

**Fi**

**Fira de Barcelona**  
Memoria 2012



**ra**



# **Fira de Barcelona**

## Memoria 2012



**Fira Barcelona**

# Índice

**04**  
**Presentaciones**

**12**  
**Órganos de gobierno**

**16**  
**Balance 2012**

---

## **28** **Salones** **Presidentes de salones**

- 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** Cómic
- 44** Cosmobbelleza
- 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 Infancia
- 54** FM&BS
- 55** Gamelab
- 56** Hispack
- 58** Hostelco
- 60** In Cosmetics
- 61** Liber
- 62** Magic Internacional
- 63** Salón del Manga
- 64** Mobile World Congress
- 66** Salón Náutico Internacional de Barcelona
- 68** MIHealth Forum
- 69** Ocasión
- 70** Semana de la Formación y el Trabajo
- 72** Seafood Barcelona
- 73** SIL
- 74** Smart City Expo World Congress
- 76** Swab
- 77** Turismo (SITC)

## **78** **Congresos y otros eventos**

## **82** **Al servicio de los objetivos de Fira**

## **88** **Resultados económicos 2012**

## **92** **Delegaciones internacionales**

## **96** **English text**

# Poner en valor a Barcelona

**Xavier Trias**

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

Un año más tengo la satisfacción de destacar el importante papel que Fira de Barcelona juega en el conjunto de instituciones económicas de la ciudad y del país. Un hecho mucho más meritorio, si cabe, en la difícil coyuntura que nos ha tocado vivir y que tanto afecta a las personas, las empresas y los niveles de bienestar de nuestra sociedad. Los resultados económicos de la institución ferial, más de 115 millones de euros, el balance de su actividad y la huella que deja en la ciudad y su área metropolitana no hacen sino subrayar el valor de su tarea. Fira es un gran instrumento colectivo que tenemos para apoyar a las pequeñas y medianas empresas, que conforman el grueso de la economía productiva del país, y a los emprendedores.

A lo largo del año 2012, Fira de Barcelona ha seguido siendo una plataforma para grandes eventos vinculados con la internacionalización de nuestras empresas, en el ámbito del conocimiento, el desarrollo empresarial y la proyección de Barcelona al mundo. Grandes certámenes como el Mobile World Congress, Alimentaria, Smart City Expo, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o el Salón Náutico, por ejemplo, contribuyen a activar iniciativas económicas, a crear espacios de colaboración entre empresas, a generar negocio y empleo, y a proyectar en el exterior nuestras potencialidades.

**Marca Barcelona**

Esta tarea de atraer y generar grandes eventos que proporcionan actividad económica y ponen en valor a Barcelona como marca y como escenario para los negocios y el conocimiento coincide plenamente con los esfuerzos que desarrolla el Ayuntamiento a través de «Barcelona Growth», la promoción de una actividad económica, no solo basada en el turismo congresual, sino también en los negocios y en aquellas actividades indirectas que aportan valor añadido.

De manera precisa, quiero destacar el trabajo realizado en torno a una nueva edición del Mobile World Congress y a la puesta en marcha de la Fundación de la Barcelona Mobile World Capital. Un evento que, como hemos señalado repetidamente, ofrece una oportunidad única a nuestras empresas para situarse en posición puntera en el sector de las nuevas tecnologías, y la posibilidad de ser protagonistas de excepción de los profundos cambios que se están produciendo en el campo de las comunicaciones móviles y sus múltiples aplicaciones en la vida cotidiana. Un evento que, gracias a la Fundación Barcelona Mobile World Capital, proyecta nuestra capitalidad mundial de los móviles durante los 365 días del año.

**La tarea ferial de atraer y generar grandes eventos que proporcionan actividad económica y ponen en valor a Barcelona como marca y como escenario para los negocios y el conocimiento coincide plenamente con los esfuerzos que desarrolla el Ayuntamiento a través de «Barcelona Growth»**

En la misma línea, me parece justo resaltar iniciativas innovadoras como Smart City Expo o MIHealth. Barcelona es ya un referente de ciudad inteligente y sostenible del siglo XXI y, en este sentido, la segunda edición del Smart City Expo ha reforzado todavía más esta destacada posición. Del mismo modo, Barcelona juega un papel internacionalmente reconocido en el campo de las ciencias de la salud. No podemos olvidar que somos uno de los principales destinos de los grandes congresos médicos, un hito en el que Fira de Barcelona tiene un papel muy destacado: desde 2006 se han celebrado en los recintos de Gran Via y Montjuïc 37 encuentros médicos de primer nivel mundial.

### **Vocación internacional**

Quiero señalar, igualmente, el esfuerzo que está haciendo la institución para dar una nueva dimensión a su internacionalización, como corresponde a la vocación de la ciudad y de sus empresas. La participación de salones en diversos certámenes en el exterior refuerza las oportunidades de las empresas del país y acredita los niveles de solvencia organizativa de Fira. También me parece destacable la colaboración alcanzada con otras ciudades, como es el caso de Montreal, para contribuir al desarrollo de su feria, y que se sitúa en línea con la activa cooperación internacional que ha mantenido siempre la ciudad de Barcelona.

Todas estas actuaciones tienen indudablemente un efecto muy positivo sobre los niveles de actividad económica y de creación de empleo de la ciudad y su entorno metropolitano. Hay que valorar también justamente el impacto social que Fira genera, contribuyendo, como siempre, a la innovación, el conocimiento y la modernización de nuestra ciudad y de su tejido productivo.

# Fira, un elemento clave de nuestra economía



## **Felip Puig i Godes**

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

Quiero aprovechar estas primeras líneas para felicitar al equipo profesional y directivo de Fira de Barcelona por su trayectoria de éxito. La consolidación y expansión de la actividad de Fira son fundamentales para la economía de Cataluña. Es una herramienta clave en el proceso de apoyo a las empresas, su internacionalización, la difusión de la innovación y la confluencia en un mismo espacio de oferta y demanda.

Los datos económicos de Fira de Barcelona con más de 115 millones de euros de ingresos, pero sobre todo los datos cualitativos de los salones feriales, congresos y la actividad de proyección exterior nos muestran la importancia de la institución como elemento tractor de la economía catalana.

Durante este año 2012, Fira de Barcelona ha consolidado su liderazgo en la organización de salones industriales-profesionales y ha reforzado su influencia internacional, con lo cual se ha convertido en una entidad de referencia mundial.

## **Capitalidad**

Fira de Barcelona ha sido una pieza importante en el proceso de consecución y consolidación del Mobile World Congress, pero también ha contribuido de forma decidida a reforzar la Capitalidad mundial de Barcelona como referente de la tecnología móvil, a través de la Fundación Barcelona Mobile World Capital, y al desarrollo de sus actividades.

Además del Mobile World Congress de este año 2012, querría destacar la celebración de salones como Alimentaria, Salón Náutico, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o el más reciente Smart City Expo, que en su segunda edición se ha consolidado como un referente internacional de las nuevas tecnologías de la información aplicadas a la gestión y mejora de las ciudades.



## **Nuestro modelo económico fundamentado en la industria, servicios de calidad, internacionalización e innovación necesita de Fira de Barcelona como tractor de su internacionalización, como gran escaparate para abrirse a la economía global**

La labor de internacionalización de Fira tiene una doble vertiente que valoro especialmente: primero, hacer de Barcelona un espacio de encuentro de empresas y profesionales de referencia mundial, ayudando a las empresas y a los profesionales catalanes en sus proyectos de internacionalización y crecimiento; y, segundo, la presencia directa en certámenes internacionales de algunos de sus salones más reconocidos que facilita la internacionalización de las empresas, ayudando a que el capital y el conocimiento acumulado no se pierdan como consecuencia de la crisis que sufren algunos sectores económicos y productivos o potenciando sectores tradicionales de nuestra economía, como el la construcción o la moda.

También la estructura y diversidad de nuestro modelo económico favorece el éxito de Fira de Barcelona. Somos una economía, a pesar de la crisis, que destaca en sectores como el agroalimentario, la automoción, la química, la nueva recuperación del textil y la industria del conocimiento, entre otros. La fuerza de nuestras empresas también ayuda a potenciar Fira de Barcelona.

La recuperación económica vendrá básicamente del crecimiento de las empresas existentes y la creación de otras nuevas. Ante una situación de caída de la demanda interna necesitamos crecer en exportaciones. Pero esta vocación no puede ser puntual o circunstancial fruto de la debilidad de la demanda interna.

### **Liderazgo global**

En un mundo global, nuestra economía debe tener vocación de liderazgo global, por eso apostamos por la re-industrialización de Cataluña, tenemos que recuperar los valores de la industria como creadora de riqueza, y que sea la base de un modelo económico más resistente ante las turbulencias económicas. Debemos hacer posible que el esfuerzo de los últimos años en investigación y desarrollo llegue a nuestro sistema productivo, sin olvidarnos de la importancia del sector servicios.

Nuestro modelo económico fundamentado en la industria, servicios de calidad, internacionalización e innovación necesita de Fira de Barcelona como tractor de su internacionalización, como gran escaparate para abrirse a la economía global.

Fira de Barcelona es un ejemplo, como institución, que ha hecho suyos los retos que tenemos planteados como país: la internacionalización, el apoyo a la actividad económica, el intercambio de conocimiento, el impulso a la innovación, el acompañamiento a las empresas, entre otros, adaptándose a las nuevas necesidades de un mundo cambiante cada vez más global. Esta identificación con el país y sus objetivos hace de Fira de Barcelona un elemento clave de nuestra economía.

# Liderazgo y dimensión internacional



## **Miquel Valls i Maseda**

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

Un año más, es el momento de hacer balance de las actividades desarrolladas por Fira de Barcelona en el último año. No podemos obviar que 2012 ha sido, una vez más, un año difícil para las empresas y para el conjunto de la economía, que ha visto como una coyuntura complicada impactaba negativamente en su actividad. Un impacto negativo minimizado, sin embargo, por el buen comportamiento del turismo y una evolución satisfactoria de las exportaciones. Por lo tanto, a pesar del contexto desfavorable, podemos decir que la actividad de Fira ha contribuido decisivamente a aligerar el impacto de la crisis en nuestras empresas. Fundamentalmente, porque su actividad está directa e indirectamente relacionada con el turismo y también con las exportaciones, pues, año tras año, Fira potencia la internacionalización de los salones, que a su vez reciben a más visitantes internacionales.

## **Intensa actividad**

En 2012, Fira de Barcelona ha mantenido la actividad ferial y ha cerrado el ejercicio con unos ingresos superiores a 115 millones de euros, en línea con lo que se presupuestó a principios de año. Con respecto a los eventos, los recintos de Montjuïc y Gran Vía han acogido 60 salones y congresos, así como numerosos eventos de carácter corporativo, comercial y deportivo, y actividades vinculadas con los diferentes certámenes. Se confirma, pues, el liderazgo de la entidad, tanto en ferias profesionales e industriales, como en su dimensión internacional.

Mobile World Congress (MWC), Alimentaria, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM y Smart City son algunos de los salones celebrados, pero me gustaría aprovechar estas líneas para destacar especialmente la constitución de la Fundación Barcelona Mobile World Capital en marzo de 2012. Tras la elección, en 2011, de la ciudad de Barcelona como capital mundial de las comunicaciones móviles hasta 2018, en 2012 se ha constituido la Fundación Barcelona Mobile World Capital que se encargará de gestionar todos los proyectos enmarcados en la Capitalidad.

### **Economía del conocimiento**

Acoger el MWC hasta 2018 y también la Fundación es una excelente noticia para la ciudad y para Cataluña. Es por ello que me gustaría felicitar y reconocer el trabajo, en nombre propio y en el de la Cámara de Comercio, de todas las personas e instituciones implicadas en conseguir que estos objetivos sean hoy una realidad.

**A pesar del contexto desfavorable, la actividad de Fira de Barcelona ha contribuido a aligerar el impacto de la crisis en nuestras empresas. Año tras año, potencia la internacionalización de los salones y las actividades, que a su vez reciben a más visitantes internacionales**

Son una buena noticia en tanto que suponen un impulso decisivo a la economía del conocimiento y al sector de las tecnologías móviles de la ciudad y para la marca Barcelona; pero también porque son fruto de la colaboración pública y privada que tantos éxitos ha conllevado a nuestra ciudad y a nuestro país en los últimos años.

Me gustaría destacar también la adquisición, por parte de Fira de Barcelona, del 50% de Alimentaria Exhibitions a la multinacional británica Reed Exhibitions, con cuya operación Fira se convierte en la única propietaria de uno de los salones más consolidados de nuestra ciudad, como es Alimentaria.

Por otro lado, en 2013, Fira de Barcelona acoge grandes congresos médicos, que reúnen a más de 49.000 delegados, y encuentros de ámbito tecnológico a gran escala como los que organizan las compañías SAP y Hewlett Packard. Asimismo se celebran salones de la relevancia de Construmat, Salón del Automóvil, Mobile World Congress, Salón Náutico o EIBTM, entre otros, así como dos nuevos salones: Pharmaprocess, especializado en los procesos industriales del sector farmacéutico, y Bodylife Barcelona, dedicado al *fitness*.

Todos son ejemplos de cómo Fira se pone al servicio de las empresas, de la economía, de la ciudad y el país; a la vez que sirve de plataforma internacional para potenciar los diferentes sectores de Barcelona y Cataluña.

# Plataforma de negocio y conocimiento



**Josep Lluís Bonet**

*Presidente del Consejo de Administración de Fira de Barcelona*

Fira de Barcelona cerró el ejercicio de 2012 ocupando una posición de liderazgo en el panorama ferial español, gracias, especialmente, al comportamiento de los salones industriales y profesionales, y siendo un referente en Europa. No solo por el nivel de internacionalidad de muchos de los certámenes, sino también por la capacidad innovadora y por la apuesta decidida a favor del conocimiento.

Nuestra institución obtuvo unos resultados que pueden considerarse globalmente positivos al superar los 115 millones de euros. Hay que subrayar que se generaron en el marco de una coyuntura económica especialmente difícil y a la cual, desgraciadamente, hemos tenido que referirnos durante los últimos años a la hora de hacer balance de las actividades feriales. Medidas como el cumplimiento del calendario ferial, el nivel de internacionalidad de los eventos, la política de innovación, la diversificación de la actividad, la celebración de grandes certámenes y la contención del gasto nos han permitido alcanzar estos resultados.

## Cultura empresarial

A grandes rasgos cabe señalar que, durante 2012, los dos recintos de Fira de Barcelona acogieron 60 salones y congresos, así como más de 70 eventos de carácter corporativo, institucional, comercial y deportivo. Tengo especial interés en subrayar también que, en el marco de los salones celebrados en Fira, se desarrollaron más de 500 actividades distintas, que ponen de manifiesto la voluntad de Fira y de la mayoría de los organizadores de impulsar el conocimiento y la promoción de la cultura empresarial.

## **Fira de Barcelona ha trabajado para contribuir a la dinamización económica del país, de Barcelona y de su entorno. Una pieza básica de esta política ha sido acentuar la dimensión internacional de nuestras ferias y contribuir a la presencia de las empresas en el exterior**

Sin entrar en el detalle de cada uno de los salones, suficientemente reflejados en esta memoria, es preciso destacar la importancia de convocatorias como el Mobile World Congress, Alimentaria, Salón Náutico, Hispack-Bta, Hostelco, EIBTM o Smart City Expo, entre muchos otros. Durante el año se incorporaron a la cartera de salones eventos que responden a nuevas necesidades empresariales y sociales: es el caso de MIHealth Forum, especializado en la gestión y la innovación en el campo de la sanidad y Seafood Barcelona, salón dedicado a la industria de la pesca y sus derivados.

Durante todo el ejercicio, Fira de Barcelona ha trabajado para contribuir a la dinamización económica del país, de Barcelona y de su entorno. Una pieza básica de esta política ha sido acentuar la dimensión internacional de nuestras ferias y contribuir a la presencia de las empresas en el exterior.

### **Referente internacional**

Nuestra institución ha trabajado en una triple dirección. Por una parte, con iniciativas para atraer y organizar grandes eventos que proporcionan actividad económica al territorio y establecer sinergias con las empresas, poniendo en valor que somos una de las mejores plataformas europeas para el intercambio comercial y de conocimiento y la creación de negocio.

Otra línea ha sido la de potenciar la dimensión y el posicionamiento internacional de nuestros salones –especialmente importantes en situaciones de caída de la demanda interna– favoreciendo intercambios entre las empresas del país y sectores económicos de alcance global. Tengo que aludir, en este sentido, al peso creciente de sectores como la alimentación, la tecnología, la moda, los servicios... Un buen ejemplo lo encontramos en el protagonismo adquirido por Smart City Expo, que en dos años se ha convertido en un indiscutible referente internacional en el ámbito de las ciudades inteligentes.

Nuestra concepción del negocio internacional pasa también por promocionar a las empresas en el exterior, a través de salones de Fira, participando en certámenes internacionales. Es el caso de Hostelco, The Brandery, Piscina y Construmat, que han estado presentes en varias ferias, especialmente asiáticas y latinoamericanas. También el asesoramiento a otros recintos, como es el caso del acuerdo alcanzado con la ciudad de Montreal, forma parte de esta nueva dimensión internacional emprendida por Fira, que en el momento de redactar esta memoria tiene delegaciones con representación en 43 países.

Cabe señalar que, durante el ejercicio que comentamos, la institución ha tenido un papel muy activo, a través de la Fundación de la Barcelona Mobile World Capital, en el desarrollo de los proyectos y las actividades relacionados con la Capitalidad mundial de las comunicaciones móviles. Es una importante contribución a la economía y a las oportunidades que ofrecen las nuevas actividades basadas en el conocimiento.

# Órganos de gobierno



## Consejo General

### Presidente

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

### Vicepresidente primero

Felip Puig i Godes

### Vicepresidente segundo

Miquel Valls i Maseda

### Vocales

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

### Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

### Director general

Agustín Cordón Barrenechea

## Consejo de Administración

### Presidente

Josep Lluís Bonet i Ferrer

### Vocales

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

### Secretario general

Ignacio Toda Jiménez

### Director general

Agustín Cordón Barrenechea

## Comité Ejecutivo

### Director general

Agustín Cordón Barrenechea

### Director de Expansión

Pere Camprubí i Nieto

### Director de Relaciones Institucionales y Protocolo

Emili Farrerons i Pascual

### Directora de Recursos Humanos

Olga Figuerola i Giménez-Coral

### Director de Administración y Finanzas

Salvador Fosalba i Auró

### Directora de Comunicación

Amparo Losada Torres

### Director Comercial

Albert Planas i Riera

### Director de Operaciones y Servicios al Cliente

Salvador Tasqué i Díez

### Director de Negocio Internacional

Ricard Zapatero i Camps

RECINTOS Y SUPERFICIE

405.000 m<sup>2</sup>

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

GRAN VIA

240.000 m<sup>2</sup>

brutos expositivos





MONTJUÏC

165.000 m<sup>2</sup>

brutos expositivos, 50.000 de ellos exteriores



# Balance 2012



## Liderazgo ferial

El ejercicio de 2012, como sus inmediatos precedentes, se ha visto condicionado por la crisis que afecta a las empresas, las instituciones y las familias y, en consecuencia, a las organizaciones feriales españolas y europeas. Los efectos de la situación económica se han notado en la mayoría de sectores industriales y de servicios presentes en los certámenes celebrados en Fira de Barcelona, reflejo de los problemas que sufren las empresas, muy especialmente las pequeñas y medianas.

En este contexto, Fira focalizó precisamente sus esfuerzos en la generación de instrumentos de apoyo a las empresas contribuyendo a su promoción comercial e internacionalización. Siguió apostando, en línea con su posicionamiento estratégico, por potenciar el papel de la institución y de Barcelona como gran plataforma ferial y congresual, contribuyendo así también a favorecer la economía de la ciudad y su área metropolitana. La aportación inducida

por las actividades feriales, en sus diversas manifestaciones, se estima en unos 2.500 millones de euros anuales.

### Cumplimiento presupuestario

A pesar del difícil panorama económico, Fira de Barcelona cumplió con el presupuesto previsto, alcanzando unos ingresos de más de 115 millones de euros, que supusieron un ligero aumento (0,4%) con respecto a 2011 y un incremento bastante más elevado (13,3%) en relación con 2010, año comparable por razones de calendario. El Ebitda fue de 11 millones de euros, en línea con lo previsto y también con el registrado en 2010 y en 2011.

Con la finalidad de sustraerse en la medida de lo posible de los efectos de la crisis, Fira actuó con criterios de racionalización del gasto, diversificación de la actividad (comercialización de *stands*, *catering*, tecnología, aspectos que



El recinto de Montjuïc durante la celebración de Mobile World Congress 2012

suponen ya el 49% de los ingresos), creación de nuevos salones y especialmente la captación de eventos internacionales. En conjunto se cumplió el calendario diseñado para 2012, aunque es evidente que es un instrumento que debe adaptarse a las necesidades de la demanda y de la coyuntura. Las transformaciones experimentadas por los salones de Fira a lo largo de los años evidencian su dinamismo y el papel animador del comercio y los sectores productivos.

Cabe señalar, en cualquier caso, que Fira hace tiempo que se adelantó, con la implementación de varias medidas estratégicas, a la necesidad de dar respuesta a los nuevos requerimientos del mercado en un contexto económico muy complejo, en el que las ferias continúan teniendo pleno sentido como espacios de intercambio comercial, información y conocimiento, pero en el que hay que tener presente también los efectos de la globalización, del desarrollo de las TIC y de la fuerte competencia.

