via. 19a edició

Una de les característiques principals de la nova edició d'Alimentaria va ser la concentració de tota l'oferta, per primera vegada, al recinte de Gran Via, on va disposar de més possibilitats logístiques i tècniques d'acord amb la seva condició de ser una de les fires d'alimentació més importants del món.

Des de la primera edició el 1976, el saló ha registrat una progressió constant quant a visitants i expositors i, en aquesta ocasió, es va confirmar també l'èxit de convocatòria malgrat el difícil marc econòmic: van exposar més de 3.850 empreses, dels quals 1.018 eren estrangers procedents de 60 països de la UE, d'Amèrica Llatina, els Estats Units, la Xina, Tailàndia, l'Índia, el Japó i l'Orient Mitjà. Alimentaria va ser visitada per 142.000 professionals, 40.000 dels quals eren internacionals, que van confirmar el seu valor com a plataforma estratègica d'informació,

promoció i negoci del sector, i es van realitzar al voltant de 8.000 trobades de negocis.

Dins del gran aparador que és Alimentaria van brillar amb llum pròpia les diferents àrees: Congelexpo (productes congelats), Expobebidas (refrescos, aigües, sidres, cerveses i mostos), Expoconser (conserves de peix i vegetals), Intercarn (carnis i derivats), Interlact (lactis i derivats), Interpesca (productes del mar, aqüicultura i piscifactoria), Interven (vins i espiritoosos), Multiproducte (productes alimentaris en general), Mundidulce (galletes i confiteria), Restaurama (hostaleria, restauració i càtering), Vegefruit (fruites, verdures i hortalisses fresques), Olivaria (oli d'oliva) i Alimentació Ecològica. Cal afegir-hi el Pavelló Internacional i el de les Autonomies. L'aposta per la innovació es va concentrar a Innoval, que va posar de relleu els esforços dels fabricants per desenvolupar i llançar els

SUPERFÍCIE

94.743 m² (nets)

EXPOSITORS

3.850

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Congrés de la Dieta Mediterrània, concurs Cuiner de l'Any, exposicions i sessions tècniques

ORGANITZA

Alimentaria Exhibitions, *joint venture* entre Fira de Barcelona i Reed Exhibitions



8.000
trobadres de negocis

140
innovacions alimentàries

productes més atractius. Es van presentar 140 innovacions alimentàries.

sessions dedicades a la IV i V gamma d'aliments, el seu tractament, presentació i consum.

Alimentaria és, a més, un important fòrum sobre les tendències de l'alimentació, la gastronomia i les arrels culturals de la cuina. En aquest sentit, va destacar una vegada més la celebració de BCN Vanguardia, Congrés Internacional de Gastronomia de Barcelona, que va reunir alguns dels millors cuiners del panorama internacional. Al seu marc es va celebrar el concurs «Cuiner de l'Any» dedicat a les joves promeses de la gastronomia avalat per la World Association of Cooks Societies (WACS). Altres iniciatives destacades van ser «Vinorum», de formació i degustació de vins; «Espanya el país dels 100 formatges»; «L'Espanya dels ibèrics»; i «l'Espanya dels olis», amb sessions de tastos, maridatges i tallers culinaris com a introducció al món de l'oli d'oliva. També es van celebrar les Jornades d'Interpesca i van tenir especial interès les

Dieta Mediterrània

Alimentaria va acollir també el IX Congrés Internacional de Barcelona sobre la Dieta Mediterrània, organitzat per la Fundació Dieta Mediterrànea, reconeguda per la UNESCO com a patrimoni de la humanitat que cal preservar, ja que no només és un model alimentari, sinó també una filosofia de vida i costums al voltant de la taula que proporciona una vida sana i equilibrada.

+info www.alimentaria-bcn.com



Antiquaris Barcelona

Saló d'Art Antic i Modern

24/Març – 01/Abril

Montjuïc. 36a edició

5.000
anys d'història

La qualitat va tornar a ser el valor distintiu del Saló d'Art Antic i Modern, que va superar els 25.000 visitants després de nou jornades intenses. L'esforç organitzatiu es va veure recompensat per una resposta magnífica per part de col·leccionistes, experts, apassionats per l'art i el públic en general.

El recorregut pels 5.000 anys de la història de la creació artística proposat pel saló, amb peces de totes les èpoques, tendències artístiques i diferents segments de preus, va incloure obres d'artistes tan diversos com Picasso, Dalí, Miró, Tàpies, Barceló, Sorolla, Botero, Rusiñol, Casas, Nonell, Clavé, Blanchard, Chillida, Fortuny, Togores, Zuloaga, Gargallo, Torres-García, Sert, Mir, Anglada Camarasa, Hernández Pijuan, Ràfols Casamada, Cuixart, entre altres molts.

Es van poder admirar també obres mestres de cultures desaparegudes, peces i màscares rituals

africanes, produccions d'Alta Època, avantguardes pictòriques dels segles XIX i XX i suggeridores propostes contemporànies, que van compartir espai amb talles romàniques i gòtiques, genialitats modernistes i *art déco* i *nouveau*, alta joieria, mobiliari de totes les èpoques i estils o antiguitats científiques i nàutiques.

El certamen també va acollir una singular exposició del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) amb una selecció d'obres de la seva col·lecció permanent, des del romànic fins al modernisme, gràcies a una sofisticada tecnologia d'impressió digital. El Museu del Modernisme va presentar, per la seva banda, creacions del seu fons, algunes de les quals en primícia.

SUPERFÍCIE

13.000 m²

EXPOSITORS

50

CARÀCTER

Professional i públic

ORGANITZA

Flaqué Internacional, amb la col·laboració de Fira de Barcelona, el Gremi d'Antiquaris de Catalunya i l'Agrupació d'Antiquaris de les Reials Drassanes



Auto Retro Barcelona

Exposició de Cotxes i Motocicletes de Col·lecció

05-09/Desembre

Montjuïc. 29a edició

750
models únics

El saló del vehicle clàssic i de col·lecció va exhibir 750 models únics, presentats per 300 expositors de 15 països. La mostra atrau cada any un públic fidel, especialment de Catalunya, si bé augmenta la presència de visitants d'altres comunitats autònomes i del sud d'Europa.

El saló va acollir la primera subhasta sobre automoció celebrada a Espanya, la Stanislas Machoir, en la qual es va vendre el 62% de l'oferta exposada. La licitació més elevada (per valor de 140.000 euros) va correspondre al Toyota Celica 4WD de l'antic campió del món de ral·lis, Carlos Sainz.

En aquesta ocasió, l'homenatge d'Auto Retro va recaure en el pilot i preparador Antonio Zanini i en Elvira Beloso, secretària de direcció de Seat, ja jubilada i que ha vetllat eficaçment pel patrimoni històric de la marca espanyola.

Es van commemorar els 60 anys del Mercedes-Benz 300SL i el mig segle de vida del roadster MGB. Així mateix, per celebrar els 40 anys del Seat 127, es va exhibir el primer model que va sortir de fàbrica, juntament amb altres unitats històriques.

En l'àmbit de les dues rodes, cal destacar la participació per primera vegada de Harley-Davidson, mítica firma que és a punt de commemorar els seus 110 anys d'història. A més, la marca catalana dels anys 50, Mymssa, va exhibir una mostra històrica amb una vintena de motocicletes del museu familiar de la família Aragall.

Com és habitual, també va tenir lloc el mercat ambulant de recanvis, accessoris i peces i el popular Car Corral, amb la venda de vehicles clàssics. Un altre dels atractius va ser la pista gegant de slot, rèplica del circuit de Montjuïc.

+info www.autoretro.es

SUPERFÍCIE

30.580 m²

EXPOSITORS

300

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Subhastes, aniversaris, homenatges, concentracions, presentacions

ORGANITZA

Promobil Group



Barcelona Bridal Week

Saló Noviaespaña / Passarel·la Gaudí Núvies

08-13/Maig

Gran Via. 22a edició

63%

visitants
internacionals

Barcelona Bridal Week, esdeveniment integrat per la Passarel·la Gaudí Núvies i el Saló Internacional Noviaespaña, va convertir una vegada més la ciutat en capital mundial de la moda nupcial. Totes les empreses líders en qualitat, disseny i potencial exportador del sector nupcial, festa i complements van renovar la seva aposta per la cita catalana.

L'edició de maig del 2012, que va registrar més de 235 marques expositores, la meitat de les quals eren estrangeres, es va situar al capdavant dels certàmens de la seva especialitat. Més de 15.300 professionals, un 2% més que en l'edició del 2011, el 63% procedent de l'estranger, van visitar el saló i van consolidar la seva dimensió internacional. Itàlia va encapçalar la procedència de visitants, seguida d'Alemanya i França.

L'increment de compradors de Rússia, Holanda, Grècia, Bèlgica, els Estats Units i Països de l'Est va

ser especialment significatiu. També Nova Zelanda, Austràlia, Emirats Àrabs, Portugal, Suècia, Angola, Croàcia i Finlàndia van aportar nombrosos professionals que van visitar el saló.

Les grans firmes de la moda per a núvia, nuvi, festa, cerimònia i complements van exhibir les seves creacions en les 18 desfilades de la Passarel·la Gaudí Núvies, que van registrar un total de 14.000 assistents. Quatre jornades intenses van revelar les propostes de Rosa Clará, Jesús Peiró, Victorio&Lucchino, Yolancris, Inmaculada García, Raimon Bundó, Franc Sarabia, Jordi Dalmau, Matilde Cano, Hannibal Laguna, Patricia Avendaño, Joana Montez i Patricia de Melo, Fuentescapala, Cabotine by Gema Nicolás, Sonia Peña, Ana Torres, Carla Ruiz i Pronovias.

SUPERFÍCIE

26.600 m²

EXPOSITORS

235

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Desfilades de moda nupcial

ORGANITZA

FFF Flaqué Internacional



Barcelona Meeting Point

Saló Immobiliari Internacional

17-21/Octubre

Montjuïc. 16a edició

2.500

professionals
en el Simposi

Un públic nombrós, general i professional, va visitar la nova edició de Barcelona Meeting Point (BMP), saló que va reunir més de 265 empreses immobiliàries, bancs i administracions públiques, en una edició que, amb paraules dels organitzadors, va suposar «una alenada d'aire fresc» per al sector.

I és que el BMP va esdevenir el millor aparador perquè els expositors poguessin vendre part dels actius i reduir la cartera d'immobles, la qual cosa va ser possible gràcies que el saló se celebrava llevat de dos mesos perquè expirés el període d'avantatges fiscals existents a Espanya per la compra d'un habitatge, així com per la presència d'importants compradors internacionals.

En aquest sentit, un total de 17 fons d'inversió es van interessar per l'oferta immobiliària espanyola. Segons l'organització, el volum de negoci assolit va superar les xifres de l'edició de l'any 2011.

Com en convocatòries anteriors, el BMP es va articular entorn del Simposi Professional, en el qual van participar 2.500 professionals en les 21 sessions que es van celebrar, i el Saló Professional i de Públic, que va tenir lloc durant el cap de setmana.

El saló va ser escenari del tercer Russian Meeting Point, en el qual va participar-hi un nombre important d'inversors russos, i de la presentació del pla de construcció de 70.000 habitatges nous i la rehabilitació de 140.000 més a Bogotà, capital de Colòmbia, que va ser la ciutat convidada del certamen.

SUPERFÍCIE

20.000 m²

EXPOSITORS

265

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Conferències,
jornades i premis

ORGANITZA

Consorti de
la Zona Franca



Bebés & Mamás

Fira del Bebè i la Futura i Recent Mare

05-06/Maig

Montjuïc. 13a edició (1a a Fira)

1a

edició a Fira

Les famílies van tenir l'oportunitat de conèixer totes les novetats del món del nadó i de la futura i recent mare. Després de dotze edicions a Cornellà, el saló Bebés & Mamás es va celebrar per primera vegada a Fira de Barcelona, un canvi d'emplaçament que va permetre assolir un nou rècord d'assistència de públic.

Els pares i mares primerencs van poder endinsar-se en l'univers del nou-nat i compartir experiències amb les famílies més experimentades. També van conèixer les últimes tendències en maternitat i puericultura de la mà de les principals marques del sector.

Es van exhibir des de biberons, xumets i bolquers fins a tota mena de productes necessaris per a la cura del nadó: alimentació, trones, banyeres, carros, cadires de passeig, gimnasos per a embarassades i nadons, serveis per guardar les cèl·lules mare del cordó umbilical

o automòbils amb totes les prestacions per viatjar amb nens.

Entre altres novetats, es van presentar nous sistemes portabebès, mobiliari infantil, la primera botiga *online* de productes per a embarassades i nadons d'Espanya, un sistema per etiquetar amb fotos les pertinences dels nens i un servei de confecció de cartes astrals per a nounats.

El saló també va acollir un ampli programa d'activitats, entre les quals destacava la conferència «Menjar i dormir, dos hàbits que podem ensenyar» impartida pel doctor especialista en pediatria Eduard Estivill. També es van organitzar sessions sobre la cura dels més petits, tallers de massatge infantil i ioga per a embarassades, àrea de jocs i un racó de lactància, entre d'altres.

+info www.bebesmamas.com

SUPERFÍCIE

13.400 m²

EXPOSITORS

80

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Conferències, tallers de massatge infantil, ioga per a embarassades, sessions sobre la cura del bebè

ORGANITZA

Feria Bebè



Bizbarcelona

Solucions per a Empresaris i Emprendors

13-14/Juny

Montjuïc. 2a edició

1.000

sessions
d'assessorament

El foment de l'activitat empresarial i l'esperit emprenedor han estat la raó de ser de Bizbarcelona des del seu naixement. En la segona edició, va apostar pel *networking* i les entrevistes entre emprenedors i inversors, i va organitzar més de 150 ponències amb experts en diferents matèries.

Bizbarcelona va estructurar les activitats i els continguts entorn de nou grans blocs temàtics: finançament, innovació, internacionalització, estratègia i gestió empresarial, vendes, optimització de recursos, habilitats directives, eines de màrqueting i comunicació, i franquícies. També va disposar d'una zona d'exposició comercial on les empreses exposadores van oferir productes i serveis a pimes, autònoms i emprenedors.

El saló va propiciar més de 1.500 trobades entre emprenedors i inversors, prop de

1.000 sessions d'assessorament i va oferir solucions i noves formes de finançament en un moment de restriccions creditícies. Van destacar les jornades dedicades al *crowdfunding*, finançament col·lectiu o micromecenatge, una nova forma de reunir el capital necessari per desenvolupar un projecte mitjançant petites donacions de particulars i empreses a través de plataformes *online*.

El certamen també va acollir la 4a edició de la Global Entrepreneurship Competition, en la qual els 16 millors *business plans* internacionals van competir pel finançament per desenvolupar els seus projectes. Va guanyar Awak Technologies de Singapur pel projecte d'una màquina de diàlisi portàtil per millorar la qualitat de vida dels milions de persones que pateixen malalties renals.

SUPERFÍCIE

19.000 m²

EXPOSITORS

87

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Conferències, tallers, mercat del finançament, Global Entrepreneurship Competition, SIME Barcelona, Pecha Kucha Talks, Tech Market d'ACCÍÓ, Tormo Franchise Forum, Agents&Brokers, mur de les idees



The Brandery

Saló de Moda Urbana i Contemporània

27-29/Gener – 13-15/Juliol

Montjuïc. 6a i 7a edició

Promoció de les marques, desfilades, tallers i concerts van marcar l'edició d'hivern del saló, que va consolidar el model posat en vigor en la convocatòria precedent: la combinació d'una zona comercial, dedicada als professionals, amb el «Brandtown», espai obert a tot el públic.

A més de suposar una important plataforma de negoci per a les 135 firmes participants, el 26% internacionals, The Brandery Winter va ser escenari de 15 desfilades de 26 marques i de sis concerts de grups musicals de primer nivell, com Dorian, Fangoria o 2manydj's, que van esgotar les entrades i van convertir la passarel·la del saló, en altaveu de les noves tendències musicals.

Amb l'objectiu de contribuir a buscar nous mercats per a les firmes de moda, el saló va organitzar 141 trobades entre expositors i compradors i va acollir la BCN Retail Lab, una jornada que,

amb totes les entrades esgotades, va reunir a The Brandery experts destacats del sector minorista de moda a Espanya que van analitzar els nous patrons de consum, l'eclosió del comerç electrònic i la importància del *retail* com a eina de creixement del sector.

El certamen va tornar al juliol per celebrar l'edició d'estiu, que es va caracteritzar per l'entusiasta participació d'un públic jove, cada vegada més interessat en tot el que té a veure amb el món de la moda. Les 15 desfilades de 32 firmes, com Custo Barcelona, Replay o Love Therapy, van centrar l'atenció de compradors i aficionats. Per la seva banda, la música va ocupar un espai privilegiat al saló, amb els concerts de The Human League, La Casa Azul, La Mala Rodríguez i Stand Up Against Heart Crime, que van alternar les seves actuacions amb els *dj's* Shelby Grey, Amable, GatoTV (Tvno & DjGato) - Mash AV Show, DJ2D2 i Miranda Makaroff.

SUPERFÍCIE

18.000 m² (gener)

19.000 m² (juliol)

EXPOSITORS

135 (gener)

92 (juliol)

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Desfilades, concerts, tallers, jornades, conferències, exposicions



15
desfilades

160
trobades empresarials

Primer informe econòmic

A la zona dedicada exclusivament als professionals, les marques exposidores van mantenir més de 160 trobades amb 15 grups de compra internacionals.

Paral·lelament, es va presentar el primer «Informe Econòmic The Brandery de la Moda a Espanya 2012» segons el qual les empreses de moda espanyoles es reforcen als mercats internacionals, fins i tot fora de la zona euro.

Conferències dirigides a empresaris i *retailers* sobre noves estratègies de venda o l'evolució de la botiga de moda tradicional fins als *pop-up store* van ser altres dels aspectes que van centrar les jornades del saló, que va organitzar, a més, sessions sobre les tendències per a l'estiu del 2013 i sobre les noves estratègies de comunicació i màrqueting. Els blocaires, per la seva banda,

no podien faltar a la cita amb la moda i es van reunir en «He Blogs», un *meeting* liderat pels influents Pelayo Díaz, Miranda Makaroff i Gerard Estadella.

The Brandery també va ser amfitrió de personatges destacats de la moda internacional, com Elio Fiorucci, dissenyador i empresari italià, fundador de la marca Fiorucci i personatge destacat de la Factory de Andy Warhol en la Nova York dels 70.

I perquè tota la ciutat es deixés seduir per la moda durant uns dies, el saló va ser present al Passeig de Gràcia amb l'exposició «Remakes. Quan el cinema va trobar la moda», del fotògraf Manuel Outumuro.

+info www.thebrandery.com



Bta.

Barcelona Tecnologies de l'Alimentació

15-18/Maig

Gran Via. 13a edició

25%
expositors
estrangers

Internacionalització, innovació i negoci. Al voltant d'aquests tres eixos, Bta. 2012 va fer palès que el sector de la maquinària i la tecnologia per a la indústria alimentària ha sabut afrontar la crisi econòmica, adaptant-se a la conjuntura, promovent l'R+D+I i buscant maneres noves d'ajustar costos sense que afecti la qualitat dels seus productes.

Novament, Bta. es va celebrar simultàniament amb el Saló Internacional de l'Embalatge, Hispack, la qual cosa va convertir la doble convocatòria en una de les principals plataformes comercials per a les indústries alimentària i del *packaging* del sud d'Europa i l'àrea mediterrània. Aquesta oferta transversal va atreure més de 35.000 visitants. Amb un 25% d'expositors i un 8% de visitants estrangers, Bta. va assolir l'objectiu d'internacionalitat que s'havia fixat per contribuir a promoure les exportacions espanyoles.

519 expositors de 30 països van presentar les tècniques més innovadores en automatització de processos productius, conservació d'aliments, solucions d'envasament, ingredients i additius, i equips per a la higiene i la seguretat alimentària. Entre les novetats, antioxidants alimentaris *antiaging*, complements contra l'osteoporosi, ampolles antibacterianes, sistemes de curat accelerat i edulcorants naturals com l'Stevia.

Els centres tecnològics, consultories, organismes oficials i clústers vinculats a la indústria alimentària van estrenar l'Innovation Meeting Point. Així mateix, el saló va acollir una desena de jornades tècniques i conferències organitzades amb la col·laboració d'associacions i entitats sectorials.

SUPERFÍCIE

42.000 m²

EXPOSITORS

519

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Jornades tècniques,
presentacions



Saló Internacional del Caravaning

03-11/Novembre

Gran Via. 30a edició

200
marques

El Saló Internacional del Caravaning, que va exhibir 361 vehicles de 200 marques, va servir una vegada més per impulsar aquest tipus d'activitat no només com una manera de fer turisme, sinó com a filosofia de vida i, malgrat el context econòmic tan complex en què es va celebrar, va rebre visitants de tot Espanya.

Amb l'objectiu d'incentivar les vendes i arribar a públics nous, el saló va obsequiar els visitants que van adquirir elements d'acampada amb una estada de dos caps de setmana en un càmping. Els compradors d'una caravana o autocaravana van rebre una plaça gratis durant sis mesos a l'aparcament d'Abrera (Barcelona), habilitat per a aquest tipus de vehicles.

Per apropar els avantatges d'aquesta manera de fer turisme al gran públic, el saló va dissenyar l'àrea BCN Caravaning & Camping Live 2012, on es va reproduir la manera de viure en un càmping

amb els diversos tipus d'autocaravanes, caravanes i remolcs, així com *bungalows*, *mobile homes* i tendes de campanya.

Juntament amb l'aspecte comercial i divulgatiu, Caravaning va donar veu al sector. Així, en la XV Trobada d'Empresaris del Càmping i el Caravaning, es va informar que Barcelona disposarà, pròximament, d'una àrea de servei per a autocaravanes i es va fer una crida a la unitat d'acció entre ambdós segments per poder defensar les reivindicacions davant de les administracions.

Es va posar també de relleu l'interès de les marques per un més gran respecte mediambiental. La majoria de les autocaravanes presentades disposaven de propulsors Euro 5, de baix consum, que limiten les emissions de diòxid de carboni a l'atmosfera.

+info www.saloncaravaning.com

SUPERFÍCIE

20.000 m²

EXPOSITORS

107

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Concentració de caravanes i autocaravanes, Trobada d'Empresaris del Càmping i el Caravaning, Fam Parc (activitats infantils), àrea BCN Caravaning & Camping Live 2012



Chemspec Europe

13-14/Juny

Gran Via. 27a edició (2a a Barcelona)

50

països van aportar
expositors

El recinte de Gran Via va acollir per segona vegada, després de l'edició del 2009, el saló Chemspec Europe, en el qual van participar-hi els principals fabricants i proveïdors de química fina i producte especialitzat. Més de 5.000 visitants (un 20% més que el 2011 a Ginebra) procedents de 54 països van fer possible que la convocatòria de Barcelona fos considerada per expositors i visitants com «el millor Chemspec de la història».

Professionals del sector procedents de tot el món van poder fer múltiples contactes de negoci en un entorn com el de Fira de Barcelona, que exerceix de pol d'atracció de regions tan importants pel dinamisme econòmic com l'Amèrica Llatina o el Nord de l'Àfrica. Chemspec Europe va congrega fabricants o proveïdors, formuladors, processadors i proveïdors de serveis de 50 països.

Una cop més, Chemspec va jugar el paper de plataforma per a l'establiment de contactes amb

clients potencials i per donar a conèixer les últimes novetats industrials. En aquest sentit, va acollir nombroses activitats com conferències i seminaris, que van incloure sectors com el biotecnològic, fitosanitari, cosmètic, farmacèutic, el del tractament d'aigües i les ciències de la salut, a més de tractar qüestions relacionades amb els processos de fabricació i comercialització.

La reunió de compradors, distribuïdors i fabricants en un mateix àmbit també va permetre analitzar les perspectives de negoci. Com ja va succeir en l'anterior convocatòria barcelonina de Chemspec Europe es va produir una participació important d'empreses espanyoles del sector.

SUPERFÍCIE

19.000 m²

EXPOSITORS

393

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Conferències, seminaris,
demostracions

ORGANITZA

Quartz Business Media



Còmic

Saló Internacional del Còmic de Barcelona

03-06/Maig

Montjuïc. 30a edició (8a a Fira)

30è
aniversari

El Saló del Còmic, una de les cites més importants d'Europa per als amants de les vinyetes, va registrar un nou èxit d'assistència en el 30è aniversari. Durant quatre dies, el certamen va rebre la visita de més de 100.000 persones, que van poder conèixer les novetats del sector i gaudir de nombroses activitats lúdiques i culturals.

Els robots i els superherois van tenir un paper rellevant en aquesta convocatòria que celebrava els 40 anys de Mazinger Z amb la presència del seu autor Go Nagai. També va destacar l'exposició «Spiderman, 50 anys enredant-se», sobre els orígens i l'evolució d'aquest superheroi creat el 1942, i la mostra «Robots en la seva tinta», basada en la relació del còmic amb el cinema i la literatura, en la qual els visitants van poder interactuar amb robots reals.

Van participar-hi reconeguts autors nacionals i internacionals com Milo Manara, mestre del còmic

europèu; Guy Delisle, creador de *Pyongyang* i *Cròniques Birmanes*; Scott Snyder, guionista de les noves sèries de *Batman* i *la Cosa del Pantano*; o Luis i Rómulo Royo, Juanjo Guarnido i Paco Roca, els dibuixants de *Cavall Fort* i *l'Escola Josò*.

El saló va organitzar trobades entre autors i editors per propiciar contactes i acords, que van posar de manifest el bon moment creatiu i artístic en què es troba el món del còmic. Es van fer reunions entre professionals espanyols i xinesos, la qual cosa va confirmar l'interès del mercat xinès per la historieta europea.

Algunes de les activitats amb més públic van ser les sessions de firmes amb autors i els concerts de grups com Los Coronas, Teràpia de Shock, Avalanch o Lax'n'Busto.

SUPERFÍCIE

19.000 m²

EXPOSITORS

140

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Exposicions, tallers, presència d'autors, concerts

ORGANITZA

Ficomic

+info www.ficomic.com



Cosmobelleza

Saló Internacional de Perruqueria, Estètica i Wellness

11-13/Febrer

Gran Via. 18a edició

22

demostracions
de manicura

Cosmobelleza va esdevenir en un dels principals punts de trobada entre empreses i professionals del món de l'estètica i la perruqueria. Les apostes de l'edició del 2012 van ser sobretot la formació, la internacionalització del certamen i la promoció del negoci per contribuir a l'impuls del mercat de la bellesa, especialment a la zona euromediterrània.

El saló, que va congrega més de 84.000 visitants, va oferir diversos esdeveniments dirigits als professionals de la perruqueria, l'estètica i el *wellness*, entre els quals va destacar el XXVI Congrés d'Estètica, en què es van tractar temes com les tècniques per a homes i es van presentar les últimes novetats per remodelar la silueta i els massatges que s'apliquen en els *spa*.

Activitat de gran èxit va ser la «Sala Tècnica d'Estètica i Ungles», que va acollir 22 demostracions de manicura, un dels sectors

més rellevants del moment. La passarel·la «Barcelona Hair Fashion» va ser un altre dels focus d'atenció del saló, en el qual es van mostrar els tons, pentinats i les tallades de cabells més actuals, de la mà de reconeguts estilistes.

La mateixa passarel·la va ser també escenari del concurs de maquillatge corporal «Body Art». En aquesta ocasió, els membres del jurat van adjudicar el guardó al jove maquillador José Luis Blasco pel seu treball «Katrina de foc».

El saló va recuperar el 2012 el tradicional lliurament del Premi Cosmobelleza a la Millor Imatge Pública de l'Any, que va recaure en la contertuliana i conductora televisiva Carmen Lomana, qui va mantenir una conferència-col·loqui amb professionals per donar a conèixer el seu concepte de bellesa personal.

+info <http://cosmobelleza.com/esp/home.cosmo>

SUPERFÍCIE

31.800 m²

EXPOSITORS

295

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Congressos, premis, tallers, concursos

ORGANITZA

Grupo Cosmobelleza



The Craftroom

Setmana d'Artesania de Catalunya

30/Novembre – 02/Desembre

Montjuïc. 2a edició

34

projectes exposats

Per segon any consecutiu, l'artesanía catalana va ser protagonista de la mostra instal·lada al palau 8 del recinte de Montjuïc sota la denominació de The Craftroom. La promoció de l'activitat artesana i l'estímul de les vendes, amb motiu de la proximitat de les festes nadalenes, figuraven entre els objectius dels organitzadors, el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat.

La fira, d'accés gratuït, va acollir una gran zona d'exposició i venda de productes de sectors i oficis diferents, com ara complements de moda, joieria, articles per a la llar, objectes de regal i decoració.

A més dels artesans procedents de tota la geografia catalana, la fira va rebre també professionals arribats d'altres punts d'Espanya i de Finlàndia, país convidat i que és referent

per la qualitat i contemporaneïtat de la seva artesanía.

De manera paral·lela, es va desenvolupar un atractiu calendari d'activitats dirigides al públic en general i a les famílies, amb tallers infantils, rondallaires, demostracions d'oficis, *performances* i projecció d'audiovisuals sobre artesanía catalana, entre d'altres. Van destacar els tallers dedicats al treball sobre cuir, marqueteria, iniciació al gravat en vidre, grafitis i pirogravat de la pell i bijuteria ecològica amb paper.

En l'espai Futur Excel·lent es van exhibir 34 projectes dels alumnes de la promoció del 2011 i el 2012 de nou escoles d'arts i oficis de Catalunya.

SUPERFÍCIE

19.100 m²

EXPOSITORS

70

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Tallers, demostracions, activitats infantils, exposició de las escoles d'arts i oficis

ORGANITZA

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya



EIBTM

Saló Professional de la Indústria de Viatges de Negocis,
Congressos i Incentius

27-29/Novembre

Gran Via. 25a edició (9a edició a Fira)

25

anys del certamen

La cita més important del món dedicada a la indústria dels viatges de negocis, congressos i incentius va fer 25 anys celebrant una de les edicions més innovadores i reeixides. Va rebre visitants de 150 països i va presentar l'oferta de 3.100 destinacions: agències de viatges, operadors turístics, centres de convencions, cadenes hoteleres, empreses de serveis i organitzadores d'esdeveniments.

Un dels espais més freqüentats va ser el d'«Experiències del Futur», en el qual es van exhibir les últimes innovacions del sector, com ara fullets de vendes virtuals per a telèfons mòbils i tauletes que incorporen realitat augmentada.

En aquesta convocatòria, EIBTM va disposar del programa de compradors convidats més gran organitzat fins avui, amb 4.100 professionals internacionals, que es van reunir amb els

expositors per conèixer les novetats i decidir on celebrar els seus propers actes.