Expositores y visitantes de todo el mundo se dan cita en los salones y eventos celebrados en Fira de Barcelona

## Gran organización europea

Durante 2012, Fira de Barcelona consolidó su liderazgo en el sector ferial de España, gracias especialmente a los salones y eventos profesionales –que representan el 62% del total– y destacó asimismo como una de las más importantes organizaciones de Europa tanto por la cartera e importancia de salones y congresos que se celebran como por los recintos de Montjuïc y Gran Via, y la experiencia logística y organizativa, iniciativa y profesionalidad.

Fira continuó trabajando para fortalecer los salones organizados directamente y para reforzar los contactos entre expositores y visitantes, concediendo especial importancia a la figura del comprador. El valor de Fira desde el punto de vista de la expectativa comercial y de negocio es inseparable de la apuesta por los servicios de calidad en un marco que pone en primer plano la importancia de la innovación, el conocimiento, el negocio y la internacionalidad. Todas las





La institución ferial barcelonesa apuesta por fomentar la comunicación, las redes sociales y la tecnología

áreas de Fira orientaron su actividad en este sentido, con la mirada puesta en los objetivos de reactivación de la economía, el apoyo al tejido productivo, a la emprendeduría y la salida al exterior de las empresas.

En este marco, Fira de Barcelona apostó por reforzar los lazos con las organizaciones profesionales (más de 400 asociaciones patronales operan en el ámbito de los sectores representados en Fira), la interlocución con la

administración, el desarrollo de la comunicación, las redes sociales y la tecnología, el uso del *e-commerce* en las relaciones con sus clientes y proveedores. Se trata, en definitiva, de un claro posicionamiento a favor de la modernidad, inseparable de la voluntad innovadora en el formato de los salones y eventos. Una manifestación de esta actitud es el impulso en las redes sociales y el elevado número de visitas que reciben las páginas web de Fira, en torno a 2,5 millones.

Durante 2012 se celebraron 60 salones y congresos de diversos sectores de la industria y los servicios



### Salones referentes

A lo largo de 2012 se celebraron 60 salones y eventos, algunos de ellos de una gran complejidad a causa de la crisis. Entre los sectores de mayor tradición cabe destacar Alimentaria, gran escaparate de la industria alimentaria, de sólida dimensión internacional. También el Salón Náutico que ha evolucionado de acuerdo a las necesidades del sector y concentró su oferta en el Port Vell de Barcelona.

Entre los salones de más reciente creación cabe señalar Smart City, orientado al sector emergente de las ciudades inteligentes, es decir básicamente la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación a los servicios urbanos. En su segunda edición se reafirmó como un referente internacional, contribuyendo también al posicionamiento de la ciudad de Barcelona en un sector con gran futuro.

Dentro de los grandes eventos de 2012, ocupa un lugar destacado Mobile World Congress, el gran encuentro mundial del sector de las comunicaciones móviles que alcanzó un récord de asistentes con cerca de 67.000 visitantes profesionales y más de 1.500 empresas expositoras. Se trataba de la primera edición tras la elección, en el verano de 2011, de Barcelona como Mobile World Capital para el período 2013-2018. Y fue también la última convocatoria

celebrada en el recinto de Montjuïc, pues a partir de 2013 se instala en el de Gran Via, que ofrece más posibilidades de crecimiento al certamen.

En marzo se constituyó la Fundación de la Barcelona Mobile World Capital, presidida por el alcalde de la ciudad, encargada de liderar y gestionar el proyecto de Capitalidad. Está dirigida por un patronato integrado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona y GSMA –asociación que representa los intereses de los 800 operadores y proveedores de tecnología móvil y contenidos de todo el mundo–. Mediante varias iniciativas de tipo industrial, de divulgación y de carácter lúdico y ciudadano, la MWCcapital se propone fomentar el uso de las tecnologías y las soluciones móviles en distintos ámbitos. Significa un impulso al tejido industrial y a la creación de nuevas oportunidades de negocio para las empresas del país y de fuera.

Con respecto a otros salones celebrados en 2012, también debemos referirnos a manifestaciones del peso de Hispack –celebrado conjuntamente con Barcelona Tecnologías Alimentarias, Bta.– Hostelco, Turismo, EIBTM, Barcelona Bridal Week, Barcelona Meeting Point, Bizbarcelona, etcétera.

A lo largo del año, Fira lanzó o captó salones que responden a nuevas necesidades empresariales



y sociales. Es el caso de MIHealth Forum, que nació con vocación de ser referente en la innovación, gestión y sostenibilidad de la sanidad o de Seafood Barcelona, especializado en la industria de la pesca, réplica del salón European Seafood Exposition que se celebra en Bruselas. Los grandes activos del nuevo certamen son el posicionamiento estratégico de Barcelona en el sector alimentario y su propia tradición ferial.

Otro evento que pasó a engrosar la cartera de Fira de Barcelona fue el Salón del Manga, dedicado a las historietas animadas de origen japonés y el mundo cultural que las rodea, que se ha instalado en el recinto de Montjuïc para poder desarrollarse.

Dentro de la política de captación de certámenes de dimensión internacional, los recintos feriales acogieron en 2012 relevantes salones industriales de carácter itinerante como In Cosmetics (materias para la industria cosmética), Chemspec Europe (química fina) y Fespa Digital Europe (impresión digital y *offset*).

## Relevantes congresos y reuniones

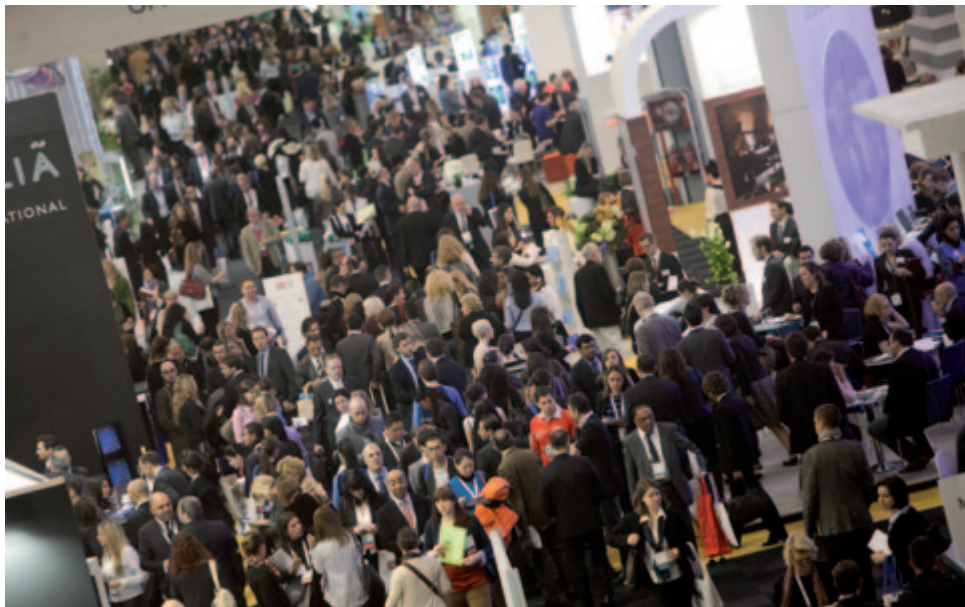
En el ámbito de las reuniones y congresos, debe destacarse la celebración en los recintos de Fira de eventos profesionales de la importancia de la Conferencia Internacional sobre Ventilación Mecánica a domicilio, la Conferencia Veterinaria del sur de Europa, el Simposio de Investigación Urbana organizado por el Banco Mundial y sobre todo la reunión VM World, organizada por la empresa líder en el *cloud computing*, VMware, que reunió a 8.000 expertos y empresas colaboradoras. Por lo que respecta a los grandes eventos lúdicos y culturales, destacan el Festival Sónar y Barcelona Harley Days.

Asimismo, se celebraron también más de 70 eventos diversos, corporativos, institucionales, comerciales, deportivos y más de 500 actividades (congresos, jornadas, seminarios y actividades culturales y de formación) en el marco de los salones. A este respecto cabe destacar que durante 2012 se consolidó el departamento de

La oferta de servicios de calidad a expositores, visitantes y compradores continuó siendo un objetivo central para Fira







La política de captación de eventos internacionales permitió celebrar importantes salones industriales en 2012

Cumbre Sectorial. La preparación de programas congresuales y eventos, gestionados directamente por este departamento, tuvo un fuerte crecimiento, implicando a 10 salones con 372 actividades y la participación de 728 ponentes, lo cual representa 1.160 horas de intercambio de conocimientos en tan solo 35 días de celebración. El 48% de los ponentes eran internacionales.

### Nuevo negocio internacional

Obviamente, la internacionalización siguió siendo una de las piedras angulares de la política de la institución. Se puede afirmar que es un valor intrínseco de Fira de Barcelona que, además de la economía inducida directamente en gastos de alojamiento, comercio y servicios a la ciudad, genera sinergias entre las empresas internacionales y las del país, entre expositores y visitantes y ofrece oportunidades a las firmas que quieren abrirse a nuevos mercados exteriores. Actualmente, el 45% de los expositores y el 30% de los visitantes de salones profesionales son extranjeros.

A lo largo de 2012, la cobertura de las oficinas de Fira en el exterior se extendió también a Colombia, República Checa y Eslovaquia. Al redactar esta memoria, sin embargo, se había producido la incorporación de una nueva oficina que cubre los países del Golfo (Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Bahréin, Kuwait, Qatar y Omán). Fira cuenta con 20 oficinas que abarcan

43 países de Europa, América del Norte y América Latina, Magreb y Asia.

Uno de los principales aspectos de la internacionalización de Fira durante 2012 fue el progreso del negocio en el exterior, orientado a ayudar a los expositores de Fira a participar en ferias de otros países así como la venta de servicios de gestión y consultoría a recintos feriales diversos.

Esta línea estratégica se concretó con la presencia de un pabellón de Hostelco, dedicado al equipamiento hotelero, en la feria Hotelex de Shanghái en el mes de abril; la organización del Salón The Brandery, de moda urbana y contemporánea, en el Blueprint de Singapur en el mes de mayo; la presencia del Salón Piscina en el mes de septiembre en el marco de la feria ME Pool & Spa de Dubái y la participación de Construmat en el salón Ficons de Recife, en el estado brasileño de Pernambuco, en el mes de octubre. El Área de Negocio Internacional trabajó a lo largo del año en la preparación de nuevas participaciones internacionales en 2013 como son la presencia del Salón Piscina en el Expolazer de Sao Paulo, su celebración también en Moscú y una nueva edición de Hostelco en Hotelex de Shanghái.

También se trabajó en la venta de servicios de consultoría de carácter ferial en diferentes países, sobre todo de América Latina, y se firmó un acuerdo de colaboración con la ciudad de Montreal para asesorar sobre organización de certámenes a la Feria de Montreal.

## Pensando en el futuro

Las ferias necesitan un cierto tiempo de maduración y preparación. Por eso señalamos que durante 2012 se continuaron diseñando nuevos salones innovadores y se trabajó también para garantizar la celebración de salones de mucho peso para la vida económica del país, previstos para 2013, pero que sufren el rigor de la crisis. Destacamos, en este sentido, la preparación del Salón Internacional del Automóvil y la voluntad de otorgar una nueva orientación a Construmat, centrada en buscar oportunidades para las empresas españolas del ramo en el exterior.

También durante el ejercicio se anunció la creación de nuevos salones así como la captación de grandes eventos. Los certámenes incorporados a la cartera de Fira de Barcelona son Pharmaprocess, de servicios a los procesos de la industria farmacéutica; Bodylife Barcelona,

dedicado al *fitness*, que tendrá lugar coincidiendo con Piscina o con Hostelco; y Forum Dental, que estrena una nueva etapa al pasar a ser organizado por Fira de acuerdo con el Colegio de Odontólogos de Cataluña.

Por otra parte, se concretó la celebración en 2013 por primera vez en Barcelona y en Fira de Tissue World, la manifestación más importante sobre papeles especiales para la industria, la sanidad, el hogar. También se firmó la renovación del contrato de permanencia hasta 2016 de EIBTM, el gran salón mundial del turismo de negocios, y se hizo público que Barcelona había ganado el concurso internacional para la celebración de EVS, el evento mundial de referencia sobre el vehículo eléctrico, que en 2011 tuvo lugar en Los Ángeles y que coincidirá con Smart City 2013. En este ámbito cada vez más importante de la sostenibilidad urbana y medioambiental, Fira será la sede en 2014 del Congreso Europeo de Energía Eólica, EWEA.

La internacionalización, piedra angular de la institución. El 45% de expositores y 30% de visitantes son extranjeros





## Alimentaria Exhibitions

A finales de 2012 se oficializó el acuerdo mediante el que Fira de Barcelona adquiría a Reed Exhibitions el 50% del capital que tenía en Alimentaria Exhibitions, *joint venture* que las dos entidades habían constituido en 2002 para organizar, entre otras, la feria Alimentaria. Con esta operación, Fira se convirtió en propietaria única de la sociedad, que proseguirá colaborando con la multinacional británica en nuevos proyectos para exportar Alimentaria a otros países. Alimentaria Exhibitions, organizadora también de Alimentaria México, Alimentaria Lisboa, de la nueva Alimentaria Sao Paulo y de Bta Barcelona Tecnologías de la Alimentación, operará con los mismos criterios y orientación comercial.

La institución ferial barcelonesa siguió actuando a lo largo de 2012 para desarrollar una activa política de Responsabilidad Social Corporativa que comporta un firme compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética,

la colaboración con la Universidad y el mundo educativo y acciones solidarias en colaboración con varias organizaciones y entidades, que adquieren más sentido aún en épocas de especial dificultad.

Con voluntad de obtener una visión global de la economía, los mercados, las oportunidades y las necesidades de las empresas y el entorno, Fira siguió trabajando por la generación de sinergias entre la institución y la ciudad. Barcelona, con su marca, refuerza la dimensión de Fira. Esta contribuye, a su vez, al posicionamiento de la ciudad, a su crecimiento y proyección internacional.

Fira se convirtió en propietaria única de Alimentaria Exhibitions, organizadora de Alimentaria en varios países



## Datos destacados 2012

TIPOS DE SALONES

**62%**  
profesionales

**38%**  
de público y mixtos

EXPOSITORES

**79%**  
en salones profesionales

**21%**  
en salones de público  
y mixtos



## VISITANTES

**42%**  
en salones profesionales

**58%**  
en salones de público  
y mixtos

## SALONES PROFESIONALES

**45%**  
expositores internacionales

**30%**  
visitantes internacionales

Fira tiene delegaciones  
con representación en

**43**  
países

## ACTIVIDAD

**60**  
salones y congresos

**+70**  
eventos corporativos

**+500**  
actividades en salones

# Salones



**Fira Barcelona**

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

# Presidentes de salones

## **Alimentaria**

Josep Lluís Bonet i Ferrer

## **Automóvil**

Enrique Lacalle Coll

## **Barcelona Meeting Point**

Enrique Lacalle Coll

## **BcnRail**

Xavier Vizcaíno Muñoz

## **Bizbarcelona**

Sònia Recasens i Alsina

## **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 Infancia**

Helena Rakosnik i Tomé

## **Liber**

Javier Cortés Soriano

## **MIHealth**

Josep M<sup>a</sup> Piqué i Badia

## **Nàutico**

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

## **Turismo**

Raimon Martínez Fraile



# Alimentaria

## Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas

26-29/Marzo

Gran Vía. 19.ª edición

Una de las principales características de la nueva edición de Alimentaria fue la concentración de toda su oferta, por vez primera, en el recinto ferial de Gran Vía, donde dispuso de mayores posibilidades logísticas y técnicas de acuerdo con su condición de ser una de las más importantes ferias de alimentación del mundo.

Desde su primera edición en 1976, el salón ha registrado una constante progresión en cuanto a visitantes y expositores y, en esta ocasión, se confirmó también el éxito de la convocatoria a pesar del difícil marco económico: expusieron más de 3.850 empresas, de las que 1.018 eran extranjeras, procedentes de 60 países especialmente de la UE, de América Latina, Estados Unidos, China, Tailandia, India, Japón y Oriente Medio. Alimentaria fue visitada por 142.000 profesionales, 40.000 de los cuales eran internacionales, que confirmaron su valor como plataforma estratégica de

información, promoción y negocio del sector, y realizaron alrededor de 8.000 encuentros de negocios.

Dentro del gran escaparate que es Alimentaria brillaron con luz propia las diferentes áreas: Congelexpo (productos congelados), Expobebidas (refrescos, aguas, sidras, cervezas y mostos), Expoconser (conservas de pescado y vegetales), Inter Carn (cárnicos y derivados), Interlact (lácteos y derivados), Interpesca (productos del mar, acuicultura y piscifactoría), Interven (vinos y espirituosos), Multiproducto (productos alimentarios en general), Muidulce (dulcería, galletas y confitería), Restaurama (hostelería, restauración y *catering*), Vegefruit (frutas, verduras y hortalizas frescas), Olivaria (aceite de oliva) y Alimentación Ecológica. A ellos hay que añadir el Pabellón Internacional y el de las Autonomías. La apuesta por la innovación se concentró en Innoval, que puso en valor los

### SUPERFICIE

94.743 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

3.850

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Congreso de la Dieta Mediterránea, concurso Cocinero del Año, exposiciones y sesiones técnicas

### ORGANIZA

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





**8.000**  
encuentros de negocios

**140**  
innovaciones alimentarias

esfuerzos de los fabricantes para desarrollar y lanzar los productos más atractivos. Se presentaron 140 innovaciones alimentarias.

Alimentaria es, además, un importante foro sobre las tendencias de la alimentación, la gastronomía y las raíces culturales de la cocina. En este sentido, destacó una vez más la celebración de BCN Vanguardia, Congreso Internacional de Gastronomía de Barcelona, que reunió a algunos de los mejores cocineros del panorama internacional. En su marco se celebró el concurso «Cocinero del Año» dedicado a las jóvenes promesas de la gastronomía avalado por la World Association of Cooks Societies (WACS). Otras iniciativas destacadas fueron «Vinorum», de formación y degustación de vinos; «España el país de los 100 quesos»; «La España de los ibéricos»; y «La España de los aceites», con sesiones de catas, maridajes y talleres culinarios como introducción al mundo del aceite de oliva.

También se celebraron las Jornadas de Interpesca y tuvieron especial interés las sesiones dedicadas a la IV y V gama de alimentos, su tratamiento, presentación y consumo.

### **Dieta Mediterránea**

Alimentaria acogió asimismo el IX Congreso Internacional de Barcelona sobre la Dieta Mediterránea, organizado por la Fundación Dieta Mediterránea, reconocida por la UNESCO como patrimonio de la humanidad que hay que preservar, ya que no es solo un modelo alimentario, sino también una filosofía de vida y costumbres alrededor de la mesa que proporciona una vida sana y equilibrada.

+info [www.alimentaria-bcn.com](http://www.alimentaria-bcn.com)



## Antiquaris Barcelona

Salón de Arte Antiguo y Moderno

24/Marzo – 01/Abril

Montjuïc. 36.ª edición

5.000  
años de historia

La calidad volvió a ser el valor distintivo del Salón de Arte Antiguo y Moderno, que superó los 25.000 visitantes después de nueve intensas jornadas. El esfuerzo organizativo se vio recompensado por una magnífica respuesta por parte de coleccionistas, expertos, apasionados por el arte y el público en general.

El recorrido a través de 5.000 años de la historia de la creación artística propuesto por el salón, con piezas de todas las épocas, tendencias artísticas y diferentes segmentos de precios, incluyó obras de artistas tan diversos como 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 otros muchos.

Se pudieron admirar asimismo obras maestras de culturas desaparecidas, piezas y máscaras rituales

africanas, trabajos de Alta Época, vanguardias pictóricas de los siglos XIX y XX o sugerentes propuestas contemporáneas, que compartieron espacio con tallas románicas y góticas, genialidades modernistas y *art déco* y *nouveau*, alta joyería, mobiliario de todas las épocas y estilos o antigüedades científicas y náuticas.

El certamen también acogió una singular exposición del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) con una selección de obras de su colección permanente, desde el románico al modernismo, gracias a una sofisticada tecnología de impresión digital. El Museu del Modernisme presentó, por su parte, creaciones de su fondo, algunas de ellas en primicia.

### SUPERFICIE

13.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

50

### CARÁCTER

Profesional y público

### ORGANIZA

Flaqué Internacional, en colaboración con Fira de Barcelona, el Gremio de Anticuarios de Cataluña y la Agrupación de Anticuarios de las Reales Atarazanas



## Auto Retro Barcelona

Exposición de Coches y Motocicletas de Colección

05-09/Diciembre

Montjuïc. 29.ª edición

750  
modelos únicos

El salón del vehículo clásico y de colección exhibió 750 modelos únicos, presentados por 300 expositores de 15 países. La muestra atrae cada año a un público fiel, especialmente de Cataluña, si bien aumenta la presencia de visitantes de otras comunidades autónomas y del sur de Europa.

El salón acogió la primera subasta sobre automoción celebrada en España, la Stanislas Machoir, en la que se vendió el 62% de la oferta expuesta. La puja más elevada (por valor de 140.000 euros) correspondió al Toyota Celica 4WD del antiguo campeón del mundo de ralis, Carlos Sainz.

En esta ocasión, el homenaje de Auto Retro recayó en el piloto y preparador Antonio Zanini y en Elvira Beloso, secretaria de dirección de Seat, ya jubilada y eficaz cuidadora del patrimonio histórico de la marca española.

Se conmemoraron los 60 años del Mercedes-Benz 300SL y el medio siglo de vida del *roadster* MGB. Asimismo, para celebrar los 40 años del Seat 127, se exhibió el primer modelo que salió de fábrica, junto con otras unidades históricas.

En el ámbito de las dos ruedas, cabe destacar la participación por primera vez de Harley-Davidson, mítica firma que está a punto de conmemorar sus 110 años de historia. Además, la marca catalana de los años 50 Mymrsa exhibió una muestra histórica con una veintena de motocicletas del museo familiar de la familia Aragall.

Como es habitual, también tuvo lugar el mercadillo de recambios, accesorios y piezas y el popular Car Corral, con la venta de vehículos clásicos. Otro de los atractivos fue la pista gigante de slot, réplica del circuito de Montjuïc.

+info [www.autoretro.es](http://www.autoretro.es)

### SUPERFICIE

30.580 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

300

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Subastas, aniversarios, homenajes, concentraciones, presentaciones

### ORGANIZA

Promobil Group



## Barcelona Bridal Week

Salón Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

08-13/Mayo

Gran Vía. 22.ª edición

63%

visitantes  
internacionales

Barcelona Bridal Week, evento integrado por la Pasarela Gaudí Novias y el Salón Internacional Noviaespaña, convirtió una vez más la ciudad en capital mundial de la moda nupcial. Todas las empresas líderes en calidad, diseño y potencial exportador del sector nupcial, fiesta y complementos renovaron su apuesta por la cita catalana.

La edición de mayo 2012, que contó con más de 235 marcas expositoras, la mitad de ellas extranjeras, se situó a la cabeza de los certámenes de su especialidad. Más de 15.300 profesionales, un 2% más que en la edición de 2011, el 63% procedente del extranjero, visitaron el salón y consolidaron su dimensión internacional. Italia encabezó la procedencia de visitantes, seguida de Alemania y Francia.

Especialmente significativo fue el incremento de compradores de Rusia, Holanda, Grecia, Bélgica, Estados Unidos y Países del Este. También

Nueva Zelanda, Australia, Emiratos Árabes, Portugal, Suecia, Angola, Croacia y Finlandia aportaron numerosos profesionales que visitaron el salón.

Las grandes firmas de la moda para novia, novio, fiesta, ceremonia y complementos exhibieron sus creaciones en los 18 desfiles de la Pasarela Gaudí Novias, que registraron un total de 14.000 asistentes. Cuatro intensas jornadas desvelaron las propuestas de 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, Fuentecapala, Cabotine by Gema Nicolás, Sonia Peña, Ana Torres, Carla Ruiz y Pronovias.

### SUPERFICIE

26.600 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

235

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Desfiles de moda nupcial

### ORGANIZA

FFF Flaqué Internacional



## Barcelona Meeting Point

Salón Inmobiliario Internacional

17-21/Octubre

Montjuïc. 16.ª edición

# 2.500

profesionales  
en el Simposio

Numeroso público, general y profesional, visitó la nueva edición de Barcelona Meeting Point (BMP), salón que reunió a más de 265 empresas inmobiliarias, bancos y administraciones públicas, en una edición que, en palabras de sus organizadores, supuso «un soplo de aire fresco» para el sector.

Y es que el BMP se convirtió en el mejor escaparate para que los expositores pudiesen vender parte de sus activos y reducir su cartera de inmuebles, lo cual fue posible gracias a que el salón se celebraba a menos de dos meses para que expirara el período de ventajas fiscales existentes en España por la compra de una vivienda, así como por la presencia de importantes compradores internacionales.

En este sentido, un total de 17 fondos de inversión se interesaron por la oferta inmobiliaria española. Según la organización, el volumen de negocio

alcanzado superó las cifras de la edición del año 2011.

Como en convocatorias anteriores, el BMP se articuló en torno al Simposio Profesional, en el que participaron 2.500 profesionales en las 21 sesiones que se celebraron, y el Salón Profesional y de Público, que tuvo lugar durante el fin de semana.

El salón fue escenario del tercer Russian Meeting Point, que contó con la presencia de un importante número de inversores rusos, y de la presentación del plan de construcción de 70.000 nuevas viviendas y la rehabilitación de 140.000 más en Bogotá, capital de Colombia, que fue la ciudad invitada del certamen.

### SUPERFICIE

20.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

265

### CARÁCTER

Profesional y público

### ACTIVIDADES

Conferencias, jornadas  
y premios

### ORGANIZA

Consorti de  
la Zona Franca



## Bebés & Mamás

Feria del Bebé y la Futura y Reciente Mamá

05-06/Mayo

Montjuïc. 13.ª edición (1.ª en Fira)

1.<sup>a</sup>

edición en Fira

Las familias tuvieron la oportunidad de conocer todas las novedades del mundo del bebé y de la futura y reciente mamá. Tras doce ediciones en Cornellà, el salón Bebés & Mamás se celebró por primera vez en Fira de Barcelona, un cambio de emplazamiento que permitió alcanzar un nuevo récord de asistencia de público.

Los papás y mamás primerizos pudieron adentrarse en el universo del recién nacido y compartir experiencias con las familias más experimentadas. También conocieron las últimas tendencias en maternidad y puericultura de la mano de las principales marcas del sector.

Se exhibieron desde biberones, chupetes y pañales hasta todo tipo de productos necesarios para el cuidado del bebé: alimentación, tronas, bañeras, carritos, sillas de paseo, gimnasios para embarazadas y bebés, servicios para guardar las células madre del cordón umbilical

o automóviles con todas las prestaciones para viajar con niños.

Entre otras novedades, se presentaron nuevos sistemas portabebés, mobiliario infantil, la primera tienda *online* de productos para embarazadas y bebés de España, un sistema para etiquetar con fotos las pertenencias de los niños y un servicio de confección de cartas astrales para recién nacidos.

El salón también acogió un amplio programa de actividades, entre las que destacaba la conferencia «Comer y dormir, dos hábitos que podemos enseñar», impartida por el doctor especialista en pediatría Eduard Estivill. También se organizaron sesiones sobre el cuidado de los más pequeños, talleres de masaje infantil y yoga para embarazadas, área de juegos y un rincón de lactancia, entre otras.

+info [www.bebesmamas.com](http://www.bebesmamas.com)

### SUPERFICIE

13.400 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

80

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Conferencias, talleres de masaje infantil, yoga para embarazadas, sesiones sobre el cuidado del bebé

### ORGANIZA

Feria Bebé



## Bizbarcelona

Soluciones para Empresarios y Emprendedores

13-14/Junio

Montjuïc. 2.ª edición

# 1.000

sesiones  
de asesoramiento

El fomento de la actividad empresarial y el espíritu emprendedor han sido la razón de ser de Bizbarcelona desde su nacimiento. En su segunda edición, apostó por el *networking* y las entrevistas entre emprendedores e inversores, y organizó más de 150 ponencias con expertos en diferentes materias.

Bizbarcelona estructuró sus actividades y contenidos en torno a nueve grandes bloques temáticos: financiación, innovación, internacionalización, estrategia y gestión empresarial, ventas, optimización de recursos, habilidades directivas, herramientas de *marketing* y comunicación, y franquicias. También contó con una zona de exposición comercial donde las empresas expositoras ofrecieron productos y servicios a pymes, autónomos y emprendedores.

El salón propició más de 1.500 encuentros entre emprendedores e inversores, cerca

de 1.000 sesiones de asesoramiento y ofreció soluciones y nuevas formas de financiación en un momento de restricciones crediticias. Destacaron las jornadas dedicadas al *crowdfunding*, financiación colectiva o micromecenazgo, una nueva forma de reunir el capital necesario para desarrollar un proyecto mediante pequeñas donaciones de particulares y empresas a través de plataformas *online*.

El certamen también acogió la 4.ª edición de la Global Entrepreneurship Competition, en la que los 16 mejores *business plans* internacionales compitieron por la financiación para desarrollar sus proyectos. Ganó Awak Technologies de Singapur por el proyecto de una máquina de diálisis portátil para mejorar la calidad de vida de los millones de personas con enfermedades renales.

### SUPERFICIE

19.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

87

### CARÁCTER

Profesional y público

### ACTIVIDADES

Conferencias, talleres, mercado de la financiación, Global Entrepreneurship Competition, SIME Barcelona, Pecha Kucha Talks, Tech Market d'ACC10, Tormo Franchise Forum, Agents&Brokers, muro de las ideas



## The Brandery

Salón de Moda Urbana y Contemporánea

27-29/Enero – 13-15/Julio

Montjuïc. 6.ª y 7.ª edición

Promoción de las marcas, desfiles, talleres y conciertos marcaron la edición de invierno del salón, que consolidó el modelo puesto en vigor en la precedente convocatoria: la combinación de una zona comercial, dedicada a los profesionales, con el «Brandtown», espacio abierto a todo el público.

Además de suponer una importante plataforma de negocio para las 135 firmas participantes, el 26% internacionales, The Brandery Winter fue escenario de 15 desfiles de 26 marcas y de seis conciertos de grupos musicales de primer nivel, como Dorian, Fangoria o 2manydj's, que agotaron las entradas y convirtieron la pasarela del salón en altavoz de las nuevas tendencias musicales.

Con el objetivo de contribuir a buscar nuevos mercados para las firmas de moda, el salón organizó 141 encuentros entre expositores y

compradores y acogió la BCN Retail Lab, una jornada que, con todas las entradas agotadas, reunió en The Brandery a destacados expertos del sector minorista de moda en España que analizaron los nuevos patrones de consumo, la eclosión del comercio electrónico y la importancia del *retail* como herramienta de crecimiento del sector.

El certamen volvió en julio para celebrar la edición de verano, que se caracterizó por la entusiasta participación de un público joven, cada vez más interesado en todo lo que tiene a ver con el mundo de la moda. Los 15 desfiles de 32 firmas, como Custo Barcelona, Replay o Love Therapy, centraron la atención de compradores y aficionados. Por su parte, la música ocupó un espacio privilegiado en el salón, con los conciertos de The Human League, La Casa Azul, La Mala Rodríguez y Stand Up Against Heart Crime, que alternaron sus actuaciones con los *dj's* Shelby

### SUPERFICIE

18.000 m<sup>2</sup> (enero)

19.000 m<sup>2</sup> (julio)

### EXPOSITORES

135 (enero)

92 (julio)

### CARÁCTER

Profesional y público

### ACTIVIDADES

Desfiles, conciertos, talleres, jornadas, conferencias, exposiciones





15  
desfiles

160  
encuentros empresariales

Grey, Amable, GatoTV (Tvno & DjGato) - Mash AV Show, DJ2D2 y Miranda Makaroff.

### Primer informe económico

En la zona dedicada exclusivamente a los profesionales, las marcas expositoras mantuvieron más de 160 encuentros con 15 grupos de compra internacionales. Paralelamente, se presentó el primer «Informe Económico The Brandery de la Moda en España 2012», según el cual las empresas de moda españolas se refuerzan en los mercados internacionales, incluso fuera de la zona euro.

Conferencias dirigidas a empresarios y *retailers* sobre nuevas estrategias de venta o la evolución de la tienda de moda tradicional hasta el *pop-up store* fueron otros de los aspectos que centraron las jornadas del salón, que organizó, además, sesiones sobre las tendencias para el verano

de 2013 y sobre las nuevas estrategias de comunicación y *marketing*. Los *bloggers*, por su parte, no podían faltar a la cita con la moda y se reunieron en «He Blogs», un *meeting* liderado por los influyentes Pelayo Díaz, Miranda Makaroff y Gerard Estadella.

The Brandery fue también anfitrión de personajes destacados de la moda internacional, como Elio Fiorucci, diseñador y empresario italiano, fundador de la marca Fiorucci y personaje destacado de la Factory de Andy Warhol en el New York de los 70.

Y para que toda la ciudad se dejara seducir por la moda durante unos días, el salón estuvo presente en el Paseo de Gracia con la exposición «Remakes. Cuando el cine encontró la moda», del fotógrafo Manuel Outumuro.

+info [www.thebrandery.com](http://www.thebrandery.com)



**Bta.**

**Barcelona Tecnologías de la Alimentación**

**15-18 Mayo**

Gran Vía. 13.ª edición

**25%**  
expositores  
extranjeros

Internacionalización, innovación y negocio. Alrededor de estos tres ejes, Bta. 2012 evidenció que el sector de la maquinaria y tecnología para la industria alimentaria ha sabido afrontar la crisis económica, adaptándose a la coyuntura, promoviendo la I+D+i y buscando formas novedosas de ajustar costes sin afectar a la calidad de sus productos.

De nuevo, Bta. se celebró simultáneamente con el Salón Internacional del Embalaje, Hispack, lo que convirtió la doble convocatoria en una de las principales plataformas comerciales para las industrias alimentaria y del *packaging* del sur de Europa y el área mediterránea. Esta oferta transversal atrajo a más de 35.000 visitantes. Con un 25% de expositores y un 8% de visitantes extranjeros, Bta. alcanzó el objetivo de internacionalidad que se había fijado para contribuir a promover las exportaciones españolas.

519 expositores de 30 países presentaron las técnicas más innovadoras en automatización de procesos productivos, conservación de alimentos, soluciones de envasado, ingredientes y aditivos, y equipos para la higiene y la seguridad alimentaria. Entre las novedades, antioxidantes alimentarios *antiaging*, complementos contra la osteoporosis, botellas antibacterianas, sistemas de curado acelerado y edulcorantes naturales como la Stevia.

Los centros tecnológicos, consultorías, organismos oficiales y clústers vinculados a la industria alimentaria estrenaron el Innovation Meeting Point. Asimismo, el salón acogió una decena de jornadas técnicas y conferencias organizadas en colaboración con asociaciones y entidades sectoriales.

**SUPERFICIE**

42.000 m<sup>2</sup>

**EXPOSITORES**

519

**CARÁCTER**

Profesional

**ACTIVIDADES**

Jornadas técnicas,  
presentaciones



## Salón Internacional del Caravaning

03-11/Noviembre

Gran Vía. 30.ª edición

200  
marcas

El Salón Internacional del Caravaning, que exhibió 361 vehículos de 200 marcas, sirvió una vez más para impulsar este tipo de actividad no solo como modo de hacer turismo, sino como filosofía de vida y, pese al contexto económico tan complejo en que se celebró, recibió visitantes de toda España.

Con el objetivo de incentivar las ventas y llegar a nuevos públicos, el salón obsequió a los visitantes que adquirieron elementos de acampada con una estancia de dos fines de semana en un camping. Los compradores de una caravana o autocaravana recibieron gratis una plaza durante seis meses en el aparcamiento de Abrera (Barcelona), habilitado para este tipo de vehículos.

Para acercar al gran público las ventajas de este modo de hacer turismo, el salón diseñó el área BCN Caravaning & Camping Live 2012, donde se reprodujo el modo de vida en un camping con los diversos tipos de autocaravanas, caravanas y

remolques, así como *bungalows*, *mobile homes* y tiendas de campaña.

Junto a su aspecto comercial y divulgativo, Caravaning dio voz al sector. Así, en el XV Encuentro de Empresarios de Camping y Caravaning, se informó de que Barcelona contará, próximamente, con un área de servicio para autocaravanas y se hizo un llamamiento a la unidad de acción entre ambos segmentos para poder defender sus reivindicaciones ante las administraciones.

Se puso también de relieve el interés de las marcas por un mayor respeto medioambiental. La mayoría de las autocaravanas presentadas contaban con propulsores Euro 5, de bajo consumo, que limitan las emisiones de dióxido de carbono a la atmósfera.

+info [www.saloncaravaning.com](http://www.saloncaravaning.com)

### SUPERFICIE

20.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

107

### CARÁCTER

Profesional y público

### ACTIVIDADES

Concentración de caravanas y autocaravanas, Encuentro de Empresarios de Camping y Caravaning, Fam Parc (actividades infantiles), área BCN Caravaning & Camping Live 2012



## Chemspec Europe

**13-14/Junio**

Gran Vía. 27.ª edición (2.ª en Barcelona)

**50**

países aportaron  
expositores

El recinto de Gran Vía acogió por segunda vez, tras la edición de 2009, el salón Chemspec Europe, que contó con la participación de los principales fabricantes y proveedores de química fina y producto especializado. Más de 5.000 visitantes (un 20% más que en 2011 en Ginebra) procedentes de 54 países hicieron posible que la convocatoria de Barcelona fuese considerada por expositores y visitantes como «el mejor Chemspec de la historia».

Profesionales del sector procedentes de todo el mundo pudieron establecer múltiples contactos de negocio en un entorno como el de Fira de Barcelona, que ejerce de polo de atracción de regiones tan importantes por su dinamismo económico como América Latina o el Norte de África. Chemspec Europe congregó a fabricantes o proveedores, formuladores, procesadores y proveedores de servicios de 50 países.

Una vez más, Chemspec jugó su papel de plataforma para el establecimiento de contactos con potenciales clientes y para dar a conocer las últimas novedades industriales. En este sentido, albergó numerosas actividades como conferencias y seminarios, que abarcaron sectores como el biotecnológico, fitosanitario, cosmético, farmacéutico, el del tratamiento de aguas y las ciencias de la salud, además de tratar cuestiones relacionadas con los procesos de fabricación y comercialización.

La reunión en un mismo ámbito de compradores, distribuidores y fabricantes permitió asimismo analizar las perspectivas de negocio. Como ya ocurrió en la anterior convocatoria barcelonesa de Chemspec Europe se produjo una importante participación de empresas españolas del sector.

### **SUPERFICIE**

19.000 m<sup>2</sup>

### **EXPOSITORES**

393

### **CARÁCTER**

Profesional

### **ACTIVIDADES**

Conferencias, seminarios,  
demostraciones

### **ORGANIZA**

Quartz Business Media



## Cómic

### Salón Internacional del Cómic de Barcelona

03-06/Mayo

Montjuïc. 30.ª edición (8.ª en Fira)

30  
años aniversario

El Salón del Cómic, una de las citas más importantes de Europa para los amantes de las viñetas, registró un nuevo éxito de asistencia en su 30 cumpleaños. Durante cuatro días, el certamen recibió la visita de más de 100.000 personas, que pudieron conocer las novedades del sector y disfrutar de numerosas actividades lúdicas y culturales.

Los robots y los superhéroes tuvieron un papel relevante en esta convocatoria que celebraba los 40 años de Mazinger Z con la presencia de su autor Go Nagai. También destacó la exposición «Spiderman, 50 años enredándose», sobre los orígenes y la evolución de este superhéroe creado en 1942, y la muestra «Robots en su tinta», basada en la relación del cómic con el cine y la literatura, en la que los visitantes pudieron interactuar con robots reales.

Participaron reconocidos autores nacionales e internacionales como Milo Manara, maestro del

cómic europeo; Guy Delisle, creador de *Pyongyang* y *Crónicas Birmanas*; Scott Snyder, guionista de las nuevas series de *Batman* y *la Cosa del Pantano*; o Luis y Rómulo Royo, Juanjo Guarnido y Paco Roca, los dibujantes de *Cavall Fort* y *la Escuela Joso*.

El salón organizó encuentros entre autores y editores para propiciar contactos y acuerdos, que pusieron de manifiesto el buen momento creativo y artístico que atraviesa el mundo del cómic. Se celebraron reuniones entre profesionales españoles y chinos, lo que confirmó el interés del mercado chino por la historieta europea.

Algunas de las actividades con más público fueron las sesiones de firmas con autores y los conciertos de grupos como Los Coronas, *Teràpia de Shock*, *Avalanch* o *Lax'n'Busto*.

#### SUPERFICIE

19.000 m<sup>2</sup>

#### EXPOSITORES

140

#### CARÁCTER

Público

#### ACTIVIDADES

Exposiciones, talleres, presencia de autores, conciertos

#### ORGANIZA

Ficomic



## Cosmobelleza

Salón Internacional de Peluquería, Estética y Wellnes

11-13/Febrero

Gran Vía. 18.ª edición

# 22

demostraciones  
de manicura

Cosmobelleza se convirtió en uno de los principales puntos de encuentro entre empresas y profesionales del mundo de la estética y la peluquería. Las apuestas de la edición de 2012 fueron sobre todo la formación, la internacionalización del certamen y la promoción del negocio para contribuir al impulso del mercado de la belleza, especialmente en la zona euromediterránea.

El salón, que congregó a más de 84.000 visitantes, ofreció diversos eventos dirigidos a los profesionales de la peluquería, la estética y el *wellness*, entre los que destacó el XXVI Congreso de Estética, en el que se trataron temas como las técnicas para hombres y se presentaron las últimas novedades para remodelar la silueta y los masajes que se aplican en los spa.

Actividad de gran éxito fue la «Sala Técnica de Estética y Uñas», que acogió 22 demostraciones

de manicura, uno de los sectores más en auge del momento. La pasarela «Barcelona Hair Fashion» fue otro de los focos de atención del salón, en el que se mostraron los tonos, peinados y cortes de pelo más actuales, de la mano de reconocidos estilistas.

La misma pasarela fue también escenario del concurso de maquillaje corporal «Body Art». En esta ocasión, los miembros del jurado adjudicaron el galardón al joven maquillador José Luis Blasco por su trabajo «Katrina de fuego».

El salón recuperó en 2012 la tradicional entrega del Premio Cosmobelleza a la Mejor Imagen Pública del Año, que recayó en la contertuliana y conductora televisiva Carmen Lomana, quien mantuvo una conferencia-coloquio con profesionales para dar a conocer su personal concepto de belleza.