Per primer cop, el certamen va presentar el Fòrum EIBTM, una conferència inaugural que en aquesta ocasió va ser a càrrec de Barbara Kellerman, professora de lideratge públic de la universitat de Harvard. També va organitzar reunions per promoure el *networking* i més de 110 sessions per analitzar les últimes tendències del sector.

El saló va arribar a Barcelona el 2004 i, des d'aleshores, ha contribuït a promoure la ciutat, Catalunya i Espanya com a destinació de turisme de negocis. Segons la International Congress and Convention Association, Barcelona ocupa la cinquena posició del rànquing de ciutats més destacades del món en el sector de congressos i convencions.

+info www.eibtm.com

SUPERFÍCIE

14.700 m² (nets)

EXPOSITORS

3.164

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Conferències, trobades de negocis

ORGANITZA

Reed Travel Exhibitions



E-Show

Saló Professional del Comerç Electrònic i els Negocis Online

14-15/Març

Montjuïc. 1a edició

200
ponències

E-Show va celebrar la primera edició a Barcelona, prenent el relleu a un altre saló de característiques semblants, E-commretail Barcelona. El certamen va anunciar la celebració d'altres convocatòries a Madrid, Lisboa i Sao Paulo a més de la Ciutat Comtal.

El nou saló vol ser referent per als sectors del comerç electrònic (logística, mitjans de pagament, *hosting*, CRM, *call center*, creació i disseny de botigues virtuals), màrqueting *online* (anàlisi de web, posició de cercadors, màrqueting a través del correu electrònic...), *hosting & cloud computing*, desenvolupament de les xarxes socials i la seva estratègia, *mobile* (comerç a través de tecnologies mòbils) i *digital signage*.

E-Show es va orientar especialment a les empreses i emprenedors que desenvolupen negocis *online*, anunciants, petites i mitjanes empreses, agències de publicitat i màrqueting

online i *offline*, administradors de web, dissenyadors i experts en xarxes socials. En el marc del certamen es van desenvolupar més de 200 ponències, 10 *workshops* i 20 *eCoffees*, trobades informals de petit format.

Entre les activitats específiques van destacar el Congrés de Comerç Electrònic i Negocis Online, les Jornades per a Pimes de Domestika, Eventosfera, les sessions Open Source i la Jornada Cloud Computing amb la participació d'experts i empreses líders d'un sector en creixement i amb grans possibilitats de desenvolupament. La majoria dels seminaris i fòrums van assolir el màxim aforament permès, amb sessions de gran qualitat i amb marques de referència com Moritz, L'Oréal París, Starbucks i Chupa Chups.

SUPERFÍCIE

2.500 m² (nets)

EXPOSITORS

88

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Seminaris, ponències, classes magistrals

ORGANITZA

E-World



Eurocoat

Fira Internacional de Pintures, Vernissos i Adhesius

02-04/Octubre

Montjuïc. 20a edició (2a a Fira)

40
ponències

Amb la celebració simultània d'un saló professional i un congrés tècnic i científic, Eurocoat es va consolidar com una plataforma d'intercanvi i de negocis per a les comunitats industrial i científica del sector dels revestiments, que va reunir els principals fabricants i distribuïdors de pintures, tintes d'impressió, vernissos, coles i adhesius, així com universitats, instituts tecnològics i centres d'investigació. Aquest esdeveniment internacional de caràcter itinerant entre Itàlia, França i Espanya ja havia escollit Fira de Barcelona el 2009 per celebrar la 17a edició.

En aquesta convocatòria, Eurocoat es va obrir a nous mercats emergents com la Xina, el Japó i l'Iran reforçant alhora el seu posicionament habitual al sud d'Europa i nord de l'Àfrica. Van visitar l'esdeveniment més de 5.000 professionals de 60 països.

Com a novetat, Eurocoat va posar a disposició d'expositors i visitants tallers per descobrir

solucions tècniques, així com per compartir experiències i innovacions sobre productes i processos.

Paral·lelament es va celebrar el congrés tècnic, que va reunir més de 150 professionals entorn de la reducció de costos a partir de la innovació. Es van presentar 40 ponències sobre el desenvolupament de noves formulacions de pintures, l'abaratiment dels processos de fabricació, aplicació, formació de pel·lícula i asseccament dels tints i la millora de l'eficiència de l'envasament. Els investigadors van analitzar, a més, els nous reptes en el sector de les pintures a través de l'ús de matèries primeres renovables i tecnologies *bio-based*.

SUPERFÍCIE

2.000 m² (nets)

EXPOSITORS

87

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Congrés, lliurament de premis

ORGANITZA

AETEPA (Associació Espanyola de Tècnics de Pintures i Afins) i UATCM (Unió d'Associacions de Tècnics de Pintures i Afins de la Cultura del Mediterrani)



Expohogar

Saló Internacional del Regal i Articles per a la Llar

20-23/Gener – 22-25/Setembre

Montjuïc. 46a i 47a edició

2

edicions anuals

Com és tradicional, en les edicions de primavera i tardor, Expohogar va ser la cita obligada dels petits i mitjans comerciants de tot Catalunya i l'àrea d'influència, Comunitat Valenciana, Illes Balears i sud de França, per conèixer i adquirir les últimes novetats en articles de regal, bijuteria i complements de moda i decoració.

Expohogar, un dels salons més veterans del calendari firal barceloní, és un referent en l'àmbit del parament i els productes per a la cuina; interiorisme i decoració; terrassa i jardí; artesanía, papereria, disseny i tendències; tèxtil de la llar; cura personal; i marroquineria i articles de viatge.

En l'edició de primavera, celebrada al gener, Expohogar va actuar com un veritable dinamitzador del sector en el qual les empreses exposidores van poder tancar nombroses operacions comercials en la primera cita de la temporada,

gràcies a la destacada oferta de productes caracteritzats per la seva qualitat, disseny, funcionalitat i preu molt ajustat.

El setembre, mes en què es va celebrar l'edició de tardor, el saló va rebre la visita de nombrosos professionals que van adquirir els productes i articles de la propera campanya de Nadal, que significa el 60% del total de les vendes anuals del sector al nostre país.

A més, Expohogar va tornar a marcar la pauta avançant les tendències de moda en aquest sector, omplint de color les nostres llars i carrers. Els *cupcakes*, la varietat de tonalitats de blaus i el retorn de l'estil *vintage*, que van ser el *must* de la temporada, van protagonitzar les dues edicions del saló.

SUPERFÍCIE

8.000 m² (primavera)

8.200 m² (tardor)

EXPOSITORS

120 (primavera)

125 (tardor)

CARÀCTER

Públic

+info www.expohogar.com



Expominer & Colecciona Barcelona

Saló Internacional de Minerals, Fòssils i Joieria

Saló de la Filatèlia, la Numismàtica i el Col·leccionisme

200
expositors

09-11/Novembre

Montjuïc. Expominer, 34a edició / Colecciona Barcelona, 1a edició

Els col·leccionistes i amants de minerals, gemmes, fòssils, segells, monedes i altres objectes es van citar al recinte de Montjuïc per gaudir de la seva afició, ja que es van celebrar conjuntament Expominer, Saló Internacional de Minerals, Fòssils i Joieria, i la primera edició de Colecciona Barcelona, Saló de la Filatèlia, la Numismàtica i el Col·leccionisme. Aquest últim va estar organitzat per Fira de Barcelona i el Gremi de Filatèlia i Numismàtica, amb la col·laboració de l'Associació Nacional d'Empresaris de Filatèlia i Numismàtica d'Espanya i la Federació Catalana de Societats Filatèliques.

L'oferta conjunta d'ambdós esdeveniments va permetre mostrar una gamma extensa de productes col·leccionables: des de segells, monedes i bitllets de diferents èpoques, medalles, gravats, xapes de cava, miniatures, didals, cartells o fotografies antigues, fins a una gran mostra de minerals, gemmes, pedres

precioses, semiprecioses i fòssils. Els visitants fins i tot van poder adquirir meteorits de Mart i de la Lluna.

Expominer va incorporar Joia Gallery, nou espai creat amb la col·laboració del Col·legi de Joiers, d'Orfebres, de Rellotgeria i de Gemmòlegs de Catalunya, on el públic va poder admirar i comprar joies d'autor exclusives realitzades amb minerals i gemmes.

Juntament amb l'exposició comercial, l'objectiu de la qual era fomentar la compravenda dels objectes exposats, els salons van pretendre divulgar el patrimoni cultural que suposen la geologia, la filatèlia i la numismàtica, així com promoure el col·leccionisme entre els més joves com una forma de lleure formativa.

SUPERFÍCIE

13.400 m²

EXPOSITORS

200

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Tallers, conferències, concurs de dibuix.

Exposicions:

«Minerals del futur»,

«Història postal de Catalunya»

i «Exili republicà»



Expomóvil Comercial

Saló del Recanvi, Accessoris, Equips i Postvenda de l'Automòbil

15-17/Març

Montjuïc. 1a edició

250
marques

La primera edició d'Expomóvil Comercial es va celebrar amb l'objectiu dinamitzar el sector de la postvenda. Van participar-hi més de 250 marques representades i van visitar el saló compradors d'Itàlia, Portugal, el Marroc i Alemanya, que van contribuir a millorar la situació d'un sector molt afectat per la crisi. La Federació Espanyola d'Empresaris Professionals de l'Automoció (CONEPA) estimava que les operacions als tallers espanyols el 2011 havien disminuït entre un 4% i un 7% respecte de l'any 2010 i més de 2.500 centres de reparació havien tancat o canviat de titular.

A més de l'àmplia oferta comercial, en la qual figuraven primícies al mercat espanyol, Expomóvil va disposar d'un extens programa de jornades tècniques, sessions i activitats. Van destacar les organitzades per la Federació Nacional de Comerciants i Reparadors de Pneumàtics (FENACOR), la Federació Catalana

de Tallers de Reparació d'Automòbils (FECATRA), la Confederació Espanyola de Tallers, Reparació d'Automòbils i Afins (CETRAA), la Federació Espanyola d'Empresaris Professionals d'Automoció (CONEPA), i l'organitzada pel certamen mateix amb la col·laboració d'Auto AfterMarket News per donar a conèixer la realitat del mercat portuguès.

Així mateix, el saló va ser escenari de moltes reunions de feina, trobades B2B i sessions professionals; va destacar la celebració de l'assemblea general de l'Associació Europea d'Equips per a Taller o els contactes de negoci establerts entre una trentena d'expositors i sis grans compradors de Portugal.

SUPERFÍCIE

13.000 m²

EXPOSITORS

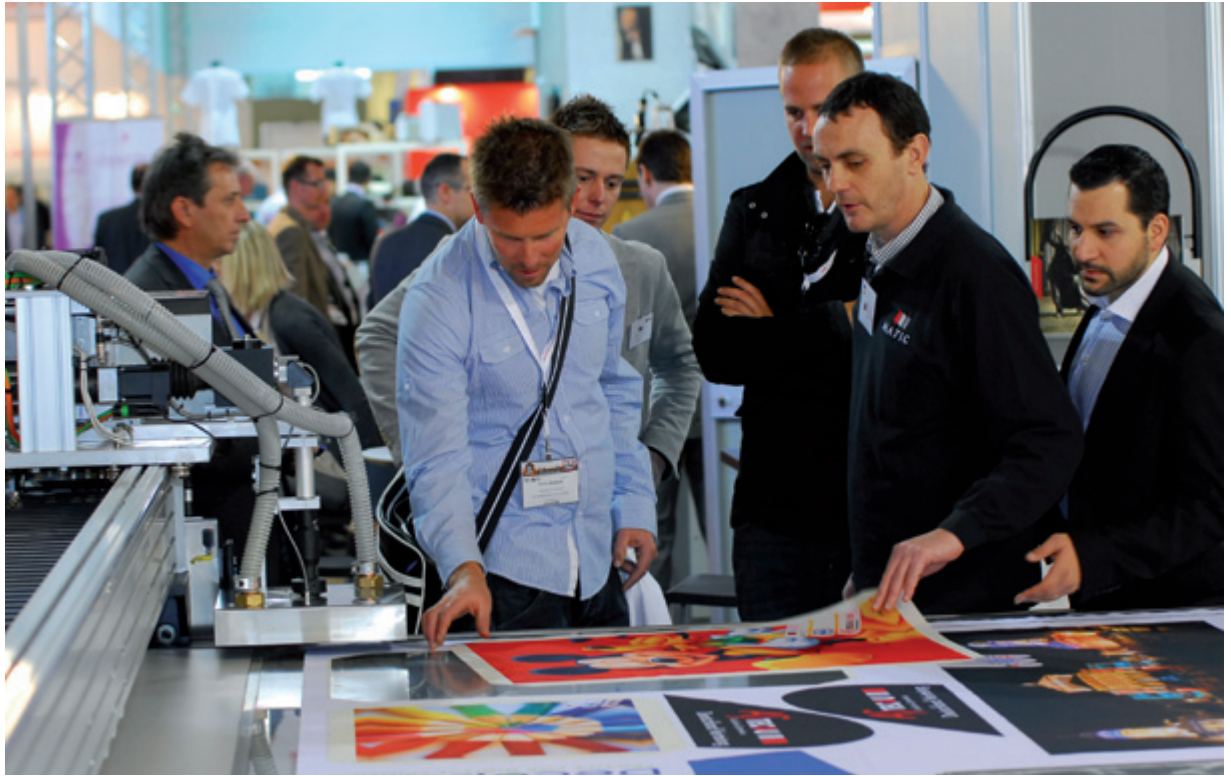
102

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Conferències,
jornades, premis



Fespa Digital

21-24/Febrer

Gran Via. 5a edició (1a a Barcelona)

111

països van aportar
visitants

L'edició de Barcelona va ser la primera de Fespa Digital celebrada a Espanya i es va tractar, segons els organitzadors, del programa més complet i ambiciós fins al moment, orientat a satisfer sobretot les necessitats dels impressors de gran format. La trobada estava dirigida al sector de les arts gràfiques, però també al *packaging*: serigrafia digital, *offset* litogràfic i d'embalatge; fabricants de rètols, etc. També van tenir cabuda els petits formats d'impressió.

Espanya va ser el país que més assistents va aportar (45%), seguit del Regne Unit (6%), França (6%), Itàlia (6%) i Alemanya (4%). L'elecció de Barcelona com a seu va constituir un gran reclam per als impressors de la Península Ibèrica i França. Els visitants procedien de més de 111 països diferents, que superaven àmpliament les previsions inicials d'aconseguir la presència de 13.000 professionals.

A més de les exposicions, s'hi van desenvolupar altres activitats, que van despertar l'interès dels visitants, relacionades amb la formació, les oportunitats de futur, la realització de negoci i les habilitats professionals.

Va destacar l'àrea Explore Conference, que va oferir més de 40 sessions educatives individuals, on es van tractar temes relacionats amb la creació del negoci, desenvolupament tecnològic, impressió en format estret, sostenibilitat, cartelleria digital, perspectives comercials, electrònica impresa i impressió ecològica.

El Saló de la Fama, per la seva banda, va contribuir a recordar els noms més importants de la impressió digital a Europa.

SUPERFÍCIE

15.235 m² (nets)

EXPOSITORS

400

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Saló de la Fama, demostracions, conferències, exposicions

ORGANITZA

Fespa Ltd.



Festival de la Infància

27/Desembre – 04/Gener

Montjuïc. 49a edició

100

activitats diverses

El Festival de la Infància, referent nadalenc del lleure infantil i juvenil des de fa gairebé cinc dècades i el més tradicional de Catalunya, va oferir als més petits i als seus acompanyants més de 100 activitats per gaudir del final de les vacances en família: jocs, gimcanes, escalades, esports, tallers educatius i solidaris, concursos de dibuix, circuits d'aventura, pistes de bici, campionats de voleibol i patinatge sobre gel i concerts per a tots els gustos i edats.

Va combinar així mateix la diversió amb la divulgació de valors com els bons hàbits alimentaris, la solidaritat, el civisme i el respecte pel medi ambient.

Un any més, l'esdeveniment va concedir especial importància a la pràctica esportiva i va ser amfitrió d'estrelles de diverses disciplines, com els jugadors del FC Barcelona Adriano, Muniesa i Cuenca, que van firmar autògrafs per a més

de 1.100 nens. La campiona del món de natació, Melanie Costa, i el capità de la selecció espanyola de waterpolo, Felipe Perrone, també van visitar el saló, així com el pilot olímpic de *skeleton*, Ander Mirambell; els jugadors del primer equip de bàsquet FIATC Joventut de Badalona, i el campió paralímpic i medalla d'argent de tennis de taula a Londres 2012, Jordi Morales.

La música va ser un altre component fonamental del certamen, que va acollir els concerts de grups tan reconeguts com Amelie o Macedonia, entre molts altres que van fer passar una bona estona un gran nombre de nens i nenes, que cada dia van cantar i van ballar amb els artistes a l'escenari del Festival.

SUPERFÍCIE

40.000 m²

EXPOSITORS

70

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Proves esportives, jocs, tallers, concursos, concerts



FM&BS

Facility Management and Business Services World Summit

27-28/Juny

Montjuïc, 2a edició

60
ponents

Un canvi de mentalitat profund. Aquest va ser el missatge que els experts nacionals i internacionals reunits en la segona edició del FM&BS World Summit van llançar per fer front a la crisi actual. Ponents i delegats d'aquest fòrum van considerar que estendre la feina flexible, fomentar la mobilitat laboral, utilitzar aplicacions informàtiques per treballar al «núvol digital» i apostar per la gestió integral dels serveis reduiria la despesa i augmentaria la capacitat d'estalvi de les empreses i de les administracions públiques.

La gestió integral dels edificis per part d'empreses especialitzades és una altra de les eines que permetrien reduir costos. Segons la Societat Espanyola de Facility Management (IFMA Espanya), l'Estat s'estalviaria uns 6.000 milions cada any si externalitzés la gestió dels seus equipaments.

i als gestors de les Administracions els avantatges que comporta l'externalització de serveis, una eina que els permet obtenir un grau d'eficiència més elevat, pel fet de centrar-se únicament en l'activitat principal.

Visitants i expositors van expressar la seva satisfacció pel desenvolupament de l'esdeveniment, organitzat amb la col·laboració d'IFMA Espanya, per promocionar una activitat empresarial molt poc coneguda al nostre país. De fet, a Espanya, només un 32% de les empreses externalitzen almenys un servei o una funció. A Alemanya el percentatge ascendeix a un 70% i en el Regne Unit a un 90%.

SUPERFÍCIE

5.600 m²

EXPOSITORS

60 ponents
800 delegats

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Zona d'estands,
àrea de *networking*,
ponències

FM&BS World Summit va donar a conèixer novament als directius de les empreses privades

+info www.fm-bs.es



Gamelab

Fira Internacional del Videojoc i Oci Interactiu

27/Juny – 01/Juliol

Montjuïc. 8a edició (1a a Fira)

1.100

reunions
professionals

Fira va acollir per primera vegada Gamelab, el principal esdeveniment d'Espanya centrat en els videojocs i l'entreteniment a través del mòbil. En la primera cita en la institució firal barcelonina, el certamen va celebrar l'edició més llarga i freqüentada de la seva història. Durant cinc dies van visitar Gamelab al voltant de 30.000 persones que van poder assistir a les conferències i van tenir ocasió de provar moltes de les novetats més esperades pels *gamers*.

El programa d'activitats i conferenciants va reunir noms com Kazunori Yamauchi, creador de «Gran Turismo»; Hironobu Sakaguchi, creador de la saga «Final Fantasy»; Al Lowe, autor del mític «Leisure Suit Harry»; Xavier Carrillo, fundador de Digital Legends; i Enric Álvarez, director creatiu de MercurySteam, responsable de «Castlevania: Lords of Shadow».

El saló també va voler augmentar la seva aposta pel desenvolupament de negoci internacional a través de Gamelab Hub, plataforma per a la internacionalització de les empreses espanyoles de videojocs, que va reunir més de 160 firmes i va organitzar més de 1.100 reunions de feina. Bona mostra de la projecció internacional creixent de l'esdeveniment va ser el nombre d'empreses estrangeres que van prendre part en la iniciativa, el triple que en l'edició anterior.

La fira també es va bolcar amb la Gamelab Academy, programa destinat al foment dels emprenedors i de les petites empreses espanyoles, a la vegada que aposta per una formació de qualitat per als futurs professionals amb una sèrie de conferències obertes al públic.

SUPERFÍCIE

5.000 m² (nets)

EXPOSITORS

45

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Conferències, Gamelab Hub, Gamelab Academy, lliurament de premis

ORGANITZA

Interactivas



Hispack

Saló Internacional de l'Embalatge

15-18/Maig

Gran Via. 15a edició

La internacionalitat, les noves tendències de consum i el futur del *packaging* van protagonitzar Hispack 2012, un saló que va atraure més de 30.000 professionals de 85 països, conjuntament amb la fira de tecnologia alimentària Bta. Els expositors, per la seva banda, procedien de 31 països de tot el món.

Es va fer palès un canvi de mentalitat dels clients de la indústria de l'envàs i l'embalatge, gràcies al redescobriments del *packaging* com a eina de venda. Les empreses exposidores van constatar que, malgrat l'adversa conjuntura econòmica, la demanda es mou a la recerca d'elements d'innovació i diferenciació. En aquest sentit, Hispack va aportar idees i va mostrar tendències i aplicacions perquè les empreses industrials i de consum puguin optimitzar-ne els processos, abaratir costos, millorar-ne els productes i trobar nous nínxols de mercat a partir de l'envàs i de l'embalatge. Els nous materials, la sostenibilitat

i el disseny van marcar les principals línies de futur.

Hispack va tornar a demostrar el seu poder de convocatòria en diferents àmbits: van visitar el saló el 74% de les principals empreses alimentàries del nostre país; el 70% de les empreses farmacèutiques líders; el 64% de les grans companyies del sector químic; i més de la meitat de les de perfumeria i cosmètica.

L'estratègia d'internacionalitat en la qual Hispack fa anys que hi treballa va donar els fruits esperats en un moment en què les exportacions són claus per al creixement de la indústria. L'increment de visitants procedents de mercats estrangers en els quals es van realitzar accions de promoció va ser del 43% respecte de l'edició del 2009. Així mateix, van tenir lloc més de 600 trobades de negocis entre un centenar d'expositors i empreses d'Angola, la Xina, l'Iran, el Perú, Rússia,

SUPERFÍCIE

62.400 m²

EXPOSITORS

667

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Jornades tècniques, presentacions, exposició cultural, lliurament de premis



600

trobades de negocis

31

països van aportar expositors

Sud-àfrica, Ucraïna i Uruguai. També es van programar 250 entrevistes entre compradors de 16 països i unes altres 114 empreses expositors.

Així, la voluntat d'internacionalització i l'optimisme de cara al futur van quedar reflectits al Baròmetre Hispack Packaging Trends, que es va presentar al saló i del qual van destacar dues dades: el 55,2% de les companyies del sector són exportadores i el 39,1% de les empreses preveia incrementar els ingressos el 2012.

Activitats formatives

En les activitats i jornades celebrades van participar més de 500 ponents i 2.000 congressistes. El dinamisme dels debats al Pack Corner i el Logistic Corner va complir totes les expectatives i es van analitzar les últimes tendències i casos d'èxit en *packaging*, publicitat

en el lloc de venda (PLV) i intralogística de l'envàs i l'embalatge, especialitat aquesta última que va experimentar un creixement important en l'oferta i continguts del saló.

Hispack 2012 va acollir també el lliurament dels premis Líderpack d'envàs, embalatge i PLV en els quals van resultar guardonats 18 treballs, 12 dels quals van ser seleccionats per representar a Espanya en el Concurs Mundial WorldStar for Packaging. Precisament en aquest certamen internacional cinc Líderpack es van col·locar entre els millors envasos del món.

El saló va promoure també el vessant cultural de l'envàs i l'embalatge amb l'exposició TOP 10 Pack que va identificar els envasos més cèlebres de la història: Coca-Cola, Absolut Vodka, Toblerone i Chanel N°5 encapçalen la llista.

+info www.hispack.com



Hostelco

Saló Internacional de l'Equipament per a Restauració,
Hoteleria i Col·lectivitats

17-21/Octubre

Gran Via. 16a edició

Hostelco, el saló líder a Espanya i un dels més importants d'Europa de la seva especialitat, va mostrar en l'edició del 2012 les últimes tendències en l'àmbit de la restauració i l'hoteleria, fent una aposta clara per la sostenibilitat, l'estalvi energètic i el disseny. Un dels trets principals va ser contribuir a generar contactes entre els expositors i els més de 300 grans compradors convidats al certamen, el 50% dels quals eren internacionals. Cal destacar la celebració de les jornades Europa-Brasil i les sessions sobre mercats exteriors.

Paral·lelament, es va celebrar el Congrés Mundial de la Indústria Hotelera (HIWC), que va reunir a Barcelona directius de les principals cadenes d'hotels internacionals. La trobada va registrar més de 320 assistents i la participació de 60 ponents reconeguts, com el vicepresident de Recursos Humans de Hilton Europa, Ben Bengougam; el vicepresident d'Operacions

d'Europa Occidental d'Intercontinental Hotels, Didier Boidin; o el president d'Aspen Resorts International, Raoul Andrews Sudre.

L'HIWC va permetre analitzar en profunditat diferents aspectes de la indústria hotelera, com el màrqueting, els recursos humans, les oportunitats de negoci en mercats exteriors, la gestió dels spas, les xarxes socials com a noves eines per a la venda o el poder d'Internet. En aquest context, i sota la denominació de «Hotel Influencers Meeting», el certamen va organitzar una trobada singular que va reunir els blocaires experts en hotels que gaudeixen de més prestigi a la xarxa.

Una exposició d'interiorisme denominada «The Luxury is freedom of choice and time for yourself» va compartir espai amb el congrés i va mostrar als professionals assistents diferents estances d'un hotel innovador i flexible, capaç de

SUPERFÍCIE

74.800 m²

EXPOSITORS

500

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Congrés, premis, exposicions, Campionat Nacional de Baristes, cursos de formació

modificar-se d'acord amb els gustos i les necessitats dels clients.

En el marc del ja esmentat HIWC es van lliurar els Word Hospitality Industry Awards, guardons destinats a reconèixer l'esforç dels professionals de l'hostaleria en dues àrees clau del sector: innovació i gestió. Les firmes Hobart, Sayl i Noves Tècniques del Gas van ser premiats en la categoria de Producte Industrial, mentre que les cadenes Hotusa Hotels, Confortel Hoteles, Iberostar i Núñez y Navarro Hoteles van rebre el premi en la categoria Excel·lència i Intel·ligència dels Hotels.

Cafès i baristes

Altres activitats van completar l'oferta del saló, com el primer curs de formació professional de *pannier*, l'expert en pa que suggereix els millors maridatges entre les diferents versions d'aquest aliment i les creacions dels xefs.

La tradicional Àrea Cafè, per la seva banda, va ser l'escenari de la Final del VII Campionat Nacional de Baristes, organitzat amb la col·laboració del Fòrum Cultural del Cafè. El nou millor barista d'Espanya va ser el català Sergio Rodríguez.

D'altra banda, alguns dels bàrmans més reconeguts del món van revelar als visitants d'Hostelco els secrets del còctel i de les seves infinites variants i es van exhibir practicant el *flair bartending*, una tècnica que combina acrobàcia i sofisticades coreografies amb la preparació dels còctels més espectaculars.

Hostelco, organitzat per Fira de Barcelona, rep la col·laboració de la Federació Espanyola d'Associacions de Fabricants de Maquinària per a Hostaleria, Col·lectivitats i Indústries Afins (FELAC) i de la Federació Espanyola d'Hostaleria (FEHR).

+info www.hostelco.com

300
compradors convidats

50%
internacionals





In Cosmetics

Fira especialitzada en ingredients per a la cosmètica

17-19/Abril

Gran Via. 18a edició

70

productes nous
presentats

In Cosmetics és la fira de referència internacional del sector dels cosmètics, fabricants i proveïdors de les seves matèries primeres i ingredients, articles d'higiene, cura personal i indústries del perfum. Agrupa també formuladores, experts en R+D i especialistes en màrqueting i és aparador de la innovació i els avenços tecnològics.

Va augmentar en un 10% el nombre d'expositors i en un 9% el de visitants –més de 13.000 en total– amb relació a la convocatòria precedent, convertint-se l'edició celebrada al recinte de Gran Via en la més reeixida de la seva història, al llarg de la qual el certamen ha tingut lloc en diverses ciutats de tot el món. El 92% dels expositors i el 70% dels visitants van procedir de fora d'Espanya.

El certamen és, a més, el marc en el qual es llancen cada any les principals novetats del sector i que assenyalen les tendències de futur.

A Barcelona, van veure la llum més de 70 productes nous relacionats amb la cura personal a la Zona d'Innovació, una de les més valorades pels visitants. Una platja artificial va servir com a escenari per presentar l'àrea Bellesa Solar en la qual es va fer un repàs a la història del bronzejat corporal i a la cura que necessita. En aquest sentit, In Cosmetics va organitzar un seminari científic que incidia en la necessitat de prendre el sol amb precaució.

Jornades, seminaris i conferències sobre les «formulacions verdes», les alternatives al testat animal o la cosmètica basada en el genoma, entre altres qüestions, van integrar el programa d'In Cosmetics Barcelona.

SUPERFÍCIE

12.000 m² (nets)

EXPOSITORS

590

CARÀCTER

Professional

ORGANITZA

Reed Exhibitions



Liber

Fira Internacional del Llibre

03-05/Octubre

Gran Via. 30a edició

20%
professionals
estrangers

La debilitat del consum intern obliga la indústria del llibre en espanyol a buscar nous mercats exteriors. Liber, fira de referència a Espanya per al sector, promoguda per la Federació de Gremis d'Editors, es va abocar en atraure compradors estrangers, tant de Llatinoamèrica com de Rússia, Turquia, la Xina o el Japó. Així, un 20% dels professionals assistents va ser estranger. Van presentar la seva oferta 328 editorials i entitats de 15 països.

El saló va fer palès que els nous hàbits de consum culturals han transformat el model de negoci. La digitalització i les seves oportunitats van centrar les renovades Jornades Liber, a les quals van assistir més de 2.250 persones i van confirmar la necessitat d'informació dels professionals per posicionar-se en el nou context. A la zona Liber Digital van participar una trentena de proveïdors de serveis tecnològics i el Corner Digital va acollir més de 20 conferències.

El Paraguai va ser el país convidat. La seva delegació, integrada per editorials, escriptors, artistes, músics i representants institucionals va valorar molt positivament l'oportunitat de donar a conèixer la seva literatura i producció editorial. Hi va haver conferències, presentacions de llibres, actuacions musicals i trobades empresarials.