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

### SUPERFICIE

31.800 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

295

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Congresos, premios, talleres, concursos

### ORGANIZA

Grupo Cosmobelleza



## The Craftroom

Semana de Artesanía de Cataluña

30/Noviembre – 02/Diciembre

Montjuïc. 2.ª edición

# 34

proyectos expuestos

Por segundo año consecutivo, la artesanía catalana fue protagonista de la muestra instalada en el palacio 8 del recinto de Montjuïc bajo la denominación de The Craftroom. La promoción de la actividad artesana y el estímulo de las ventas, con motivo de la proximidad de las fiestas navideñas, figuraban entre los objetivos de los organizadores, el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalitat.

La feria, de acceso gratuito, acogió una gran zona de exposición y venta de productos de diferentes sectores y oficios como complementos de moda, joyería, artículos para el hogar, objetos de regalo y decoración.

Además de los artesanos procedentes de toda la geografía catalana, la feria contó también con la presencia de profesionales llegados de otros puntos de España y de Finlandia, país

invitado y que es referente por la calidad y contemporaneidad de su artesanía.

De modo paralelo, se desarrolló un atractivo calendario de actividades dirigidas al público en general y a las familias, con talleres infantiles, cuentacuentos, demostraciones de oficios, *performances* y proyección de audiovisuales sobre artesanía catalana, entre otros. Destacaron los talleres dedicados al trabajo sobre cuero, marquetería, iniciación al grabado en vidrio, grafitis y pirograbado de la piel y bisutería ecológica con papel.

En el espacio Futur Excel·lent se exhibieron 34 proyectos de los alumnos de la promoción de 2011 y 2012 de nueve escuelas de artes y oficios de Cataluña.

### SUPERFICIE

19.100 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

70

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Talleres, demostraciones, actividades infantiles, exposición de las escuelas de artes y oficios

### ORGANIZA

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya



## EIBTM

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

**27-29/Noviembre**

Gran Vía. 25.ª edición (9.ª edición en Fira)

25

años del certamen

La cita más importante del mundo dedicada a la industria de los viajes de negocios, congresos e incentivos cumplió 25 años celebrando una de sus ediciones más innovadoras y exitosas. Recibió visitantes de 150 países y presentó la oferta de 3.100 destinos: agencias de viajes, operadores turísticos, centros de convenciones, cadenas hoteleras, empresas de servicios y organizadores de eventos.

Uno de los espacios más concurridos fue el de «Experiencias del Futuro», en el que se exhibieron las últimas innovaciones del sector, como folletos de ventas virtuales para teléfonos móviles y tabletas que incorporan realidad aumentada.

En esta convocatoria, EIBTM contó con el mayor programa de compradores invitados organizado hasta la fecha, con 4.100 profesionales internacionales, que se reunieron con los

expositores para conocer sus novedades y decidir dónde celebrar sus próximos actos.

Por primera vez, el certamen presentó el Forum EIBTM, una conferencia inaugural que en esta ocasión fue a cargo de Barbara Kellerman, profesora de liderazgo público de la universidad de Harvard. También organizó reuniones para promover el *networking* y más de 110 sesiones para analizar las últimas tendencias del sector.

El salón llegó a Barcelona en 2004 y, desde entonces, ha contribuido a promover la ciudad, Cataluña y España como destino de turismo de negocios. Según la International Congress and Convention Association, Barcelona ocupa la quinta posición del *ranking* de ciudades más destacadas del mundo en el sector de congresos y convenciones.

+info [www.eibtm.com](http://www.eibtm.com)

### SUPERFICIE

14.700 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

3.164

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Conferencias, encuentros de negocios

### ORGANIZA

Reed Travel Exhibitions





## E-Show

Salón Profesional del Comercio Electrónico y los Negocios Online

14-15/Marzo

Montjuïc. 1.ª edición

200  
ponencias

E-Show celebró su primera edición en Barcelona, tomando el relevo a otro salón de características parecidas, E-commretail Barcelona. El certamen anunció la celebración de otras convocatorias en Madrid, Lisboa y Sao Paulo además de la Ciudad Condal.

El nuevo salón quiere ser referente para los sectores del comercio electrónico (logística, medios de pago, *hosting*, CRM, *call center*, creación y diseño de tiendas virtuales), *marketing online* (análisis de web, posición de buscadores, *marketing a través del correo electrónico...*), *hosting & cloud computing*, desarrollo de las redes sociales y su estrategia, *mobile* (comercio a través de tecnologías móviles) y *digital signage*.

E-Show se orientó especialmente a las empresas y emprendedores que desarrollan negocios *online*, anunciantes, pequeñas y medianas empresas, agencias de publicidad y *marketing*

*online* y *offline*, *webmasters*, diseñadores y expertos en redes sociales. En el marco del certamen se desarrollaron más de 200 ponencias, 10 *workshops* y 20 *eCoffees*, encuentros informales de pequeño formato.

Entre las actividades específicas destacaron el Congreso de Comercio Electrónico y Negocios Online, las Jornadas para Pymes de Domestika, Eventosfera, las sesiones Open Source y la Jornada Cloud Computing con la participación de expertos y empresas líderes de un sector en crecimiento y con grandes posibilidades de desarrollo. La mayoría de los seminarios y foros alcanzaron el máximo aforo permitido, con sesiones de gran calidad y con marcas de referencia como Moritz, L'Oréal París, Starbucks y Chupa Chups.

### SUPERFICIE

2.500 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

88

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Seminarios, ponencias, clases magistrales

### ORGANIZA

E-World

+info [www.the-eshow.com/barcelona/](http://www.the-eshow.com/barcelona/)



## Eurocoat

Feria Internacional de Pinturas, Barnices y Adhesivos

02-04/Octubre

Montjuïc. 20.ª edición (2.ª en Fira)

40  
ponencias

Con la celebración simultánea de un salón profesional y un congreso técnico y científico, Eurocoat se consolidó como una plataforma de intercambio y de negocios para las comunidades industrial y científica del sector de los revestimientos, que reunió a los principales fabricantes y distribuidores de pinturas, tintas de impresión, barnices, colas y adhesivos, así como a universidades, institutos tecnológicos y centros de investigación. Este evento internacional de carácter itinerante entre Italia, Francia y España ya había escogido Fira de Barcelona en 2009 para celebrar su 17.ª edición.

En esta convocatoria, Eurocoat se abrió a nuevos mercados emergentes como China, Japón e Irán, reforzando al mismo tiempo su posicionamiento habitual en el sur de Europa y norte de África. Visitaron el evento más de 5.000 profesionales de 60 países.

Como novedad, Eurocoat puso a disposición de expositores y visitantes talleres para descubrir soluciones técnicas, así como para compartir experiencias e innovaciones sobre productos y procesos.

Paralelamente se celebró el congreso técnico, que reunió a más de 150 profesionales en torno a la reducción de costes a partir de la innovación. Se presentaron 40 ponencias sobre el desarrollo de nuevas formulaciones de pinturas, el abaratamiento de los procesos de fabricación, aplicación, formación de película y secado de los tintes y la mejora de la eficiencia del envasado. Los investigadores analizaron, además, los nuevos retos en el sector de las pinturas a través del uso de materias primas renovables y tecnologías *bio-based*.

**SUPERFICIE**  
2.000 m<sup>2</sup> (netos)

**EXPOSITORES**  
87

**CARÁCTER**  
Profesional

**ACTIVIDADES**  
Congreso, entrega de premios

**ORGANIZA**  
AETEP (Asociación Española de Técnicos de Pinturas y Afines) y UATCM (Unión de Asociaciones de Técnicos de Pinturas y Afines de la Cultura del Mediterráneo)



## Expohogar

Salón Internacional del Regalo y Artículos para el Hogar

20-23/Enero – 22-25/Septiembre

Montjuïc. 46.ª y 47.ª edición

# 2

ediciones anuales

Como es tradicional, en sus ediciones de primavera y otoño, Expohogar fue la cita obligada de los pequeños y medianos comerciantes de toda Cataluña y el área de influencia, Comunidad Valenciana, Islas Baleares y sur de Francia, para conocer y adquirir las últimas novedades en artículos de regalo, bisutería y complementos de moda y decoración.

Expohogar, uno de los salones más veteranos del calendario ferial barcelonés, es un referente en el ámbito del menaje y los productos para la cocina; interiorismo y decoración; terraza y jardín; artesanía, papelería, diseño y tendencias; textil del hogar; cuidado personal; y marroquinería y artículos de viaje.

En su edición de primavera, celebrada en enero, Expohogar actuó como un verdadero dinamizador del sector en el que las empresas expositoras pudieron cerrar numerosas

operaciones comerciales en la primera cita de la temporada, gracias a la destacada oferta de productos caracterizados por su calidad, diseño, funcionalidad y precio muy ajustado.

En septiembre, mes en que se celebró la edición de otoño, el salón recibió la visita de numerosos profesionales que adquirieron los productos y artículos de la cercana campaña de Navidad, que significa el 60% del total de las ventas anuales del sector en nuestro país.

Además, Expohogar volvió a marcar la pauta avanzando las tendencias de moda en este sector, llenando de color nuestras casas y calles. Las *cupcakes*, la variedad de tonalidades de azules y el regreso del estilo *vintage*, que fueron el *must* de la temporada, protagonizaron las dos ediciones del salón.

### SUPERFICIE

8.000 m<sup>2</sup> (primavera)

8.200 m<sup>2</sup> (otoño)

### EXPOSITORES

120 (primavera)

125 (otoño)

### CARÁCTER

Público

+info [www.expohogar.com](http://www.expohogar.com)



## Expominer & Colecciona Barcelona

Salón Internacional de Minerales, Fósiles y Joyería  
Salón de la Filatelia, la Numismática y el Coleccionismo

200  
expositores

**09-11/Noviembre**

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

Los coleccionistas y amantes de minerales, gemas, fósiles, sellos, monedas y otros objetos se citaron en el recinto de Montjuïc para disfrutar de su afición, ya que se celebraron conjuntamente Expominer, Salón Internacional de Minerales, Fósiles y Joyería, y la primera edición de Colecciona Barcelona, Salón de la Filatelia, la Numismática y el Coleccionismo. Este último estuvo organizado por Fira de Barcelona y el Gremi de Filatèlia i Numismàtica, con la colaboración de la Asociación Nacional de Empresarios de Filatelia y Numismática de España y la Federación Catalana de Sociedades Filatélicas.

La oferta conjunta de ambos eventos permitió mostrar una extensa gama de productos coleccionables: desde sellos, monedas y billetes de diferentes épocas, medallas, grabados, chapas de cava, miniaturas, dedales, carteles o fotografías antiguas, hasta una gran muestra de minerales, gemas, piedras preciosas, semipreciosas y fósiles.

Los visitantes incluso pudieron adquirir meteoritos de Marte y de la Luna.

Expominer incorporó Joia Gallery, nuevo espacio creado con la colaboración del Col·legi de Joiers, d'Orfebres, de Relotgeria i de Gemmòlegs de Catalunya, donde el público pudo admirar y comprar exclusivas joyas de autor realizadas con minerales y gemas.

Junto a la exposición comercial, que tuvo por objetivo fomentar la compraventa de los objetos expuestos, los salones pretendieron divulgar el patrimonio cultural que suponen la geología, la filatelia y la numismática, así como promover el coleccionismo entre los más jóvenes como una forma de ocio formativa.

### **SUPERFICIE**

13.400 m<sup>2</sup>

### **EXPOSITORES**

200

### **CARÁCTER**

Profesional y público

### **ACTIVIDADES**

Talleres, conferencias, concurso de dibujo.

Exposiciones: «Minerales del futuro», «Historia postal de Catalunya» y «Exilio republicano»



## Expomóvil Comercial

Salón del Recambio, Accesorios, Equipos  
y Posventa del Automóvil

**15-17/Marzo**

Montjuic. 1.ª edición

250  
marcas

La primera edición de Expomóvil Comercial se celebró con el objetivo de dinamizar el sector de la posventa. Participaron más de 250 marcas representadas y visitaron el salón compradores de Italia, Portugal, Marruecos y Alemania, que contribuyeron a mejorar la situación de un sector muy afectado por la crisis. La Federación Española de Empresarios Profesionales de la Automoción (CONEPA) estimaba que las operaciones en los talleres españoles en 2011 habían disminuido entre un 4% y un 7% respecto al año 2010 y más de 2.500 centros de reparación habían cerrado o cambiado de titular.

Además de la amplia oferta comercial, en la que figuraban primicias en el mercado español, Expomóvil contó con un extenso programa de jornadas técnicas, sesiones y actividades. Destacaron las organizadas por la Federación Nacional de Comerciantes y Reparadores de Neumáticos (FENACOR), la Federación Catalana

de Talleres de Reparación de Automóviles (FECATRA), la Confederación Española de Talleres, Reparación de Automóviles y Afines (CETRAA), la Federación Española de Empresarios Profesionales de Automoción (CONEPA), y la organizada por el propio certamen en colaboración con Auto AfterMarket News para dar a conocer la realidad del mercado portugués.

Asimismo, el salón fue escenario de muchas reuniones de trabajo, encuentros B2B y sesiones profesionales; destacó la celebración de la Asamblea General de la Asociación Europea de Equipos para Taller o los contactos de negocio establecidos entre una treintena de expositores y seis grandes compradores de Portugal.

### **SUPERFICIE**

13.000 m<sup>2</sup>

### **EXPOSITORES**

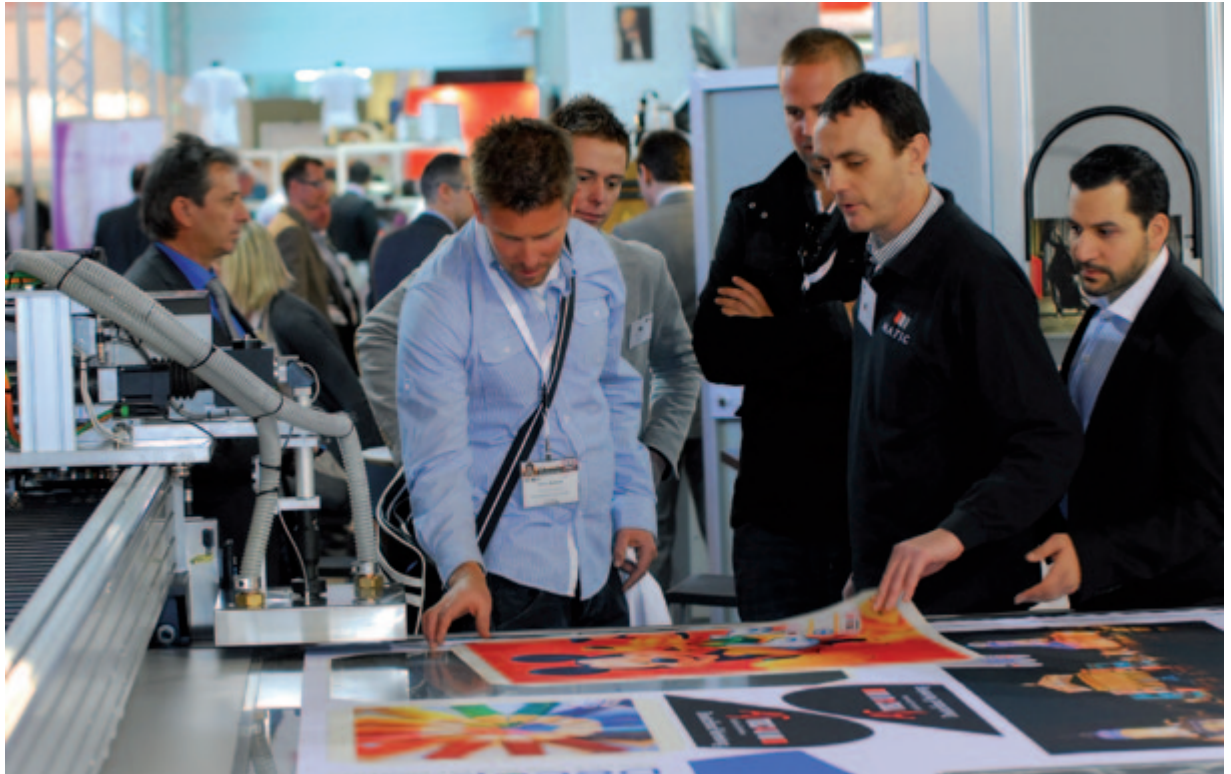
102

### **CARÁCTER**

Profesional

### **ACTIVIDADES**

Conferencias, jornadas,  
premios



## Fespa Digital

**21-24/Febrero**

Gran Via. 5.ª edición (1.ª en Barcelona)

# 111

países aportaron  
visitantes

La edición de Barcelona fue la primera de Fespa Digital celebrada en España y se trató, según los organizadores, del programa más completo y ambicioso hasta el momento, orientado a satisfacer sobre todo las necesidades de los impresores de gran formato. El encuentro estaba dirigido al sector de las artes gráficas, pero también al *packaging*: serigrafía digital, *offset* litográfico y de embalaje; fabricantes de rótulos, etc. También tuvieron cabida los pequeños formatos de impresión.

España fue el país que más asistentes aportó (45%), seguido del Reino Unido (6%), Francia (6%), Italia (6%) y Alemania (4%). La elección de Barcelona como sede constituyó un gran reclamo para los impresores de la Península Ibérica y Francia. Los visitantes procedían de más de 111 países distintos, que superaban ampliamente las previsiones iniciales de lograr la presencia de 13.000 profesionales.

Además de las exposiciones, hubo otras actividades que despertaron el interés de los visitantes relacionadas con la formación, las oportunidades de futuro, la realización de negocio y las habilidades profesionales.

Destacó el área Explore Conference, que ofreció más de 40 sesiones educativas individuales, donde se trataron temas relacionados con la creación del negocio, desarrollo tecnológico, impresión en formato estrecho, sostenibilidad, cartelería digital, perspectivas comerciales, electrónica impresa e impresión ecológica.

El Salón de la Fama, por su parte, contribuyó a recordar los nombres más importantes de la impresión digital en Europa.

### **SUPERFICIE**

15.235 m<sup>2</sup> (netos)

### **EXPOSITORES**

400

### **CARÁCTER**

Profesional

### **ACTIVIDADES**

Salón de la Fama, demostraciones, conferencias, exposiciones

### **ORGANIZA**

Fespa Ltd.



## Festival de la Infancia

**27/Diciembre – 04/Enero**

Montjuïc. 49.ª edición

# 100

actividades diversas

El Festival de la Infancia, referente navideño del ocio infantil y juvenil desde hace casi cinco décadas y el más tradicional de Cataluña, ofreció a los más pequeños y a sus acompañantes más de 100 actividades para disfrutar del final de las vacaciones en familia: juegos, *gincanas*, escaladas, deportes, talleres educativos y solidarios, concursos de dibujo, circuitos de aventura, pistas de bici, campeonatos de voleibol y patinaje sobre hielo y conciertos para todos los gustos y edades.

Combinó asimismo la diversión con la divulgación de valores como los buenos hábitos alimentarios, la solidaridad, el civismo y el respeto por el medio ambiente.

Un año más, el evento concedió especial importancia a la práctica deportiva y fue anfitrión de estrellas de diversas disciplinas, como los jugadores del FC Barcelona Adriano, Muniesa

y Cuenca, que firmaron autógrafos a más de 1.100 niños. La campeona del mundo de natación, Melanie Costa, y el capitán de la selección española de waterpolo, Felipe Perrone, también visitaron el salón, así como el piloto olímpico de *skeleton*, Ander Mirambell; los jugadores del primer equipo de baloncesto FIATC Joventut de Badalona, y el campeón paralímpico y medalla de plata de tenis mesa en Londres 2012, Jordi Morales.

La música fue otro componente fundamental del certamen, que acogió los conciertos de grupos tan reconocidos como Amelie o Macedonia, entre muchos otros que hicieron las delicias de un gran número de niños y niñas, que cada día cantaron y bailaron con los artistas en el escenario del Festival.

### SUPERFICIE

40.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

70

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Pruebas deportivas, juegos, talleres, concursos, conciertos



## FM&BS

Facility Management and Business Services World Summit

27-28/Junio

Montjuïc, 2.ª edición

60  
ponentes

Un profundo cambio de mentalidad. Este fue el mensaje que los expertos nacionales e internacionales reunidos en la segunda edición del FM&BS World Summit lanzaron para hacer frente a la crisis actual. Ponentes y delegados de este foro consideraron que extender el trabajo flexible, fomentar la movilidad laboral, utilizar aplicaciones informáticas para trabajar en la «nube digital» y apostar por la gestión integral de los servicios reduciría el gasto y aumentaría la capacidad de ahorro de las empresas y de las administraciones públicas.

La gestión integral de los edificios por parte de empresas especializadas es otra de las herramientas que permitirían reducir costes. Según la Sociedad Española de Facility Management (IFMA España), el Estado se ahorraría unos 6.000 millones cada año si externalizara la gestión de sus equipamientos.

FM&BS World Summit dio a conocer nuevamente a los directivos de las empresas privadas y a los gestores de las Administraciones, las ventajas que conlleva la externalización de servicios, una herramienta que les permite obtener un mayor grado de eficiencia, al centrarse únicamente en su actividad principal.

Visitantes y expositores expresaron su satisfacción por el desarrollo del evento, organizado en colaboración con IFMA España, para promocionar una actividad empresarial muy poco conocida en nuestro país. De hecho, en España, tan solo un 32% de las empresas externalizan al menos un servicio o una función. En Alemania el porcentaje asciende a un 70% y en el Reino Unido a un 90%.

### SUPERFICIE

5.600 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

60 ponentes  
800 delegados

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Zona de *stands*,  
área de *networking*,  
ponencias





## Gamelab

### Feria Internacional del Videojuego y el Ocio Interactivo

**27/Junio – 01/Julio**

Montjuïc. 8.ª edición (1.ª en Fira)

**1.100**  
reuniones  
profesionales

Fira acogió por primera vez Gamelab, el principal evento de España centrado en los videojuegos y el entretenimiento a través del móvil. En su primera cita en la institución ferial barcelonesa, el certamen celebró la edición más larga y concurrida de su historia. Durante cinco días visitaron Gamelab alrededor de 30.000 personas que pudieron asistir a las conferencias y tuvieron ocasión de probar muchas de las novedades más esperadas por los *gamers*.

El programa de actividades y conferenciantes reunió nombres como Kazunori Yamauchi, creador de «Gran Turismo»; Hironobu Sakaguchi, creador de la saga «Final Fantasy»; Al Lowe, autor del mítico «Leisure Suit Harry»; Xavier Carrillo, fundador de Digital Legends; y Enric Álvarez, director creativo de MercurySteam, responsable de «Castlevania: Lords of Shadow».

El salón también quiso aumentar su apuesta por el desarrollo de negocio internacional a través de Gamelab Hub, plataforma para la internacionalización de las empresas españolas de videojuegos, que reunió a más de 160 firmas y organizó más de 1.100 reuniones de trabajo entre ellas. Buena muestra de la creciente proyección internacional del evento fue el número de empresas extranjeras que tomaron parte en la iniciativa, el triple que en la anterior edición.

La feria también se volcó con la Gamelab Academy, programa destinado al fomento de los emprendedores y de las pequeñas empresas españolas, al tiempo que apuesta por una formación de calidad para los futuros profesionales con una serie de conferencias abiertas al público.

#### **SUPERFICIE**

5.000 m<sup>2</sup> (netos)

#### **EXPOSITORES**

45

#### **CARÁCTER**

Profesional y público

#### **ACTIVIDADES**

Conferencias, Gamelab Hub, Gamelab Academy, entrega de premios

#### **ORGANIZA**

Interactivas



## Hispack

### Salón Internacional del Embalaje

15-18/Mayo

Gran Vía. 15.ª edición

La internacionalidad, las nuevas tendencias de consumo y el futuro del *packaging* protagonizaron Hispack 2012, un salón que atrajo a más de 30.000 profesionales de 85 países, conjuntamente con la feria de tecnología alimentaria Bta. Los expositores, por su parte, procedían de 31 países de todo el mundo.

Se evidenció un cambio de mentalidad de los clientes de la industria del envase y embalaje, gracias al redescubrimiento del *packaging* como herramienta de venta. Las empresas expositoras constataron que, a pesar de la adversa coyuntura económica, la demanda se mueve en busca de elementos de innovación y diferenciación. En este sentido, Hispack aportó ideas y mostró tendencias y aplicaciones para que las empresas industriales y de consumo puedan optimizar sus procesos, abaratar costes, mejorar sus productos y encontrar nuevos nichos de mercado a partir del envase y del embalaje. Los nuevos materiales,

la sostenibilidad y el diseño marcaron las principales líneas de futuro.

Hispack volvió a demostrar su poder de convocatoria en diferentes ámbitos: visitaron el salón el 74% de las principales empresas alimentarias de nuestro país; el 70% de las empresas farmacéuticas líderes; el 64% de las grandes compañías del sector químico; y más de la mitad de las de perfumería y cosmética.

La estrategia de internacionalidad en la que Hispack lleva años trabajando dio los frutos esperados en un momento en que las exportaciones son claves para el crecimiento de la industria. El incremento de visitantes procedentes de mercados extranjeros en los que se realizaron acciones de promoción fue del 43% respecto a la edición de 2009. Asimismo, tuvieron lugar más de 600 encuentros de negocios entre un centenar de expositores y empresas de Angola, China, Irán, Perú, Rusia, Sudáfrica, Ucrania

#### SUPERFICIE

62.400 m<sup>2</sup>

#### EXPOSITORES

667

#### CARÁCTER

Profesional

#### ACTIVIDADES

Jornadas técnicas, presentaciones, exposición cultural, entrega de premios



# 600

encuentros de negocios

# 31

países aportaron expositores

y Uruguay. También se programaron 250 entrevistas entre compradores de 16 países y otras 114 empresas expositoras.

Así, la voluntad de internacionalización y el optimismo de cara al futuro quedaron reflejados en el Barómetro Hispack Packaging Trends, que se presentó en el salón y del que destacaron dos datos: el 55,2% de las compañías del sector son exportadoras y el 39,1% de las empresas preveía incrementar ingresos en 2012.

### Actividades formativas

En las actividades y jornadas celebradas participaron más de 500 ponentes y 2.000 congresistas. El dinamismo de los debates en el Pack Corner y el Logistic Corner cumplió todas las expectativas, se analizaron las últimas tendencias y casos de éxito en *packaging*,

publicidad en el lugar de venta (PLV) e intralogística del envase y embalaje, especialidad esta última que experimentó un importante crecimiento en la oferta y contenidos del salón.

Hispack 2012 acogió también la entrega de los premios Líderpack de envase, embalaje y PLV en los que resultaron galardonados 18 trabajos, de los cuales 12 fueron seleccionados para representar a España en el Concurso Mundial WorldStar for Packaging. Precisamente en este certamen internacional cinco Líderpack se colocaron entre los mejores envases del mundo.

El salón promovió también la vertiente cultural del envase y embalaje con la exposición TOP 10 Pack que identificó los envases más célebres de la historia: Coca-Cola, Absolut Vodka, Toblerone y Chanel N°5 encabezan la lista.

+info [www.hispack.com](http://www.hispack.com)



## Hostelco

Salón Internacional del Equipamiento para la Restauración,  
Hotelería y Colectividades

**17-21/Octubre**

Gran Vía. 16.ª edición

Hostelco, el salón líder en España y uno de los más importantes de Europa de su especialidad, mostró en la edición de 2012 las últimas tendencias en el ámbito de la restauración y la hotelería, haciendo una apuesta clara por la sostenibilidad, el ahorro energético y el diseño. Uno de sus rasgos principales fue contribuir a generar contactos entre los expositores y los más de 300 grandes compradores invitados al certamen, el 50% de ellos internacionales. Cabe destacar la celebración de las jornadas Europa-Brasil y las sesiones sobre mercados exteriores.

Paralelamente, se celebró el Congreso Mundial de la Industria Hotelera (HIWC), que reunió en Barcelona a directivos de las principales cadenas de hoteles internacionales. El encuentro contó con más de 320 asistentes y con la participación de 60 reconocidos ponentes, como el vicepresidente de Recursos Humanos de Hilton Europa, Ben

Bengougam; el vicepresidente de Operaciones de Europa Occidental de Intercontinental Hotels, Didier Boidin; o el presidente de Aspen Resorts International, Raoul Andrews Sudre.

El HIWC permitió analizar en profundidad diferentes aspectos de la industria hotelera, como el *marketing*, los recursos humanos, las oportunidades de negocio en mercados exteriores, la gestión de los spas, las redes sociales como nuevas herramientas para la venta o el poder de Internet. En este contexto, y bajo la denominación de «Hotel Influencers Meeting», el certamen organizó un singular encuentro que reunió a los *bloggers* expertos en hoteles que gozan de mayor prestigio en la red.

Una exposición de interiorismo denominada «The Luxury is freedom of choice and time for yourself» compartió espacio con el congreso y mostró a los profesionales asistentes diferentes

### **SUPERFICIE**

74.800 m<sup>2</sup>

### **EXPOSITORES**

500

### **CARÁCTER**

Profesional

### **ACTIVIDADES**

Congreso, premios, exposiciones, Campeonato Nacional de Baristas, cursos de formación

estancias de un hotel innovador y flexible, capaz de modificarse según los gustos y necesidades de los clientes.

En el marco del ya mencionado HIWC se entregaron los Word Hospitality Industry Awards, galardones destinados a reconocer el esfuerzo de los profesionales de la hostelería en dos áreas clave del sector: innovación y gestión. Las firmas Hobart, Sayl y Nuevas Técnicas del Gas fueron premiadas en la categoría de Producto Industrial, mientras que las cadenas Hotusa Hotels, Confortel Hoteles, Iberostar y Núñez y Navarro Hoteles recibieron el premio en la categoría Excelencia e Inteligencia de los Hoteles.

### Cafés y baristas

Otras actividades completaron la oferta del salón, como el primer curso de formación profesional de *pannier*, el experto en pan que sugiere los mejores maridajes entre las diferentes versiones de este alimento y las creaciones de los chefs.

La tradicional Área Café, por su parte, fue el escenario de la Final del VII Campeonato Nacional de Baristas, organizado con la colaboración del Forum Cultural del Café. El nuevo mejor barista de España fue el catalán Sergio Rodríguez.

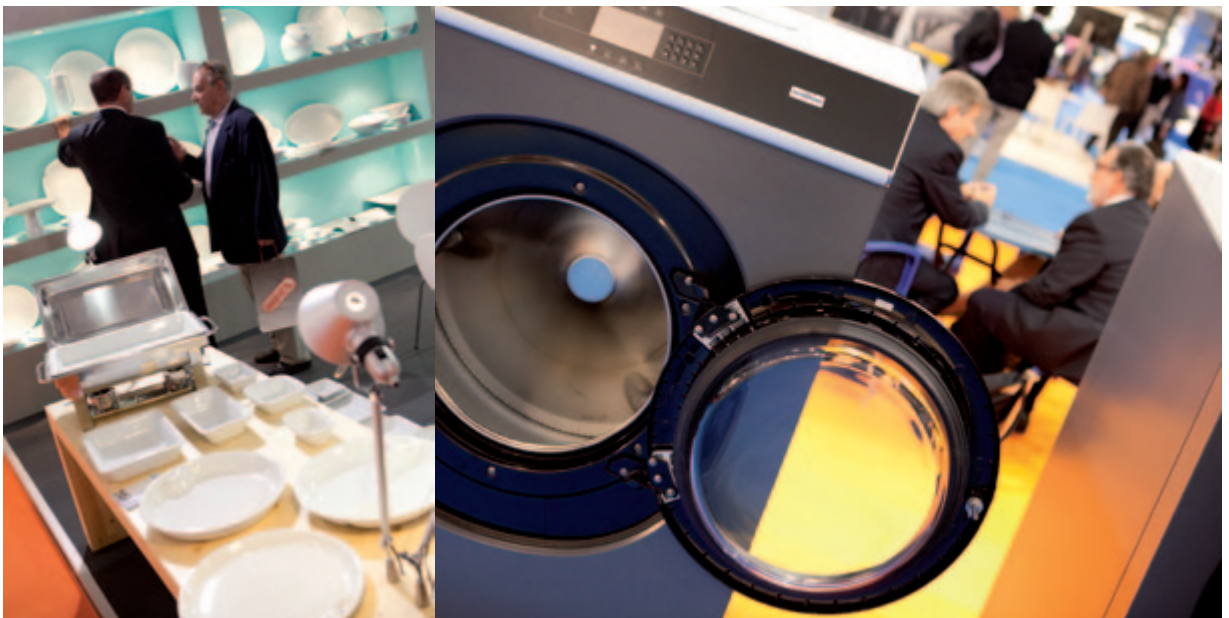
Por otro lado, algunos de los barman más reconocidos del mundo desvelaron a los visitantes de Hostelco los secretos del cóctel y de sus infinitas variantes y se exhibieron practicando el *flair bartending*, una técnica que combina acrobacia y sofisticadas coreografías con la preparación de los cócteles más espectaculares.

Hostelco, organizado por Fira de Barcelona, cuenta con la colaboración de la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (FELAC) y de la Federación Española de Hostelería (FEHR).

+info [www.hostelco.com](http://www.hostelco.com)

300  
compradores invitados

50%  
internacionales





## In Cosmetics

Feria especializada en ingredientes para la cosmética

17-19/Abril

Gran Vía. 18.ª edición

# 70

nuevos productos  
presentados

In Cosmetics es la feria de referencia internacional del sector de los cosméticos, fabricantes y proveedores de sus materias primas e ingredientes, artículos de higiene, cuidado personal e industrias del perfume. Agrupa también formuladores, expertos en I+D y especialistas en *marketing* y es escaparate de la innovación y los avances tecnológicos.

Aumentó en un 10% el número de expositores y en un 9% el de visitantes –más de 13.000 en total– en relación con la convocatoria precedente, convirtiéndose la edición celebrada en el recinto de Gran Vía en la más exitosa de su historia, a lo largo de la cual el certamen ha tenido lugar en diversas ciudades de todo el mundo. El 92% de los expositores y el 70% de los visitantes procedieron de fuera de España.

El certamen es, además, el marco en el que se lanzan cada año las principales novedades del

sector y que señala las tendencias de futuro.

En Barcelona, vieron la luz más de 70 nuevos productos relacionados con el cuidado personal en la Zona de Innovación, una de las más valoradas por los visitantes. Una playa artificial sirvió como escenario para presentar el área Belleza Solar en la que se hizo un repaso a la historia del bronceado corporal y al cuidado que precisa. En este sentido, In Cosmetics organizó un seminario científico que incidía en la necesidad de tomar el sol con precaución.

Jornadas, seminarios y conferencias sobre las «formulaciones verdes», las alternativas al testado animal o la cosmética basada en el genoma, entre otras cuestiones, integraron el programa de In Cosmetics Barcelona.

### SUPERFICIE

12.000 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

590

### CARÁCTER

Profesional

### ORGANIZA

Reed Exhibitions



## Liber

### Feria Internacional del Libro

03-05/Octubre

Gran Vía. 30.ª edición

20%  
profesionales  
extranjeros

La debilidad del consumo interno obliga a la industria del libro en español a buscar nuevos mercados exteriores. Liber, feria de referencia en España para el sector, promovida por la Federación de Gremios de Editores, se volcó en atraer compradores extranjeros, tanto de Latinoamérica como de Rusia, Turquía, China o Japón. Así, un 20% de los profesionales asistentes fue extranjero. Presentaron su oferta 328 editoriales y entidades de 15 países.

El salón evidenció que los nuevos hábitos de consumo culturales han transformado el modelo de negocio. La digitalización y sus oportunidades centraron las renovadas Jornadas Liber, a las que asistieron más de 2.250 personas y confirmaron la necesidad de información de los profesionales para posicionarse en el nuevo contexto. En la zona Liber Digital participaron una treintena de proveedores de servicios tecnológicos y el Corner Digital acogió más de 20 conferencias.

Paraguay fue el país invitado. Su delegación, integrada por editoriales, escritores, artistas, músicos y representantes institucionales, valoró muy positivamente la oportunidad de dar a conocer su literatura y producción editorial. Hubo conferencias, presentaciones de libros, actuaciones musicales y encuentros empresariales.

Finalmente, Liber homenajeó la larga trayectoria del editor Pablo Zendera Tomás al frente de Editorial Juventud durante casi 50 años. El Premio «Boixareu Ginesta» al mejor librero fue para las Librerías Picasso de Almería y Granada y se reconoció la labor de varios medios de comunicación.

#### SUPERFICIE

11.000 m<sup>2</sup>

#### EXPOSITORES

328

#### CARÁCTER

Profesional

#### ACTIVIDADES

Jornadas Liber,  
Corner Liber Digital,  
homenajes, entrega  
de premios



## Magic Internacional

Feria Espiritual, Paracientífica y de Terapias Alternativas

30/Noviembre – 02/Diciembre

Montjuïc. 8.ª edición

3

misterios históricos

La nueva edición de Magic Internacional, una de las ferias más relevantes de Europa en su especialidad, reunió a profesionales de la magia, esoterismo, nueva espiritualidad, ocultismo, técnicas paracientíficas y aspectos terapéuticos de las medicinas alternativas. Cumplió su triple función: cultural, lúdica y comercial, difundiendo el conocimiento oculto.

Participaron expositores y profesionales, como oráculos y videntes, con una amplia oferta de productos y servicios de consulta, demostraciones y prácticas. Estuvieron presentes los comerciantes más importantes del sector con artículos característicos del mundo alternativo y la paraciencia.

La feria desarrolló un completo programa de conferencias y talleres impartidos por especialistas con la voluntad de informar y formar al público acerca del mundo oculto que vivimos,

según los organizadores del certamen. Numerosos expertos, profesores y periodistas especializados encabezaron las ponencias sobre auto hipnosis; descubrimiento de la identidad espiritual; conexión entre mente, cuerpo, y espíritu; regresiones a vidas pasadas; reiki; y misterios históricos, entre otros.

El salón prestó especial atención, en esta ocasión, a los acontecimientos históricos y conmemorativos del año con una clara relación con el mundo del esoterismo y las ciencias ocultas: se trató de las profecías mayas que habían anunciado el fin del mundo en 2012, el centenario del hundimiento del buque *Titanic* al chocar contra un iceberg en 1912 y el centenario de la muerte de Enriqueta Martí Ripollés la llamada *Vampira de Barcelona*.

### SUPERFICIE

5.600 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

60

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Talleres, conferencias, demostraciones, ciclo de cine

### ORGANIZA

D'Arbó Productions





## Salón del Manga

01-04/Noviembre

Montjuïc. 18.ª edición (1.ª en Fira)

60%  
más de espacio

El Salón del Manga aterrizó en Fira batiendo sus propios récords. En la primera edición en Montjuïc, contó con un 60% más de espacio para exposición y recibió más de 100.000 visitantes, lo que superaba en un 70% las cifras del certamen de 2011 que tuvo lugar en La Farga de l'Hospitalet.

La cocina y la cultura japonesas tuvieron gran protagonismo. El público pudo saborear lo mejor de la cocina nipona en el espacio de restaurantes especializados, visitar la muestra «Manga a la carta» y participar en talleres gastronómicos, entre los cuales destacaron los impartidos por Ferran Adrià y Hiroyoshi Ishida. También se organizaron sesiones con otros grandes chefs como Hideki Matsuhisa, Maestro Tan, Takashi Ochiai, Kenji Ueno, Mutsuo Kowaki, Hiroki Yoshiyuki o Natalia Mazarredo.

No faltaron las conferencias y los debates con la presencia de importantes autores como Hiro Mashima, de *Fairy Tail*; Nozomu Tamaki, del *True*

*Blood japonés Bailando con vampiros*; y Toshiyuki Kubooka, director de *anime*.

Otras de las actividades más seguidas por los aficionados al manga, los conocidos como *otakus*, fueron los concursos de karaoke y de *cosplay*, así como las actuaciones musicales con grupos de pop japonés.

El salón conmemoró los 20 años de la llegada a España de *Dragon Ball*, con una exposición y un encuentro en el que se batió el récord Guinness de personas disfrazadas como personajes de la serie con 307 participantes. Hubo asimismo otras dos exposiciones: una dedicada a *Porco Rosso*, un clásico del manga creado por el maestro Hayao Miyazaki y el Studio Ghibli; y otra que exhibió disfraces inspirados en este género de ficción (*cosplay*).

+info [www.ficomix.com](http://www.ficomix.com)

### SUPERFICIE

21.300 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

97

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Talleres gastronómicos, conferencias con autores, exposiciones, conciertos de pop japonés, concursos de karaoke

### ORGANIZA

Ficomix



## Mobile World Congress

**27/Febrero – 01/Marzo**

Montjuïc. 7.ª edición en Barcelona

El futuro será móvil. Esa es la principal conclusión que arroja el más destacado evento mundial sobre las tecnologías móviles tras su séptima edición en Fira. Desde su llegada a Barcelona, el Mobile World Congress no ha parado de crecer y en 2012 registró cifras inéditas en casi todas sus magnitudes, superando por primera vez los 67.000 visitantes, las 1.500 empresas expositoras y los 3.300 periodistas acreditados. Unos datos que certifican la importancia de un sector que ha dejado de ser estanco y se ha convertido en elemento transversal para muchas industrias.

Por primera vez en la historia del evento, el Congreso acogió a empresas no pertenecientes al ámbito de las telecomunicaciones, como la automovilística Ford, que quiso mostrar su apuesta por la conectividad. Con ello se abrió una puerta que, con seguridad, cruzarán muchas compañías de otros sectores en los próximos

años demostrando que la movilidad es ya un elemento integrado en todos ámbitos de nuestras vidas.

Durante los cuatro días de celebración, los directivos de empresas como 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 pronunciaron conferencias y participaron en debates en los que se abordaron las principales cuestiones que definirán la industria de las tecnologías móviles en el futuro más inmediato.