Finalment, Liber va homenatjar la llarga trajectòria de l'editor Pablo Zendera Tomás al capdavant de l'Editorial Joventut durant gairebé 50 anys. El Premi «Boixareu Ginesta» al millor llibreter va ser per a les Llibreries Picasso d'Almeria i Granada i es va reconèixer la tasca de diversos mitjans de comunicació.

SUPERFÍCIE

11.000 m²

EXPOSITORS

328

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Jornades Liber,
Corner Liber Digital,
homenatges, lliurament
de premis



Magic Internacional

Fira Espiritual, Paracientífica i de Teràpies Alternatives

30/Novembre – 02/Desembre

Montjuïc. 8a edició

3

misteris històrics

La nova edició de Magic Internacional, una de les fires més rellevants d'Europa en la seva especialitat, va reunir professionals de la màgia, l'esoterisme, la nova espiritualitat, l'ocultisme, les tècniques paracientífiques i els aspectes terapèutics de les medicines alternatives.

Va complir la seva triple funció: cultural, lúdica i comercial, difonent el coneixement ocult.

Van participar expositors i professionals, com ara oracles i vidents, amb una oferta de productes àmplia i serveis de consulta, demostracions i pràctiques. Van ser presents els comerciants més importants del sector amb articles característics del món alternatiu i la paraciència.

La fira va desenvolupar un complet programa de conferències i tallers impartits per especialistes amb la voluntat d'informar i formar el públic sobre el món ocult que vivim, segons els organitzadors del certamen. Nombrosos experts, professors

i periodistes especialitzats van encapçalar les ponències sobre autohipnosi; descobriment de la identitat espiritual; connexió entre ment, cos, i esperit; regressions a vides passades; reiki; i misteris històrics, entre d'altres.

El saló va parar especial atenció, en aquesta ocasió, als esdeveniments històrics i commemoratius de l'any amb una clara relació amb el món de l'esoterisme i les ciències ocultes: es va tractar de les profecies maies que havien anunciat el final del món el 2012, el centenari de l'enfonsament del vaixell *Titanic* en xocar contra un iceberg el 1912 i el centenari de la mort d'Enriqueta Martí Ripollés l'anomenada *Vampira de Barcelona*.

SUPERFÍCIE

5.600 m²

EXPOSITORS

60

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Tallers, conferències, demostracions, cicle de cinema

ORGANITZA

D'Arbó Productions



Saló del Manga

01-04/Novembre

Montjuïc. 18a edició (1a a Fira)

60%
més d'espai

El Saló del Manga va aterrar a Fira batent els seus propis rècords. En la primera edició a Montjuïc, va disposar d'un 60% més d'espai per a exposició i va rebre més de 100.000 visitants, la qual cosa superava en un 70% les xifres del certamen del 2011 que va tenir lloc a La Farga de l'Hospitalet.

La cuina i la cultura japoneses van tenir gran protagonisme. El públic va poder assaborir el millor de la cuina nipona en l'espai de restaurants especialitzats, visitar la mostra «Manga a la carta» i participar en tallers gastronòmics, entre els quals van destacar els impartits per Ferran Adrià i Hiroiyoshi Ishida. També es van organitzar sessions amb altres grans xefs com Hideki Matsuhisa, Mestre Tan, Takashi Ochiai, Kenji Ueno, Mutsuo Kowaki, Hiroki Yoshiyuki o Natalia Mazarredo.

No van faltar les conferències i els debats amb la presència d'importants autors com Hiro

Mashima, de *Fairy Tail*; Nozomu Tamaki, del *True Blood* japonès *Bailando con vampiros*; i Toshiyuki Kubooka, director d'*anime*.

Altres de les activitats més seguides pels aficionats al manga, els coneguts com a *otakus*, van ser els concursos de karaoke i de *cosplay*, així com les actuacions musicals amb grups de pop japonès.

El saló va commemorar els 20 anys de l'arribada a Espanya de *Dragon Ball*, amb una exposició i una trobada en la qual es va batre el rècord Guinness de persones disfressades com personatges de la sèrie amb 307 participants. Hi va haver així mateix unes altres dues exposicions: una de dedicada a *Porco Rosso*, un clàssic del manga creat pel mestre Hayao Miyazaki i el Studio Ghibli; i una altra que va exhibir disfresses inspirades en aquest gènere de ficció (*cosplay*).

SUPERFÍCIE

21.300 m²

EXPOSITORS

97

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Tallers gastronòmics, conferències amb autors, exposicions, concerts de pop japonès, concursos de karaoke

ORGANITZA

Ficomic

+info www.ficomic.com



Mobile World Congress

27/Febrer – 01/Març

Montjuïc. 7a edició a Barcelona

El futur serà mòbil. Aquesta és la conclusió principal que aporta l'esdeveniment mundial més destacat sobre les tecnologies mòbils després de la setena edició a Fira. Des que va arribar a Barcelona, el Mobile World Congress no ha parat de créixer i el 2012 va registrar xifres inèdites en gairebé totes les seves magnituds, superant per primera vegada els 67.000 visitants, les 1.500 empreses expositores i els 3.300 periodistes acreditats. Unes dades que certifiquen la importància d'un sector que ha deixat de ser estanc i ha esdevingut element transversal per a moltes indústries.

Per primera vegada en la història de l'esdeveniment, el Congrés va acollir empreses no pertanyents a l'àmbit de les telecomunicacions, com l'automobilística Ford, que va voler mostrar la seva aposta per la connectivitat. Amb això es va obrir una porta que, amb seguretat, travessaran moltes companyies

d'altres sectors en els propers anys demostrant que la mobilitat és ja un element integrat en tots àmbits de les nostres vides.

Durant els quatre dies de celebració, els directius d'empreses com Alcatel-Lucent, AT&T, Best Buy, Bharti Airtel, China Mobile, Cisco Systems, Citigroup, Deutsche Telekom, eBay, Ericsson, Facebook, Ford Motor Company, Foursquare, Google, HTC, Nokia, NTT DOCOMO, Telefónica, Telenor Group, Visa Inc., Vodafone i ZTE van pronunciar conferències i van participar en debats en els quals es van abordar les principals qüestions que definiran la indústria de les tecnologies mòbils en el futur més immediat.

Les conferències van incloure una àmplia gamma de temes, tals com aplicacions, *cloud computing*, publicitat mòbil, pagaments per mitjà del mòbil, l'impacte de les tecnologies mòbils en l'àmbit de la salut, noves estratègies de negocis, sistemes

SUPERFÍCIE

74.500 m² (nets)

EXPOSITORS

+ de 1.500

CARÀCTER

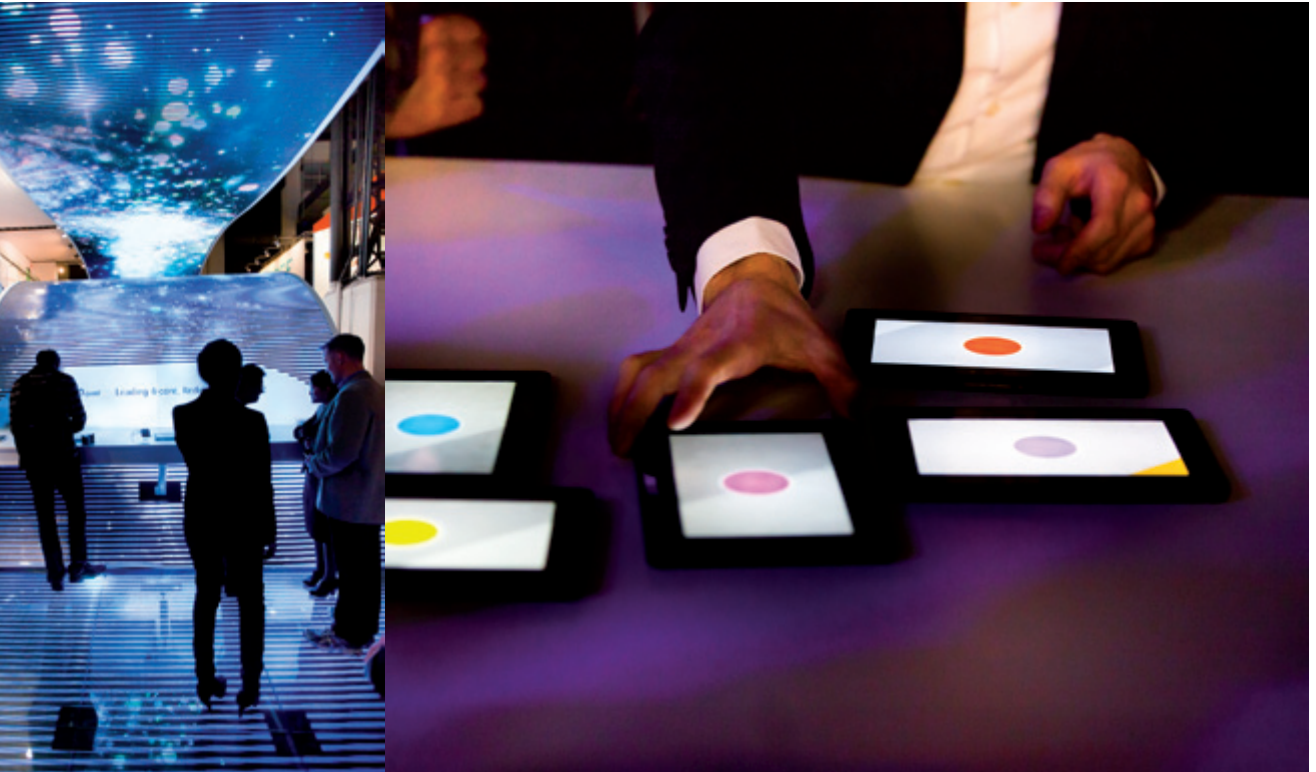
Professional

ACTIVITATS

Cimera de directius, conferències, sessions tècniques, App Planet, Connected House

ORGANITZA

GSMA amb la col·laboració de Fira de Barcelona



1.500
empreses exposidores

67.000
visitants

informàtics incorporats, capacitat de xarxa, xarxes socials i tecnologies per a la propera generació de xarxes, entre altres.

Mobile World Capital

Després de l'anunci, el juliol del 2011, de la designació de Barcelona com a Mobile World Capital per al període 2013-2018, el projecte va presentar les línies mestres d'actuació en el millor escenari possible, el congrés. En l'acte de presentació, la direcció de la Mobile World Capital Barcelona va donar a conèixer els detalls d'una iniciativa estructurada en quatre pilars: Mobile World Congress i Mobile World Hub, centrats sobretot en l'àmbit industrial i empresarial, i Mobile World Centre i Mobile World Festival, de més incidència social i ciutadana. L'impacte econòmic global s'estima al voltant dels 3.500 milions d'euros.

El Mobile World Congress està organitzat per GSMA, l'associació mundial que representa els interessos de prop de 800 operadores de telefonia de 220 països i més de 200 empreses de l'anomenat *ecosistema de mobilitat*.

Fira de Barcelona, com a *partner* de GSMA, va ser la responsable del procés de preacreditació *online*, acreditació in situ i control d'accessos durant la celebració de la conferència, a més de dirigir la logística del saló i participar en l'organització dels serveis firals de muntatge, de direcció de la restauració i de càtering, i l'atenció al client i al visitant.



Saló Nàutic Internacional de Barcelona

26-30/Setembre

Port Vell. 51a edició

Amb unes 700 embarcacions en exposició, el Saló Nàutic Internacional de Barcelona va celebrar l'edició més marinera en concentrar per primera vegada tota l'oferta en el Port Vell.

En aquest marc privilegiat de la ciutat es va situar tant la mostra flotant –amb embarcacions a partir dels 8 metres d'eslora– com l'exposició en sec, amb tota mena de productes i serveis nàutics que incloïen des d'electrònica i motors, fins a pintures, veleries, remolcs, articles de pesca, xàrter o ports esportius, a més de petits vaixells.

En total, van participar-hi 267 empreses, entre les quals hi havia marques del pes d'Astondoa, Bavaria, Belliure, Beneteau, Furuno, Garmin Iberia, Green Power, Jeanneau, Marina Estrella, Rodman Polyships, Sessa Marine, Sunseeker, Touron, Yamaha o Zodiac.

El nou model de saló va afavorir que els visitants poguessin veure, tocar i fins i tot provar les embarcacions al mar i els nous productes per practicar esports nàutics. També va permetre posar rumb al futur pel fet que el certamen s'adaptés a les necessitats de les marques exposidores i dels visitants, que van valorar el canvi de manera molt positiva.

El Saló Nàutic va tornar a posar un èmfasi especial en tots els aspectes relacionats amb la innovació i l'aplicació de les noves tecnologies a la indústria nàutica.

Una de les estrelles d'aquest any va ser l'SmartPort, una plataforma de gestió de ports i una xarxa social per a armadors i creueristes creada a Barcelona per a telèfons intel·ligents i tauletes. Altres novetats destacades van ser els comandaments sense cables que permeten el control de l'ancoratge

SUPERFÍCIE

16.300 m² (nets)

EXPOSITORS

267 amb
700 embarcacions

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Boat Parade (desfilada d'embarcacions), batejos del mar, proves d'embarcacions, tallers de marina tradicional, presentació de regates, conferències, lliuraments de premis

o les palanques de control que reemplacen el clàssic timó.

Les empreses també van presentar noves idees per fer front a la crisi. Es van donar a conèixer, per exemple, les noves modalitats de serveis de xàrter, un dels segments de la nàutica en ple auge.

També van destacar les promocions per llogar embarcacions a preus assequibles durant tot l'any i noves fórmules que faciliten que els particulars lloguin les embarcacions en determinades èpoques de l'any per ajudar a costejar-ne el manteniment.

Nombroses activitats lúdiques

A més de l'exposició comercial, el certamen també va organitzar un programa d'activitats ampli amb l'objectiu de fomentar l'afició a la nàutica. Per això, es va habilitar un cop més l'Àrea Fun Beach, on els visitants van poder fer un bany de mar i aprendre les nocions més bàsiques de la navegació a vela, el caiac, la canoa, el *paddle surf*

o, fins i tot, volar literalment sobre el mar amb un nou *gadget* aquàtic: el Flyboard.

Una de les activitats més vistoses va ser el Boat Parade, desfilada nocturna d'embarcacions que va atraure centenars de persones. En la primera edició van participar més de 20 vaixells a vela i a motor, d'entre 11 i 25 metres d'eslora, que van mostrar les últimes novetats quant a disseny, electrònica, motors i seguretat de les principals marques nacionals i internacionals. Les embarcacions van navegar a una velocitat de tres nusos en un espectacle de llum i so.

Així mateix, per tercer any consecutiu, es va habilitar el Village al Moll d'Espanya que va tornar a ser punt de trobada de representants de diversos àmbits de l'economia, la societat i l'esport.

+info www.salonnautico.com

700
embarcacions

20
vaixells al Boat Parade





MIHealth Forum

Fòrum de la innovació i la gestió en l'àmbit sanitari

24-25/Maig

Montjuïc. 1a edició

70
ponents

Trobar maneres diferents de proporcionar una assistència sanitària millor mai va ser tan necessari com ara. El creixement i envelliment de la població, juntament amb un context econòmic restrictiu, reclamen un replantejament de l'estructura actual dels serveis sanitaris capaç d'oferir més qualitat assistencial sense augmentar els pressupostos dels centres i els sistemes sanitaris. MIHealth Management & Clinical Innovation Forum va néixer amb l'objectiu de donar resposta a aquests reptes.

En les sessions, en les quals van participar més de 900 professionals, es van abordar temes com la gestió de la cronicitat, la teleassistència i l'impacte de les tecnologies de la informació i la comunicació en l'àmbit sanitari, el foment de la innovació entre el personal clínic o l'anàlisi de casos d'èxit, com el de la proveïdora de serveis assistencials nord-americana Kaiser Permanente.

Entre els més de 70 ponents presents al Congrés van figurar Ron Kikinis, fundador del Laboratori de Planificació Quirúrgica d'Harvard (Boston, EUA); Andrew Dillon, director general del National Institute for Health & Clinical Excellence (NICE) del Regne Unit; i Hung Chi-Tim, director general del clúster hospitalari de Central Kowloon (Hong Kong).

Els experts van concloure que els reptes del sector només es poden abordar mitjançant receptes innovadores que combinin més eficiència en els processos, una integració adequada de les noves tecnologies disponibles i un canvi d'enfocament radical de la cultura mèdica, que adopti principis preventius i busqui conservar la salut de les persones en lloc de tractar-les un cop hagin emmalaltit.

SUPERFÍCIE

5.600 m²

EXPOSITORS

260

CARÀCTER

Profesional

EDEVENIMENTS

PARAL·LES

Seminari HospitalTrack'12,
VII Fòrum d'Inversió
Healthcare, European
Connected Health
Leadership Summit



Ocasión

Saló del Vehicle Garantit

30/Novembre – 09/Desembre

Montjuïc. 30a edició

1.095
vehícles venuts

El 2012, el Saló Ocasión va créixer en espai i expositors, reunint 1.895 vehicles seminous, l'oferta més elevada dels últims anys. Amb més vehicles, descomptes i promocions va obtenir un rècord de vendes: 1.095 unitats, un 55% més que l'any anterior, per un valor de 22 milions d'euros.

Pràcticament la totalitat dels vehicles tenia menys de tres anys, provinents de Km0, gerència, flotes d'empresa i rènting, sotmesos a un estricte control d'admissió per la certificadora Dekra, per garantir l'estat perfecte.

El principal reclam van ser les nombroses unitats matriculades el 2012 que podien emparar-se als ajuts del Pla PIVE (2.000 euros, sempre que el cotxe adquirit tingués menys d'un any i complís determinats requisits sobre eficiència energètica, preu inferior a 25.000 euros i es lliurés a canvi un automòbil de més de dotze anys). Les preferències

del públic es van repartir entre els utilitaris de gamma mitjana, amb preus d'entre 8.000 i 15.000 euros i vehicles de marques alemanyes amb imports mitjans al voltant dels 25.000 euros. També es van vendre unitats del segment prèmium i alguns esportius de luxe.

Tradicionalment, el Saló Ocasión, organitzat amb la col·laboració de la Federació Catalana de Venedors de Vehicles a Motor, contribueix a dinamitzar les vendes de vehicles utilitzats a Catalunya en la recta final de l'any quan les empreses del sector aprofiten per renovar l'estoc. No només va propiciar les vendes al recinte firal sinó que va generar un altre centenar d'operacions els dies posteriors als concessionaris.

+info www.salonocasion.com

SUPERFÍCIE

14.200 m² (nets)

EXPOSITORS

70

CARÀCTER

Públic

ACTIVITATS

Fòrum de l'automoció



Setmana de la Formació i el Treball

21-25/Març

Montjuïc. Saló de l'Ensenyament, 23a edició / Expodidàctica, 15a / Futura, 9a

La Setmana de la Formació i el Treball, una de les grans cites del sector educatiu a Espanya, va reunir simultàniament els salons de l'Ensenyament, Expodidàctica i Futura. En total, van participar-hi al voltant de 300 expositors i va ser visitada per milers de persones. Es va confirmar així l'interès per un esdeveniment que ofereix la possibilitat de conèixer a fons tots els nivells del sistema educatiu i les sortides professionals futures després d'acabar l'Educació Secundària Obligatòria (ESO). En el Saló de l'Ensenyament, les noves titulacions d'FP relacionades amb activitats físicoesportives, artístiques, sanitat, serveis socioculturals, imatge i so, així com els graus universitaris de l'àmbit de la medicina, l'educació, el dret i les enginyeries van centrar les consultes dels joves.

Els alumnes d'entre 14 i 16 anys, molts dels quals anaven acompanyats dels pares el cap de setmana, van ser els principals sol·licitants

d'assessorament per poder triar-ne amb criteri la carrera professional. També es va observar un increment de visitants adults interessats pels serveis d'orientació personalitzada per ampliar els seus coneixements en alguna matèria.

La Setmana de la Formació va concentrar prop de 200 activitats, entre les quals hi havia des de tallers per ensenyar geometria amb bombolles de sabó i matemàtiques amb trucs de màgia, fins a la presentació dels resultats d'una enquesta a més de 900 professors sobre la realitat escolar. Va tenir molt bona acollida l'àmbit de divulgació «EspaiCiència», l'àrea multimèdia i el Saló dels Idiomes, amb tots els cursos per aprendre altres llengües fora de les nostres fronteres.

Un dels programes estrella promocionats en aquesta edició va ser l'Any Escolar a l'Estranger, que permet realitzar un curs d'ESO o Batxillerat fora d'Espanya. També es van donar a conèixer

SUPERFÍCIE

26.590 m²

EXPOSITORS

300

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Serveis d'informació i orientació a l'estudiant; àrea de dinamització multimèdia; xerrades informatives per a famílies; concursos, taules redones, presentació d'informes, premis



200
activitats

900
professors enquestats

programes que combinen l'aprenentatge de l'idioma amb el lleure, el voluntariat o l'esport.

Per la seva banda, Expodidàctica va ser centre d'atenció dels professionals interessats a conèixer recursos pedagògics nous i material didàctic per a l'aula. Es van presentar novetats, com ara pupitres multitàctils, taules interactives, controladors d'assistència a través de captura facial o, fins i tot, un inhibidor de cobertura perquè els estudiants no es distreguin amb el mòbil durant les classes.

El treball, al centre

La Setmana de la Formació també va allotjar el Saló Futura, que va rebre un gran nombre de visitants interessats en els programes de màster i postgrau de les universitats públiques i privades, centres de formació contínua, fundacions i escoles de negoci. En paral·lel, el Fòrum del Treball va

permetre relacionar empreses amb candidats qualificats per als processos de selecció de personal.

Per la seva banda, la publicació *Món Empresarial* va organitzar una jornada per debatre sobre la integració laboral de persones d'entre 45 i 50 anys que, a causa de la crisi, necessiten formació contínua per actualitzar coneixements i poder accedir a una ocupació o canviar d'activitat. Així mateix, el saló va voler potenciar l'esperit emprenedor dels universitaris amb el 3 Day Startup Barcelona, iniciativa internacional per ajudar 40 estudiants a crear la seva pròpia empresa de base tecnològica en només tres dies. També es va celebrar la 10a Fira Internacional d'Empreses Simulades.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com

+info www.expodidactica.com



Seafood Barcelona

The Global Seafood Market

15-17/Octubre

Gran Via. 1a edició

60%
expositors
internacionals

El nou saló internacional dedicat als productes del mar va replicar, a Barcelona, una de les fires sectorials més importants del món, l'European Seafood Exposition, que se celebra anualment a Brussel·les i que va atraure més de 300 expositors, un 60% dels quals eren internacionals.

Especialitzat en els productes del mar (peixos i mariscos frescos, congelats, processats, preparats i deshidratats), en comercialització, equips i tecnologia per al processat i l'emalatge, Seafood va congrega empreses, associacions i federacions empresarials del sector d'Espanya i de més de 20 països. Va desenvolupar un programa centrat en els compradors clau per contribuir a la vocació de consolidar-se com la gran fira comercial de referència del sud d'Europa i el Magrib.

Cal destacar que Espanya no és només una gran potència pesquera sinó que és el tercer mercat

importador de peix del món, amb compres per valor de 7.100 milions de dòlars el 2009 i el novè exportador, amb vendes de 3.465 milions de dòlars aquell mateix any. El peix arriba al 70% de les llars i el consum per persona i any és de 37 quilos, un dels índexs més elevats de la Unió Europea.

El grup de països que consumeix més peix per càpita és integrat pel Japó, Islàndia, Corea, Portugal i Itàlia. A més, Espanya és el tercer fabricant mundial de conserves, només per darrere de la Xina i Tailàndia, amb una producció de més de 350.000 tones valorades en 2.200 milions d'euros el 2010. Així mateix, va exportar gairebé un milió de tones de productes del mar i de l'aqüicultura, ocupant la primera plaça europea.

SUPERFÍCIE

12.000 m²

EXPOSITORS

300

CARÀCTER

Professional

ORGANITZA

Diversified Business

Communications i

Alimentaria Exhibitions



SIL

Saló Internacional de la Logística i de la Manutenció

05-07/Juny

Gran Via. 14a edició

100

novetats mundials

La nova edició del Saló Internacional de la Logística (SIL) va esdevenir la més internacional de les celebrades fins al moment. Amb més de 600 empreses participants, 100 novetats mundials, 200 actes d'empreses i un 45% d'internacionalitat, el SIL va consolidar la posició de lideratge com a esdeveniment firal dedicat a la logística al sud d'Europa. Delegacions de països com Algèria, la Xina, l'Índia, Rússia o Taiwan, entre d'altres, van participar en aquesta edició amb l'objectiu d'establir relacions comercials i intercanviar coneixement entorn de la gestió logística.

La presència important de visitants va fer possible que el SIL assolís una destacada xifra de negoci, fruit de més de 1.500 entrevistes comercials entre visitants i empreses expositores.

D'entre les més de 300 activitats celebrades durant els tres dies de durada del certamen,

va destacar la jornada organitzada per valorar l'impacte socioeconòmic del Corredor Mediterrani en un acte en què hi van participar els presidents de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas; de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra; de la Regió de Múrcia, Ramón Luis Valcárcel; i de les Illes Balears, José Ramón Bauzá.

Així mateix, més de 3.500 professionals van assistir com a congressistes a les 15 sessions paral·leles que van completar el programa d'activitats del Saló Internacional de la Logística. Segons els organitzadors, es tracta de la trobada professional més important del sud d'Europa en el camp de la logística, amb un prestigi que s'ha aconseguit progressivament.

SUPERFÍCIE

31.855 m²

EXPOSITORS

600

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Conferències,
jornades tècniques,
premis, trobades
empresarials

ORGANITZA

Consorci de
la Zona Franca



Smart City Expo World Congress

Cimera sobre ciutats intel·ligents

13-15/Novembre

Gran Via. 2a edició

La segona edició d'Smart City Expo World Congress va significar la consolidació de Barcelona com a capital mundial de les *smart cities*. Més de 7.000 professionals de 82 països es van reunir al recinte de Gran Via per abordar els principals reptes que afrontaran les ciutats en un futur pròxim, presentar les solucions disponibles i explorar les oportunitats de negoci en aquest nou àmbit.

Les ciutats seran definitivament les grans protagonistes del desenvolupament mundial durant les pròximes dècades i on viurà la major part dels habitants del planeta. Com es construeixin les noves urbs i es transformin les ja existents serà un aspecte clau en el futur de la humanitat com es va posar de manifest en les ponències i debats celebrats durant els tres dies del saló.

La transformació de les actuals urbs en ciutats intel·ligents no només és una necessitat objectiva des del punt de vista mediambiental i econòmic,

sinó que ha obert un mercat nou per a empreses grans i petites de multitud de sectors, per a moltes de les quals l'Smart City Expo World Congress ha estat l'escenari perfecte, perquè van aprofitar els espais de *networking* per fer negocis i emprendre projectes nous i innovadors.

Entre els 317 ponents de les més de 60 sessions celebrades, van destacar Carlo Ratti, director del SENSEable City Lab del Massachusetts Institute of Technology; Charles Landry, economista especialitzat en desenvolupament urbà i fundador de Comedia; Robert Puentes, especialista en infraestructures i mobilitat urbana de la Brookings Institution de Nova York; Thomas Barrett, director de serveis tècnics i assessorament financer del Banc Europeu d'Inversions; i Ricky Burdett, arquitecte urbanista i professor en la London School of Economics.

Una de les novetats destacades d'aquesta segona edició de l'esdeveniment va ser l'Smart City Plaza,

SUPERFÍCIE

17.300 m²

EXPOSITORS

140

CARÀCTER

Professional

ACTIVITATS

Gala Dinner, World Smart City Awards, Business Bridge, Smart City Plaza



60

sessions de treball

317

ponents

una petita porció de ciutat per la qual van poder transitar els visitants, una urbs intel·ligent real equipada amb un bon nombre de les tecnologies urbanes disponibles fins ara, ja implementades i en ple funcionament.

Amb 1.200 m², la plaça va reproduir diferents espais d'una ciutat, com un edifici oficial, una zona enjardinada, un aparcament i un edifici d'oficines. Als carrers i edificis es va poder comprovar fins a quin punt aquestes innovacions permeten millorar la qualitat de vida dels ciutadans i reduir l'impacte mediambiental de l'activitat humana i dels costos d'ús i manteniment dels serveis.

Barcelona, ciutat de ciutats

En el programa congressual, les ciutats van tenir un protagonisme especial. Urbs dels cinc

continents van participar en sessions específiques en les quals es van explicar tant els projectes en marxa com els ja planificats per al futur. Algunes de les ciutats presents van ser Birmingham, Bogotà, Boston, Buenos Aires, Copenhaguen, Durban, Fukushima, Guangzhou, Haifa, Hèlsinki, Kansas City, Nova Delhi, Nova York, Rio de Janeiro, Santander, Shenzhen, Sydney, Tòquio, Vancouver, Viena, Yokohama i Zapopan.

La presència de delegacions oficials de diversos països també va ser particularment destacable, entre les quals hi havia les de l'Argentina, el Brasil, la Xina, Colòmbia, Dinamarca, Israel, el Japó, Kazakhstan, Malàisia i el Regne Unit.

+info www.smartcityexpo.com



Swab

Fira Internacional d'Art Contemporani de Barcelona

23-26/Maig

Montjuïc. 5a edició

16

galeries més
que el 2011

Nascuda el 2006 amb l'objectiu de presentar els artistes contemporanis emergents de l'escena artística mundial, Swab es va continuar consolidant com un dels esdeveniments culturals més interessants. És l'única fira d'art contemporani fundada per un col·leccionista, la intenció de la qual és fer-lo més accessible al gran públic. En aquest sentit, el comitè de selecció, format per directores de galeries i professionals de l'art, no només selecciona propostes rebudes, sinó que realitza un procés de recerca i seguiment del treball d'artistes emergents. S'hi afegixen galeries també emergents o poc conegudes i artistes i comissaris que inicien la seva carrera.

En aquesta edició va augmentar el nombre de galeries, 16 més que el 2011, provinents de diferents països. La col·laboració establerta amb algunes fires internacionals, com «Preview Berlin: The Emerging Art Fair», va permetre disposar d'una selecció de galeries d'Alemanya, Anglaterra i EUA.

També n'hi va haver d'Espanya, Rússia, Itàlia, Polònia, Txèquia, Letònia, l'Argentina, Xile, Mèxic, Colòmbia, el Brasil, la Xina i el Japó.