Las conferencias abarcaron una amplia gama de temas, tales como aplicaciones, *cloud computing*, publicidad móvil, pagos a través del móvil, el impacto de las tecnologías móviles en el ámbito de la salud, nuevas estrategias de negocios,

### **SUPERFICIE**

74.500 m<sup>2</sup> (netos)

### **EXPOSITORES**

+ de 1.500

### **CARÁCTER**

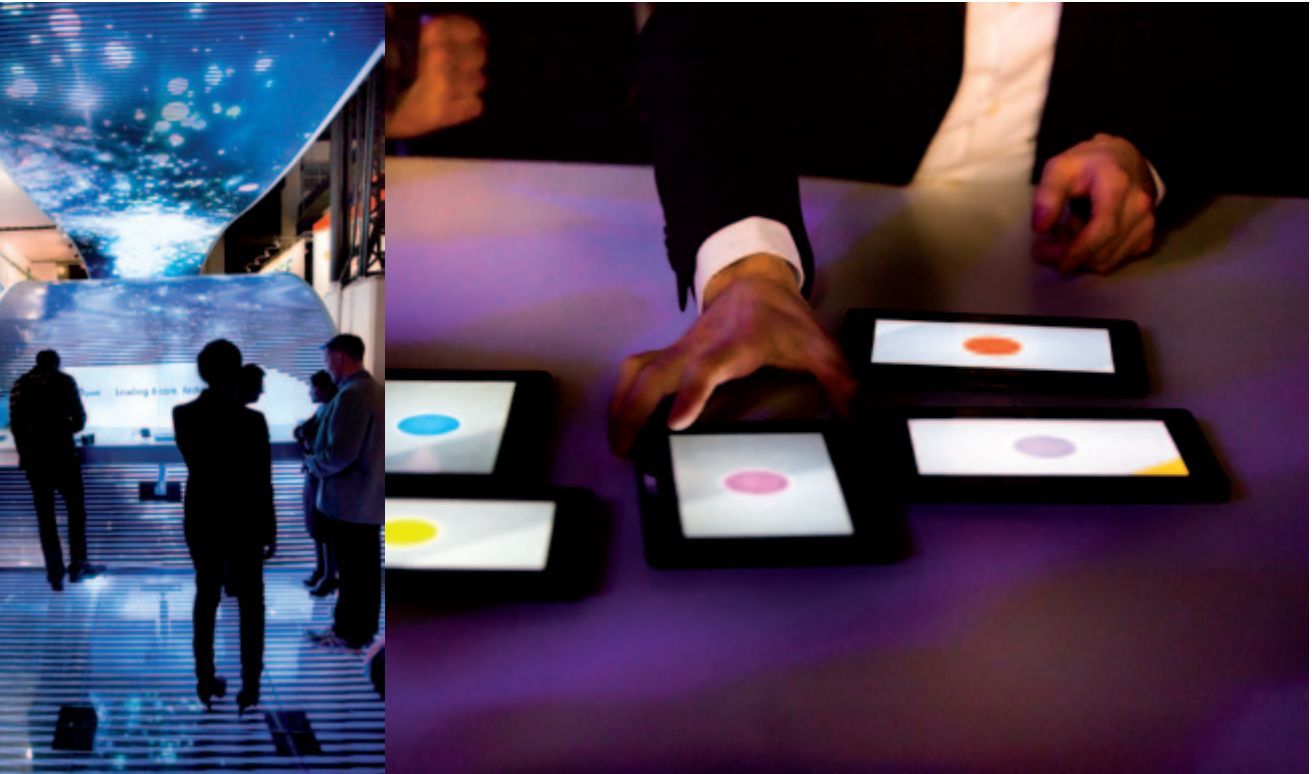
Profesional

### **ACTIVIDADES**

Cumbre de directivos, conferencias, sesiones técnicas, App Planet, Connected House

### **ORGANIZA**

GSMA con la colaboración de Fira de Barcelona



1.500  
empresas expositoras

67.000  
visitantes

sistemas informáticos incorporados, capacidad de red, redes sociales y tecnologías para la próxima generación de redes, entre otros.

### Mobile World Capital

Tras el anuncio en julio de 2011 de la designación de Barcelona como Mobile World Capital para el período 2013-2018, el proyecto presentó sus líneas maestras de actuación en el mejor escenario posible, el congreso. En el acto de presentación, la dirección de la Mobile World Capital Barcelona dio a conocer los detalles de una iniciativa estructurada en cuatro pilares: Mobile World Congress y Mobile World Hub, centrados sobre todo en el ámbito industrial y empresarial, y Mobile World Centre y Mobile World Festival, de mayor incidencia social y ciudadana. El impacto económico global se estima en cerca de 3.500 millones de euros.

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

Fira de Barcelona, como *partner* de GSMA, fue la responsable del proceso de preacreditación *online*, acreditación in situ y control de accesos durante la celebración de la conferencia, además de dirigir la logística del salón y participar en la organización de los servicios feriales de montaje, de dirección de la restauración y de *catering*, y la atención al cliente y al visitante.

+info [www.mobileworldcongress.com](http://www.mobileworldcongress.com)



# Salón Náutico Internacional de Barcelona

**26-30/Septiembre**

Port Vell. 51.ª edición

Con unas 700 embarcaciones en exposición, el Salón Náutico Internacional de Barcelona celebró su edición más marinera al concentrar por primera vez toda su oferta en el Port Vell.

En este marco privilegiado de la ciudad se ubicó tanto la muestra flotante –con embarcaciones a partir de los 8 metros de eslora– como la exposición en seco, con todo tipo de productos y servicios náuticos que incluían desde electrónica y motores, hasta pinturas, velerías, remolques, artículos de pesca, chárter o puertos deportivos, además de pequeños barcos.

En total, participaron 267 empresas, entre las que se encontraban marcas del peso de Astondoa, Bavaria, Belliure, Beneteau, Furuno, Garmin Iberia, Green Power, Jeanneau, Marina Estrella, Rodman Polyships, Sessa Marine, Sunseeker, Touron, Yamaha o Zodiac.

El nuevo modelo de salón favoreció que los visitantes pudieran ver, tocar e incluso probar las embarcaciones en el mar y los nuevos productos para practicar deportes náuticos. También permitió poner rumbo al futuro al adaptarse el certamen a las necesidades de las marcas expositoras y de los visitantes, que valoraron el cambio de manera muy positiva.

El Salón Náutico volvió a poner especial énfasis en todos los aspectos relacionados con la innovación y la aplicación de las nuevas tecnologías en la industria náutica.

Una de las estrellas de este año fue el SmartPort, una plataforma de gestión de puertos y una red social para armadores y cruceristas creada en Barcelona para teléfonos inteligentes y tabletas. Otras novedades destacadas fueron los mandos sin cables que permiten el control del fondeo o los *joysticks* que replazan el clásico timón.

## **SUPERFICIE**

16.300 m<sup>2</sup> (netos)

## **EXPOSITORES**

267 con 700 embarcaciones

## **CARÁCTER**

Profesional y público

## **ACTIVIDADES**

Boat Parade (desfile de embarcaciones), bautismos del mar, pruebas de embarcaciones, talleres de marina tradicional, presentación de regatas, conferencias, entregas de premios

Las empresas también presentaron nuevas ideas para hacer frente a la crisis. Se dieron a conocer, por ejemplo, las nuevas modalidades de servicios de chárter, uno de los segmentos de la náutica en pleno auge.

También destacaron las promociones para alquilar embarcaciones a precios asequibles durante todo el año y nuevas fórmulas que facilitan a particulares poner en alquiler su embarcación en determinadas épocas del año para ayudar a costear su mantenimiento.

### Numerosas actividades lúdicas

Aparte de la exposición comercial, el certamen también organizó un amplio programa de actividades con el objetivo de fomentar la afición a la náutica. Para ello, se habilitó una vez más el Área Fun Beach, donde los visitantes pudieron hacer su bautizo de mar y aprender las nociones más básicas de la navegación a vela, el kayak, la canoa, el *paddle surf* o, incluso, volar

literalmente sobre el mar con un nuevo *gadget* acuático: el Flyboard.

Una de las actividades más llamativas fue el Boat Parade, desfile nocturno de embarcaciones que atrajo a centenares de personas. En su primera edición participaron más de 20 barcos a vela y a motor, de entre 11 y 25 metros de eslora, que mostraron las últimas novedades en diseño, electrónica, motores y seguridad de las principales marcas nacionales e internacionales. Las embarcaciones navegaron a una velocidad de tres nudos en un espectáculo de luz y sonido.

Asimismo, por tercer año consecutivo, se habilitó el Village en el Moll d'Espanya que volvió a ser punto de encuentro de representantes de diversos ámbitos de la economía, la sociedad y el deporte.

+info [www.salonnautico.com](http://www.salonnautico.com)

700  
embarcaciones

20  
barcos en el Boat Parade





## MIHealth Forum

Foro de innovación y gestión en el ámbito sanitario

24-25/Mayo

Montjuïc. 1.ª edición

70  
ponentes

Encontrar maneras diferentes de proporcionar una mejor asistencia sanitaria nunca fue tan necesario como ahora. El crecimiento y envejecimiento de la población, junto con un contexto económico restrictivo, reclaman un replanteamiento de la actual estructura de los servicios sanitarios capaz de ofrecer una mayor calidad asistencial sin aumentar los presupuestos de los centros y los sistemas sanitarios. MIHealth Management & Clinical Innovation Forum nació con el objetivo de dar respuesta a estos retos.

En las sesiones, en las que participaron más de 900 profesionales, se abordaron temas como la gestión de la cronicidad, la teleasistencia y el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito sanitario, el fomento de la innovación entre el personal clínico o el análisis de casos de éxito, como el de la proveedora de servicios asistenciales norteamericana Kaiser Permanente.

Entre los más de 70 ponentes presentes en el Congreso figuraron Ron Kikinis, fundador del Laboratorio de Planificación Quirúrgica de Harvard (Boston, EE. UU.); Andrew Dillon, director general del National Institute for Health & Clinical Excellence (NICE) del Reino Unido; y Hung Chi-Tim, director general del clúster hospitalario de Central Kowloon (Hong Kong).

Los expertos concluyeron que los retos del sector solo pueden abordarse mediante recetas innovadoras que combinen una mayor eficiencia en los procesos, una integración adecuada de las nuevas tecnologías disponibles y un cambio de enfoque radical de la cultura médica, que adopte principios preventivos y busque conservar la salud de las personas en lugar de tratarlas una vez hayan enfermado.

### SUPERFICIE

5.600 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

260

### CARÁCTER

Profesional

### EVENTOS PARALELOS

Seminario HospitalTrack'12,  
VII Foro de Inversión  
Healthcare, European  
Connected Health  
Leadership Summit



## Ocasión

Salón del Vehículo Garantizado

30/Noviembre – 09/Diciembre

Montjuïc. 30.ª edición

1.095  
vehículos vendidos

En 2012, el Salón Ocasión creció en espacio y expositores, reuniendo 1.895 vehículos seminuevos, la mayor oferta de los últimos años. Con más vehículos, descuentos y promociones obtuvo un récord de ventas: 1.095 unidades, un 55% más que el año anterior, por un valor de 22 millones de euros.

Prácticamente la totalidad de los vehículos tenía menos de tres años, provenientes de Km0, gerencia, flotas de empresa y *renting*, sometidos a un estricto control de admisión por la certificadora Dekra para garantizar su perfecto estado.

El principal reclamo fueron las numerosas unidades matriculadas en 2012 que podían acogerse a las ayudas del Plan PIVE (2.000 euros, siempre y cuando el coche adquirido tuviera menos de un año y cumpliera determinados requisitos sobre eficiencia energética, precio inferior a 25.000 euros

y se entregara a cambio un automóvil de más de doce años). Las preferencias del público se repartieron entre los utilitarios de gama media, con precios de entre 8.000 y 15.000 euros y vehículos de marcas alemanas con importes medios en torno a los 25.000 euros. También se vendieron unidades del segmento *premium* y algunos deportivos de lujo.

Tradicionalmente, el Salón Ocasión, organizado con la colaboración de la Federación Catalana de Vendedores de Vehículos a Motor, contribuye a dinamizar las ventas de vehículos usados en Cataluña en la recta final del año cuando las empresas del sector aprovechan para renovar su *stock*. No solo propició las ventas en el recinto ferial sino que generó otro centenar de operaciones en los días posteriores en los concesionarios.

+info [www.salonocasion.com](http://www.salonocasion.com)

### SUPERFICIE

14.200 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

70

### CARÁCTER

Público

### ACTIVIDADES

Foro de la automoción



## Semana de la Formación y el Trabajo

**21-25/Marzo**

Montjuïc. Saló de l'Ensenyament, 23.<sup>a</sup> edició / Expodidáctica, 15.<sup>a</sup> / Futura, 9.<sup>a</sup>

La Semana de la Formación y el Trabajo, una de las grandes citas del sector educativo en España, reunió simultáneamente los salones Ensenyament, Expodidáctica y Futura. En total, participaron alrededor de 300 expositores y fue visitada por miles de personas. Se confirmó así el interés por un acontecimiento que ofrece la posibilidad de conocer a fondo todos los niveles del sistema educativo y las futuras salidas profesionales tras la finalización de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO). En el Saló de l'Ensenyament, las nuevas titulaciones de FP relacionadas con actividades físico-deportivas, artísticas, sanidad, servicios socioculturales, imagen y sonido, así como los grados universitarios del ámbito de la medicina, la educación, el derecho y las ingenierías centraron las consultas de los jóvenes.

Los alumnos de entre 14 y 16 años, muchos de ellos acompañados por sus padres durante el fin de semana, fueron los principales solicitantes

de asesoramiento para poder elegir con criterio su carrera profesional. También se observó un incremento de visitantes adultos interesados por los servicios de orientación personalizada para ampliar sus conocimientos en alguna materia.

La Semana de la Formación concentró cerca de 200 actividades, entre las que había desde talleres para enseñar geometría con burbujas de jabón y matemáticas con trucos de magia, hasta la presentación de los resultados de una encuesta a más de 900 profesores sobre la realidad escolar. Tuvo muy buena acogida el ámbito de divulgación «EspaiCiència», el área multimedia y el Saló de los Idiomas, con todos los cursos para aprender otras lenguas fuera de nuestras fronteras.

Uno de los programas estrella promocionados en esta edición fue el Año Escolar en el Extranjero, que permite realizar un curso de ESO o Bachillerato fuera de España. También se dieron a conocer

### **SUPERFICIE**

26.590 m<sup>2</sup>

### **EXPOSITORES**

300

### **CARÁCTER**

Profesional y público

### **ACTIVIDADES**

Servicio de información y orientación al estudiante; área de dinamización multimedia; charlas informativas para familias; concursos, mesas redondas, presentación de informes, premios





200  
actividades

900  
profesores encuestados

programas que combinan el aprendizaje del idioma con el ocio, el voluntariado o el deporte.

Por su parte, Expodidáctica fue centro de atención de los profesionales interesados en conocer nuevos recursos pedagógicos y material didáctico para el aula. Se presentaron novedades, como pupitres multitáctiles, mesas interactivas, controladores de asistencia a través de captura facial o, incluso, un inhibidor de cobertura para que los estudiantes no se distraigan con el móvil durante las clases.

### El trabajo, en el centro

La Semana de la Formación también albergó el Salón Futura, que recibió un gran número de visitantes interesados en los programas de máster y posgrado de las universidades públicas y privadas, centros de formación continua, fundaciones y escuelas de

negocio. En paralelo, el Fórum del Trabajo permitió relacionar empresas con candidatos cualificados para los procesos de selección de personal.

Por su parte, la publicación *Món Empresarial* organizó una jornada para debatir sobre la integración laboral de personas de entre 45 y 50 años que, debido a la crisis, necesitan formación continua para actualizar conocimientos y poder acceder a un empleo o cambiar de actividad. Asimismo, el salón quiso potenciar el espíritu emprendedor de los universitarios con el 3 Day Startup Barcelona, iniciativa internacional para ayudar a 40 estudiantes a crear su propia empresa de base tecnológica en solo tres días. También se celebró la 10.ª Feria Internacional de Empresas Simuladas.

+info [www.ensenyament.com](http://www.ensenyament.com)

+info [www.salofutura.com](http://www.salofutura.com)

+info [www.expodidactica.com](http://www.expodidactica.com)



## Seafood Barcelona

The Global Seafood Market

15-17/Octubre

Gran Via. 1.ª edición

60%

expositores  
internacionales

El nuevo salón internacional dedicado a los productos del mar replicó en Barcelona una de las ferias sectoriales más importantes del mundo, la European Seafood Exposition, que se celebra anualmente en Bruselas y atrajo a más de 300 expositores, un 60% de ellos internacionales.

Especializado en los productos del mar (pescados y mariscos frescos, congelados, procesados, preparados y deshidratados), en comercialización, equipos y tecnología para su procesado y embalaje, Seafood congregó a empresas, asociaciones y federaciones empresariales del sector de España y de más de 20 países. Desarrolló un programa centrado en los compradores clave para contribuir a su vocación de consolidarse como la gran feria comercial de referencia del sur de Europa y el Magreb.

Cabe destacar que España no es solo una gran potencia pesquera sino que es el tercer mercado

importador de pescado del mundo, con compras por valor de 7.100 millones de dólares en 2009 y el noveno exportador, con ventas de 3.465 millones de dólares ese mismo año. El pescado llega al 70% de los hogares y su consumo por persona y año es de 37 kilos, uno de los índices más altos de la Unión Europea.

El grupo de países que más pescado consume per cápita está integrado por Japón, Islandia, Corea, Portugal e Italia. Además, España es el tercer fabricante mundial de conservas, solo por detrás de China y Tailandia, con una producción de más de 350.000 toneladas valoradas en 2.200 millones de euros en 2010. Asimismo, exportó casi un millón de toneladas de productos del mar y de la acuicultura, ocupando la primera plaza europea.

### SUPERFICIE

12.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

300

### CARÁCTER

Profesional

### ORGANIZA

Diversified Business

Communications

y Alimentaria Exhibitions



# SIL

## Salón Internacional de la Logística y de la Manutención

05-07/Junio

Gran Vía. 14.ª edición

# 100

novedades  
mundiales

La nueva edición del Salón Internacional de la Logística (SIL) se convirtió en la más internacional de las celebradas hasta el momento. Con más de 600 empresas participantes, 100 novedades mundiales, 200 actos de empresas y un 45% de internacionalidad, el SIL consolidó su posición de liderazgo como evento ferial dedicado a la logística en el sur de Europa. Delegaciones de países como Argelia, China, India, Rusia o Taiwán, entre otros, participaron en esta edición con el objetivo de establecer relaciones comerciales e intercambiar conocimiento en torno a la gestión logística.

La importante presencia de visitantes hizo posible que el SIL alcanzase una destacada cifra de negocio fruto de más de 1.500 entrevistas comerciales entre visitantes y empresas expositoras.

Entre las más de 300 actividades celebradas durante los tres días de duración del certamen,

destacó la jornada organizada para valorar el impacto socioeconómico del Corredor Mediterráneo en un acto que contó con la participación de los presidentes de la Generalitat de Catalunya, Artur Mas; de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra; de la Región de Murcia, Ramón Luis Valcárcel; y de las Islas Baleares, José Ramón Bauzá.

Asimismo, más de 3.500 profesionales asistieron como congresistas a las 15 sesiones paralelas que completaron el programa de actividades del Salón Internacional de la Logística. Según los organizadores, se trata del encuentro profesional más importante del sur de Europa en el campo de la logística, con un prestigio conseguido progresivamente.

### SUPERFICIE

31.855 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

600

### CARÁCTER

Profesional

### ACTIVIDADES

Conferencias,  
jornadas técnicas,  
premios, encuentros  
empresariales

### ORGANIZA

Consorti de  
la Zona Franca



# Smart City Expo World Congress

Cumbre sobre ciudades inteligentes

13-15/Noviembre

Gran Vía. 2.ª edición

La segunda edición de Smart City Expo World Congress significó la consolidación de Barcelona como capital mundial de las *smart cities*. Más de 7.000 profesionales de 82 países se reunieron en el recinto de Gran Vía para abordar los principales retos que afrontarán las ciudades en un futuro próximo, presentar las soluciones disponibles y explorar las oportunidades de negocio en este nuevo ámbito.

Las ciudades serán definitivamente las grandes protagonistas del desarrollo mundial durante las próximas décadas y en ellas vivirán la mayor parte de los habitantes del planeta. Cómo se construyan las nuevas urbes y se transformen las ya existentes será un aspecto clave en el futuro de la humanidad como se puso de manifiesto durante las ponencias y debates celebrados durante los tres días del salón.

La transformación de las actuales urbes en ciudades inteligentes no es tan solo una necesidad objetiva desde el punto de vista medioambiental y económico, sino que ha abierto un nuevo mercado para empresas grandes y pequeñas de multitud de sectores. Smart City Expo World Congress ha sido el escenario perfecto para muchas de ellas, que aprovecharon los espacios de *networking* para hacer negocios y emprender nuevos e innovadores proyectos.

Entre los 317 ponentes de las más de 60 sesiones celebradas, destacaron Carlo Ratti, director del SENSEable City Lab del Massachusetts Institute of Technology; Charles Landry, economista especializado en desarrollo urbano y fundador de Comedia; Robert Puentes, especialista en infraestructuras y movilidad urbana de la Brookings Institution de Nueva York; Thomas Barrett, director de servicios técnicos y asesoramiento financiero

## SUPERFICIE

17.300 m<sup>2</sup>

## EXPOSITORES

140

## CARÁCTER

Profesional

## ACTIVIDADES

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



60

sesiones de trabajo

317

ponentes

del Banco Europeo de Inversiones; y Ricky Burdett, arquitecto urbanista y profesor en la London School of Economics.

Una de las novedades destacadas de esta segunda edición del evento fue la Smart City Plaza, una pequeña porción de ciudad por la que los visitantes pudieron transitar, una urbe inteligente real equipada con un buen número de las tecnologías urbanas disponibles hasta la fecha, ya implementadas y en pleno funcionamiento.

Con 1.200 m<sup>2</sup>, la plaza reprodujo diferentes espacios de una ciudad, como un edificio oficial, una zona ajardinada, un aparcamiento y un edificio de oficinas. En sus calles y edificios pudo comprobarse hasta qué punto estas innovaciones permiten una mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y una reducción del impacto medioambiental de la actividad humana y de los costes de uso y mantenimiento de los servicios.