D'acord amb la filosofia del certamen es va continuar desenvolupant la iniciativa MYFAF (My First Art Fair) creada el 2011, que ofereix l'oportunitat de presentar el seu programa a una galeria jove que mai no hagi participat en una fira. En aquesta ocasió, les seleccionades procedien de Barcelona, Madrid, Berlín i Siena. Per la seva banda, els Arts Projects van reunir propostes d'artistes presentats per galeries espanyoles, portugueses i alemanyes mentre que la secció Swab Off va programar activitats paral·leles.

+info <http://swab.es>

SUPERFÍCIE

5.000 m² (nets)

EXPOSITORS

64

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Concerts, col·loquis,
performances, exposicions

ORGANITZA

Espacio de Arte
Contemporáneo Diez y 7



Turisme (SITC)

Saló Internacional del Turisme a Catalunya

20-22/Abril

Montjuïc. 21a edició

20

destinacions
mediterrànies

Els catalans no renunciïn a viatjar, encara que els seus hàbits han canviat a causa de la crisi: retallen dies i trien destinacions més pròximes. Així es va fer palès en aquesta edició del SITC, que va consolidar la seva aposta pels nous formats turístics, que permeten al viatger viure unes vacances a la carta.

En aquest sentit, la Mediterrània, la regió més turística del món amb més de 200 milions de viatgers l'any, va tenir un paper rellevant: es va presentar l'oferta de més de 20 destinacions, de les quals destaquen les costes espanyoles, França, Grècia, Croàcia, Israel, Turquia i els països de la «Primavera Àrab», com Algèria, Tunísia o Egipte. A més dels creuers, les promocions de les agències de viatges i les aventures al desert, van ser protagonistes les propostes especialitzades en càmping, turisme esportiu, sostenible, gastronòmic i enològic, que van disposar per primera vegada d'un espai propi.

Precisament, els tastos de vins van ser una de les activitats amb més èxit: es van consumir més de 600 litres de vi de les DO Penedès, Rioja, Jerez i Txacolí i van triomfar també les degustacions gastronòmiques i les mostres de folklore de diversos països, que van permetre als visitants viure un món d'experiències sense sortir de Barcelona.

El saló va acollir jornades professionals com l'Smart Destinations Forum, que va atreure empreses, institucions i experts pel fet de promoure un turisme més innovador, responsable i sostenible. També va destacar el Workshop anual de l'Associació Catalana d'Agències de Viatges (ACAV) i la reunió de joves hotelers espanyols per reflexionar sobre les noves tendències del sector.

SUPERFÍCIE

37.000 m²

EXPOSITORS

1.094

CARÀCTER

Professional i públic

ACTIVITATS

Tastos de vins, degustacions i mostres de folklore, jornades professionals: Workshop ACAV, Smart Destinations Forum, reunió de joves hotelers

Congressos i altres esdeveniments

Importància del *cloud computing*

A més dels salons ja esmentats, durant el 2012, els recintes de Montjuïc i de Gran Via van acollir altres esdeveniments firals, com són EIG i BAC del sector dels jocs *online*, Moving Outlet Show de l'àmbit de la moda i BCN & Cake, dedicat a la pastisseria creativa.

En l'àmbit dels congressos i les reunions cal destacar molt especialment la cinquena convocatòria de VM World, organitzat per l'empresa líder en *cloud computing* VMware, que va reunir 8.000 experts i 120 empreses *partners* en el recinte de Gran Via de Fira de Barcelona, ocupant més de 110.000 m² de superfície bruta.

Era la primera vegada que l'edició europea d'aquest esdeveniment se celebrava a Espanya després que hagués tingut lloc a Copenhaguen (Dinamarca) i Niça (França). Paral·lelament, també se celebra un cop l'any a la ciutat nord-americana de Las Vegas.

Altres congressos

Cal destacar també que el Palau de Congressos va acollir el 6è Urban Research Symposium, convocat pel Banc Mundial, amb la participació de l'Ajuntament de Barcelona i les Nacions Unides per debatre sobre el model de creixement de les ciutats, l'eficiència econòmica i energètica, l'equitat social, l'habitatge, el transport i l'ocupació.

D'altra banda, es van celebrar les XIII Jornades Internacionals de Ventilació a Domicili, que van coincidir amb la celebració del 4t Congrés de l'Associació Europea de Cures Respiratòries. Totes dues organitzacions tenen en comú la difusió de la informació, el coneixement i la posada en comú d'experiències per millorar la situació respiratòria dels malalts al seu domicili.



Altres congressos i reunions destacats van ser:

- Congrés de Discapacitat i Ocupació
- Congrés Nacional AVEPA - Conferència Veterinària del Sud d'Europa
- Jornada d'Actualització de Medicina Update 2012 de l'Acadèmia de Ciències Mèdiques i de la Salut de Catalunya i Balears
- Jornades Llongueras

A més dels salons i esdeveniments, a les instal·lacions de Fira de Barcelona, s'hi van celebrar més de 70 actes corporatius d'empreses, institucions financeres, escoles i partits polítics, així com un important nombre de rodatges publicitaris, sessions fotogràfiques i desfilades.

Esport i cultura popular

Cal destacar, pel ressò ciutadà que tenen, algunes de les celebracions en el camp de la música, la cultura, l'esport o l'oci que han tingut com a escenari els recintes de Fira.

En l'àmbit esportiu destaquen curses que formen part del calendari barceloní, com són la Marató i la tradicional Jean Bouin, a més del Rally Costa Brava d'automòbils històrics. Pel que fa a les celebracions populars ciutadanes, s'ha de deixar constància dels actes relacionats amb les festes de la Mercè i la Cavalcada de Reis.

Fira va acollir el 2012 congressos molt rellevants en el camp de les ciències de la salut, les tecnologies de la informació i l'urbanisme



Festival Sónar

Durant el 2012, el recinte de Gran Via va acollir una vegada més els concerts nocturns del Sónar, el Festival de Música Avançada i New Media Art de Barcelona, que organitza Advanced Music i que va aplegar al voltant de 98.000 persones. Es calcula que més de 64.000 van participar en les sessions de nit celebrades del 14 al 16 de juny. Les activitats diürnes, exposicions i altres propostes van tenir com a marc el CCCB i el MACBA.

El Sónar és una encertada combinació d'art d'avantguarda i experimentació amb la música electrònica, que s'ha convertit en referent a tot el món, ja que se celebra també a Reykjavík, Sao Paulo i Tokio. Un 60% del públic de Barcelona és internacional.

Sónar ha esdevingut un referent internacional de l'art d'avantguarda que transcendeix la pròpia música

Cal assenyalar que s'ha anunciat que les sessions diürnes del Sónar 2013 traslladen l'escenari al recinte de Montjuïc de Fira de Barcelona, que acaba concentrant així tota l'activitat d'aquest important festival.

Harley Days

Una altra de les grans manifestacions populars que tenen com a marc el recinte firal de Montjuïc són els Barcelona Harley Days, que s'han convertit en la més important concentració europea de seguidors de la mítica marca nord-americana de motocicletes.

Del 6 al 8 de juliol es van aplegar milers de motoristes i aficionats que van poder gaudir de



Els recintes de Fira es van transformar, també el 2012, en òptims escenaris de rodatges publicitaris



nombroses propostes: demostracions o *demo rides*, concursos de customització Custom Bike Show, rutes guiades, marxandatge, exposicions dels últims models, concerts de música rock i una espectacular festa *country*, considerada la més gran d'Espanya.

Un dels actes més rellevants de la concentració el va constituir, com cada any, la gran desfilada de banderes pels carrers de Barcelona al llarg de 13 km amb inici i arribada al recinte de Montjuïc.

Les maratons de TV3

El mes de maig del 2012, el palau número 1 del recinte de Montjuïc, cedit per Fira de Barcelona, es va convertir en el gran centre telefònic de la Marató de TV3, convocada de manera extraordinària per recaptar fons per lluitar contra la pobresa. Es van obtenir més de 4,5 milions d'euros, destinats a 40 projectes

d'entitats del tercer sector social en els àmbits de l'assistència, l'habitatge, la inserció sociolaboral i la infància.

El mes de desembre es va celebrar l'habitual edició anual de la Marató, centrada aquest cop en aplegar fons per destinar-los a finançar projectes d'investigació contra el càncer. També en aquesta ocasió, el palau 1, cedit igualment per la institució firal, va ser un dels centres neuràlgics d'aquest esdeveniment mediàtic i ciutadà.

Al servei dels objectius de Fira



Els diferents departaments de Fira de Barcelona van desplegar al llarg de 2012 una intensa tasca orientada a assolir els grans objectius de la institució: el suport a l'economia productiva, la internacionalització, l'aposta per la innovació i el coneixement, així com el foment de l'activitat i l'ocupació a Barcelona i el seu entorn metropolità, induïdes pel desenvolupament del calendari firal.

Per tant, bona part de la gestió comercial de Fira de Barcelona es va adreçar a promoure la participació de les empreses en els salons organitzats per la institució, que posaven a l'abast dels potencials expositors un ampli ventall de serveis.

En un marc econòmic molt complex que exigeix un gran esforç, els equips comercials de Fira van efectuar prop de 12.200 gestions amb empreses, de les quals 3.776 van ser visites personalitzades. En la mateixa línia d'afavorir la participació, cal subratllar la importància de l'oferta d'estands

modulars i de disseny de ServiFira, plantejats d'acord amb les característiques de cada saló, que incloïen un complet *pack* de serveis diversos.

Relació amb els visitants

El Departament de Relació amb el Visitant, que inclou el *call center*, va realitzar durant l'any 2012 nombroses accions per tal de proporcionar ofertes, informació i consells als visitants.

En la línia d'afavorir al màxim la presència dels visitants, el programa *Hosted Buyers* o Compradors Convidats va fomentar la visita de grans compradors o *VIP Buyers*. Així mateix es van realitzar accions de *networking* en diferents formats com *Agendes*, *B2B*, *speed dating*, etc., i es van registrar centenars de reunions entre expositors i *VIP Buyers*.

Un dels eixos estratègics de Fira de Barcelona és la potenciació del canal *online* com a via

Fira de Barcelona va posar el focus en l'atenció al client, situant-lo en el centre del negoci



de comunicació i gestió amb els clients dels salons que s'hi organitzen. Durant l'exercici que comentem es va actualitzar el disseny de les webs de salons amb l'objectiu d'incrementar la qualitat i la quantitat d'informació i continguts, així com millorar la gestió i la compra de serveis a través d'Internet. Les webs dels salons de Fira van rebre 2,5 milions de visites i un gran nombre de visitants van adquirir el seu passiu professional a través del sistema d'acreditació *online*.

Noves apostes tecnològiques

S'ha de remarcar l'impuls de la presència a les xarxes socials de cadascun dels salons organitzats per Fira, amb els quals s'han assolit 85.000 seguidors a través de Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Flickr, Pinterest i Instagram. Les xarxes socials s'han convertit en un canal de comunicació molt rellevant, tant abans com durant i després de la celebració dels salons.

Durant 2012, Fira de Barcelona va treballar en la preparació de nous sistemes d'informació per incorporar la tecnologia NFC (*Near Field Communication*) als seus serveis d'acreditacions, la qual cosa significa un important avenç en el control dels accessos als recintes per part dels expositors i visitants, que ofereixen millors nivells de fluïdesa i seguretat.

El sistema desenvolupat per Fira es basa en la utilització de les plataformes de comunicació

mòbils (Android, Windows Phone i Blackberry) com a instruments d'identificació personal, d'accés a les diferents sessions programades i de pagament de serveis dins del recinte firal i també en altres àmbits urbans (botigues, restaurants, museus, taxis...).

A més de la comoditat per a l'usuari, un dels avantatges del sistema és la sostenibilitat, ja que elimina la necessitat d'imprimir materials (paper, cartró, plàstic...), de consumir tinta i de reciclar residus. Aquest nou sistema, amb el nom de NFC Badge, es va posar en marxa per primer cop durant el Mobile World Congress de 2013.

Atenció preferent al client

La preocupació per l'excel·lència en l'atenció al client ha estat una constant en la trajectòria de Fira de Barcelona en els darrers anys. El 2012, la institució va rebre el Premi UFI Operations Committee en Service Quality Management, atorgat per la màxima organització representativa de les institucions firals a nivell internacional, pel seu programa de gestió i eliminació d'incidències, nascut amb l'objectiu de reduir el 80% de les que es produïen en la venda de serveis a l'expositor, incrementar l'índex de satisfacció del client i augmentar la productivitat.

La majoria d'aquestes incidències estaven relacionades amb el muntatge dels estands,



S'han desenvolupat nous sistemes tecnològics que milloren l'acreditació per garantir fluïdesa i seguretat



El restaurant gastronòmic Nucló és peça clau de l'àmplia oferta de serveis de restauració que ofereix GastroFira

mobiliari i serveis d'electricitat. Les claus de la resolució dels problemes plantejats van ser la creació d'una oficina tècnica, l'anàlisi de tota la cadena de subministrament i la fixació d'indicadors de qualitat.

Cal destacar, en el mateix sentit, que Fira de Barcelona va rebre un nou reconeixement internacional, en aquest cas de la mà dels organitzadors de l'European Business Awards, amb seu a Londres, en ser proclamada «campiona nacional» en la categoria de Millor Atenció al Client.

GastroFira

Dins de l'àmplia oferta de restauració de Fira, GastroFira va gestionar 67 locals situats als recintes de Montjuïc i Gran Via, entre concessions a empreses del sector i establiments de gestió pròpia. A finals del mes de novembre es va fer públic el resultat del concurs de licitació de 22 locals, adjudicats als grups Àreas i Soteras.

El 2012 ha estat un any de molta activitat, sobretot amb la coordinació dels serveis de càtering i restauració de grans salons de

dimensió internacional com Alimentaria, Mobile World Congress i EIBTM, entre d'altres, així com d'esdeveniments corporatius tan rellevants com el congrés tecnològic VM World sobre el *cloud computing*. Cal destacar que les necessitats d'organitzadors, expositors i visitants obliguen a crear propostes gastronòmiques a mida de les diverses realitats culturals i dietètiques. Un any més va ser objectiu prioritari garantir la qualitat i la higiene alimentària tant en els locals com en els serveis de càtering.

Durant l'exercici que comentem es van servir més de 50.000 *coffee break*, 30.000 aperitius i còctels, 35.000 bufets, 3.500 pícnic i 80.000 productes de càtering en els estands. Com a dada curiosa es pot assenyalar que si s'haguessin posat en fila tots els batuts, suc de fruita i refrescos servits durant el VM World haurien sumat 8,5 km, o el que és el mateix, haurien pogut fer la volta al recinte de Gran Via gairebé quatre vegades.

Destaquem també que el restaurant gastronòmic Nucló, situat en el Hall Europa del recinte de Gran Via, segueix essent un referent a la zona per a clients de negocis gràcies a la seva cuina de mercat i la seva excel·lent relació qualitat-preu.



La col·laboració de Fira amb La Marató de TV3 s'inscriu en el marc de la Responsabilitat Social Corporativa de la institució

RR.HH., focus en el client

Durant el 2012, una de les principals iniciatives de l'Àrea de Recursos Humans ha estat el Projecte Client que té com a objectiu sensibilitzar tota la plantilla sobre la importància de la satisfacció del client, extern o intern. En aquest sentit es van desenvolupar diverses actuacions com el «Manifest Client», que té a veure precisament amb el compromís explícit de situar-lo en el centre del negoci, en el focus de les polítiques, processos, productes i serveis, accentuant el ferm compromís de l'organització i de cada un dels seus col·laboradors.

També es van realitzar les «Visites als Departaments» per tal de potenciar la identificació i coneixement del client de cada àrea. En la mateixa línia van figurar les visites a salons per tal de copsar millor les necessitats organitzatives i logístiques dels expositors i visitants.

Un any més es va posar un especial accent en la formació, amb la realització de 36 accions, un 44% més que el 2011, equivalents a 2,9 jornades de formació per empleat, tot i que s'hi va destinar el mateix pressupost.

Les accions comercials i de vendes i les noves eines de gestió van esdevenir el centre de l'activitat formativa.

Fira va continuar invertint en la prevenció de riscos laborals, i, un any més, es va reduir el nombre d'accidents. Va rebre un accésit del Premi Antonio Baró, que atorga MC Mutual en reconeixement al seu compromís amb la prevenció de riscos.

Cal destacar, d'altra banda, que el 60% de la plantilla va acollir-se a alguna de les propostes del Pla de Retribució Flexible, posat en marxa el 2008, i que consisteix a dedicar una part de la retribució fixa a l'assegurança de salut, xecs restaurant, tiquets transport, etc.

En finalitzar l'exercici, la plantilla fixa de Fira de Barcelona era de 265 persones. Per primera vegada, el nombre de dones (51%) va superar al d'homes.

El compromís de la RSC

Per a Fira de Barcelona, la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) significa compromís amb la

comunitat, aposta per la sostenibilitat i protecció del medi ambient.

En aquest sentit, ha seguit desenvolupant durant el 2012 una activa política de sostenibilitat mediambiental, reciclatge i eficiència energètica que s'ha aplicat als actes i esdeveniments organitzats. En la cartera de serveis a l'expositor es va continuar oferint la possibilitat d'adquirir estands i complements ecològics, així com el servei de càlcul i compensació de la denominada *empremta del carboni*, que identifica les fonts d'emissió de gasos d'efecte hivernacle que acompanyen tota activitat humana.

Al llarg de l'any 2012 es van transferir més de 1.100 tones de residus (paper i cartró, vidre, envasos lleugers, etc.) generats en els salons a plantes de recuperació per a la producció de materials reciclats.

En el marc de la política de Responsabilitat Social Corporativa, va prosseguir la col·laboració de Fira amb diverses organitzacions cíviques per al desenvolupament d'accions solidàries. El mes de maig de 2012, va cedir el palau número 1 del recinte de Montjuïc com a gran centre telefònic de la Marató de TV3, dedicada de manera extraordinària a combatre la pobresa amb una recollida de fons per a entitats del tercer sector social. El mes de desembre es va celebrar l'habitual edició anual de la Marató, centrada aquest cop en la investigació contra el càncer.

Igualment va prosseguir la col·laboració del departament de GastroFira i del saló Alimentaria amb la Fundació Banc dels Aliments, que es va traduir en el lliurament d'excedents de producció que es concentren en finalitzar un esdeveniment i els que tenen una curta vida útil. GastroFira va iniciar també la seva col·laboració amb l'ONG Nutrició sense Fronteres.

D'altra banda, la institució firal va incloure una clàusula social en tots els concursos de proveïdors, que atorgava una puntuació «extra» a les empreses concursants que tinguessin un mínim d'un 2% de persones amb discapacitat a la seva plantilla. Així mateix, va col·laborar amb diverses entitats dedicades a la inserció laboral de persones amb discapacitat (Fundació Adecco, Programa Incorpora de La Caixa, Fundació Seeliger y Conde, etc.) i va contribuir a l'acció d'altres entitats com la Fundació

Step by Step, Càritas i a difondre els valors d'organitzacions com ONCE, UNICEF, la Creu Roja, la Fundació Pere Tarrés i la Fundació Vicente Ferrer, entre d'altres. La col·laboració amb la universitat i el món educatiu formen també part de l'àmbit de preocupació de Fira per donar resposta a les exigències de la seva responsabilitat social.

Importància de la comunicació

Fira de Barcelona, a través de la seva Àrea de Comunicació, va desenvolupar una intensa tasca d'informació sobre els salons i esdeveniments organitzats per la institució i sobre la seva política corporativa, tant entre els mitjans convencionals (premsa, ràdio, TV, agències de notícies, etc) com entre els mitjans *online* que, progressivament, han adquirit creixent pes en la configuració de l'opinió pública.

El 2012 es va posar en marxa el blog corporatiu «Firablog» i va prosseguir la publicació de «Firanews», també de caràcter digital que ofereixen una mirada àmplia i oberta de l'activitat firal. A aquests dos instruments cal afegir-hi la importància de la pàgina web institucional, amb més de 638.000 visites el 2012, i del Twitter corporatiu, que compta amb més de 5.000 seguidors.

Durant el 2012 es van acreditar en els diferents salons celebrats a Fira més de 10.000 periodistes i es van publicar o emetre més de 23.700 notícies referides als salons i esdeveniments firsals i a la dimensió corporativa de Fira de Barcelona.

La generació de més de 23.000 notícies confirma l'interès que desperten Fira i els seus salons



Resultats econòmics 2012



El 2012 ha estat, en comparació amb els darrers anys, un bon exercici en termes de volum de negoci. Malgrat la situació de crisi que afecta de manera general els principals sectors econòmics representats als salons més emblemàtics de Fira, s'han superat els 115 milions d'euros, la qual cosa significa recuperar els nivells de l'any 2009.

Aquest resultat ha estat possible gràcies a l'esforç innovador en matèria de salons, als esdeveniments internacionals i al llançament de productes adequats a les noves demandes socials i empresarials.

Cal destacar que s'han modificat les tendències, segons les quals els exercicis corresponents als anys senars assolien tradicionalment, i per raons de calendari de celebració, uns ingressos més elevats que els dels anys parells. Durant el 2012 s'ha evidenciat que la rellevància de la facturació està molt més condicionada per la captació d'esdeveniments internacionals i el bon comportament del conjunt dels salons celebrats a Fira de Barcelona.

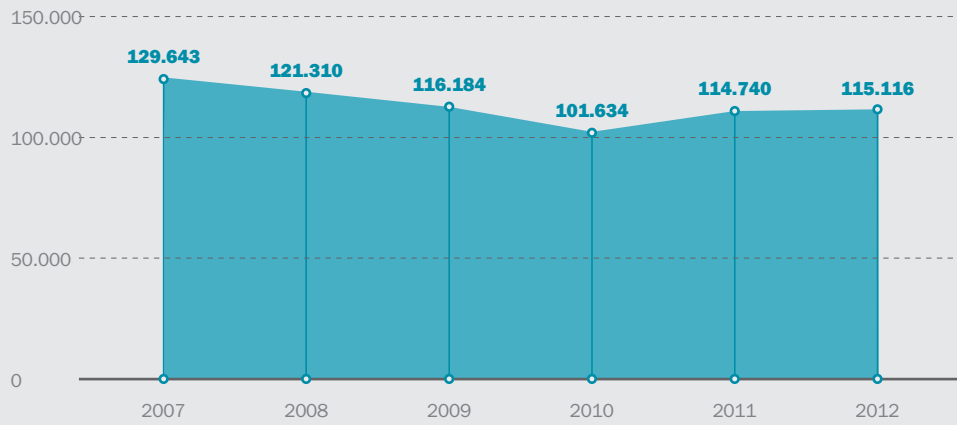
En aquest sentit, destaca, per la incidència sobre els resultats, la celebració, un any més, del Mobile World Congress, que després de set anys al recinte de Montjuïc, el 2013 es trasllada al de Gran Via per gaudir de més espai i capacitat logística i operativa. Altres esdeveniments celebrats el 2012 amb un pes rellevant són: Alimentaria, les edicions conjuntes d'Hispack i Barcelona Tecnologies de l'Alimentació (Bta), Hostelco, Smart City Expo World Congress, Bizbarcelona, Nàutic i The Brandery, entre d'altres.

El volum de negoci consolidat finalment ha estat de 115,1 milions d'euros, la qual cosa suposa un increment del 13,3% respecte als 101,6 milions d'euros del 2010, el darrer any parell, tradicionalment comparable. Representa també un increment de 0,4 milions d'euros, respecte als 114,7 milions d'euros obtinguts el 2011. Aquest volum de negoci comprèn tant el generat per la societat Fira Barcelona com per Firesa, dedicada a la comercialització i prestació de serveis de logística i operacions en el camp firal i Alimentaria Exhibitions S.A., organitzadora de salons alimentaris.

COMPTE D'EXPLOTACIÓ FIRA						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
INGRESSOS	129.643	121.310	116.184	101.634	114.740	115.116
Participació	86.495	78.063	69.482	60.786	62.850	68.633
Serveis	33.397	34.549	36.993	33.511	43.612	37.944
Restauració	9.751	8.698	9.709	7.337	8.278	8.539
DESPESES	110.224	106.218	101.245	90.589	103.621	104.107
Participació	50.411	48.366	44.005	40.662	45.426	49.185
Serveis	22.877	26.880	26.664	24.223	31.440	28.092
Restauració	6.139	5.196	5.322	4.312	5.665	5.322
Estructura (neta)	30.797	24.286	25.254	21.392	21.090	21.508
EBITDA	19.419	16.582	14.939	11.045	11.119	11.109
% EBITDA / INGRESSOS	15%	14%	13%	11%	10%	10%

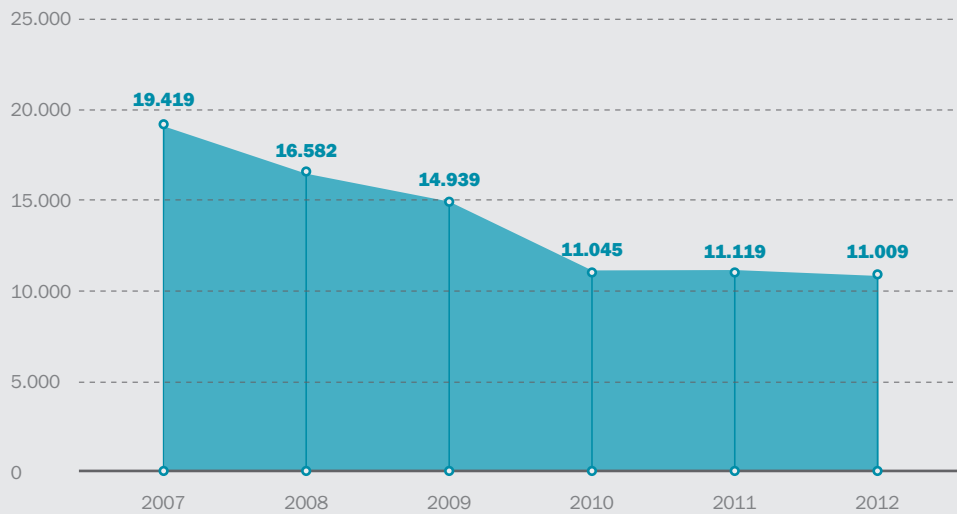
EVOLUCIÓ DELS INGRESSOS

(milers d'euros)



EVOLUCIÓ DEL EBITDA

(milers d'euros)



Pel que fa a l'evolució de la despesa operativa, que ha estat de 104,1 milions d'euros, representa un augment del 14,9% respecte al 2010 i és, en certa mesura, proporcional a l'increment de l'activitat. Si es compara amb el 2011, es pot veure que l'evolució és paral·lela a la dels ingressos, amb una pujada de 0,5 milions d'euros respecte als 103,6 milions d'euros de despesa operativa del 2011. Aquest increment és degut al major nombre d'esdeveniments organitzats el 2012. En aquest sentit, continua l'esforç de Fira per mantenir la partida destinada a la promoció dels salons.

D'altra banda, s'ha continuat amb l'esforç iniciat ja el 2009 per reduir la despesa d'estructura, que s'ha estabilitzat en els 21,5 milions d'euros el 2012; 21,1, el 2011, i 21,4 el 2010.

El comportament combinat de les magnituds esmentades fan que l'Ebitda s'hagi situat en 11 milions d'euros, també en la línia del que es va obtenir els anys 2011 i 2010.

Pel que fa al volum d'inversions realitzades durant el 2012, s'ha continuat amb una política restrictiva, com en els darrers anys, tot i que s'han

hagut de fer algunes intervencions en el recinte de Montjuïc per raons d'operativitat. Els recursos totals destinats a la millora de les instal·lacions i al desenvolupament informàtic han estat de 1,8 milions d'euros.

Finalment, cal assenyalar que en els darrers dies de l'any 2012 es va assolir un acord amb Reed Exhibitions Iberia per adquirir el 50% d'accions de aquesta companyia tenia d'Alimentaria Exhibitions, S.A, *joint venture* integrada per Fira de Barcelona i la multinacional britànica. Amb aquesta compra, Fira passa a ser propietària al 100% de la societat organitzadora dels salons Alimentaria, Bta, Alimentaria Lisboa, Alimentaria Mèxic, Alimentaria Brasil i Seafood Barcelona.

Aquest acord no té impacte econòmic en l'exercici 2012 –atès que té vigència a partir del 2 de gener del 2013–, però sí que tindrà un efecte favorable en els propers anys.