### Barcelona, ciudad de ciudades

En el programa congresual tuvieron un protagonismo especial las ciudades. Urbes de los cinco continentes participaron en sesiones específicas en las que se explicaron tanto los proyectos en marcha como los ya planificados para el futuro. Entre ellas estuvieron Birmingham, Bogotá, Boston, Buenos Aires, Copenhague, Durban, Fukushima, Guangzhou, Haifa, Helsinki, Kansas City, Nueva Delhi, Nueva York, Río de Janeiro, Santander, Shenzhen, Sídney, Tokio, Vancouver, Viena, Yokohama y Zapopan.

La presencia de delegaciones oficiales de diversos países también fue particularmente destacable, entre ellas las de Argentina, Brasil, China, Colombia, Dinamarca, Israel, Japón, Kazajstán, Malasia y el Reino Unido.

+info [www.smartcityexpo.com](http://www.smartcityexpo.com)



## Swab

Feria Internacional de Arte Contemporáneo de Barcelona

23-26/Mayo

Montjuïc. 5.ª edición

# 16

galerías más  
que en 2011

Nacida en 2006 con el objetivo de presentar a los artistas contemporáneos emergentes de la escena artística mundial, Swab siguió consolidándose como uno de los más interesantes eventos culturales. Es la única feria de arte contemporáneo fundada por un coleccionista con la intención de hacerlo más accesible al gran público. En este sentido, su comité de selección, formado por directores de galerías y profesionales del arte, no solo selecciona propuestas recibidas, sino que realiza un proceso de búsqueda y seguimiento del trabajo de artistas emergentes. A ellos se añaden galerías también emergentes o poco conocidas y artistas y comisarios que inician su carrera.

En esta edición aumentó el número de galerías, 16 más que en 2011, provenientes de diferentes países. La colaboración establecida con algunas ferias internacionales, como «Preview Berlin: The Emerging Art Fair», permitió contar con una

selección de galerías de Alemania, Inglaterra y EE.UU. También las hubo de España, Rusia, Italia, Polonia, Chequia, Letonia, Argentina, Chile, México, Colombia, Brasil, China y Japón.

De acuerdo con la filosofía del certamen siguió desarrollándose la iniciativa MYFAF (My First Art Fair) creada en 2011, que da la oportunidad a una galería joven que nunca haya participado en una feria de presentar su programa. En esta ocasión, las seleccionadas procedían de Barcelona, Madrid, Berlín y Siena. Por su parte, los Arts Projects reunieron propuestas de artistas presentados por galerías españolas, portuguesas y alemanas mientras que la sección Swab Off programó actividades paralelas.

### SUPERFICIE

5.000 m<sup>2</sup> (netos)

### EXPOSITORES

64

### CARÁCTER

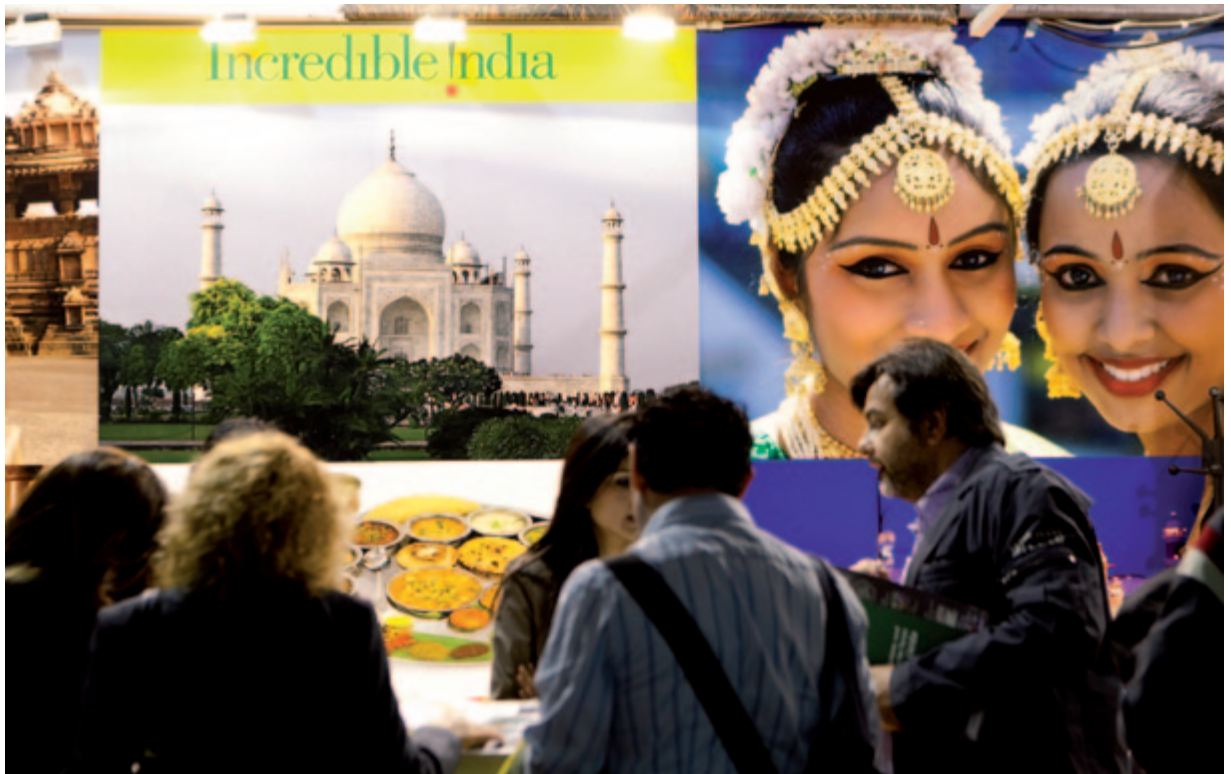
Profesional y público

### ACTIVIDADES

Conciertos, coloquios,  
*performances*, exposiciones

### ORGANIZA

Espacio de Arte  
Contemporáneo Diez y 7



## Turismo (SITC)

Salón Internacional del Turismo en Catalunya

20-22/Abril

Montjuïc. 21.ª edición

20

destinos  
mediterráneos

Los catalanes no renuncian a viajar, aunque sus hábitos han cambiado debido a la crisis: recortan días y eligen destinos más próximos. Así se evidenció en esta edición del SITC, que consolidó su apuesta por los nuevos formatos turísticos, que permiten al viajero vivir unas vacaciones a la carta.

En este sentido, el Mediterráneo, la región más turística del mundo con más de 200 millones de viajeros al año, tuvo un papel relevante: se presentó la oferta de más de 20 destinos, de los que destacan las costas españolas, Francia, Grecia, Croacia, Israel, Turquía y los países de la «Primavera Árabe», como Argelia, Túnez o Egipto. Además de los cruceros, las promociones de las agencias de viajes y las aventuras en el desierto, fueron protagonistas las propuestas especializadas en camping, turismo deportivo, sostenible, gastronómico y enológico, que contaron por primera vez con espacio propio.

Precisamente, las catas de vinos fueron una de las actividades con mayor éxito: se consumieron más de 600 litros de vino de las DO Penedès, Rioja, Jerez y Txacolí y triunfaron también las degustaciones gastronómicas y las muestras de folclore de varios países, que permitieron a los visitantes vivir un mundo de experiencias sin salir de Barcelona.

El salón acogió jornadas profesionales como el Smart Destinations Forum, que atrajo a empresas, instituciones y expertos en promover un turismo más innovador, responsable y sostenible. También destacó el Workshop anual de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes (ACAV) y la reunión de jóvenes hoteleros españoles para reflexionar sobre las nuevas tendencias del sector.

### SUPERFICIE

37.000 m<sup>2</sup>

### EXPOSITORES

1.094

### CARÁCTER

Profesional y público

### ACTIVIDADES

Catas de vino, degustaciones y muestras de folclore, jornadas profesionales: Workshop ACAV, Smart Destinations Forum, reunión de jóvenes hoteleros

# Congresos y otros eventos

## Importancia del *cloud computing*

Además de los salones ya mencionados, durante 2012, los recintos de Montjuïc y de Gran Via acogieron otros eventos feriales, como son EiG y BAC del sector de juegos *online*, Moving Outlet Show del campo de la moda y BCN & Cake, dedicado a la pastelería creativa.

En el ámbito de los congresos y las reuniones hay que destacar muy especialmente la quinta convocatoria de VM World, organizado por la empresa líder en *cloud computing* VMware, que reunió a 8.000 expertos y 120 empresas partners en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, ocupando más de 110.000 m<sup>2</sup> de superficie bruta.

Era la primera vez que la edición europea de este evento se celebraba en España después de que se llevara a cabo en Copenhague (Dinamarca) y Niza (Francia). Paralelamente, también se celebra una vez al año en la ciudad norteamericana de Las Vegas.

## Otros congresos

Cabe destacar asimismo que el Palau de Congressos acogió el 6.º Urban Research Symposium, convocado por el Banco Mundial, con la participación del Ayuntamiento de Barcelona y las Naciones Unidas para debatir sobre el modelo de crecimiento de las ciudades, la eficiencia económica y energética, la equidad social, la vivienda, el transporte y el empleo.

Por otra parte, se celebraron las XIII Jornadas Internacionales de Ventilación a domicilio, que coincidieron con la celebración del 4.º Congreso de la Asociación Europea de Cuidados Respiratorios. Las dos organizaciones tienen en común la difusión de la información, el conocimiento y la puesta en común de experiencias para mejorar la situación respiratoria de los enfermos en su domicilio.





Otros congresos y reuniones destacados fueron:

- Congreso de Discapacidad y Empleo
- Congreso Nacional AVEPA - Conferencia Veterinaria del Sur de Europa
- Jornada de Actualización de Medicina Update 2012 de la Academia de Ciencias Médicas y de la Salud de Cataluña y Baleares
- Jornadas Llongueras

Además de los salones y eventos, en las instalaciones de Fira de Barcelona, se celebraron más de 70 actos corporativos de empresas, instituciones financieras, escuelas y partidos políticos, así como un importante número de rodajes publicitarios, sesiones fotográficas y desfiles.

### Deporte y cultura popular

Cabe destacar, por el eco que tienen entre los ciudadanos, algunas de las celebraciones en el campo de la música, la cultura, el deporte o el ocio que han contado con los recintos de Fira como escenario.

En el ámbito deportivo destacan carreras que forman parte del calendario barcelonés, como son el Maratón y la tradicional Jean Bouin, además del Rally Costa Brava de automóviles históricos. Con respecto a las celebraciones populares ciudadanas, deben mencionarse los actos relacionados con las fiestas de Mercè y la Cabalgata de Reyes.

Fira acogió en 2012 congresos muy relevantes en el campo de las ciencias de la salud, las tecnologías de la información y el urbanismo



## Festival Sónar

Durante 2012, el recinto de Gran Via acogió, una vez más, los conciertos nocturnos del Sónar, el Festival de Música Avanzada y New Media Art de Barcelona, que organiza Advanced Music y que reunió a cerca de 98.000 personas. Se calcula que más de 64.000 participaron en las sesiones de noche celebradas del 14 al 16 de junio. Las actividades diurnas, exposiciones y otras propuestas tuvieron como marco el CCCB y el MACBA.

Sónar se ha convertido en un referente internacional del arte de vanguardia que trasciende a la propia música

El Sónar es una acertada combinación de arte de vanguardia y experimentación con la música electrónica, que se ha convertido en referente en todo el mundo, pues se celebra también en Reikiavik, Sao Paulo y Tokio. Un 60% del público de Barcelona es internacional.

Cabe señalar que se ha anunciado que las sesiones diurnas de Sónar 2013 trasladan su escenario al recinto de Montjuïc de Fira de Barcelona, que, de este modo, acaba concentrando toda la actividad de este importante festival.

## Harley Days

Otra de las grandes manifestaciones populares que tienen como marco el recinto ferial de Montjuïc son los Barcelona Harley Days, que se han convertido en la más importante concentración europea de seguidores de la mítica marca norteamericana de motocicletas.



Los recintos de Fira se transformaron, también en 2012, en óptimos escenarios de rodajes publicitarios



Del 6 al 8 de julio se reunieron miles de motoristas y aficionados que pudieron disfrutar de numerosas propuestas: demostraciones o *demo rides*, concursos de customización Custom Bike Show, rutas guiadas, *merchandising*, exposiciones de los últimos modelos, conciertos de música rock y una espectacular fiesta *country*, considerada la mayor de España.

Uno de los actos más relevantes de la concentración lo constituyó, como cada año, el gran desfile de banderas por las calles de Barcelona a lo largo de 13 km con salida y llegada al recinto de Montjuïc.

contra la pobreza. Se obtuvieron más de 4,5 millones de euros, destinados a 40 proyectos de entidades del tercer sector social en los ámbitos de la asistencia, la vivienda, la inserción sociolaboral y la infancia.

En el mes de diciembre se celebró la habitual edición anual de «La Marató», centrada esta vez en recabar fondos para destinarlos a financiar proyectos de investigación contra el cáncer. También en esta ocasión, el palacio 1, cedido igualmente por la institución ferial, fue uno de los centros neurálgicos de este evento mediático y ciudadano.

### Los maratones de TV3

El mes de mayo de 2012, el palacio número 1 del recinto de Montjuïc, cedido por Fira de Barcelona, se convirtió en el gran centro telefónico de «La Marató» de TV3, convocada de manera extraordinaria para recaudar fondos para luchar

# Al servicio de los objetivos de Fira



Los distintos departamentos de Fira de Barcelona desarrollaron a lo largo de 2012 una intensa actividad orientada a alcanzar los grandes objetivos de la institución: el apoyo a la economía productiva, la internacionalización, la apuesta por la innovación y el conocimiento, así como el fomento de la actividad y el empleo en Barcelona y en su entorno metropolitano, inducidas por el desarrollo del calendario ferial.

Por lo tanto, buena parte de la gestión comercial de Fira de Barcelona se dirigió a promover la participación de las empresas en los salones organizados por la institución, poniendo al alcance de los potenciales expositores un amplio abanico de servicios.

En un marco económico muy complejo que exige un gran esfuerzo, los equipos comerciales de Fira realizaron cerca de 12.200 gestiones con empresas, de las cuales 3.776 fueron visitas personalizadas. En la misma línea de favorecer la participación, hay que subrayar la

importancia de la oferta de *stands* modulares y de diseño de ServiFira, planteados en función de las características de cada salón, que incluyen un completo *pack* de servicios variados.

### Relación con los visitantes

El Departamento de Relación con el Visitante, que incluye el *call center*, realizó durante el año 2012 numerosas acciones con el fin de proporcionar ofertas, información y consejos a los visitantes.

En la línea de favorecer al máximo la presencia de los visitantes, el programa *Hosted Buyers* o Compradores Invitados fomentó la visita de grandes compradores o *VIP Buyers*. Asimismo se realizaron acciones de *networking* en diferentes formatos como Agendas, B2B, *speed dating*, etc., y se registraron centenares de reuniones, entre expositores y *VIP Buyers*.

Fira de Barcelona puso el foco en la atención al cliente, situándolo en el centro del negocio



Uno de los ejes estratégicos de Fira de Barcelona es la potenciación del canal *online* como vía de comunicación y gestión con los clientes de los salones que se organizan. Durante el ejercicio que comentamos se actualizó el diseño de las webs de salones con el objetivo de incrementar la calidad y la cantidad de información y contenidos, así como de mejorar la gestión y la compra de servicios a través de Internet. Las webs de los salones de Fira recibieron 2,5 millones de visitas y un gran número de visitantes adquirió su pase profesional a través del sistema de acreditación *online*.

### Nuevas apuestas tecnológicas

Cabe remarcar el impulso de la presencia en las redes sociales de cada uno de los salones organizados por Fira, con los que se han alcanzado 85.000 seguidores a través de Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Flickr, Pinterest e Instagram. Las redes sociales se han convertido en un canal de comunicación muy relevante, tanto antes como durante y después de la celebración de los salones.

Durante 2012, Fira de Barcelona trabajó en la preparación de nuevos sistemas de información para incorporar la tecnología NFC (*Near Field Communication*) a sus servicios de acreditaciones, lo cual significa un importante avance en el control de los accesos a los recintos por parte de

los expositores y visitantes, que ofrecen mejores niveles de fluidez y seguridad.

El sistema desarrollado por Fira se basa en el uso de las plataformas de comunicación móvil (Android, Windows Phone y Blackberry) como instrumentos de identificación personal, de acceso a las diferentes sesiones programadas y de pago de servicios dentro del recinto ferial y también en otros ámbitos urbanos (tiendas, restaurantes, museos, taxis...).

Además de la comodidad para el usuario, una de las ventajas del sistema es la sostenibilidad, ya que elimina la necesidad de imprimir materiales (papel, cartón, plástico...), de consumir tinta y de reciclar residuos. Este nuevo sistema, con el nombre de NFC Badge, se puso en marcha por primera vez durante el Mobile World Congress de 2013.

### Atención preferente al cliente

La preocupación por la excelencia en la atención al cliente ha sido una constante en la trayectoria de Fira de Barcelona en los últimos años. En 2012, la institución recibió el Premio UFI Operations Committee Service Quality Management, otorgado por la máxima organización representativa de las instituciones feriales a nivel internacional, por su programa de gestión y eliminación de incidencias, nacido con el objetivo de reducir el 80% de las que se producían en la venta de servicios al expositor,



Se han desarrollado nuevos sistemas tecnológicos que mejoran la acreditación para garantizar fluidez y seguridad



El restaurante gastronómico Nucló es pieza clave de la amplia oferta de servicios de restauración de GastroFira

incrementar el índice de satisfacción del cliente y aumentar la productividad.

La mayoría de estas incidencias estaban relacionadas con el montaje de los stands, mobiliario y servicios de electricidad. Las claves de la resolución de los problemas planteados fueron la creación de una oficina técnica, el análisis de toda la cadena de suministro y la fijación de indicadores de calidad.

Cabe destacar, en el mismo sentido, que Fira de Barcelona recibió un nuevo reconocimiento internacional, en este caso de la mano de los organizadores del European Business Awards, con sede en Londres, al ser proclamada «campeona nacional» en la categoría de Mejor Atención al Cliente.

### GastroFira

Dentro de la amplia oferta de restauración de Fira, GastroFira gestionó 67 locales ubicados en los recintos de Montjuïc y Gran Vía, entre concesiones a empresas del sector y establecimientos de gestión propia. A finales del mes de noviembre se hizo público el resultado del concurso de licitación de 22 locales, adjudicados a los grupos Áreas y Soterías.

2012 ha sido un año de mucha actividad, sobre todo con la coordinación de los servicios de *catering* y restauración de grandes salones de dimensión internacional como Alimentaria, Mobile World Congress y EIBTM, entre otros, así como de eventos corporativos tan relevantes como el congreso tecnológico VM World sobre *cloud computing*. Hay que destacar que las necesidades de organizadores, expositores y visitantes obligan a crear propuestas gastronómicas a medida de las distintas realidades culturales y dietéticas. Un año más fue objetivo prioritario garantizar la calidad y la higiene alimentaria tanto en los locales como en los servicios de *catering*.

Durante el ejercicio que comentamos se sirvieron más 50.000 *coffee break*, 30.000 aperitivos y cócteles, 35.000 bufés, 3.500 picnics y 80.000 productos de *catering* en los stands. Como dato curioso se puede señalar que si se hubieran puesto en fila todos los batidos, zumos de fruta y refrescos servidos durante el VM World hubieran sumado 8,5 km, o lo que es lo mismo, habrían podido rodear el recinto de Gran Vía casi cuatro veces.

Destacamos también que el restaurante gastronómico Nucló, ubicado en el Hall Europa del recinto de Gran Vía, sigue siendo un referente



La colaboración de Fira con «La Marató» de TV3 se inscribe en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa de la institución

en la zona para clientes de negocios gracias a su cocina de mercado y a su excelente relación calidad-precio.

### **RR.HH., foco en el cliente**

Durante 2012, una de las principales iniciativas del Área de Recursos Humanos ha sido el Proyecto Cliente, que tiene como objetivo sensibilizar a toda la plantilla sobre la importancia de satisfacer al cliente, externo o interno. En este sentido se desarrollaron varias acciones, como el «Manifiesto Cliente», que está relacionado precisamente con el compromiso explícito de situarlo en el centro del negocio, en el foco de las políticas, procesos, productos y servicios, acentuando el firme compromiso de la organización y de cada uno de sus colaboradores.

También se realizaron las «Visitas a los Departamentos» con el fin de potenciar la identificación y el conocimiento por parte del cliente de cada área. En la misma línea figuraron las visitas a salones con el fin de captar mejor las necesidades organizativas y logísticas de los expositores y visitantes.

Un año más se puso un especial acento en la formación, con la realización de 36 acciones, un 44% más que en 2011, equivalentes a 2,9 jornadas de formación por empleado, aunque se destinó el mismo presupuesto. Las acciones comerciales y de ventas y las nuevas herramientas de gestión se convirtieron en el centro de la actividad formativa.

Fira siguió invirtiendo en la prevención de riesgos laborales y, un año más, se redujo el número de accidentes. Recibió un accésit del Premio Antonio Baró, que otorga MC Mutual en reconocimiento a su compromiso con la prevención de riesgos.

Cabe destacar, por otra parte, que el 60% de la plantilla se acogió a alguna de las propuestas del Plan de Retribución Flexible, puesto en marcha en 2008, y que consiste en dedicar una parte de la retribución fija al seguro de salud, cheques restaurante, tiques transporte, etc.