Delegacions internacionals

Alemanya

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8 - 72072
Tübingen
Alemanya
Tel. 004970 7136 55 95
Fax. 004970 7136 55 96
germany@firabarcelona.com

Algèria

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
França
Tel. 0033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
algeria@firabarcelona.com

Argentina

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 2º A (1055)
Capital federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 0054 11 43723519
Fax. 0054 11 43723519
argentina@firabarcelona.com

Àustria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8 - 72072
Tübingen
Alemanya
Tel. 0049 70 7136 55 95
Fax. 0049 70 7136 55 96
austria@firabarcelona.com

Bèlgica

Koraal Consulting
Micole Smits / Oscar Van Zetten
Heerleenerweg 10 - 6132 CM
Sittard
Països Baixos
Tel. 0031 46 400 04 46
Fax. 0031 46 458 56 35
benelux@firabarcelona.com

Bolívia

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Xile
Xile
Tel. 0056 9 953 50 861
bolivia@firabarcelona.com

Brasil

Francisco L.A. Orjales Farto B.EPP
Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3
Jardines
01412-100 Sao Paulo
Brasil
Tel. 0055 11 3062 9725
Fax. 0055 11 3062 9725
brazil@firabarcelona.com

Canadà

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sánchez
9 West 34th Street, Suite C117
Nova York
Estats Units d'Amèrica
Tel. 001 212 564 0404
Fax. 001 703 229 4176
canada@firabarcelona.com

Colòmbia

Oscar Chamat
Cambra de Comerç Colombo
Catalana
Passeig de Gràcia, 63 - 2º - 2ª
08007 Barcelona
Tel. 0093 514 3959
Fax. 0093 215 4382
colombia@firabarcelona.com

Equador

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Xile
Xile
Tel. 0056 9 953 50 861
ecuador@firabarcelona.com

Eslovàquia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Petra Bartakova
Na Sutce 14, 182 00, Praga 8
República Txeca
Tel. 00420 608 434 268
slovakia@firabarcelona.com

Estats Units d'Amèrica

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sánchez
9 West 34th Street, Suite C117 -
Nova York
Estats Units d'Amèrica
Tel. 001 212 564 0404
Fax. 001 703 229 4176
usa@firabarcelona.com

França

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
França
Tel. 0033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
france@firabarcelona.com

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street,
Taipei, 10696
Taiwan
Tel. 00886 2 2708 0927
Fax. 00886 2 2701 0627
hongkong@firabarcelona.com

Hongria

Mercados Exteriores Consulting &
Events
Carlos Acosta
Aulich út. 7, 11, 1054 Budapest
Hongria
Tel. 0036 30 989 3214
Fax. 0036 23 33 5583
hungary@firabarcelona.com

Índia

Comnet Exhibitions PVT. LTD
Hemah Saxena
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial
Estate
Phase III - Nova Delhi - 110020
Índia
Tel. 0091 11 4279 5000
Fax. 0091 11 4279 5098
india@firabarcelona.com

Irlanda

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269
Old Marylebone Road Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Regne Unit
Tel. 0044 2077 238 327
Fax. 0044 2071 704125
ireland@firabarcelona.com

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
Sergio Vinitzky
Corex House, 10 Zarchin St. - P.O.
Box 3030
Raanana 43662
Israel
Tel. 00972 9 777 68 08
Fax. 00972 9 777 68 05
israel@firabarcelona.com



Itàlia

Expo Consulting
Marco Barozzi
Via Brugnoli, 8 40122 Bolònia
Itàlia
Tel. 0039 051 649 31 89
Fax. 0039 051 649 32 42
italy@firabarcelona.com

Luxemburg

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10 - 6132 CM
Sittard
Països Baixos
Tel. 0031 46 400 04 46
Fax. 0031 46 458 56 35
benelux@firabarcelona.com

Marroc

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire -
75005 París
França
Tel. 0033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
morocco@firabarcelona.com

Mèxic

TMC Parking de Mexico S.de.RL
Emma Ayala / Martin Olle
C/Norte 68 # 10068 07410
Mèxic DF
Mèxic
Tel. 0052 55 5737 1230
Fax. 0055 5715 5766
mexico@firabarcelona.com

Països Baixos

Koraal Consulting
Nicole Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10 - 6132 CM
Sittard
Països Baixos
Tel. 0031 46 400 04 46
Fax. 0031 46 458 56 35
benelux@firabarcelona.com

Països del Golf:

**Emirats Àrabs Units (U.A.E.),
Aràbia Saudita, Bahrain,
Kuwait, Qatar i Oman**
Elias Industries, SPC
Francesc Elias i Miralles
P.O. Box 82405
Regne de Bahrain
Tel. 00 973 36 595 153
gcc@firabarcelona.com

Perú

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Xile
Xile
Tel. 0056 9 953 50 861
peru@firabarcelona.com

Polònia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Katarzyna Dylak
Lucka, 7/9 - 00-842 Varsòvia
Polònia
Tel. 0048 22 658 6737
Fax. 007 701 794 74 46
poland@firabarcelona.com

Portugal

Expotec
João Aguas
Rua de Azinhaga 57, 2890 -174
Alcochete
Portugal
Tel. 00351 214 002 094
Fax. 00351 212 342 776
portugal@firabarcelona.com

Regne Unit

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269
Old Marylebone Road Suite 2.02
Londres NW1 5RA
Regne Unit
Tel. 0044 2077 238327
Fax. 0044 2071 704125
unitedkingdom@firabarcelona.com

República Txeca

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Petra Bartakova
Na Sutce 14, 182 00, Praga 8
República Txeca
Tel. 00420 608 434 268
czechrepublic@firabarcelona.com

Rússia

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Elena Andrianova
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019, Moscou
Rússia
Tel. 007 925 642 46 90
Fax. 007 495 637 37 93
russia@firabarcelona.com

Suïssa

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8 - 72072
Tübingen
Alemanya
Tel. 0049 7071 36 55 95
Fax. 0049 7071 36 55 96
switzerland@firabarcelona.com

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street Taipei
- 106
Taiwan
Tel. 00886 2 2708 0927
Fax. 00886 2 2701 0627
taiwan@firabarcelona.com

Tunísia

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire -
75005 París
França
Tel. 0033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
tunisia@firabarcelona.com

Turquia

Senexpo Uluslararasi A.S.
Ceren Kilicarslan
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü
Caddesi n° 103 D.1
Sisli, Istanbul
Turquia
Tel. 0090 212 224 68 78
Fax. 0090 212 224 85 58
turkey@firabarcelona.com

Ucraïna

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Julia Onyia
Terehina 8-A, of. 501, Kiev
04080, Ucraïna
Rússia
Tel. 0038044 468 52 80
ukraine@firabarcelona.com

Uruguai

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 - 2ªA (1055)
Capital Federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 0054 11 4372 3519
Fax. 0054 11 4371 0083
uruguay@firabarcelona.com

Xile

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Xile
Xile
Tel. 0056 9 953 50 861
chile@firabarcelona.com

Xina

Noe China
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion
N° 211 Urumchi (N.)
Rd.Jingan Distr., 200040 Xangai
Xina
Tel. 0086 21 516 96889
Fax. 0086 21 510 79779
china@firabarcelona.com

MONTJUÏC

Un dels recintes firals urbans
més emblemàtics d'Europa





English text



Recognizing Barcelona's worth

Xavier Trias

Mayor of Barcelona and President of Fira de Barcelona General Council

One more year, I have the honour of acknowledging the crucial role that Fira de Barcelona plays among all the economic institutions of the city and the country. Given the difficult times we are living and how they affect our people, our companies and our welfare standards, it seems to me even more worthy of praise. The institution's economic results, more than 115 million euros, and the balance of its activities as well as its impact on the city and its metropolitan area, underscore the value of its task. Fira is a major collective instrument at our disposal in order to support small and medium-sized companies, which make up the bulk of the country's productive economy, and entrepreneurs.

Throughout 2012, Fira de Barcelona has continued to be a platform for big events related to the internationalization of our companies, in the field of knowledge, business development and Barcelona's international presence. Big shows such as the Mobile World Congress, Alimentaria, Smart City Expo, Hispack, Hostelco, EIBTM or the Barcelona International Boat Show, for instance, contribute to activate economic initiatives, create collaboration spaces between companies, generate business and employment, and make our potential visible abroad.

The Barcelona Brand

The task of attracting and generating big events which boost economic activities and give Barcelona its worth as a brand and as an environment for business and knowledge goes hand in hand with the City Council's efforts as shown in «Barcelona Growth». It is the promotion of economic activity, based not only on congress-based tourism, but also on business and value-adding indirect activities.

Worthy of special mention are the efforts devoted to a new edition of the Mobile World Congress and the subsequent launching of the Barcelona Mobile World Capital Foundation. As we have repeatedly pointed out, this event provides our companies with a unique opportunity to reach a leading position in the field of new technologies, and the chance to be actors in the profound changes going on in the world of mobile communications and its multiple applications in everyday life. Thanks to the Barcelona Mobile World Capital Foundation, this event allows Barcelona to be the mobile world capital all year round.

Also worth noting are other innovative initiatives like Smart City Expo or MIHealth. Barcelona is already an example of smart and sustainable 21st century city and the second edition of Smart City Expo has reinforced this significant status even more. Similarly, Barcelona plays an internationally acknowledged role in the field of

the health sciences. One must not forget that we are one of the main destinations for major medical congresses, a milestone for which Fira is partly responsible: from 2006 the Gran Via and Montjuïc venues have hosted 37 major world-class medical events.

A call for innovation

I would also like to mention the efforts made by the institution to move its internationalization one step forward, in order to mirror the city's and its companies' vocation. The international presence of several trade fair shows improves the opportunities of local companies and shows Fira's levels of organizational reliability. Also worth noting was the cooperation with other cities, such as Montreal, contributing to the development of its fair, which is another example of the active levels of international cooperation traditionally carried out by the city of Barcelona.

Undoubtedly, all of these actions have a very positive impact on all the levels of economic activity and employment creation in the city and its metropolitan area. Finally, one must not forget Fira's social impact, always contributing to innovation, knowledge and the modernization of our city and its productive fabric.

Fira, a key element in our economy

Felip Puig i Godes

Minister for Business and Employment. Government of Catalonia and 1st Vice President of Fira de Barcelona's General Council

I would like to start by congratulating the professional and management team of Fira the Barcelona for its ongoing success. The consolidation and expansion of the Fira's activity are crucial to Catalonia's economy. It is a key tool in the process of support to the companies, their internationalization, the diffusion of innovation and the convergence of supply and demand.

The economic figures of Fira de Barcelona, with a turnover of more than 115 million euros, but especially the quality reports about the trade shows, congresses and outreach activities, place Fira at the centre of Catalan economy.

Throughout 2012, Fira de Barcelona has consolidated its leadership in the organization of trade shows and has reinforced its international influence, thus becoming a world benchmark.

Mobile World Capital

Fira de Barcelona has been a significant part in the process of attaining and consolidating the Mobile World Congress, while decidedly contributing to maintain Barcelona's status as the mobile world capital through the Barcelona Mobile World Capital Foundation and its activities.

Apart from the 2012 Mobile World Congress, also worth noting were shows such as Alimentaria, the Barcelona International Boat Show, Hispack, Hostelco, EIBTM or the more recent Smart City Expo, which on its second edition has established itself as an international reference in the use of new information technologies for urban management and improvement.

Fira's internationalization task is twofold: on the one hand, it turns Barcelona into a meeting space which is becoming a worldwide benchmark for companies and professionals, and it assists local companies in their internationalization projects and growth; on the other hand, the presence of some of its most renowned shows in international events favours the internationalization of companies by avoiding loss of capital and knowledge as a result of the crisis in some economic and productive sectors, or by fostering traditional sectors of our economy, such as construction or fashion.

The structure and diversity of our economic model is also responsible for the success of Fira de Barcelona. Despite the crisis, our economy is strong in the agri-food, automotive, chemical, textile and knowledge sectors, among others. The strength of our companies also helps bolstering Fira de Barcelona.

The economic recovery will come mainly from the growth of existing companies and the creation of new ones. In the face of the decline of domestic demand, we need to increase our exportation. However, this should not be a temporary call, derived from the current weakness of domestic demand.

Global leadership

In a global world, our economy must strive for global leadership, which is why we support the re-industrialization of Catalonia, whereby the industry will produce wealth and will become an economic model that should prove much stronger under economic turbulences. We must make it possible that the efforts put into research and development during the last years reach our productive system, always bearing in mind the equal importance of the service sector.

Our economic model based on industry, quality services, internationalization and innovation needs Fira de Barcelona as its driving force, as a big showcase from which to assert itself in the global economy.

Fira de Barcelona sets an example, as an institution which has taken up the challenges of Catalonia: the internationalization, the support to economic activity, the exchange of knowledge, the impulse to innovation, and the assistance to companies, among others, adapting to the new demands of a changing world which is more global every day. All of this makes Fira de Barcelona a key element in Catalonia's economy.

Leadership and international scope

Miquel Valls i Maseda

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

Once again it is time to assess the activities carried out last year by Fira de Barcelona. One cannot overlook that 2012 has been another difficult year for companies and for the economy as a whole, which has suffered the negative impact of a complicated situation on its activities. This negative impact, however, has been minimized by the good results in tourism and a satisfactory development in exportation. Therefore, despite the unfavourable context, we can say that Fira's activity has been decisive in softening the impact of the crisis on our companies. Most importantly because its activity is directly and indirectly related to tourism and exportation, since, year after year, Fira promotes the internationalization of shows, which in turn receive more international visitors each year.

Intense activity

In 2012, Fira de Barcelona maintained trade fair activity and finished the year with a turnover of more than 115 million euros, thus complying with the budget established at the beginning of the year. As far as events are concerned, the Montjuïc and Gran Via venues hosted several shows and congresses, as well as 60 corporate, business and sports events, and activities related to the different shows. The entity thus maintains its leading position, both in professional and industrial trade fairs and in its international scope.

The Mobile World Congress, Alimentaria, Hispack, Hostelco, EIBTM and Smart City Expo were some of the shows hosted by Fira in 2012, but I would like to take this opportunity to thank especially the launching of the Barcelona Mobile World Capital Foundation, which took place in March 2011. After Barcelona was designated mobile communications world capital until 2018, 2012 saw the establishment of the Barcelona Mobile World Capital Foundation, which will manage all the projects developed within the context of the mobile world capital.

Economy of knowledge

Hosting the Mobile World Congress until 2018 is excellent news for the city and for Catalonia. This is why I would like to congratulate and acknowledge the efforts, on the behalf of the Chamber of Commerce and on mine, of all the people and institutions involved, for achieving all our goals.

It is excellent news because it means a decisive boost for the economy of knowledge and the mobile technologies sector, as well as for the Barcelona brand; but also because it is the product of public and private cooperation, which has brought so much success to our city and our country in the last years.

Also worth of special mention is the purchase by Fira de Barcelona of 50% of Alimentaria Exhibitions from the British multinational Reed Exhibitions. This makes Fira the only owner of one of the most consolidated shows in our city. This has resulted in a higher international presence of this show, which, from now on, will be exported to other countries.

In 2013, Fira de Barcelona will host major medical congresses, gathering more than 49,000 delegates, as well as high-scale technological meetings such as those organized by companies like SAP and Hewlett Packard. Likewise, other relevant shows such as Construmat, Salón del Automóvil, Mobile World Congress, the Barcelona International Boat Show or EIBTM, among others, as well as two new shows: Pharmaprocess, centered on industrial processes in the pharmaceutical industry, and Bodylife Barcelona, devoted to fitness.

These are all examples of how Fira is at the service of companies, of the economy, of the city and of the country, while becoming an international platform from which to foster the different sectors of Barcelona and Catalonia.

A platform for business and knowledge

Josep Lluís Bonet

President of the Board of Directors Fira de Barcelona

Fira de Barcelona closed the year 2012 leading the Spanish trade show scene, mainly due to the achievements in the industrial and professional shows, and becoming a worldwide reference. Not only because of the degree of internationalization of many of the events, but also because of its innovating capacity and a firm commitment in favour of knowledge.

The institution's results could be considered globally positive, as they surpassed 115 million euros. Worthy of mention is the fact that this turnover was achieved in the context of a particularly difficult economic situation, to which we have sadly been forced to refer over the last years when assessing trade fair activities. Taking measures such as compliance with the trade fair calendar, internationalization of events, innovation policy, diversification of the activity, hosting major shows and expenditure restraint has been crucial in achieving those results.

Business culture

Broadly speaking, it is worthy of note that in 2012 the two Fira de Barcelona venues held 60 shows and congresses, as well as more than 70 corporate, institutional, business and sports events. I would like to stress that, more than 500 different activities took place within the framework of the shows held at Fira, which proves its will to foster knowledge and promotion of business culture.

Many major shows were hosted in 2012, such as the Mobile World Congress, Alimentaria, the Barcelona International Boat Show, Hispack, Hostelco, EIBTM or Smart City Expo, among many others. Over the year, other shows were incorporated which arise from new economic and social needs, such as MIHealth Forum, specialized in health management and innovation, and Seafood Barcelona, devoted to the fishing industry and its derived products.

Throughout the year, Fira de Barcelona has worked to contribute to the economic revitalization of the country, Barcelona and its surroundings. A central part of this policy has

been to stress the international dimension of our shows and to promote the presence of our companies abroad.

International benchmark

Our institution has worked in a threefold direction. Firstly, on initiatives devised to attract and originate major events that provide our territory with economic activity and generate synergies between companies, vindicating Fira as one of the best European platforms for commercial and knowledge exchange and for business creation.

Secondly, we have fostered the international dimension and positioning of our shows –this being of great importance bearing in mind the decrease in domestic demand–, favouring exchanges between local companies and global economic sectors. In this respect, I must mention the increasing presence of sectors such as food, technology, fashion, services, etc. A good example is the growing leading role acquired by Smart City Expo, which in two years has become an undisputed international benchmark in the sphere of smart cities.

Our view of international trade also involves promoting companies abroad, through the Fira shows held in international events. It is the case of Hostelco, The Branderly, Piscina and Construmat, which have taken part in many fairs, especially in Asia and South America. Assessment to other fairs, such as the agreement with Montreal, is part of this new international dimension taken by Fira, which at the time of writing this summary has offices in 43 countries.

Worthy of note is that during the year object of this study, the institution has played a very active role, through the Barcelona Mobile World Capital Foundation, in the development of projects and activities related with the mobile world capital. It has meant a significant contribution to the economy and the to the opportunities which arise from new activities based on knowledge.

GOVERNING BODIES

GENERAL COUNCIL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

1st Vice President

Felip Puig i Godes

2nd Vice President

Miquel Valls i Maseda

Members

Lluís Bertran i Saura
Albert Carné i Hernández
Josep Cercós Martínez
Enric Enrech i Artal
Alberto Fernández Díaz
Joan Gaspart i Solves
Marc Guerrero i Tarragó
Jordi Martí i Grau

Núria Marín i Martínez
Josep Morell i Miró
Jordi Portabella i Calvete
Pau Relat i Vidal
Pau Villòria i Sistach

Secretary General
Ignacio Toda Jiméñez

CEO
Agustín Cordón Barrenechea

GOVERNING BOARD

President
Josep Lluís Bonet i Ferrer

Members
Núria Basi i More
Jordi Clos i Llombart
Lluís Conde Möller
Enric Crous i Millet
Pedro Fontana García
Enrique Lacalle Coll
Miquel Martí i Escursell

Secretary General
Ignacio Toda Jiméñez

CEO
Agustín Cordón Barrenechea

EXECUTIVE COMMITTEE

CEO
Agustín Cordón Barrenechea

Expansion Director
Pere Campubí 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 Director
Salvador Tasqué i Díez

International Business Director
Ricard Zapatero i Camps

YEAR 2012

Trade Fair leadership

Like the immediate previous years, 2012 was determined by the recession affecting companies, institutions and families, and as a consequence affecting also Spanish and European trade fair organizations. The effects of the economic situation have been felt in most of the service and industry sectors which took part in the shows held at Fira de Barcelona, echoing the problems suffered by companies, especially small and medium-sized.

In this context, Fira's efforts went into generating support mechanisms for companies, by contributing to their business promotion and their internationalization. In line with its strategic stance, it continued to foster the role of the institution and of Barcelona as a major trade fair and congress platform, thus contributing also to the economy of the city and its metropolitan area.

Budget compliance

Despite the tough economic situation, Fira de Barcelona complied with its expected budget, reaching a turnover of more than 115 million euros, which meant a slight increase (0,4%) over 2011 and a more significant rise (13,3%) over 2010, a comparable year in terms of calendar. An EBITDA of 11 million euros was achieved, in line with the expected and also with the one registered in 2010 and 2011.

In order to dodge as much as possible the effects of the recession, Fira's guidelines were based on expenditure rationalization, activity diversification (commercialization of stands, catering, technology, which already amount to 49% of the revenue), establishing new shows and attracting international events. On the whole, the calendar for 2012 was accomplished, but we must bear in mind that it must be adapted to the demand and the circumstances. The changes experienced by Fira shows over the years demonstrate its dynamism and its role as a catalyser of business and the productive sectors.

We must not forget, though, that, with the implementation of several strategic measures, Fira anticipated time ago the need to respond to new market requirements against a very complex economic backdrop, in which fairs continue to have full meaning as spaces of business exchange, information and knowledge, but where the effects of globalization, ICT development and strong competence must also be taken into account.

A great European organization

During 2012, Fira de Barcelona consolidated its leadership in the Spanish trade fair sector, thanks to its shows and professional events –62% of the total–, and it also turned out as one of the most important organizations in Europe, for the range and importance of its shows and congresses, for the venues of Montjuïc and Gran Via, and for its experience in logistics and organization, its initiative and professionalism.

Fira continued its efforts to strengthen the shows and to reinforce the connection between exhibitors and visitors, granting special importance to purchasers. The value of Fira from the point of

view of commercial expectations and business is inseparable from its offer of quality services in a context where innovation, knowledge, business and internationalization are also crucial. All the areas of Fira focused their activity in this direction, paying attention to objectives and economic revitalization, support to the productive fabric and entrepreneurship and the internationalization of companies.

Consequently, Fira de Barcelona worked to strengthen the bonds with professional organizations (more than 400 employers' associations work in the spheres of the sectors represented in Fira), the dialogue with the administration, the development of communication, social networks and technology, and the use of e-commerce in the relations with its customers and suppliers. It is ultimately a clear stance in favour of modernity, inseparable from the innovative formats of the shows and events. An example of this attitude is the support to social networks and the high number of visits received by Fira's webpage, around 2,5 million.

Leading shows

Throughout 2012, 60 shows and events were hosted, some of which were very complex due to the recession. Among the most traditional sectors, worthy of note is Alimentaria, the great showcase for food industry, with a solid international scope. Also, the Boat Show has evolved in line with the requirements of the sector and it concentrated its offer at Port Vell in Barcelona.

Among the newest shows, worthy of mention is Smart City, devoted to the emerging sector of smart cities, namely the appliance of information and communication technologies to urban services. On its second event, it established itself as a leading show, also contributing to the presence of the city of Barcelona in a sector with great future.

The Mobile World Congress was one of the most remarkable shows of 2012. This major world meeting of the sector of mobile communications broke its record for participation with almost 67,000 professional visitors and more than 1,500 exhibiting companies. It was the first event after Barcelona was elected in the summer of 2011 Mobile World Capital for 2013-2018. It was also the last time that it was held at the Montjuïc venue, since from 2013 on it will be held at the Gran Via venue, which offers the show more chances to grow.

In March, the Barcelona Mobile World Congress Foundation was established, presided by the Mayor of Barcelona, leader and manager of the project. The Foundation is managed by the Spanish Ministry of Industry, Energy and Tourism, the Government of Catalonia, Barcelona City Council, Fira de Barcelona and GSMA –an association representing 800 operators and suppliers of mobile technology and contents worldwide–. Through several industry, research, leisure and civic initiatives, the MWCcapital aims at promoting the use of technologies and mobile solutions in different spheres. It means an impulse to the industrial fabric and to the creation of new business opportunities for local and foreign companies.

Other major shows hosted in 2012 were Hispack – jointly held with Barcelona Tecnologies Alimentàries,

Bta.– Hostelco, Tourism, EIBTM, Barcelona Bridal Week, Barcelona Meeting Point, Bizbarcelona, etc.

Throughout the year, Fira established or attracted shows which respond to new business and social demands. It is the case of MI Health Forum, which appeared with the will to be a leading show in innovation, management and sustainability of Health Services; or Seafodd Barcelona, specialized in the food industry, which replicated the European Seafood Exposition that takes place in Brussels. The great assets of the new show are the strategic positioning of Barcelona in the food sector and its own trade fair tradition.

Another new show was the Manga Fair, devoted to Japanese cartoons and the cultural world around them which was hosted at the Montjuïc venue to promote its chances to develop.

In line with the policy of attracting new international shows, in 2012 the fair venues hosted leading industrial itinerant shows such as In Cosmetics (materials for the cosmetics industry), Chemspec Europe (fine chemistry) and Fespa Digital Europe (digital and offset printing).

Significant congresses and meetings

In the sphere of meetings and congresses, worthy of note were professional events as important as the International Conference On Home Mechanical Ventilation, the Southern European Veterinary Congress, the Urban Research Symposium, organized by the World Bank, and especially the VM World meeting, organized by the cloud computing leading company VMware, which brought together 8,000 experts and collaborating companies. In relation to entertainment and cultural big events, Sónar Festival and Barcelona Harley Days are worthy of special note.

There were also more than 70 different activities, including corporative, institutional, commercial and sportive, and more than 500 activities (congresses, seminars and cultural activities), taking place in the shows. In this respect, worthy of mention is that during 2012 the Sectorial Summit department consolidated itself. There was a significant increase in congress programmes and events directly managed by this department, involving 10 shows with 372 activities and 728 speakers, which represents 1,160 hours of knowledge exchange in only 35 show days. 48% of the participants were international.

New international business

Needless to say, internationalization continued to be one of the cornerstones of the institution's policy. It could be affirmed that it is one of the intrinsic values of Fira de Barcelona, which in addition to direct income from accommodation, business and services in the city, generates synergies between international and local companies, between exhibitors and visitors, and creates opportunities for companies wishing to access new foreign markets. Currently, more than 45% of the exhibitors and visitors who attend professional shows are foreign.

Through 2012, the Fira offices widened their scope of action to Colombia, Czech Republic and Slovakia. As this Report was being written, there

was a new addition of an office covering the Gulf countries (United Arab Emirates, Saudi Arabia, Bahrain, Kuwait, Qatar and Oman). Fira has 20 offices in 43 countries of Europe, North and Latin America, Maghreb and Asia.

One of the main aspects of internalization during 2012 was the progress of foreign business, by helping Fira exhibitors to participate in shows in other countries, as well as by selling management and consultation services to other trade fairs.

This strategic line materialised itself in the presence of a Hostelco stand, devoted to hotel equipment, in the Hotelex fair (Shanghai) in April; the presence of The Brandey, the urban and contemporary fashion show, in the Blueprint fair (Singapore) in May; the attendance of the Piscina show in September in the Dubai ME Pool & Spa fair, and the participation of Construmat in the Ficons de Recife show, in the Brazilian state of Pernambuco in October. The International Business Area worked all year to prepare new international appearances for 2013, such as the Piscina show at Expolazer in Sao Paulo, and in Moscow, and a new event of Hotelco in Hotelex, in Shanghai.

Other lines of work included selling consultancy services related to trade fair events to different countries, especially from Latin America, and an agreement was signed with the city of Montreal to provide advice about event organization at the Montreal Fair.

Thinking of the future

Trade fairs need some time to mature and develop. This is why we stress the fact that during 2012, new innovative shows were designed, and efforts were made to guarantee the celebration of shows that are very important to the country's economic life, planned for 2013, but which have been affected by the recession. Worthy of special note in this respect is the Barcelona International Motor Show 2013, and the willingness to redirect Construmat by seeking opportunities abroad for Spanish sectorial companies.

Also during 2012, the establishment of new shows was announced, as well as the recruitment of new events. The shows added to Fira de Barcelona are Pharmaprocess, on services supply for the pharmaceutical industry; Bodylife Barcelona, an event on fitness that will be hosted jointly either with Piscina or with Hostelco; and Dental Forum, in agreement with the College of Dental Surgeons of Catalonia.

On the other hand, in 2013 Tissue World will be hosted for the first time in Barcelona and in Fira. This is the leading show on special paper products for industry, health services and the household. Also, a renewal contract until 2016 was signed with EIBTM, the major show about tourism and business, and it was announced that Barcelona had won the international contest to host EVS, the leading event on electric vehicles, which in 2011 took place in Los Angeles, and which will coincide with Smart City 2013. Urban and environmental sustainability are becoming more and more important and, in this line, Fira will be the venue for the 2014 Congress of the European Wind Energy Association (EWEA).

Alimentaria Exhibitions

At the end of 2012 it became official the agreement whereby Fira de Barcelona acquired from Reed Exhibitions 50% of the capital that it had in Alimentaria Exhibitions, joint venture that both entities had established in 2002 to organize, among other events, the Alimentaria show. After this operation, Fira became the sole owner of the society, which will continue to cooperate with the British multinational in new projects to export Alimentaria to other countries. Alimentaria Exhibitions, organiser of Alimentaria Mexico, Alimentaria Lisbon and the new Alimentaria Sao Paulo, as well as of Bta. Barcelona Food Technology, will work according to the same guidelines and commercial direction.

Fira will continue its work throughout 2012 to develop an active policy of Corporate Social Responsibility that includes a firm commitment to sustainability and energetic efficiency, cooperation with the University and the educational world, and solidarity actions in cooperation with different organizations and entities, which become even more meaningful in times of special hardships.

With the aim of having a global view of the economy, the markets, the opportunities and the demands of companies and the environment, Fira continued to generate synergies between the institution and the city. Barcelona, with its own brand, reinforces Fira's dimensions. In turn, it contributes to the city's positioning, its growth and its international impact.

TRADE SHOW

VENUES AND AREA

405,000 m² (rough)

of exhibition area, one of the largest in Europe, distributed in two venues

MONTJUÏC

165,000 m² (rough)

of exhibition area; 50,000 outdoors

GRAN VIA

240,000 m² (rough)

of exhibition area

SHOW TYPES

62% professional

38% public and mixed

EXHIBITORS

79% in professional shows

21% in public and mixed shows

VISITORS

42% in professional shows

58% in public and mixed shows

PROFESSIONAL SHOWS

45% international exhibitors

30% international visitors

FIRA HAS REPRESENTATIVE DELEGATIONS IN

43

countries

ACTIVITY

60 shows and congresses

+70 corporate events

+500 activities in shows

- 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 Presidents

Alimentaria

Josep Lluís Bonet
i Ferrer

Barcelona

Boat Show
Luis Conde Möller

Barcelona

Meeting Point
Enrique Lacalle i Coll

Barcelona

Motor Show
Enrique Lacalle Coll

BcnRail

Xavier Vizcaíno Muñoz

BizBarcelona

Sònia Recasens i Alsina

Body Life Barcelona

César Navarro i Flo

Bta.

Llucà Casellas i Puig

Caravanning Show

Ramon Nuez Pérez

Construmat

Josep Miamau
i Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

Equiplast

Bernd Roegel
Greineisen

Expoecosalud

Jordi Sagrera i Ferrándiz

Expominer

Eudald Carbonell
i Roura

Expoquímia

Luis Serrano Rubiera

FM&BS

Enric Alonso i Lorente

Forum Dental

Josep Lluís Navarro
i Majó

Graphispag.digital

Rafael Farrés i Ferrer

Hispack

Javier Riera-Marsà
i Bonmatí

Hostelco

Jordi Roure i Boada

Infarma

Jordi de Dalmases
i Balañà

Festival de la

Infancia
Helena Rakosnik i Tomé

Liber

Javier Cortés Soriano

MIHealth

Josep M^o Piqué i Badia

Ocasión

Jaume Roura i Calls

Piscina Barcelona (Aquatic Exhibition)

Eloi Planes i Corts

SIL

Enrique Lacalle Coll

Smart City Expo World Congress

Ramon Roca i Enrich
Antoni Vives i Tomàs

Sonimagfoto & Multimedia

Enric Galve

Tourism - SITC

Raimon Martínez Fraile

Alimentaria

International Food and Beverage Fair

26-29/03

GRAN VIA. 19TH EVENT

Area: 94,743 m² (rough)

Exhibitors: 3,850

Type: professional

Activities: Congress on the Mediterranean Diet, Chef of the Year Competition, exhibitions and training sessions.

Organised by Alimentaria Exhibitions, joint venture between Fira de Barcelona and Reed Exhibitions.

8,000 business meetings

140 innovative food products

One of the main features of the new Alimentaria event was having all of its offerings under one roof. For the first time the event was held in the Gran Via venue, where it enjoyed better logistic and technical support, more in accordance with its status as one of the leading food trade shows in the world.

Since its first edition in 1976, the show has made steady progress in terms of both visitor and exhibitor numbers. Despite the current recession, 2012 was a successful year for the show: it hosted more than 3,850 exhibitors, 1,018 of which came from 60 different foreign countries, particularly from the EU, Latin America, the United States, China, Thailand, India, Japan and the Middle East; it was visited by 142,000 professionals, 40,000 of which were international, and hosted approximately 8,000 meetings, thus confirming its value as a platform for strategic information, promotion and business for the sector.

Within Alimentaria's huge showcase, its different areas stood out: Congelexpo (frozen foods), Expobebidas (soft drink, water, ciders, beers and must), Expoconser (fish and vegetable preserves), Intercam (meat and meat products), Interlact (milk and dairy products), Interpesca (fish and seafood, aquacultures and farmed fish products), Intervin (wine and spirits), Multiproducto (varied foods), Mundidulce (sweets, biscuits and confectionery products), Restaurama (food and hospitality products and services), Vegefruit (fresh fruits and vegetables), Olivaria (olive oil) y Alimentación Ecológica (Organic food). Worthy of note were also the International Pavilion and the Autonomous Communities Pavilion. Innoval's commitment to innovation highlighted the efforts of manufacturers to develop and commercialize more attractive products. More than 140 innovative food products were presented.

Alimentaria is a significant forum for trends in food, cuisine and gastronomy culture. This was highlighted by the presence of BCN Vanguardia, the International Congress of Gastronomy in Barcelona, which summoned some of the best international cooks. It hosted the «Chef of the Year» Competition, devoted to young cooking prodigies and endorsed by the World Association of Cooks Societies (WACS). Other significant events were «Vinorum», (wine tasting); «España el país de los 100 quesos» (Spain: country of the 100 cheeses); «La España de los ibéricos» (Spanish Iberian food products); y «La España de los aceites» (Spanish olive oils), with oil tasting sessions and pairing, as well as culinary workshops, as an introduction to the world of olive oil. Alimentaria also celebrated the Interpesca Conference, in which the sessions devoted to the processing, presentation and consumption of fourth and fifth range products, were of particular interest.

Mediterranean Diet

Alimentaria also hosted the IX International Congress on the Mediterranean Diet, organized by the Mediterranean Diet Foundation. The foundation is designated as World Heritage by UNESCO, for not only its food model but also its true philosophy of life - a set of customs and traditions related to eating, which also makes it possible to lead a healthy, balanced life.

+info www.alimentaria-bcn.com/

Antiquaris

Modern and Antique Art Fair

24/3 - 1/4

MONTJUÏC. 36TH EVENT

Area: 13,000 m²

Exhibitors: 50

Type: professional and public

Organised by Flaqué Internacional, in collaboration with Fira de Barcelona, the Antiquarians' Union of Catalonia and Agrupación de Anticuarios de las Reales Atarazanas.

5,000 years of art history

Once again the Modern and Antique Art Fair stood out for its quality, bringing over 25,000 visitors over nine intense days. The efforts of the organization were rewarded by a remarkable response from collectors, experts, art enthusiasts and the general public.

5,000 years of art history embodied in works from different ages, artistic trends and price ranges, featuring artists as diverse as Picasso, Dalí, Miró, Tàpies, Barceló, Sorolla, Botero, Rusiñol, Casas, Nonell, Clavé, Blanchard, Chillida, Fortuny, Togoers, Zuloaga, Gargallo, Torres-García, Sert, Mir, Anglada Camarasa, Hernández Pijuan, Ràfols Casamada, Cuixart, among many others.

Visitors had the opportunity to admire masterpieces from vanished cultures, African ritual pieces and masks, Baroque works, Avant-garde paintings from the 19th and 20th centuries or other appealing contemporary items, which shared space with Romanesque and Gothic carvings, modernist, art déco and nouveau wonders, high jewellery, furniture from all ages and styles, or scientific and nautical antiquities.

The MNAC Museum also held a unique exhibition of works from its permanent collection, featuring works from the Romanesque to the Modernist period, thanks to a sophisticated technology of digital printing. The Museum of Modernism, in turn, presented collection pieces, some of them shown for the first time.

+info www.antiquarisbcn.com

Auto Retro Barcelona

Antique Cars and Motorcycles Exhibition

05-09/12

MONTJUÏC. 29TH EVENT

Area: 30,580 m²

Exhibitors: 300

Type: public

Activities: auctions, anniversaries, tributes, meetings, presentations

Organised by Promobil Group.

750 unique vehicles

Auto Retro hosted 300 exhibitors from fifteen countries with 750 unique vehicles on display. This Antique Cars and Motorcycles Exhibition attracts a very loyal audience every year, mainly from Catalonia, but also from other Spanish and southern European regions.

The show held the first classic car and sport car auction ever to take place in Spain, by Stanislas Machoïr, which sold 62% of the exhibited vehicles. The highest bid (140,000 euros) was for the Toyota Celica 4WD, owned by Spanish World Rally Championship winner Carlos Sainz.

On this occasion, tribute was paid to Antonio Zanini, driver and trainer, and Elvira Beloso, retired Managing Secretary at Seat and efficient custodian of the historical heritage of the Spanish brand.

The show commemorated the 60th anniversary of the Mercedes-Benz 300SL and the 50th anniversary of the roadster MGB. Likewise, the first Seat 127 was displayed along with other historical units to celebrate this model's 40th anniversary.

Worthy of special mention is the participation for the first time of Harley-Davidson, iconic firm that will soon be celebrating its 110th anniversary. Also in the sphere of motorcycles, the Catalan brand from the fifties, Myma, organized a historic display of 20 motorcycles owned by the Aragall family.

As usual, the market of spare parts and accessories, as well as the classic Car-Corral, a space displaying classic cars for sale, took place. Another attraction was the giant slot track, a replica of the Montjuïc circuit.

+info www.autoretro.es

Barcelona Meeting Point

International Real Estate Show

17-28/10

MONTJUÏC. 16TH EVENT

Area: 20,000 m²

Exhibitors: 265

Type: professional and public

Activities: conferences, seminars and prizes

Organised by the Barcelona Consorci de la Zona Franca.

2,500 professionals at the Symposium

A large audience, both general and professional, visited the new edition of Barcelona Meeting Point (BMP), a show hosting more than 265 real estate businesses, banks and public administrations. According to the organizers, this year's event came as a breath of fresh air for the sector.

BMP turned out to be the best showcase for exhibitors to sell part of the assets in their properties portfolios, since the show took place less than two months before Spanish tax benefits for purchase of real estate expired, as well as for the participation of important international purchasers.

A total of 17 investment funds took interest in the Spanish real estate offer. According to the organization, the volume of business surpassed 2,500 million euros, higher than the 2011 figures.

As in previous years, BMP centred around the International Symposium, which brought together 2,500 professionals in 21 sessions, as well as the Professional and General Attendance Exhibitions, which took place over the weekend.

The show hosted the third Russian Meeting Point, which summoned a significant number of Russian investors, and it also presented the building plan of 70,000 new houses, and the restoration of 140,000 more, in Bogota, the capital of Colombia, which was this year's guest city.

+info www.bmpspsa.com

Barcelona International Boat Show

26-30/09

PORT VELL. 51ST EVENT

Area: 16,300 m² (rough)

Exhibitors: 267 companies, 700 boats

Type: Professional and public

Activities: Boat Parade, training, boat testing, traditional sailing workshops, regatta presentations, conferences, awards

700 boats

20 boats at the Boat Parade

Featuring around 700 boats, this year's edition of the Barcelona International Boat Show was the most maritime, as it concentrated its entire offer at the Port Vell. This exceptional location was the perfect showcase both for the water display -with boats starting at 8 meters long- and the dry-land display, with all kinds of nautical products and services, ranging from electronic devices and motors to paint, sails, trailers, fishing products, charter services or sports harbours, as well as small boats.

Altogether, 267 companies took part, including leading brands such as Astondoa, Bavaria, Belliere, Beneteau, Furuno, Garmin Iberia, Green Power, Jeanneau, Marina Estrella, Rodman Polyships, Sessa Marine, Sunseeker, Tournon, Yamaha or Zodiac.

This new show format allowed visitors to see, touch and even test the boats at sea and the new nautical sports products. It also made it possible to sail into the future, since the event adapted itself to the needs of exhibiting brands and visitors, who responded very positively to the change.

Once again, the Boat Show placed special emphasis on innovation and the uses of new technologies in the boat industry. One of this year's greatest successes was SmartPort, a harbour management platform and social network for boat owners and cruise passengers created in Barcelona for smartphones and tablets. Also remarkable were the wireless remote controls for anchoring or the control levers that replace the traditional steering wheel.

Companies also presented new ideas to cope with the recession. For instance, new charter services, one of the booming segments in the boat industry.

Also, the promotion of affordable year-round boat rentals and new formulas to allow boat owners to rent their boats during certain seasons to cover maintenance costs.

Many recreational activities

In addition to the commercial exhibit, the event also hosted a large program of activities in order to promote interest about nautical activities. Once again, the Funch Beach Area hosted training sessions where visitors could learn the basics of yachting, kayaking, canoeing, paddle surfing or even virtually flying over the sea with a new aquatic gadget called Flyboard.

One of the most spectacular activities was the Boat Parade, night boat parade which attracted hundreds of people. On the first event, more than 300 sail and motor boats, between 11 and 25 metres long, presented the latest trends in design, electronics, motors and safety from national and international brands. The boats sailed at a speed of 3 knots in a light and sound show.

Likewise, for the third consecutive year, the Village at Moll d'Espanya became a meeting point for representatives from different areas of economy, society and sports.

+info www.salonnautico.com

BCN Bridal Week / Salón Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

Bridal Fashion Catwalks / International Fashion Salon of Bridal, Ceremonial, Communion Wear and Accessories

08-13/05

GRAN VIA. 22TH EVENT

Area: 26,600 m²

Exhibitors: 235 brands

Type: professional

Activities: bridal fashion catwalks

Organised by FFF Flaqué Internacional

63% international visitors

BCN Bridal Week, hosting the Noviaespaña show and the Gaudí Novias catwalk, once again turned Barcelona into the world capital of wedding fashion. Leading companies for quality, design and export potential in the bridal, ceremony and accessories sector once again supported the Catalan show.

The event of May 2012, which exhibited more than 235 brands, half of them foreign, reaffirmed itself as one of the leading shows in the field. More than 15,300 professionals, 2% over the 2011 event, 63% of which came from abroad, visited the show and consolidated its international dimension. Most of the visitors were Italian, followed by German and French.

Worthy of special mention was the increase of purchasers from Russia, The Netherlands, Greece, Belgium, the United States and Eastern European countries. Several professionals came from New Zealand, Australia, The United Arab Emirates, Portugal, Sweden, Angola, Croatia and Finland.

Leading brands in bride and groom fashion, wedding party and ceremony fashion and accessories exhibited their creations in the 18 catwalks hosted by Gaudí Novias, which brought together 14,000 participants. Four intense days revealed the models of Rosa Clará, Jesús Peiró, Victorio&Lucchino, Yolancris, Inmaculada García, Raimon Bundó, Franc Sarabia, Jordi Dalmau, Matilde Cano, Hannibal Laguna, Patricia Avendaño, Joana Montez y Patricia de Melo, Fuentescapala, Cabotine by Gema Nicolás, Sonia Peña, Ana Torres, Carla Ruiz and Pronovias.

+info www.moda-barcelona.com

Bebés & Mamás

Baby and Mother Trade Fair

05-06/05

MONTJUÍC. 13TH SHOW (1ST TIME IN FIRA)

Area: 13,400 m²

Exhibitors: 80

Type: public

Activities: conferences, baby massage workshops, yoga for pregnant women, baby care sessions

Organised by Feria Bebé

1st time in Fira

Families had the chance to get to know what is new in the world of babies and expecting and recent mothers. After 12 shows in Cornellà, Bebés & Mamás was hosted by Fira de Barcelona for the first time, a change of premises that allowed the show to reach a new record number of visitors.

New dads and moms could approach the universe of new-borns and share their experiences with more practiced families. They also got familiar with the latest trends in maternity and childcare through the leading brands of the sector.

Baby bottles, pacifiers and diapers were displayed, as well as all the necessary products for childcare: food, high chairs, bath tubs, carriages, strollers, gyms for pregnant women and babies, services of umbilical cord blood stem cell collection and storage, and cars featuring all kinds of appliances for travelling with children.

The show presented the latest trends, such as new baby carriers, kid's furniture, the first Spanish online shop selling products for pregnant women and babies, a labelling device to label children's belongings with a photograph, and a natal chart writing service for new-borns, among others.

Among the activities programmed, the most popular was the conference "Comer y dormir, dos hábitos que podemos enseñar" ("Eating and Sleeping, habits we can teach"), by the pediatric specialist Doctor Eduard Estivill. Also worthy of mention were the childcare sessions, the baby massage and yoga for pregnant women workshops, the play area and the breastfeeding corner, among others.

+info www.bebesmamas.com

Bizbarcelona

Entrepreneur Exhibition

13-14/06

MONTJUÍC. 2ND EVENT

Area: 19,000 m²

Exhibitors: 87

Type: professional and public

Activities: lectures, workshops, finance marketplace, Global Entrepreneurship Competition, SIME Barcelona, Pecha Kucha Talks, ACC10 Tech Market, Tormo Franchise Forum, Agents&Brokers and Wall of Ideas.

1,000 counselling sessions

The promotion of business activities and the entrepreneurial spirit has been the *raison d'être* of BIZ Barcelona since the beginning. The second event encouraged networking and meetings between entrepreneurs and investors, while hosting more than 150 lectures by experts on different fields.

BIZ Barcelona structured its activities and contents around nine major thematic areas: finance, innovation, internationalization, business strategy and management, sales, resource optimization, managing skills, marketing and communication tools, and franchises. In addition, it hosted a business exhibit area where companies offered their products to SMEs, self-employed workers and entrepreneurs.

The show held more than 1,500 meetings between entrepreneurs and investors, around 1,000 counselling sessions, and offered solutions and new financing methods, in a time of credit restrictions. Also of interest were the seminars devoted to crowdfunding, a new way of obtaining funding for projects using online platforms to encourage small donations from individuals and businesses.

BIZ Barcelona hosted the 4th edition of the Global Entrepreneurship Competition, a contest where the best 16 international business plans competed to win funding for their projects. The winner was Awak Technologies from Singapore, with a project of wearable dialysis that enhances the lifestyle of millions of End Stage Renal Disease patients.

+info www.bizbarcelona.com

The Brandery

Urban Contemporary Fashion Show

27-29/01 – 13-15/06

MONTJUÍC. 6TH AND 7TH EVENTS

Area: 18,000 m² (January) / 19,000 m² (July)

Exhibitors: 135 (January) - 92 (July)

Type: professional and public

Activities: catwalks, concerts, workshops, technical seminars, lectures, exhibitions

15 catwalks

160 business meetings

Brands, catwalks, workshops and concerts were the protagonists of the winter event of the show, which consolidated the model established in the previous event: the combination of a business area, reserved for professionals, and "Brandtown", a space open to the public.

In addition to being a significant business platform for the 135 participating firms, 26% of which were foreign, The Brandery Winter hosted 15 catwalks by 26 brands and 26 live music shows by first-rate bands, such as Dorian, Fangoria or 2manydj's, who sold out and turned the show's catwalk into a loudspeaker for new musical trends.

With the purpose of contributing to finding new markets for fashion brands, the show held 141 meetings between exhibitors and purchasers and hosted the BCN Retail Lab, a sell-out seminar that brought together leading experts of the Spanish fashion retail sector who analysed new consumer patterns, the emergence of e-commerce and the importance of retail as a tool to make the sector grow.

The show came back in July for its summer event, characterized by the attendance of enthusiast young audiences, more and more interested in all things connected to the world of fashion. The 15 catwalks by 32 brands, like Custo Barcelona, Replay or Love Therapy, captured the attention of purchasers and enthusiasts. Music shows played a very significant role, featuring bands like The Human League, La Casa Azul, La Mala Rodríguez and Stand Up Against Heart Crime, together with DJs like Shelby Grey, Amable, GatoTV (Tvno & DjGato) - Mash AV Show, DJ2D2 and Miranda Makaroff.

First economic report

In the area exclusively reserved for professionals, the exhibiting brands held more than 160 meetings with 15 international purchase groups. In parallel, the "The Brandery Economic Report on Fashion in Spain 2012" was presented, according to which Spanish fashion companies are becoming stronger in international markets, including outside the euro zone.

Lectures addressed to business owners and retailers about new sales strategies or the evolution of the traditional fashion shop to the pop-up store were other aspects dealt with on seminars hosted by the show, which also organized sessions about summer trends for 2013 and new communication and marketing strategies. Bloggers did not miss the date either, and got together at "He blogs", a meeting hosted by Pelayo Díaz, Miranda Makaroff and Gerard Estadella.

Other significant figures in the international fashion industry participated in The Brandery, like Elio Fiorucci, Italian designer and businessman, founder of the Fiorucci brand and famed participant in Andy Warhol's Factory in 1970's New York.

So that the city of Barcelona also felt fashion's allure, for a few days the show presented "Remakes. When cinema met fashion", an exhibition by photographer Manuel Outumuro, in Passeig de Gràcia.

+ info www.thebrandery.com

Bta. Barcelona Food Technology

15-18/05
GRAN VIA. 13TH EVENT

Area: 42,000 m²
Exhibitors: 519
Type: professional
Activities: professional seminars, presentations

25% of foreign exhibitors

Internationalization, innovation and business. Around this three themes, Bta. 2012 showed that the machinery and technology sector for the food and beverage industry has been able to cope with

the recession, adjusting to the situation, promoting R+D+I and looking for new ways to cut costs without affecting product quality.

Once again, Bta. simultaneously hosted Hispack, the International Packaging Exhibition, which makes the show one of the leading business platforms for the industries of food and beverage and packaging in southern Europe and the Mediterranean area. This cross-sector offer attracted more than 35,000 visitors. With a 25% of exhibitors and an 8% of foreign visitors, Bta. reached its goal of internationalization that had been set as a means to contribute to the promotion of Spanish exports.

519 exhibitors from 30 different countries presented their most innovative techniques in production process automation, food preservation, packaging solutions, ingredients and additives, and food hygiene and safety equipment. Among the latest trends were anti-aging food antioxidants, supplements against osteoporosis, antibacterial bottles, accelerated dry-curing systems and natural sweeteners such as Stevia.

Technology centres, consulting agencies, official organisms and clusters related to the food industry were the first ones to use the Innovation Meeting Point. Also, the show hosted ten professional seminars and lectures organized in collaboration with sectorial associations and entities.

+ info www.bta-bcn.com

International Caravan Trade Fair

03-11/11
GRAN VIA. 30TH EVENT

Area: 20,000 m²
Exhibitors: 107
Type: Professional and public
Activities: Caravan and motor home rally, Meeting of Camping and Caravanning Companies, FamParc (children's activities), 2012 BCN Caravanning & Camping Live area

200 brands

The International Caravan Trade Fair, exhibiting 361 vehicles of 200 brands, once again provided a boost for this kind of activity not only as a way of leisure but also as a lifestyle and, despite the complex economic situation, it received visitors from all over Spain.

Aiming to foster sales and to reach new audiences, the show gave visitors who purchased camping items a free two-days stay in a campsite. The buyers of a caravan or motor home received 6 months of free parking at the Abrera parking lot, in Barcelona, especially designed for this type of vehicles.

In order to reach wide audiences about the advantages of this way of tourism, the show designed the BCN Caravanning & Camping Live area, where a campsite was reproduced, including various kinds of motor homes, caravans and trailers, as well as bungalows, mobile homes and tents.

Besides its commercial and informative aspect, the show voiced sectorial concerns. For example, on the XV Meeting of Camping and Caravanning Companies, it was announced that Barcelona will soon have a

service area for motor homes, and both segments of the industry were called for unity of action in order to defend their vindications before the administrations.

Brands showed a higher concern about environmental issues. Most of the motor homes on display had Euro 5 low consumption propulsion systems, which limit CO2 emissions into the atmosphere.

+ info www.saloncaravanning.com

Chemspec Europe The fine and speciality chemicals Exhibition

13-14/06
GRAN VIA. 27TH EVENT (SECOND TIME IN BARCELONA)

Area: 19,000 m²
Exhibitors: 393
Type: professional
Activities: lectures, seminars, demonstrations
Organized by DMG Worldmedia

Exhibitors from **50** countries

The Gran Via venue hosted for the second time after 2009 the Chemspec Europe show, which featured leading manufacturers and suppliers of fine and speciality chemicals. By summoning more than 5,000 visitors (20% more than in the Geneva 2011 event) from 54 countries, the Barcelona event was considered by both exhibitors and visitors as "the best Chemspec ever".

Professionals from around the world were able to build a great deal of business contacts in an environment such as Fira de Barcelona, which attracts regions as important for their economic dynamism as Latin America or North Africa. Chemspec Europe brought together manufacturers, suppliers, formulators, processors and service suppliers from 50 countries.

Once again, Chemspec played its role as a platform for building contacts with potential customers and displaying the latest industrial trends. In this sense, it hosted several activities, such as lectures and seminars, covering fields such as biotechnology, phytosanitary measures, cosmetics, pharmaceuticals, water treatment and health sciences, where topics related to manufacturing and marketing processes were discussed.

The fact that purchasers, distributors and manufacturers met in one place helped assessing business possibilities. As in previous events in Barcelona, the show hosted many Spanish companies in the chemicals sector.

+ info www.chemspecevents.com/europe

Barcelona International Comic Show

03-06/05
MONTJUÏC. 30TH EVENT (8TH TIME IN FIRA)

Area: 19,000 m²
Exhibitors: 140
Type: public
Activities: exhibitions, workshops, author's visits, concerts
Organised by Ficomic.

30th anniversary

The Barcelona International Comic Show, one of the most important European shows for cartoon lovers, broke its record for participation on its 30th anniversary. During four days, the show received more than 100,000 visitors, who were able to see the latest trends in the sector and enjoy several entertainment and cultural activities.

Robots and superheroes played a relevant role in this year's event, which commemorated Mazingher Z 40th anniversary with the participation of its author, Go Nagai. Also worthy of mention was the exhibitions "Spiderman, 50 años enredándose", about the origins and the evolution of Spiderman, created in 1942, and «Robots en su tinta», based on the relationship between comic, film and literature, where visitors could interact with real robots.

The show brought together renowned national and international artists, such as Milo Manara, European comic master; Guy Delisle, creator of *Pyongyang* and *Burma Chronicles*; Scott Snyder, scriptwriter of the new series *Batman y and Swamp Thing*; or Luis and Rómulo Royo, Juanjo Guarnido and Paco Roca, illustrators in the magazine *Cavall Fort* and the *Joso* school.

The show organized meetings between authors and publishers as a way of promoting contacts and agreements, which revealed that the world of comic is in good creative and artistic shape. The exhibition led to meetings between Spanish and Chinese professionals, which confirmed the interest shown by the Chinese market about European comics.

Some of the most popular activities were the book signing sessions and the concerts by bands such as Los Coronas, *Teràpia de Shock*, *Avalanch* or *Lax'n'Busto*.

+info www.ficom.com

Cosmobelleza

International Fair on Hairstyling, Aesthetics and Wellness

11-13/02

GRAN VIA. 18TH EVENT

Area: 31,800 m²

Exhibitors: 295

Type: professional

Activities: conferences, awards, training sessions, competitions

Organised by Gestió de Cosmobelleza, SL.

22 manicure displays

Cosmobelleza was one of the main meeting points for companies and professionals from the aesthetics and hairstyling business. The 2012 event focused on training, internationalization and business promotion, as ways to boost the beauty market, especially in the Euromediterranean region.

The show received more than 84,000 visitors and hosted different events addressed to the professionals of hairstyling, aesthetics and wellness, including the XXVI Aesthetics Congress, where topics such as male aesthetics were discussed, in addition to presenting the latest trends in silhouette shaping and various massage techniques practised in spas.

Worthy of mention was the Aesthetics and Nails Technical Room, with 22 manicure displays, a very successful sector nowadays. The "Barcelona Hair Fashion" catwalk was another highlight of the show, presenting the latest trends in colour tones, hairstyles and haircuts by renowned stylists.

This catwalk also hosted the Body Make-up Competition. On this occasion, the members of the jury awarded young make-up artist José Luis Blasco for his work «Katrina de fuego».

In 2012 the show recovered the traditional Cosmobelleza Award to the Best Public Image of the Year, which was given to television celebrity Carmen Lomana, who participated in a talk and discussion with professionals where she talked about her own concept of beauty,

+info <http://cosmobelleza.com/esp/home.cosmo>

The Craftroom

30-11 / 02-12

MONTJUÏC. 2ND EVENT

Area: 19,100 m²

Exhibitors: 70

Type: Público

Activities: workshops, demonstrations, children activities, exhibition by arts and crafts schools

Organised by Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

34 projects

For the second consecutive year, Catalan crafts were the centre of the exhibit hosted in palace 8 of the Montjuïc venue under the name of The Craftroom. Promoting craft activity and stimulating sales, with the upcoming Christmas season, were part of the objectives of the organizers, the Consortium of Trade, Crafts and Fashion of Catalonia and the Department of Enterprise and Communications of the Government of Catalonia.

The free-access fair presented a large area of exhibition and sale of products from different sectors and trades, such as fashion accessories, jewellery, household, goods, gifts and decoration.

In addition to Catalan artisans, other professionals came to the fair from other regions of Spain, and from Finland, which was guest country, and is a reference for the quality and contemporary nature of its crafts.

In parallel, a very attractive array of activities was scheduled for the general public and families, with children workshops, storytelling, trade demonstrations, performances and audio-visual presentations about Catalan crafts, among others. Worthy of note were the workshops devoted to leather crafts, marquetry, glass engraving, graffiti and pyrography and ecological paper jewellery.

The Futur Excel·lent space hosted 34 projects by the students of year 2011-2012 from nine Catalan arts and crafts schools.

+info www.ccam.cat

EIBTM

The Global Meetings and Events Exhibition

27-29/11

GRAN VIA. 25TH EVENT (9TH TIME IN FIRA)

Area: 14,700 m² (rough)

Exhibitors: 3.164

Type: professional

Activities: lectures, business meetings

Organised by Reed Travel Exhibitions.

The show's **25th** anniversary

The world's most important show for the industry of business travel, congresses and incentives celebrated its 25th anniversary with its most innovative and successful event. It received visitors from 150 countries, and presented an offer of 3,100 destinations, hosted travel agencies, tour operators, convention centres, hotel chains, service companies and event planners.

One of the most visited spaces was "Experiences from the Future", which hosted the latest trends in the sector, such as virtual sales brochures for mobile phones and tablets incorporating augmented reality.

The 2011 event held the biggest guest purchasers program to date, with 4,1000 international professionals who met with exhibitors to learn about their latest products and to decide where to hold their next events.

For the first time, the show hosted the EIBTM Forum, an opening conference given by Barbara Kellerman, professor in Public Leadership from Harvard University. Meetings were also organized to promote networking, as well as 110 sessions to assess the latest trends in the sector.

The show arrived in Barcelona in 2004 and has since contributed to promote the city, Catalonia and Spain as a destination for tourism and business. According to the International Congress and Convention Association, Barcelona is fifth in the ranking of leading cities in the congresses and conventions sector.

+info www.eibtm.com

Higher Education and Employment Week

The Education Exhibition / Expositiva (The Education Resources and Technology Show) / Futura (The Masters and Postgraduate Courses Exhibition)

21-25/03

MONTJUÏC. THE EDUCATION EXHIBITION, 23RD EVENT / EXPODIDÀCTICA, 15TH EVENT / FUTURA, 9TH EVENT

Area: 26,590 m²

Exhibitors: 300

Type: professional and public

Activities: student information and orientation services; multimedia area, information sessions for families; competitions, round tables, reports presentations, awards

200 activities

900 professors surveyed

The Higher Education and Employment Week, one of the major appointments of the educational sector in Spain, included The Education Exhibition, Expodidáctica and Futura. All in all, around 300 exhibitors took part in the show, which was visited by thousands of people. This confirmed the interest in a show that gives visitors the chance to get acquainted with the educational system and future jobs available after finishing Secondary School (ESO). In the Education Exhibition, new Professional Training degrees related with physical activities and sports, artistic activities, sociocultural services, image and sound, as well as university degrees from the field of medicine, education, law and engineering were the focus of most of the questions from young people.

Students between 14 and 16 years old, many of who came with their parents during the weekend, asked for advice on how choosing the most suitable career. There was an increase in adult visitors interested in the personalised advice services on how to widen their knowledge of any subject.

The show hosted near 200 activities, including workshops to learn about geometry with soap bubbles and mathematics with magic tricks, and the presentation of a survey to more than 900 teachers about their opinion of the reality of education. The "EspaiCiència" space was very successful, as well as the multimedia area and the Hall of Languages, presenting language courses abroad.

One of the most popular programs presented this year was the School Year Abroad, which allows students to spend one year of ESO or Bachillerato abroad. Another important feature were the programs that combine language learning with leisure, volunteer work or sports.

Expodidáctica captured the attention of professionals interested in new pedagogical methods and didactic material for the classroom, featuring multi-touch desks, interactive tables, attendance controllers by facial capture, or even a network coverage inhibitor to prevent students from being distracted by their mobile phones in class.

Focus on jobs

The Employment Week also hosted the Futura show, which received a large number of visitors interested in master's degrees and postgraduate courses by public and private universities, training centres, foundations and business schools. Meanwhile, the Jobs Forum allowed companies and qualified candidates to get in touch for recruitment processes.

The publication Món Empresarial organized a session about workforce integration for people 40 to 50 years old who, because of the recession, need training to update their knowledge and be able to find a job or change their activity. Likewise, the show wanted to promote the entrepreneur spirit of university students with the 3 Day Startup Barcelona, an international event created to help 40 students to build their own technology-based business in only three days. The International Simulated Businesses Show also took place in this edition.

+info www.ensenyament.com

+info www.salofutura.com

+info www.expodidactica.com

E-Show

International Expo & Congress, E-Commerce, Digital Advertising, Hosting & Cloud and Social Media

14-15/03
MONTJUÏC. 1ST EVENT

Area: 2,500 m² (rough)
Exhibitors: 88
Type: professional
Activities: seminars, lectures, master classes
Organised by WATERTEAM, SL

200 lectures

E-Show's first event in Barcelona followed the lead of E-commretail Barcelona, a show of similar characteristics. Future events were announced to take place in Madrid, Lisbon and Sao Paulo, in addition to Barcelona.

This new show aspires to become a reference for the sectors of e-commerce (logistics, payment methods, hosting, CRM, call centres, SEO, e-mail marketing...), hosting and cloud computing, social networks development and strategies, mobile signage (commerce through mobile technologies) and digital signage.

E-Show particularly addressed companies and entrepreneurs undertaking online businesses, advertisers, small and medium-sized companies, advertising agencies, marketing online an offline agencies, webmasters, designers and social media experts. The event hosted more than 200 lectures, 10 workshops and 20 eCoffees, small format informal meetings.

Worthy of note were specific activities such as the E-commerce and Online Business Congress, the sessions for small and medium-sized companies hosted by Domestika, Eventosfera, and the Open Source and Cloud Computing sessions, with the participation of experts and leading companies in a growing sector with many possibilities of development. Most seminars and forums reached its maximum attendance capacity, iwith outstanding sessions held by leading brands such as Moritz, L'Oréal Paris, Starbucks and iChupa Chups.

+info www.the-eshow.com/barcelona/

Eurocoat

Know-how and Innovation in the Coating Industry

02-04/12
MONTJUÏC. 20TH EVENT (SECOND TIME IN FIRA)

Area: 2,000 m² (rough)
Exhibitors: 87
Type: professional
Activities: congress, awards
Organised by INFOPRO COMMUNICATIONS

40 lectures in the congress

The joint hosting of a professional trade show and a technical scientific congress, consolidated Eurocoat as an exchange and business platform for the industrial and scientific communities in the sector of coating, which brought together the leading manufacturers and distributors of paints, printing inks, varnishes, glues and adhesives, as well as universities, technological institutes and research centres. This international show itinerant between Italy, France and Spain, had already chosen Fira de

Barcelona in 2009 to host iits 17th event. In 2012, Eurocoat opened to new emerging markets such as China, Japan and Iran, while reinforcing its usual status in southern Europe and northern Africa. More than 5,000 professionals from 60 countries visited the event.

As a new feature, Eurocoat made available to exhibitors and visitors workshops where to discover new technical solutions, sharing experiences and innovations in products and processes.

In parallel, the technical congress hosted more than 150 professionals who discussed cost cutting through innovation. 40 lectures were given on the development of new paint formulations, lowering costs in manufacturing processes, application, film formation and dye drying, in addition to the improvement of packaging efficiency. Researchers assessed the new challenges in the sector of paints, through the use of renewable raw materials and bio-based technologies.

+info www.eurocoat-expo.com

Expohogar

International Trade Show of Gift and Home Articles

20-23/01 – 22-25/09
MONTJUÏC 46TH AND 47TH EVENT

SPRING
Area: 8,000 m²
Exhibitors: 120
Type: public
AUTUMN
Area: 8,200 m²
Exhibitors: 125
Type: Professional

2 annual events

As usual, in his spring and autumn events, Expohogar summoned small and middle-sized companies from all Catalonia and its area of influence, Valencia, Balearic Islands and south of France, to see and purchase the latest trends in gifts, fashion jewellery and fashion accessories and decoration.

Expohogar is one of the oldest shows in the Barcelona trade fair calendar, and it is a reference in the field of household products and kitchenware; interior design and decoration, terrace and garden; crafts, stationary, design and trends; home textile; personal care; leather goods; and travel goods.

In the spring event, held in January, Expohogar was a real catalyst for the sector, where exhibitors could close many business deals on the first date of the season, thanks to a remarkable offer of products, distinguished by their quality, design, functionality and competitive prices.

In September, when the autumn event took place, the show was visited by several professionals who purchase the products that they want to sell in the Christmas campaign, which amounts to 60% of the total annual sales in our country.

In addition, Expohogar once again became a benchmark for fashion trends in the sector, filling our houses and streets with colour. Cupcakes,

a variety of shades of blue and the return of the vintage style, which became the season's musts and the protagonists of both events.

+info www.expohogar.com

Expominer & Colecciona Barcelona

Minerals, Fossils and Jewellery Exhibition
The Philately, Numismatics and Collectors Exhibition

09-11/11

MONTJUÏC. EXPOMINER: 34TH EVENT /
COLECCIONA BARCELONA: 1ST EVENT

Area: 13,400 m²

Exhibitors: 200

Type: professional and public

Activities: workshops, lectures, drawing competition. Exhibitions: "Minerals of the future", "A postal history of Catalonia" and "Republican Exile"

200 exhibitors

Collectors of minerals, jewellery, fossils, stamps, coins and other objects met at the Montjuïc venue to enjoy their hobbies, since it jointly hosted Expominer, the International Minerals, Fossils and Jewellery Exhibition, and the first event of Colecciona Barcelona, the Philately, Numismatics and Collectors Exhibition. The latter was organized by Fira de Barcelona and the Philately and Numismatics Guild of Spain, with the cooperation of the National Association of Philatelic and Numismatic Businesses and the Catalan Federation of Philatelic Societies.

The joint offer of both events allowed for a vast display of collectable products: stamps, coins and notes from different periods, medals, engravings, champagne lids, miniatures, thimbles, old posters and photographs, in addition to a great display of minerals, jewellery, precious and semiprecious stones and fossils. Some visitors could even purchase meteorites from Mars and the Moon.

Expominer incorporated Joia Gallery, a new space created in cooperation with the Col·legi de Joiers, d'Orfebres, de Rellotjers i de Gemmolers de Catalunya, where audiences could admire and purchase exclusive design jewels made with minerals and fine gems.

While the commercial exhibit aimed at fostering the sale of the objects on display, the shows pretended to inform about the cultural heritage associated with geology, philately and numismatics, as well as to encourage the younger visitors to embrace collecting as a formative leisure activity.

+info www.expominer.com

Expomóvil Comercial

Spare Components and Aftersales for Vehicles

15-17/03

MONTJUÏC. 1ST EVENT

Area: 13,000 m²

Exhibitors: 102

Type: professional

Activities: lectures, sessions, awards

250 brands

The main objective of Expomóvil Comercial's first event was to catalyse the aftersales sector. More than 250 brands took part in the show, which received purchasers from Italy, Portugal, Morocco and Germany, in an attempt to improve the situation of a sector highly hit by the recession. The Spanish Federation of Professional Employers of the Automotive Sector (CONEPA) estimated between 4% and 7% decrease of operations in Spanish repair centres in comparison with 2010 and that more than 2,500 of repairers had closed its doors or changed ownership.

In addition to a vast commercial offer, featuring premieres in the Spanish market, Expomóvil hosted a vast program consisting of technical sessions and activities. Worthy of note were the ones organized by the National Federation of Tyre Distributors and Repairers (FENACOR), The Catalan Federation of Car Repair (FECATRA), the Spanish Confederation of Car Repair and Similar Garages (CETRAA), The Spanish Federation of Professional Employers of the Automotive Sector (CONEPA), and the ones organized by the show in cooperation with Auto AfterMarket News, to inform about the situation of the Portuguese market.

Likewise, the show hosted many work meetings, B2B meetings and professional sessions; worthy of note was the General Assembly of the European Garage Equipment Association or the deals made between thirty exhibitors and Portuguese important purchasers.

+info www.expomovilcomercial.com

Fespa Digital

21-24/02 06-14/11

GRAN VIA. 5TH EVENT (FIRST TIME IN BARCELONA)

Area: 15,235 m² (rough)

Exhibitors: 400

Type: professional

Activities: Hall of Fame, demonstrations, conferences, exhibitions

Organised by FESPA LTD

111 countries

The Barcelona event was the first Fespa Digital show to be hosted in Spain and, according to the organization, it as the most complete and ambition program so far, mainly aimed at satisfying the needs of large-format printers. This meeting was designed for the graphic arts sector, but also to the sector of packaging: digital serigraphy, offset, lithographic and wrapping; sign manufacturing, etc. There was also room for small-format printing.

Spain brought the most visitors (45%), followed by the United Kingdom (6%), France (6%), Italy (6%) and Germany (4%). The appointment of Barcelona as host became a great asset for printers from the Iberian Peninsula and France. Visitors came from more than 111 different countries, which surpassed all initial expectations of attracting the presence of 13,000 professionals.

Besides the exhibitions, there were other activities which captured the attention of visitors related to training, future opportunities, business opportunities and professional skills.

Worthy of special mention is the Explore Conference area, which hosted more than 40 individual training sessions, dealing with issues related to business creation, technological development, narrow-format printing, sustainability, digital signage, commercial perspectives, printed electronics and ecological printing.

The Hall of Fame, in turn, paid tribute to the most important names in the field of digital printing in Europe.

+info www.fespa.com

Children Festival

27/12 - 04/1

MONTJUÏC. 49TH EVENT

Area: 40,000 m²

Exhibitors: 70

Type: public

Actividades: sport events, games, workshops, competitions, concerts

100 different activities

The Children Festival, a Christmas benchmark for children and youth leisure for almost five decades and the most traditional in Catalonia, offered children and their families more than 100 activities to enjoy in the holiday season: games, gymkhanas, rock climbing, sports, educational and solidarity workshops, drawing contests, adventure circuits, biking tracks, volleyball championships and ice-skating and concerts for all tastes and ages.

It also combined amusement with the promotion of values such as healthy eating habits, solidarity, public spiritedness and respect for the environment.

One more year, the event paid special attention to the practice of sports and hosted sports stars from different disciplines, such as FC Barcelona players Adriano, Muniesa and Cuenca, who signed autographs for more than 1,100 children. Swimming World Champion Melanie Costa, and the captain of the Spanish national water polo team, Felipe Perrone, also visited the festival, as well as the skeleton Olympic driver Ander Mirambell, the players of the FIATC Joventut de Badalona basketball team and Jordi Morales, Paralympics champion and silver medalist in table tennis in London 2012.

Music was another highlight of the festival, which hosted concerts by groups as popular as Amelie or Macedonia, among many others, which made very happy a large number of children, who sang and danced with artists every day on the festival's stage.

+info www.festivalinfancia.com

FM&BS

Facility Management and Business

Services World Summit

Global Outsourcing Market Services & Congress

27-28/06

MONTJUÏC, 2ND EVENT

Area: 5,600 m²**Exhibitors:** 60 speakers/800 delegates**Type:** professional**Activities:** stands area, networking area, lectures**60** speakers

A deep change in mentality. That is what it takes in order to cope with the recession, according to national and international experts who met at the second event of FM&BS World Summit. Speakers and delegates considered that extending flexible work, fostering labour mobility, using computer applications to work in the "digital cloud" and promoting global service management would increase the saving capacity of companies and public administrations.

Global building management by specialized companies would be another tool to reduce costs. According to the Spanish Association of Facility Management (IFMA España), the government would save around 60,000 millions each year by outsourcing the management of their equipments.

Once again, the FM&BS World Summit informed private company and public administration managers about the advantages in using formulas such as outsourcing, a tool that enables businesses to achieve a higher degree of efficiency, by allowing them to focus solely on their main activity.

Visitors and exhibitors expressed their satisfaction about the event, organised in cooperation with IFMA España in order to promote a business method that is still very little known in our country. In fact, in Spain only 32% companies outsource at least on service or function. In Germany, the percentage rises up to 70%, and in the United Kingdom to 90%.

+info www.fm-bs.es**Gamelab**Videogame and Interactive Leisure
International Trade Fair**27/06 - 1/07**

MONTJUÏC. 7TH EVENT (FIRST TIME IN FIRA)

Area: 5,000 m² (rough)**Exhibitors:** 45**Type:** professional and public**Activities:** lectures, Gamelab Hub, Gamelab Academy, awards**Organized by** INTERACTIVAS**1,100** professional meetings

Fira hosted for the first time Gamelab, the leading show in Spain about videogame and interactive leisure. The first event hosted by the trade fair institution was the longest and most visited of its history. During five days, around 30,000 people visited Gamelab, attended the lectures and had the chance to test many of the new products most anticipated by gamers.

The program of activities and lectures featured names like Kazunori Yamauchi, creator of "Gran Turismo"; Hironobu Sakaguchi, creator of the

"Final Fantasy" saga; Al Lowe, author of the iconic "Leisure Suit Harry"; Xavier Carrillo, founder of Digital Legends; and Enric Álvarez, creative director at MercurySteam, and responsible for "Castlevania: Lords of Shadow".

The show also wanted to promote more opportunities for international business by means of the Gamelab Hub, a platform for the internationalization of Spanish videogame companies, which summoned more than 160 companies and scheduled more than 1,200 work meetings between them. A good example of the growing international scope of the show was the number of foreign companies that took part in the initiative, three times as many as in the previous event.

Many efforts were also put into the Gamelab Academy, program destined to the promotion of Spanish entrepreneurs and small companies, and quality training for future professionals with a series of lectures open to the public.

+info www.gamelab.es**Hispack**

International Packaging Exhibition

15-18/05

GRAN VIA. 15TH EVENT

Area: 62,400 m²**Exhibitors:** 667**Type:** professional**Activities:** technical sessions, presentations, cultural exhibition, awards**600** business meetings**31** exhibiting countries

Internationalization, the latest consumer trends and the future of packaging were the three pillars around which centred Hispack 2012, a show attracting more than 30,000 professionals from 85 countries, jointly with Bta., the show devoted to food technology. The exhibitors came from 31 countries from around the world.

There are signs of a change of mentality among the costumers of the packaging industry, thanks to the rediscovery of packaging as a marketing tool. Exhibitors confirmed that, despite the recession, the demand is seeking for ways of innovating and standing out. In this sense, Hispack offered ideas and showed trends and applications for industrial and consumer companies to optimize their resources, cut costs, improve their products and find new market niches through packaging. New materials, sustainability and design will lead the way into the future of the business.

Hispack showed again its ability to summon visitors from diferent sectors: 74% of the main food producers of our country; 70% of the leading pharmaceuticals; and more than half of the perfume and cosmetics companies.

The strategy of internationalization that Hispack has been leading for years produced the expected results in a moment in which exports are crucial to the growth of the industry. The increase in the number of visitors coming from foreign markets engaging in promotional activities was 43% higher than in the 2009 event. Likewise, more than

600 business meetings took place between a hundred exhibitors and companies from Angola, China, Iran, Peru, Russia, South Africa, Ukraine and Uruguay. Also, 250 meetings were scheduled between purchasers from 16 countries and 114 exhibitors.

The will of internationalization and an optimism about the future were reflected in the Hispack Packaging Trends barometer presented in the show, which revealed two figures: 55,2% of the companies in the sector are exporters and 39,1% expected to increase their turnover in 2012.

Training activities

More than 500 speakers and 2,000 delegates participated in the activities and sessions scheduled. The dynamism of the debates at the Pack Corner and the Logistic Corner met all the expectations, covering topics like the new trends and success stories in the field of packaging, point-of-purchase advertising (POPA) and intralogistics in packaging and wrapping, which significantly increased its presence in the offer and contents of the show.

Hispack 2012 also hosted the Líderpack Awards for packing, packaging and POPA, which went to 18 projects, 12 of which were selected to represent Spain the WorldStar for Packaging World Contest. Five Líderpack were amongst the world's best packing projects.

The show promoted the cultural side of packaging and wrapping, with the TOP 10 Pack exhibition, featuring history's most famous packages: Coca-Cola, Absolut Vodka, Toblerone and Chanel N°5 were at the top of the list.

+info www.hispack.com**Hostelco**International Restaurant, Hotels and Community
Equipment Exhibition**17-21/10**

GRAN VIA. 16TH EVENT

Area: 74,800 m²**Exhibitors:** 500**Type:** professional**Activities:** congress, awards, exhibitions, National Barista Championship, training courses**300** guest purchasers**50%** international

Hostelco, Spanish leading show in its field and one of Europe's most important, showed in its 2012 event the latest trends in the restaurant and hotel sector, clearly promoting sustainability, energy saving and design. One of its main features was to assist in generating interaction between exhibitors and the more than 300 leading purchasers invited to the event, 50% of which were international. Worthy of special note were the Europe-Brazil sessions and the sessions about foreign markets.

In parallel, the Hospitality Industry World Congress (HIWC) brought together executives from leading international hotel chains. The event was attended by 320 people and featured 60 keynote speakers,

such as Ben Bengouman, VP Human Resources, Hilton Europe; Didier Boidin, VP of Operations in Western Europe of Intercontinental Hotels; and Raoul Andrews Sudre, President, Aspen Resorts International.

This congress served to analyse the different aspects of the hospitality industry, such as marketing, human resources, business opportunities in foreign markets, management of spas and the power of the Internet and social networks as new sales tools.

In this context, and under the name of «Hotel Influencers Meeting», the show hosted a unique meeting between top hotel bloggers.

The exhibition «The Luxury is freedom of choice and time for yourself» shared space with the congress and showed visiting professionals different rooms of an innovative hotel which can be transformed according to the taste and needs of guests.

The congress hosted the World Hospitality Industry Awards, which recognise the efforts made by hospitality professionals in two key areas: innovation and management. The firms Hobart, Sayl and Nuevas Técnicas del Gas received awards in the category of industrial product, while the hotel chains Hotusa Hotels, Confortel Hotels, Iberostar and Núñez y Navarro Hotels won in the category of Hotel Excellence and Intelligence.

Coffee and baristas

Other activities completed the show's proposals, like the first professional training course for bakers, bread experts who suggest the best pairing options between the different kinds of bread and the creations of chefs.

The traditional Coffee Area hosted the final of the 7th National Barista Championship, organized in cooperation with Forum Cultural del Café. The new best Spanish barista was Catalan Sergio Rodríguez. On the other hand, some of the most renowned international baristas revealed their secrets about cocktails and their infinite varieties, and exhibited their flair bartending techniques while preparing the most spectacular cocktails.

Hostelco is organized by Fira de Barcelona in association with FELAC and the Spanish Hospitality Federation (FEHR).

+ info www.hostelco.com

In Cosmetics

The Leading Global Business Platform for Personal Care Ingredients

17-19/04

GRAN VIA. 18TH EVENT

Area: 12,000 m² (rough)

Exhibitors: 590

Type: professional

Organised by Reed Exhibitions

70 new products

In Cosmetics is an international benchmark in the sector of cosmetics manufacturers and the suppliers of their raw materials and ingredients.

hygiene products, personal care and perfume industries. It's also a meeting point for formulators, R&D experts and marketing specialists, as well as being a showcase for innovation and technological advances.

The number of exhibitors increased a 10% and the number of visitors a 9% more than 13,000 in comparison with the previous year, and the Gran Via venue hosted the most successful event of its history, during which the show has been held in many cities around the world. 92% of the exhibitors and 70% of the visitors came from out of Spain.

The show is also the place where the latest trends in the sector are presented, thus anticipating future trends. In Barcelona, more than 70 new products related to personal care were introduced at the Innovation Zone, one of the most valued by visitors. An artificial beach was the backdrop for the Sun Beauty area, which reviewed the history of sunbathing and the cares it requires. In this sense, In Cosmetics organized a scientific seminar that insisted on the precautions one must take when sunbathing.

Sessions, seminars and lectures on green formulations, alternatives to animal testing or genome cosmetics, among other topics, were scheduled in the program of In Cosmetics Barcelona.

+ info www.in-cosmetics.com

Liber

International Professional Book Fair

03-05/10

GRAN VIA. 30TH EVENT

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 328

Type: professional

Activities: Liber seminars, Digital Liber Corner, tributes, awards

20% foreign professionals

The weakness in domestic consumption forces the Spanish book industry to seek new foreign markets. Liber, a benchmark for the sector in Spain, organized by the Spanish Federation of Publishing Guilds, whose efforts went into attracting foreign buyers, from Latin America, Russia, Turkey, China or Japan. 20% of the professional visitors were foreign. 328 publishers and entities from 15 different countries presented their products.

The show revealed how new cultural consumer patterns have transformed the business model. Digitalization and its opportunities was the main topic discussed in the new Liber seminars, attended by more than 2,250 people, thus confirming the need for information that professionals have in order to find their place in the new context. The Digital Liber area hosted around thirty technological suppliers and the Digital Liber Corner offered more than 20 lectures.

Paraguay was the guest of honour. A delegation of publishers, writers, artists, musicians and institutional representatives considered very positively the chance to promote their culture and book production. There were lectures, book presentations, music live shows and business meetings.

Finally, Liber paid tribute to the long career of Pablo Zendera Tomás editor-in-chief at Editorial Juventud for almost 50 years. The Boixareu Ginesta Award to the best bookseller was given to the Picasso bookshops from Almería and Granada, and recognition was given to the work of different media.

+ info www.liber.es

Magic Internacional

Spiritual, Parascientific and Alternative Therapies Fair

30/11 – 02/12

MONTJUÏC. 8TH EVENT

Area: 5,600 m²

Exhibitors: 60

Type: public

Activities: workshops, conferences, demonstrations, film series

Organiza: D'Arbó Productions

3 historical mysteries

The new event of Magic Internacional, one of the most relevant fair in Europe in its field, summoned professionals of magic, esotericism, new spirituality, occultism, parascientific techniques and the therapeutic aspects of alternative medicine. It served three purposes: cultural, ludic and commercial, while promoting the hidden knowledge.

Exhibitors and professionals took part, such as oracles and clairvoyants, offering a wide range of products and services of consultation, demonstrations and practices. The fair hosted leading sectorial companies, which presented the items usually associated to the alternate world and parascience.

The fair scheduled a comprehensive program of lectures and workshops given by specialists, aimed at informing and training visitors about the hidden world which we live, according to the event organizers. A large number of experts, professors and specialized journalists spoke about auto-hypnosis; the discovery of our spiritual identity; the connection between mind, body and spirit; regressions to past lives, reiki and historical mysteries, among others.

The show paid special attention on this occasion to the historical and commemorative events of the year, closely related to the esoteric world and hidden sciences: the Maya prophecies that announced the end of the world in 2012, the 100th anniversary of the sinking of the Titanic in 1912 and the 100th years of the death of Enriqueta Martí Ripollés, known as "The Vampire from Barcelona".

+ info www.magicinternacional.com

Manga Fair

1-4/11

MONTJUÏC. 18TH EVENT (FIRST TIME IN FIRA)

Area: 21,300 m²

Exhibitors: 97

Type: public

Activities: gastronomic workshops, speakers, exhibitions, Japanese pop concerts, karaoke contests

Organised by FICOMIC

60% additional space

The Manga Fair broke its own records on his first event at Fira. In the Montjuïc venue, it enjoyed a 60% of additional space for exhibition and received 100,000 visitors, which surpassed by 70% the figures of the 2011 event, held at La Farga de l'Hospitalet.

Japanese gastronomy and culture were the highlights of the event. Visitors could taste the best of Japanese cuisine in the restaurants area, visit the «Manga a la carta» display and take part in the gastronomic workshops, notably including two conducted by Ferran Adrià and Hiroyoshi Ishida. Other sessions featured chefs such as Hideki Matsuhisa, Maestro Tan, Takashi Ochiai, Kenji Ueno, Mutsuo Kowaki, Hiroki Yoshiyuki or Natalia Mazarredo.

There were also lectures and discussions, given by significant writers like Hiro Mashima, author of Fairy Tail; Nozomu Tamaki, author of the Japanese True Blood, Dancing with Vampires; and Toshiyuki Kubooka, anime director.

One of the most popular activities, attended by many manga enthusiasts, were the otakus, the karaoke and cosplay contests, and the pop concerts by Japanese bands.

The show celebrated the 20th anniversary of Dragon Ball's arrival in Spain, with an exhibition and a meeting, where the Guinness Record for people dressed as the show's characters was broken with 307 participants. There were also two other exhibitions: one devoted to Porco Rosso, a classic manga by master Hayao Miyazaki and Studio Ghibli; and another one showing costumes inspired by this fiction genre (cosplay).

+info www.ficom.com

MIHealth Forum

Health, Management & Clinical Innovation Forum

24 -25/05

MONTJUÏC. 1ST EVENT

Area: 5,600 m²

Speakers: 260

Type: professional

Parallel events: HospitalTrack'12 Sessions, 7th Healthcare Investment Forum, European Connected Health Leadership Summit

70 speakers

Finding different ways of providing better healthcare was never more in demand than now. The growth and aging of the population, along with a restrictive economic context, call for new healthcare structures that can provide better healthcare quality without rising the budgets of health centres and health systems.

These sessions, attended by more than 900 professionals, dealt with issues such as chronicity management, teleassistance and the impact of the new information technologies on communication and the healthcare sector, the promotion of innovation among clinical staffs or the analysis of success stories, such as the case of the American healthcare provider Kaiser Permanente.

More than 70 speakers took part, featuring Ron Kikinis, founder of the Surgical Planning Laboratory, Harvard (Boston, USA); Andrew Dillon, Chief Executive at the National Institute for Health & Clinical Excellence (NICE), United Kingdom; and Hung Chi-Tim, Cluster Chief Executive of Kowloon Central, Hong Kong.

Experts concluded that the challenges of the sector might only be met by innovative recipes that combine higher process efficiency, proper integration of the new technologies available and a radical change of focus in the medical culture, which embraces precautionary principles and aims at keeping people's health instead of treating them after they become sick.

+info www.mihealthforum.com

Mobile World Congress

27/02 - 1/03

MONTJUÏC. 7TH EVENT IN FIRA

Area: 74,500 m² (rough)

Exhibitors: more than 1,500

Type: professional

Activities: directors' summit, conferences, technical seminars, App Planet, Connected House

Organised by GSMA in collaboration with Fira de Barcelona

1,500 exhibitors

67,000 visitors

The future will be mobile. This is the first conclusion reached by the world benchmark show for mobile technologies after its seventh event in Fira. From its arrival in Barcelona, the Mobile World Congress has not ceased to grow, achieving unprecedented results in 2012 for almost all its events, surpassing for the first time the figure of 67,000 visitors, 1,500 exhibitors and 3,300 accredited journalists. These figures certify the importance of a trade that is no longer closed on itself but cross-sectorial.

For the first time in the show's history, the congress welcomed companies from fields other than communications, such as the automotive company Ford, willing to show its commitment to connectivity. This opened a door which companies from other sectors will surely cross in the next years, proving that mobile technology is an integral part of our everyday lives.

During four days, heads of companies such as Alcatel-Lucent, AT&T, Best Buy, Bharti Airtel, China Mobile, Cisco Systems, Citigroup, Deutsche Telekom, eBay, Ericsson, Facebook, Ford Motor Company, Foursquare, Google, HTC, Nokia, NTT DOCOMO, Telefónica, Telenor Group, Visa Inc., Vodafone y ZTE gave lectures and took part in discussions about what will be the cornerstones of the industry of mobile technology in the near future.

Conferences covered a wide range of subjects, such as applications, cloud computing, mobile advertising, mobile payment, the impact of mobile technology in the health sphere, new business strategies, integrated IT systems, network capacity, social networks and technologies for the next generation of networks, among others.

Mobile World Capital

After the designation of Barcelona as Mobile World Capital for 2013-2018, the project presented its strategic plan of action on the best possible stage: the congress. In the presentation, the directors of Mobile World Capital Barcelona outlined the details of a venture based on four pillars: Mobile World Congress and Mobile World Hub, mainly focused on the industrial and business sphere, and Mobile World Centre and Mobile World Festival, more social and focused on the citizens. The estimated global economic impact approaches the 3,500 million euros.

The Mobile World Congress is Organised by GSMA, the international association with over 800 member companies from 220 countries and more than 200 companies from the so-called mobile applications ecosystem. As a partner of GSMA, Fira de Barcelona was responsible for the Internet preaccreditation process, accreditation at the event and control of access to the conference, as well as the logistic organisation and management of the exhibition, management of the exhibition's assembly service, restaurant and catering management, and customer and visitor services

+info www.mobileworldcongress.com

Ocasión

Second Hand Guaranteed Vehicles Trade Fair

30/11 - 09/12

MONTJUÏC. 30TH EVENT

Area: 14,200 m² (rough)

Exhibitors: 70

Type: public

Activities: Automotive Industry Forum

1,095 cars sold

In 2012, Ocasión had more space and more visitors, and hosted 1,895 second-hand vehicles, the highest offer in the last years. With more vehicles, discounts and promotions, it broke its own record for sales: 1,095 units, 55% more than last year, worth 22 million euros.

Almost all the vehicles were three-years old or less, coming from Km0, management, business fleets and renting, subject to a strict control policy of admission by the company Dekra, in order to guarantee its perfect condition.

The main attraction were the many cars registered in 2012, which could receive 2,000 euros from the PIVE Plan, as long as the car was less than one-year-old and met the requirements about energetic efficiency, price lower than 25,000 euros and was exchanged by a car that was twelve years old or more. The preferences of visitors were divided between mid-range utility cars, with prices ranging between 8,000 and 15,000 euros and cars of German brands with higher prices, around 25,000 euros. Some units from the premium segment were also sold, as well as a few luxury sports cars.

Ocasión is traditionally organised in collaboration with the Catalan Federation of Motor Vehiclem in order to catalyse used car sales at the end of the year, when companies renew their stock. In 2012,

it promoted sales in the trade fair venue but it also generated about a hundred more operations in the stores on the following days.

+info www.salonocasion.com

Seafood Barcelona

The Global Seafood Market

15-17/10

GRAN VIA. 1ST EVENT

Area: 12,000 m²

Exhibitors: 300

Type: professional

Organised by Diversified Business

Communications and Alimentaria Exhibitions

60% international exhibitors

The new international show devoted to seafood in Barcelona replicated one of the most important trade fairs in the world, the European Seafood Exposition, which takes place annually in Brussels, attracting more than 300 exhibitors, 60% of which were international.

Seafood Barcelona specialises in sea products (fresh fish and seafood, frozen processed fish, prepared and dehydrated), in marketing, processing and packaging equipment and technology. The show brought together companies, associations and business federations in the sector from Spain and from more than other 30 countries. Its program centred on key purchasers, with the aim of affirming itself as the benchmark trade fair for southern Europe and Maghreb.

Spain is not only a major fishing power, but also the third largest importer of fish, making purchases worth 7,100 million dollars in 2009, and the ninth largest exporter, with sales of 3,465 million dollars. Fish is eaten in 70% of households and the annual level of consumption per person is 37 kilograms, one of the highest levels in the European Union.

The countries that consume the most fish per capita are Japan, Iceland, Korea, Portugal and Italy. Spain is also the third largest manufacturer of preserves, surpassed only by China and Thailand, with a production of more than 350,000 tonnes, worth 2,200 million euros in 2010. Spain also exported almost a million tonnes of sea and aquaculture products, leading the European market.

+info www.seafoodbarcelona.com

SIL

International Logistics and Maintenance Exhibition

5-7/06

GRAN VIA. 14TH EVENT

Area: 31,855 m²

Exhibitors: 600

Type: professional

Activities: lectures, technical seminars, awards and business meetings

Organised by CZF-Consorcio de la Zona Franca

100 new products

The new edition of SIL was the most international to date. With more than 500 companies, 100 new

products, 200 business events and a 45% degree of internationalization, it reaffirmed its position as the leading trade fair in the logistics field in southern Europe. Delegations from countries such as Algeria, China, India, Russia or Taiwan, among others, took part in this event in order to build business relations and exchange their knowledge about logistics management.

With an important presence of visitors, SIL managed to reach very important business figures, thanks to more than 1,500 commercial transactions between visitors and exhibiting companies.

Among the more than 300 activities hosted during three days, worthy of mention are the sessions about the socioeconomic impact of the Mediterranean Corridor, featuring Artur Mas, Alberto Fabra, Ramón Luis Valcárcel and José Ramón Bauzá, presidents of Catalonia, Valencia, Murcia, and the Balearic Islands, respectively.

Likewise, more than 3,500 professionals attended the congress, featuring 15 parallel sessions that completed the offer of the show. According to its organizers, SIL is the leading professional meeting point in the field of logistics in southern Europe, and its prestige has been progressively achieved.

+info www.silbcn.com

Smart City Expo World Congress

Solutions for better cities

13-15/11

GRAN VIA. 2ND EVENT

Area: 17,300 m²

Exhibitors: 140

Type: Professional

Activities: Gala Dinner, World Smart City Awards, Business Bridge, Smart City Plaza

60 sessions de treball

317 ponents

The second event of Smart City Expo World Congress established Barcelona as the leading world capital of smart cities. More than 7,000 professionals from 82 countries met at the Gran Via venue to discuss the main challenges that cities will meet in the near future, to present available solutions and to explore business opportunities in this new field.

Cities will definitely be at the centre of world development during the next decade, and most of the planet's population will live in them. How new cities are built and how current ones are transformed will be a key aspect in the future of humankind, as the lectures and discussions held during the three days of the event made evident.

The transformation of current cities into smart cities is not only an objective need from the environmental and economic standpoint, but it has also opened a new market for small and medium-sized companies in several different sectors, for most of which Smart City Expo has been the perfect meeting point, as they took advantage of the networking areas to do business and start new and innovative projects.

Among the 317 speakers in more than 60 sessions, worthy of special note are Carlo Ratti, head at the SENSEable City Lab at Massachusetts Institute of Technology; Charles Landry, economist, urban development specialist and founder of Comedia; Robert Puentes, infrastructures and urban mobility specialist at the Brookings Institution in Nova York; Thomas Barrett, head of technical services and financial counselling at the European Investment Bank; and Ricky Burdett, architect and city planner, and professor at the London School of Economics.

One of the new features of this second event was Smart City Plaza, a little portion of a city which visitors could experience, a smart city equipped with several of the urban technologies available today, implemented and fully functioning. In an area of 1,200 m², different urban spaces were replicated, such as an official building, a garden area, a parking lot and an office building. The streets and buildings showed to what extent this innovations might improve the citizen's quality of life, and decrease the environmental impact of human activity and the high costs of the maintenance of services.

Barcelona, city of cities

In the congress, cities were of special importance. Cities from the five continents took part in specific sessions were current and future projects were discussed. Some of the participant cities were Birmingham, Bogotá, Boston, Buenos Aires, Copenhagen, Durban, Fukushima, Guangzhou, Haifa, Helsinki, Kansas City, Nova Delhi, Nova York, Rio de Janeiro, Santander, Shenzhen, Sydney, Tokyo, Vancouver, Vienna, Yokohama and Zappan.

The attendance of official delegations from different countries was also remarkable, including Argentina, Brazil, China, Colombia, Denmark, Israel, Japan, Kazakhstan, Malaysia and the United Kingdom.

+info www.smartcityexpo.com

SWAB

International Contemporary Art Fair Barcelona

23-26/05

MONTEJUIC. 5TH EVENT

Area: 5,000 m² (rough)

Exhibitors: 64

Type: professional and public

Activities: concerts, colloquiums, performances, exhibitions

Organised by Espacio de Arte Contemporáneo Diez y 7

16 more galleries than the 2011 event

Swab appeared in 2006 with the aim of introducing emergent international contemporary artists, and it has established itself as one of the most interesting cultural events. It is the only contemporary art fair founded by a collector, whose intention is to make this kind of art more accessible to wider audiences.

That is the reason why its selection committee, formed by gallery directors and art professionals, not only makes a selection of received applicants. At Swab, process of election is based on searching

and following emergent artists. It also creates opportunities for emerging or little-known galleries, as well as for artists and curators who are just beginning their careers.

This event hosted 16 more galleries than the 2011 event, coming from different countries. Cooperation with some international fairs, such as «Preview Berlin: The Emerging Art Fair», allowed the show to feature works from galleries in Germany, England and the United States, as well as Spain, Russia, Italy, Poland, Czech Republic, Latvia, Argentina, Chile, Mexico, Colombia, Brazil, China and Japan.

In line with the event's philosophy, MYFAF (My First Art Fair) continued. This initiative was created in 2011 in order to give young galleries the opportunity to present its programme for the first time in a trade fair. On this occasion, the galleries selected came from Barcelona, Madrid, Berlin and Siena. In turn, the Arts Projects featured works by artists represented by Spanish, Portuguese and German galleries, while the Swab Off section scheduled parallel activities.

+info <http://swab.es>

Tourism (SITC)

International Tourism Show in Catalonia

20-22/04

MONTJUÏC. 21ST EVENT

Area: 37,000 m²

Exhibitors: 1,094

Type: professional and public

Activities: wine tasting, food tasting, folklore displays, professional sessions: ACAV Workshop, Smart Destinations Forum, Meeting of Young Hotel Owners.

20 Mediterranean destinations

Catalan citizens do not give up travelling, but they have changed their habits in order to cope with the recession: they make shorter journeys and pick up closer destinations. This is what the 2012 SITC event revealed, while consolidating its offer of new touristic formats that allow travellers to enjoy tailor-made holidays.

In this sense, the Mediterranean, which is the world's most touristic region with more than 200 million travellers a year, played a significant part by presenting more than 20 destinations, featuring the Spanish coasts, France, Greece, Croatia, Israel, Turkey and "Arab Spring" countries like Algeria, Tunisia or Egypt. In addition to cruises, discounts from travel agencies and desert adventures, also very popular were the products related to camping, as well as sports, sustainable, gastronomic and wine tourism, all of which enjoyed a space of their own for the first time.

Wine tasting was one of the most successful Activities: more than 600 litres of wine were consumed, from denominations Penedès, Rioja, Jerez and Txacolí. Also very successful were the food tastings and folklore displays from several countries, which allowed visitors to enjoy a world of experiences without leaving Barcelona.

The show also hosted professional sessions, like the Smart Destinations Forum, which attracted companies, institutions and expert promoters of a more innovative, responsible and sustainable tourism. Also relevant was the ACAV Workshop and the Meeting of Spanish Young Hotel Owners, spaces designed to think about and discuss the latest trends in the sector.

+info www.saloturisme.com

CONGRESSES AND OTHER EVENTS

The importance of cloud computing

Besides the aforementioned shows, the Montjuïc and Gran Via venues held other trade fair events in 2012, for example EiG and BAC on the online gaming sector; Moving Outlet Show, from the field of fashion; and BCN & Cake, devoted to creative pastry.

As far as congresses and meetings are concerned, worthy of special mention is the fifth celebration of VM World, Organised by leading cloud computing company VMware. The event which gathered 8,000 experts and 120 partner companies in Fira de Barcelona's Gran Via venue, covered a rough area of more than 110,000 m².

This was the first time that the European edition of the event was held in Spain, having previously been celebrated in Copenhagen (Denmark) and Nice (France). Annually, it is also held at the same time in Las Vegas (USA).

Other congresses

Worthy of note is that the Palau de Congressos in Barcelona was the venue for the 6th Urban Research Symposium, Organised by the World Bank. Other participants included the Barcelona City Council and the United Nations, who discussed urban growth models, economic and energetic efficiency, social equity, housing, transportation and employment.

Furthermore, the 13th International Conference on Home Mechanical Ventilation was held, on the same dates as the IV European Respiratory Care Association Congress. Both organizations share the same interest in information diffusion, knowledge and sharing their experience to improve the respiratory conditions of home patients.

Other important congresses and meetings were:

- Disability and Employment Conference
- AVEPA National Congress – Southern European Veterinary Conference
- 2012 Medical Update Conference, by the Academy of Medical and Social Sciences of Cataluña and Balears.
- Jornadas Llongueras

Apart from the shows and events, Fira de Barcelona hosted more than 70 corporate actions by companies, financial institutions, schools and political parties. Numerous advertising campaigns were filmed in the various Fira venues, alongside photography sessions and parades.

Sports and popular culture

Events relating to music, culture, sports and leisure have taken place in the Fira venues. These are worthy of special mention, namely due to the impact they have had on the citizens of Barcelona.

With regards to sporting events, some of races scheduled in the annual Barcelona race calendar, took place in the Fira venues. The Barcelona Marathon for example, together with the traditional Jean Bouin race, and the vintage car rally, Rally Costa Brava. As for the city's popular celebrations, worthy of note were the events related to the Mercè festivities and the Epiphany parade.

Sónar Festival

In 2012, the Gran Via venue once again played host to the evening concerts of Sónar, Barcelona's International Festival of Advanced Music and New Media Art, organized by Advanced Music. The event, held from the 14th to the 16th of June, attracted close to 98,000 visitors in total, an estimated 64,000 of which attended the evening sessions. Daytime activities, exhibitions and other events were also held at the CCCB and MACBA museums.

Sónar has become renowned worldwide for its apt combination of vanguard art and experimental electronic music, and for the fact that the cities of Reykjavik, Sao Paulo and Tokyo also play host to this event. In Barcelona, 60% of the audience is international.

It is worth mentioning that the 2013 Sónar daytime sessions will move to the Montjuïc venue of Fira de Barcelona, thus concentrating all of the activities of this important festival.

Harley Days

Another important popular event held at the Montjuïc venue is the Barcelona Harley Days, which has become the most important European meeting for enthusiasts of the American iconic motorbike brand.

From 6 to 8 July, thousands of motorcyclists and enthusiasts enjoyed several events: demo rides, customization contests on the Custom Bike Show, guided tours, merchandising, exhibitions of the latest models, rock concerts and an impressive country music party, the biggest ever thrown in Spain.

One of the major events was, as every year, the traditional 13 km flag parade through Barcelona's streets, starting and finishing in the Montjuïc venue.

The TV3 Marathon

In May 2012, Palace number 1 of the Montjuïc venue became a huge call centre for a special edition of TV3's Marathon, devoted to fundraising in order to help the fight against poverty. More than 4.5 million euros were raised and destined to projects carried out by social third sector entities. These entities included areas of assistance, housing, socio-occupational insertion and children's issues.

In December, the annual marathon was held. This time it was devoted to funding cancer research projects. Palace 1 of Fira de Barcelona was again the venue for this important and popular event.

AT THE SERVICE OF THE FIRA'S OBJECTIVES

Throughout 2012, Fira de Barcelona's different departments were intensely active, with the aim of reaching the institution's major goals: the support to productive economy, internationalization, a commitment to innovation and knowledge, and the promotion of activity and employment in Barcelona and its metropolitan areas prompted by the progress of the trade fair calendar.

Therefore, much of the commercial management of Fira de Barcelona focused on promoting the participation of companies in the shows held by the institution, by making a wide range of services available to potential exhibitors.

In a very complex economic context that demands a lot of effort, Fira's commercial teams held nearly 12,200 negotiations with companies, 3,776 of which were custom visits. In line with the same policy of favouring participation, worthy of special mention were the designer modular stands offered by ServiFira, planned according to the features of each show and including a full pack of various services.

Visitor relations

In 2012, the Visitor Relations Department, which includes the call centre, carried out a large amount of actions in order to provide visitors with offers, information and advice.

As a way of favouring the presence of visitors to the maximum, the Hosted Buyers program promoted the attendance of big purchasers, or VIP Buyers. Likewise, networking activities were held in different formats such as Agendas, B2B, speed dating, etc., and hundreds of meetings were held between exhibitors and VIP Buyers.

One of the strategic axes of Fira de Barcelona is the promotion of online channels as a way of communicating and negotiating with customers. During the year object of this summary, show websites updated their designs, in order to increase the quality and quantity of information and content offered, as well as to improve the management and purchase of services through the Internet. Show websites of Fira received 2.5 million visits, and a large number of visitors acquired their professional pass through the online accreditation system.

New technology ventures

Worthy of note was the promotional presence of each show in social networks, which has provided Fira with 85,000 followers on Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Flickr, Pinterest and Instagram.

Social networks have become a very important communication channel, before, during and after shows were held.

During 2012, Fira de Barcelona worked to establish new information systems in order to incorporate NFC (Near Field Communication) technology to its accreditation services, which resulted in a significant advance in access control to the show areas by exhibitors and visitors, thus offering higher levels of fluency and safety.

The system developed by Fira is based on the use of mobile communication platforms (Android, Windows Phone and Blackberry) as instruments of personal identification, access to scheduled sessions and payment for services within the fair's venues as well as in other urban zones (shops, restaurants, taxis, museums...).

Besides user convenience, one of the system's advantages is its sustainability, since there is no longer need to print materials (paper, cardboard, plastic...), to use ink and to recycle waste. This new system, named NFC Badge, was launched for the first time during the 2013 Mobile World Congress.

Customer preferential treatment

Concern for excellence in customer service has been a constant in the development of Fira de Barcelona in recent years. In 2012, the institution received the UFI Operations Committee Service Quality Management Prize (awarded by the foremost organization in the representation of trade fair institutions internationally), for its incident management and eradication program, established with the aim of reducing by 80% the incidents occurred in service purchases by exhibitors, increasing the customer satisfaction rate and raising productivity.

Most of those incidents were related to stand assembling, furniture and electrical services. The key to solving those problems was the creation of a technical office, a thorough analysis of the supply chain and setting quality indicators.

Also noteworthy was that Fira de Barcelona received a new international recognition, in this case from the organizers of the European Business Awards, based in London, by being proclaimed "national champion" in the category of Best Customer Service.

GastroFira

Within the wide range of restaurants in Fira, GastroFira managed 67 premises in the Montjuïc and Gran Via venues, either concessions to sector companies or self-managed businesses. By the end of November, the request for proposal for 22 premises was awarded to the Àreas and Soterias groups.

2012 has been a very active year, especially regarding the coordination of the catering and restaurant services of great international shows, such as Alimentaria, the Mobile World Congress and EIBTM, among others, as well as other relevant corporate events such as the VM World technological congress on cloud computing. One must bear in mind that the different needs of organizers, exhibitors and visitors demand several gastronomic proposals tailored to different dietary and cultural realities.

Once again, it was a priority goal to ensure food quality and hygiene both on the restaurant premises and in the catering services.

During the year object of this summary, more than 50,000 coffee breaks, 30,000 appetisers and cocktails, 35,000 buffets, 3,500 picnics and 80,000 catering products were served at the stands. As a curiosity, if all the milkshakes, fruit juices and soft drinks served during VM World were arranged in a line, they would reach 8.5 km or, in other words, they would surround the Gran Via venue almost four times.

Also worthy of note is that the restaurant Nucló, located in the Hall Europa of the Gran Via venue, remains a benchmark for business clients thanks to its quality and excellent value for money.

Human resources

One of the major initiatives of the Human Resources Department in 2012 has been the Customer Project, which aims to raise awareness among the staff about the importance of customer satisfaction, among either external or internal clients. For this purpose, several actions were carried out, such as the "Customer Manifesto", directly related to the explicit commitment of placing the client at the centre of the business, at the focus of policies, processes, products and services, emphasizing the commitment of the Organization and of each of its collaborators.

«Visits to departments» were also organized in order to help customers to recognise and become acquainted with each area. Likewise, visits to the shows were included in order to gain a better understanding of the organizational and logistical needs of exhibitors and visitors.

Once again this year a special emphasis was placed on training, with 36 actions, 44% more than in 2011, equivalent to 2.9 days of training per employee, yet on the same budget. Commercial actions and sales, as well as new management tools, became the centre of the training activity.

Fira kept investing in labour risks prevention, and one more year, the number of accidents fell. It received a honourable mention on the Antonio Baró Prize, granted by MC Mutual in recognition of its commitment to the prevention of labour risks.

Also noteworthy is that 60% of the staff accepted one of the proposals for the Flexible Compensation Plan, launched in 2008, which consists in allocating a part of their salary for health insurance, restaurant coupons, transportation tickets, etc.

At the end of the year, the permanent staff of Fira de Barcelona was formed by 265 people. For the first time, the number of women (51%) overtook the number of men.

CSR policy

For Fira de Barcelona, Corporate Social Responsibility (CSR) means commitment with the community, investment in sustainability and protection of the environment.

In this sense, during 2012 it has continued to develop an active policy of environmental

sustainability, recycling and energy efficiency that has been applied to the acts and events held. Within the range of services offered to exhibitors there was the possibility of acquiring eco-friendly stands and accessories, as well as a service to calculate and compensate the carbon footprint, which identifies the sources of greenhouse gas emission that goes with any human activity.

Throughout the year 2012, more than 1,100 tonnes of waste (paper and cardboard, glass, light packaging, etc.) generated in the shows were transferred to recovery plants for the production of recycled materials.

In the context of the policy of Corporate Social Responsibility, Fira continued its collaboration with several civic organizations for the development of solidarity actions. In May 2012, Palace number 1 of the Montjuïc venue became a huge call centre for a special edition of TV3's Marathon, devoted to fighting poverty with fundraisings for social third sector entities. In December the annual regular edition of the marathon was held there, this time devoted to cancer research.

Likewise, the GastroFira department and the International Food and Beverage Fair continued to work in collaboration with the Food Bank Foundation, by delivering the surplus production with short shelf life gathered at the end of events. GastroFira also started his collaboration with NGO (Nutrition Without Borders).

Also, the institution included a social clause in all the requests for proposal, which gave extra score to suppliers with a minimum of 2% of disabled employees. The Fair also worked with several institutions devoted to the insertion of handicapped people (Adecco Foundation, Incorpora program of "La Caixa", Seeliger y Conde Foundation, etc.), contributed to the activities of other entities such as the Step by Step Foundation and Caritas, and helped to spread the values of organizations such as ONCE, UNICEF, Cruz Roja, the Pere Tarrés Foundation and the Vicente Ferrer Foundation, among others. Working with the University and the educational world is also part of the plan of Fira to respond to the demands of its social responsibility.

The importance of communications

Through its Communications Department, Fira de Barcelona worked intensely to inform about the shows and events held by the institution and about its corporate policy, either on the mainstream media (written press, radio, TV, news agencies, etc.) or on online media, which has progressively acquired an increasing weight in shaping public opinion.

In 2012 the corporate blog Firablog was launched, followed by the release of the also digital Firanews, both of which providing a wide and open approach to trade fair activity. In addition, the institutional website, with more than 638,000 visits in 2012, and the corporate Twitter, which has more than 5,000 followers, proved to be very important media instruments.

During 2012 more than 10,000 journalists were accredited in different shows, and more than 23,700 news were published or issued, related to the shows and trade fair events, as well as to Fira de Barcelona's corporate dimension.

ECONOMIC RESULTS 2012

In comparison to previous years, 2012 has been a good year in terms of turnover. Despite the recession affecting the main economic sectors represented in the major Fira shows, revenue exceeded 115 million euros, thus recovering the levels of 2009.

This result has been made possible by the innovative efforts put into the shows, the international events and the launching of adequate products for the new social and business demands.

According to trends, odd-numbered years had always reached higher figures than even-numbered ones, due to calendar reasons. Worthy of note is that this year this pattern has changed. Through 2012, it has become evident that turnover depends much more on attracting international events and on the overall performance of the shows held at Fira de Barcelona.

In this sense, the Mobile World Congress stands out for its impact on the results. After having been hosted at the Montjuïc venue for seven years, in 2013 it moved its premises to the Gran Via venue, in order to have more space as well as better logistics and operational capacities. Other significant events held in 2012 were Alimentaria, the joint edition of Hispack and Bta., Hostelco, Smart City Expo, Bizbarcelona, the Barcelona International Boat Show and The Brandy, among others.

The final turnover amounts to 115.1 million euros, an increase of 13.3% over the 101.6 million euros of 2010, the last even-numbered year and therefore traditionally comparable. It is also an increase of 0.4 million euros over the 114.7 million euros of 2011.

This final turnover refers to the amount generated both by the Fira Barcelona society and Firesa, devoted to the provision of logistics and operational services and to trade fair operations, or Alimentaria Exhibitions S.A., food trade shows organizer.

As for the evolution of operational expenditure, which amounted to 104.1 million euros, it has meant an increase of 14.9% over 2010, which is somehow proportional to the increase of the activity. When compared to 2011, we can see that the evolution is parallel to that of revenues, with an increase of 0.5 million euros over the 103.6 million euros of operational expenditure in 2011. This growth is the result of an increase in the number of shows held in 2012. In this sense, Fira continues its efforts to preserve the budget allocated to the promotion of shows.

Likewise, efforts have been made to continue the 2009 cuts in structural expenditure, which stabilized at 21.5 million euros in 2012; 21.1 in 2011; and 21.4 in 2010.

The combined performance of these figures means that an EBITDA of 11 million euros was achieved, in line with the results of 2011 and 2010.

As regards investments, the restrictive policy applied in previous years has been followed, although for operational reasons, improvements were made to the facilities in the Montjuïc venue and to the computer development programme, involving resources of 1.8 million euros.

Finally, worthy of mention is the agreement reached at the end of 2012 with Reed Exhibitions Iberia to purchase 50% of the shares that this company had in Alimentaria Exhibitions, S.A., a joint venture of Fira de Barcelona and the British multinational. With this action, Fira becomes the owner of 100% of the organizer of Alimentaria, Bta., Alimentaria Lisboa, Alimentaria México, Alimentaria Brasil and Seafood Barcelona.

This agreement has no economic impact on 2012, since it will become effective as of January 2, 2013, but it will certainly have a favourable impact over the next years.

INTERNATIONAL DELEGATIONS

Algeria

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire - 75005 Paris
France
Tel. 033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
algeria@firabarcelona.com

Argentina

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 2º A (1055)
Capital federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 0054 11 43723519
Fax. 0054 11 43723519
argentina@firabarcelona.com

Austria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8 - 72072 Tübingen
Germany
Tel. 0049 70 7136 55 95
Fax. 0049 70 7136 55 96
austria@firabarcelona.com

Belgium

Koraal Consulting
Micolé Smits / Oscar Van Zetten
Heerlenerweg 10 - 6132 CM Sittard
Netherlands
Tel. 0031 46 400 04 46
Fax. 0031 46 458 56 35
benelux@firabarcelona.com

Bolivia

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Chile
Chile
Tel. 0056 9 953 50 861
bolivia@firabarcelona.com

Brazil

Francisco L.A. Orjales Farto B.EPP
Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3
Jardins 01412-100 Sao Paulo
Brazil
Tel: 0055 11 3062 9725
Fax: 0055 11 3062 9725
brazil@firabarcelona.com

Canada

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
9 West 34th Street, Suite C117 - New York
United States
Tel. 001 212 564 0404
Fax. 001 703 229 4176
canada@firabarcelona.com

Chile

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Chile
Chile
Tel. 0056 9 953 50 861
chile@firabarcelona.com

China

Noe China
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, Juan Mansion, N° 211 Urumchi (N.)
Rd., Jingan Distr., 200040 Shanghai
China
Tel. 0086 21 516 96889
Fax. 0086 21 510 79779
china@firabarcelona.com

Colombia

Óscar Chamat
Cámara de Comercio
Colombo Catalana
Passeig de Gràcia, 63 - 2º-2ª
08007 Barcelona
Spain
Tel. 0093 514 3959
Fax. 0093 215 4382
colombia@firabarcelona.com

Czech Republic

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Petra Bartakova
Na Sutce 14, 182 00, Praha 8
Czech Republic
Tel. 00420 608 434 268
czechrepublic@firabarcelona.com

Ecuador

Oswaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
Providencia - Santiago de Chile
Chile
Tel. 0056 9 953 50 861
ecuador@firabarcelona.com

France

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 Paris
France
Tel. 0033 1 47 07 29 39
Fax. 0033 1 47 07 32 10
france@firabarcelona.com

GCC Countries:

**United Arab Emirates (U.A.E),
Saudi Arabia, Bahrain, Kuwait,
Qatar and Oman**
Elias Industries, SPC
Francisco Elías i Miralles
P.O Box 82405
Kingdom of Bahrain
Tel. 00 973 36 595 153
gcc@firabarcelona.com

Germany

Messe Barcelona
 Matthias Poensgen
 Albrechtstrasse 8 - 72072 Tübingen
 Germany
 Tel. 004970 7136 55 95
 Fax. 004970 7136 55 96
 germany@firabarcelona.com

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
 Simon Yu
 5 Fl., N° 255, Yen Chi Street,
 Taipei, 10696
 Taiwan
 Tel. 00886 2 2708 0927
 Fax. 00886 2 2701 0627
 hongkong@firabarcelona.com

Hungary

Mercados Exteriores Consulting
 & Events
 Carlos Acosta
 Aulich út. 7, 11., 1054 Budapest
 Hungary
 Tel. 0036 30 989 3214
 Fax. 0036 23 33 55 83
 hungary@firabarcelona.com

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD
 Hemah Saxena
 217-B (2nd Floor) Okhla
 Industrial Estate
 Phase III - Nueva Delhi - 110020
 India
 Tel. 0091 11 4279 5000
 Fax. 0091 11 4279 5098
 india@firabarcelona.com

Ireland

Expandys Limited
 Emmanuel Bisi
 Winchester House, 259-269
 Old Marylebone Road
 Suite 2.02, Londres NW1 5RA
 United Kingdom
 Tel. 0044 2077 238 327
 Fax. 0044 2071 704125
 ireland@firabarcelona.com

Israel

Tavor Economic Consultants Ltd
 Sergio Vinitzky
 Corex House, 10 Zarchin St. -
 P.O. Box 3030
 Raanana 43662
 Israel
 Tel. 00972 9 777 68 08
 Fax. 00972 9 777 68 05
 israel@firabarcelona.com

Italy

Expo Consulting
 Marco Barozzi
 Via Brugnoli, 8 40122 Bologna
 Italy
 Tel. 0039 051 649 31 89
 Fax. 0039 051 649 32 42
 italy@firabarcelona.com

Luxembourg

Koraal Consulting
 Nicole Smits / Oscar Van Zetten
 Heerlenerweg 10 - 6132 CM Sittard
 Netherlands
 Tel. 0031 46 400 04 46
 Fax. 0031 46 458 56 35
 benelux@firabarcelona.com

Mexico

TMC Parking de Mexico S.de.RL
 Emma Ayala / Martin Olle
 C/Norte 68 # 10068 07410 Mexico DF
 Mexico
 Tel. 0052 55 5737 1230
 Fax. 0055 5715 5766
 mexico@firabarcelona.com

Morocco

Bcn Promotions
 Gérard Escrivâ
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire - 75005 Paris
 France
 Tel. 0033 1 47 07 29 39
 Fax. 0033 1 47 07 32 10
 morocco@firabarcelona.com

Netherlands

Koraal Consulting
 Nicole Smits / Oscar Van Zetten
 Heerlenerweg 10 - 6132 CM Sittard
 Netherlands
 Tel. 0031 46 400 04 46
 Fax. 0031 46 458 56 35
 benelux@firabarcelona.com

Peru

Osvaldo Cabrera
 Luis Thayer Ojeda 0191, Oficina 906
 Providencia - Santiago de Chile
 Chile
 Tel. 0056 9 953 50 861
 peru@firabarcelona.com

Poland

Mercados Exteriores Consulting
 & Events
 Katarzyna Dylak
 Lucka, 7/9 - 00-842 Warsaw
 Poland
 Tel. 0048 22 658 6737
 Fax. 007 701 794 74 46
 poland@firabarcelona.com

Portugal

Expotec
 João Aguas
 Rua de Azinhaga 57, 2890
 - 174 Alcochete
 Portugal
 Tel. 00351 214 002 094
 Fax. 00351 212 342 776
 portugal@firabarcelona.com

Russia

Mercados Exteriores Consulting
 & Events
 Elena Andrianova
 Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
 119019 Moscow
 Russia
 Tel. 007 925 642 46 90
 Fax. 007 495 637 37 93
 russia@firabarcelona.com

Slovakia

Mercados Exteriores Consulting
 & Events
 Petra Bartakova
 Na Sutce 14, 182 00, Praha 8
 Czech Republic
 Tel. 00420 608 434 268
 slovakia@firabarcelona.com

Switzerland

Messe Barcelona
 Matthias Poensgen
 Albrechtstrasse 8 - 72072 Tübingen
 Germany
 Tel. 0049 7071 36 55 95
 Fax. 0049 7071 36 55 96
 switzerland@firabarcelona.com

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
 Simon Yu
 5 Fl., N° 255, Yen Chi Street Taipei - 106
 Taiwan
 Tel. 00886 2 2708 0927
 Fax. 00886 2 2701 0627
 taiwan@firabarcelona.com

Tunisia

Bcn Promotions
 Gérard Escrivâ
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire
 75005 Paris
 France
 Tel. 0033 1 47 07 29 39
 Fax. 0033 1 47 07 32 10
 tunisia@firabarcelona.com

Turkey

Senexpo Uluslararası A.S.
 Ceren Kilicarslan
 Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü Caddesi n° 103 D.1
 Sisli, Istanbul
 Turkey
 Tel. 0090 212 224 68 78
 Fax. 0090 212 224 85 58
 turkey@firabarcelona.com

Ukraine

Mercados Exteriores Consulting
& Events
Julia Onyia
Terehina 8-A, of. 501, Kiev 04080
Ukraine
Russia
Tel. 0038044 468 52 80
ukraine@firabarcelona.com

United Kingdom

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269
Old Marylebone Road Suite 2.02
London NW1 5RA
United Kingdom
Tel. 0044 2077 238327
Fax. 0044 2071 704125
unitedkingdom@firabarcelona.com

United States

PB Marketig Internacional
Philippe Bazin / Dolly Sanchez
9 West 34th Street, Suite C117 -
New York
United States
Tel. 001 212 564 0404
Fax. 001 703 229 4176
usa@firabarcelona.com

Uruguay

Analia Wlazlo
Tucumán, 1625 - 2ºA (1055)
Capital Federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 0054 11 4372 3519
Fax. 0054 11 4371 0083
uruguay@firabarcelona.com

Edita**Edited by**

Fira de Barcelona
Direcció General
Àrea de Comunicació
Avda. M. Cristina, s/n
08004 Barcelona
Tel. 93 233 20 20
www.firabarcelona.com

Producció editorial**Editorial Production**

Ara Llibres - Ara Llibres sccl
www.arallibres.cat

Impressió**Printed by**

Cevagraf

Dipòsit legal: B.15962-2013



Fira Barcelona