Al finalizar el ejercicio, la plantilla fija de Fira de Barcelona era de 265 personas. Por primera vez, el número de mujeres (51%) superó al de hombres.



## El compromiso de la RSC

Para Fira de Barcelona, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) significa compromiso con la comunidad, apuesta por la sostenibilidad y protección del medio ambiente.

En este sentido, ha seguido desarrollando durante 2012 una activa política de sostenibilidad medioambiental, reciclaje y eficiencia energética que se ha aplicado a los actos y eventos organizados. En la cartera de servicios al expositor se siguió ofreciendo la posibilidad de adquirir *stands* y complementos ecológicos, así como el servicio de cálculo y compensación de la denominada *huella del carbono*, que identifica las fuentes de emisión de gases de efecto invernadero que acompañan a toda actividad humana.

A lo largo del año 2012 se transfirieron más de 1.100 toneladas de residuos (papel y cartón, cristal, envases ligeros, etc.) generados en los salones a plantas de recuperación para la producción de materiales reciclados.

En el marco de la política de Responsabilidad Social Corporativa, prosiguió la colaboración de Fira con varias organizaciones cívicas para el desarrollo de acciones solidarias. El mes de mayo de 2012, cedió el palacio número 1 del recinto de Montjuïc como gran centro telefónico de «La Marató» de TV3, dedicada de manera extraordinaria a combatir la pobreza con una recogida de fondos para entidades del tercer sector social. El mes de diciembre se celebró la habitual edición anual de «La Marató», centrado esta vez en la investigación contra el cáncer.

Asimismo prosiguió la colaboración del departamento de GastroFira y del salón Alimentaria con la Fundación Banco de Alimentos, que se tradujo en la entrega de excedentes de producción que se concentran al finalizar un evento y los que tienen una corta vida útil. GastroFira inició también su colaboración con la ONG Nutrición sin Fronteras.

Por otra parte, la institución ferial incluyó una cláusula social en todos los concursos de proveedores, que otorgaba una puntuación «extra» a las empresas concursantes que tuvieran un mínimo de un 2% de personas con discapacidad en su plantilla. Asimismo, colaboró con varias entidades dedicadas a la inserción laboral de personas con discapacidad (Fundación Adecco, Programa Incorpora de La Caixa, Fundación

Seeliger y Conde, etc.) y contribuyó a la acción de otras entidades como la Fundación Step by Step, Cáritas y a difundir los valores de organizaciones como ONCE, UNICEF, Cruz Roja, la Fundación Pere Tarrés y la Fundación Vicente Ferrer, entre otras. La colaboración con la universidad y el mundo educativo forman también parte del ámbito de preocupación de Fira para dar respuesta a las exigencias de su responsabilidad social.

## Importancia de la comunicación

Fira de Barcelona, a través de su Área de Comunicación, desarrolló una intensa tarea de información sobre los salones y eventos organizados por la institución y sobre su política corporativa, tanto entre los medios convencionales (prensa, radio, TV, agencias de noticias, etc.) como entre los medios *online* que, progresivamente, han adquirido creciente peso en la configuración de la opinión pública.

En 2012 se puso en marcha el blog corporativo «Firablog» y prosiguió la publicación de «Firanews», también de carácter digital, que ofrecen una mirada amplia y abierta de la actividad ferial. A estos dos instrumentos hay que añadir la importancia de la página web institucional, con más de 638.000 visitas en 2012, y del Twitter corporativo, que cuenta con más de 5.000 seguidores.

Durante 2012 se acreditaron en los distintos salones celebrados en Fira más de 10.000 periodistas y se publicaron o emitieron más de 23.700 noticias relativas a los salones y eventos feriales y a la dimensión corporativa de Fira de Barcelona.

La generación de más de 23.000 noticias confirma el interés que despiertan Fira y sus salones



# Resultados económicos 2012



2012 ha sido, en comparación con los últimos años, un buen ejercicio en términos de volumen de negocio. A pesar de la situación de crisis que afecta de forma general a los principales sectores económicos representados en los salones más emblemáticos de Fira, se han superado los 115 millones de euros, lo que significa recuperar los niveles del año 2009.

Este resultado ha sido posible gracias al esfuerzo innovador en materia de salones, a los eventos internacionales y al lanzamiento de productos adecuados a las nuevas demandas sociales y empresariales.

Cabe destacar que se han modificado las tendencias, según las cuales los ejercicios correspondientes a los años impares alcanzaban tradicionalmente, y por razones de calendario de celebración, mayores ingresos que los de los años pares. Durante 2012 se ha evidenciado que la relevancia de la facturación está mucho más condicionada por la captación de acontecimientos internacionales y por el buen comportamiento del conjunto de los salones celebrados en Fira de Barcelona.

En este sentido, destaca, por su incidencia en los resultados, la celebración, un año más, del Mobile World Congress, que tras celebrarse durante siete años en el recinto de Montjuïc, en 2013 se traslada al de Gran Vía para disponer de mayor espacio y capacidad logística y operativa. Otros eventos celebrados en 2012 con un relevante peso son: Alimentaria, las ediciones conjuntas de Hispack y Barcelona Tecnologías de la Alimentación (Bta), Hostelco, Smart City Expo World Congress, Bizbarcelona, Náutico y The Brandery, entre otros.

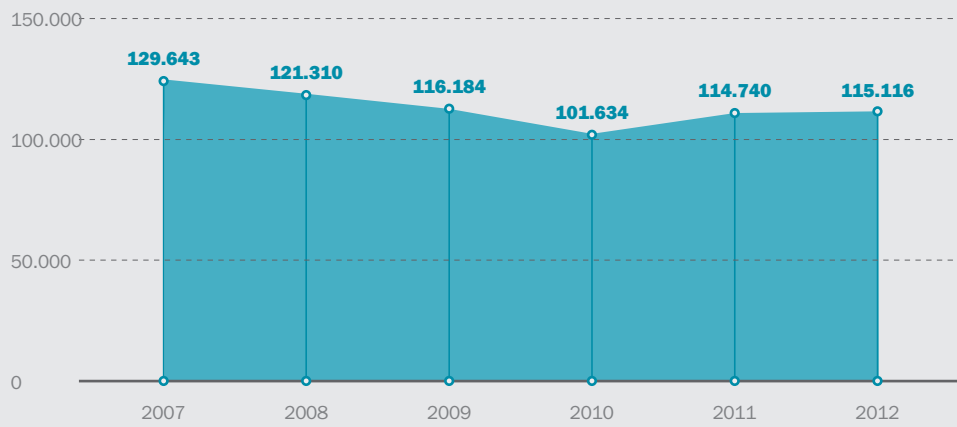
El volumen de negocio obtenido finalmente ha sido de 115,1 millones de euros, lo que supone un incremento del 13,3% con respecto a los 101,6 millones de euros de 2010, el último año par, tradicionalmente comparable. Representa también un incremento de 0,4 millones de euros, con respecto a los 114,7 millones de euros obtenidos en 2011.

Este volumen de negocio comprende tanto el generado por la sociedad Fira Barcelona como por Firesa, dedicado a la comercialización y prestación de servicios de logística y operaciones en el campo

| <b>CUENTA DE EXPLOTACIÓN FIRA</b> |                |                |                |                |                |                |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                                   | <b>2007</b>    | <b>2008</b>    | <b>2009</b>    | <b>2010</b>    | <b>2011</b>    | <b>2012</b>    |
| <b>INGRESOS</b>                   | <b>129.643</b> | <b>121.310</b> | <b>116.184</b> | <b>101.634</b> | <b>114.740</b> | <b>115.116</b> |
| Participación                     | 86.495         | 78.063         | 69.482         | 60.786         | 62.850         | 68.633         |
| Servicios                         | 33.397         | 34.549         | 36.993         | 33.511         | 43.612         | 37.944         |
| Restauración                      | 9.751          | 8.698          | 9.709          | 7.337          | 8.278          | 8.539          |
| <b>GASTOS</b>                     | <b>110.224</b> | <b>106.218</b> | <b>101.245</b> | <b>90.589</b>  | <b>103.621</b> | <b>104.107</b> |
| Participación                     | 50.411         | 48.366         | 44.005         | 40.662         | 45.426         | 49.185         |
| Servicios                         | 22.877         | 26.880         | 26.664         | 24.223         | 31.440         | 28.092         |
| Restauración                      | 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         |
| <b>EBITDA</b>                     | <b>19.419</b>  | <b>16.582</b>  | <b>14.939</b>  | <b>11.045</b>  | <b>11.119</b>  | <b>11.109</b>  |
| % EBITDA / INGRESOS               | 15%            | 14%            | 13%            | 11%            | 10%            | 10%            |

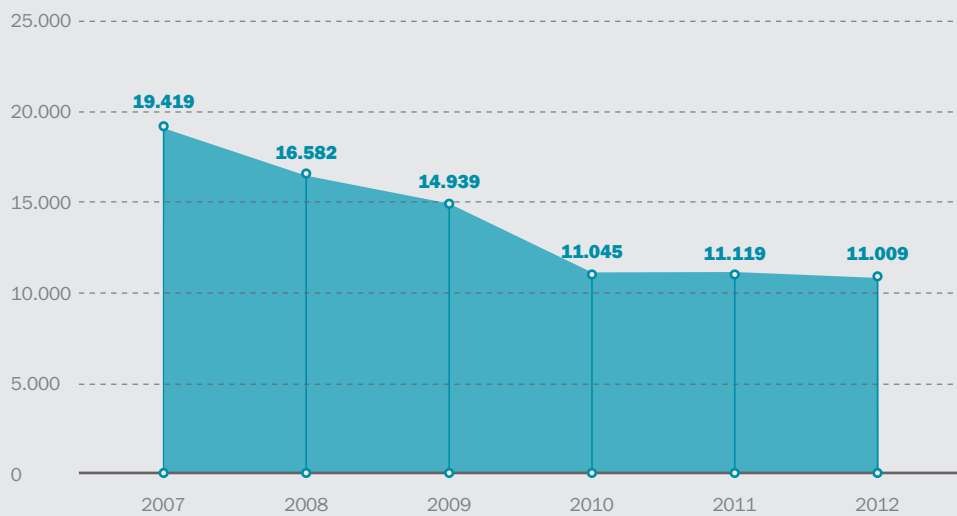
### EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS

(miles de euros)



### EVOLUCIÓN DEL EBITDA

(miles de euros)



ferial y Alimentaria Exhibitions S.A., organizadora de salones alimentarios.

Por lo que respecta a evolución del gasto operativo, que ha sido de 104,1 millones de euros, representa un aumento del 14,9% respecto a 2010 y es, en cierto modo, proporcional al incremento de la actividad. Si se compara con 2011, se puede ver que la evolución es paralela a la de ingresos, con una subida de 0,5 millones de euros respecto a los 103,6 millones de euros de gasto operativo de 2011. Este incremento se debe al mayor número de eventos organizados en 2012. En este sentido, continúa el esfuerzo de Fira por mantener la partida designada a la promoción de los salones.

Asimismo, se ha continuado con el esfuerzo iniciado ya en 2009 para reducir el gasto de estructura, que se ha estabilizado en los 21,5 millones de euros en 2012; 21,1, en 2011, y 21,4 en 2010.

El comportamiento combinado de las magnitudes mencionadas hace que el Ebitda se haya situado en 11 millones de euros, también en línea con lo que se obtuvo en los años 2011 y 2010.

Por lo que respecta al volumen de inversiones realizadas durante 2012, se ha seguido con una política restrictiva, como en los últimos años, aunque han tenido que llevarse a cabo algunas intervenciones en el recinto de Montjuïc por razones de operatividad. Los recursos totales destinados a la mejora de las instalaciones y al desarrollo informático han sido de 1,8 millones de euros.

Finalmente, cabe señalar que en los últimos días del año 2012 se llegó a un acuerdo con Reed Exhibitions Iberia para adquirir el 50% de las acciones que esta compañía tenía de Alimentaria Exhibitions, S.A., *joint venture* integrada por Fira de Barcelona y la multinacional británica. Con esta compra, Fira se convierte en propietaria al 100% de la sociedad organizadora de los salones Alimentaria, Bta, Alimentaria Lisboa, Alimentaria México, Alimentaria Brasil y Seafood Barcelona.

Este acuerdo no impacta económicamente en el ejercicio 2012 –puesto que tiene vigencia a partir del 2 de enero de 2013–, pero sí tendrá un efecto favorable durante los próximos años.



# Delegaciones internacionales

## Alemania

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

## Argelia

Bcn Promotions  
Gérard Escrivà  
34, rue Geoffroy Saint Hilaire  
75005 París  
Francia  
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

## Austria

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

## Bélgica

Koraal Consulting  
Micole Smits / Oscar Van Zetten  
Heerlenerweg 10 - 6132 CM  
Sittard  
Países Bajos  
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

## 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

## Canadá

PB Marketig Internacional  
Philippe Bazin / Dolly Sanchez  
9 West 34th Street, Suite C117 -  
Nueva York  
Estados Unidos  
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  
Tel. 0093 514 3959  
Fax. 0093 215 4382  
colombia@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

## Eslovaquia

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

## Estados Unidos

PB Marketig Internacional  
Philippe Bazin / Dolly Sánchez  
9 West 34th Street, Suite C117 -  
Nueva York  
Estados Unidos  
Tel. 001 212 564 0404  
Fax. 001 703 229 4176  
usa@firabarcelona.com

## Francia

Bcn Promotions  
Gérard Escrivà  
34, rue Geoffroy Saint Hilaire  
75005 París  
Francia  
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  
Taiwán  
Tel. 00886 2 2708 0927  
Fax. 00886 2 2701 0627  
hongkong@firabarcelona.com

## Hungría

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



**Irlanda**

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

**Israel**

Tavor Economic Consultants Ltd  
Sergio Vinitisky  
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

**Italia**

Expo Consulting  
Marco Barozzi  
Via Brugnoti, 8 40122  
Bologna  
Italia  
Tel. 0039 051 649 31 89  
Fax. 0039 051 649 32 42  
italy@firabarcelona.com

**Luxemburgo**

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

**Marruecos**

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

**México**

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

**Países Bajos**

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

**Países del Golfo:  
Emiratos Árabes Unidos  
(U.A.E.), Arabia Saudí, Bahrein,  
Kuwait, Qatar y Omán**

Elias Industries, SPC  
Francisc Elias i Miralles  
P.O. Box 82405  
Reino de Bahrein  
Tel. 00 973 36 595 153  
gcc@firabarcelona.com

**Perú**

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

**Polonia**

Mercados Exteriores Consulting  
& Events  
Katarzyna Dylak  
Lucka, 7/9 - 00-842 Varsovia  
Polonia  
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

**Reino Unido**

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

**República Checa**

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

**Rusia**

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

**Suiza**

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

**Taiwán**

Fairs communications int'l Co., LTD  
Simon Yu  
5 Fl., Nº 255, Yen Chi Street Taipei  
- 106  
Taiwán  
Tel. 00886 2 2708 0927  
Fax. 00886 2 2701 0627  
taiwan@firabarcelona.com

**Túnez**

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

**Turquía**

Senexpo Uluslararasi A.S.  
Ceren Kilicarslan  
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengu  
Caddesi nº 103 D.1  
Sisli, Estambul  
Turquía  
Tel. 0090 212 224 68 78  
Fax. 0090 212 224 85 58  
turkey@firabarcelona.com

**Ucrania**

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

## MONTJUÏC

Uno de los recintos feriales urbanos  
más emblemáticos de 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 MWCapital 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 m<sup>2</sup>** (rough)

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

### MONTJUÏC

**165,000 m<sup>2</sup>** (rough)

of exhibition area; 50,000 outdoors

### GRAN VIA

**240,000 m<sup>2</sup>** (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  
Greisen

### 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 Balaña

### Festival de la

Infancia  
Helena Rakosnik i Tomé

### Liber

Javier Cortés Soriano

### MIHealth

Josep M<sup>º</sup> 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 m<sup>2</sup> (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/](http://www.alimentaria-bcn.com/)

## Antiquaris

Modern and Antique Art Fair

**24/3 - 1/4**

MONTJUÏC. 36TH EVENT

**Area:** 13,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.antiquarisbcn.com)

## Auto Retro Barcelona

Antique Cars and Motorcycles Exhibition

**05-09/12**

MONTJUÏC. 29TH EVENT

**Area:** 30,580 m<sup>2</sup>

**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](http://www.autoretro.es)

## Barcelona Meeting Point

International Real Estate Show

**17-28/10**

MONTJUÏC. 16TH EVENT

**Area:** 20,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.bmpspsa.com)

## Barcelona International Boat Show

**26-30/09**

PORT VELL. 51ST EVENT

**Area:** 16,300 m<sup>2</sup> (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](http://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 m<sup>2</sup>

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 Dalmou, 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](http://www.moda-barcelona.com)

## Bebés & Mamás

Baby and Mother Trade Fair

05-06/05

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

Area: 13,400 m<sup>2</sup>

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](http://www.bebesmamas.com)

## Bizbarcelona

Entrepreneur Exhibition

13-14/06

MONTJUÍC. 2ND EVENT

Area: 19,000 m<sup>2</sup>

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](http://www.bizbarcelona.com)

## The Brandery

Urban Contemporary Fashion Show

27-29/01 – 13-15/06

MONTJUÍC. 6TH AND 7TH EVENTS

Area: 18,000 m<sup>2</sup> (January) / 19,000 m<sup>2</sup> (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](http://www.thebrandery.com)

## Bta.

Barcelona Food Technology

**15-18/05**

GRAN VIA. 13TH EVENT

**Area:** 42,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.bta-bcn.com)

## International Caravan Trade Fair

**03-11/11**

GRAN VIA. 30TH EVENT

**Area:** 20,000 m<sup>2</sup>

**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](http://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 m<sup>2</sup>

**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](http://www.chemspecevents.com/europe)

## Barcelona International Comic Show

**03-06/05**

MONTJUÏC. 30TH EVENT (8TH TIME IN FIRA)

**Area:** 19,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.ficom.com)

## Cosmobelleza

International Fair on Hairstyling, Aesthetics and Wellness

**11-13/02**

GRAN VIA. 18TH EVENT

**Area:** 31,800 m<sup>2</sup>

**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 m<sup>2</sup>

**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](http://www.ccam.cat)

## EIBTM

The Global Meetings and Events Exhibition

**27-29/11**

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

**Area:** 14,700 m<sup>2</sup> (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](http://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 m<sup>2</sup>

**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 Mòn 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](http://www.ensenyament.com)

+info [www.salofutura.com](http://www.salofutura.com)

+info [www.expodidactica.com](http://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 m<sup>2</sup> (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/](http://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 m<sup>2</sup> (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](http://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 m<sup>2</sup>  
**Exhibitors:** 120  
**Type:** public  
AUTUMN  
**Area:** 8,200 m<sup>2</sup>  
**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](http://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 m<sup>2</sup>

**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 Rellojeria i de Gemmològics 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](http://www.expominer.com)

## Expomóvil Comercial

Spare Components and Aftersales for Vehicles

**15-17/03**

MONTJUÏC. 1ST EVENT

**Area:** 13,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.expomovilcomercial.com)

## Fespa Digital

**21-24/02 06-14/11**

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

**Area:** 15,235 m<sup>2</sup> (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](http://www.fespa.com)

## Children Festival

**27/12 - 04/1**

MONTJUÏC. 49TH EVENT

**Area:** 40,000 m<sup>2</sup>

**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](http://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 m<sup>2</sup>**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](http://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 m<sup>2</sup> (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](http://www.gamelab.es)**Hispack**

International Packaging Exhibition

**15-18/05**

GRAN VIA. 15TH EVENT

**Area:** 62,400 m<sup>2</sup>**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](http://www.hispack.com)**Hostelco**International Restaurant, Hotels and Community  
Equipment Exhibition**17-21/10**

GRAN VIA. 16TH EVENT

**Area:** 74,800 m<sup>2</sup>**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](http://www.hostelco.com)

### In Cosmetics

The Leading Global Business Platform for Personal Care Ingredients

**17-19/04**

GRAN VIA. 18TH EVENT

**Area:** 12,000 m<sup>2</sup> (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](http://www.in-cosmetics.com)

### Liber

International Professional Book Fair

**03-05/10**

GRAN VIA. 30TH EVENT

**Area:** 11,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.liber.es)

### Magic Internacional

Spiritual, Parascientific and Alternative Therapies Fair

**30/11 – 02/12**

MONTJUÏC. 8TH EVENT

**Area:** 5,600 m<sup>2</sup>

**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](http://www.magicinternacional.com)

### Manga Fair

**1-4/11**

MONTJUÏC. 18TH EVENT (FIRST TIME IN FIRA)

**Area:** 21,300 m<sup>2</sup>

**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](http://www.ficom.com)

## MIHealth Forum

Health, Management & Clinical Innovation Forum

**24 -25/05**

MONTJUÏC. 1ST EVENT

**Area:** 5,600 m<sup>2</sup>

**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](http://www.mihealthforum.com)

## Mobile World Congress

**27/02 - 1/03**

MONTJUÏC. 7TH EVENT IN FIRA

**Area:** 74,500 m<sup>2</sup> (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](http://www.mobileworldcongress.com)

## Ocasión

Second Hand Guaranteed Vehicles Trade Fair

**30/11 - 09/12**

MONTJUÏC. 30TH EVENT

**Area:** 14,200 m<sup>2</sup> (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](http://www.salonocasion.com)

## Seafood Barcelona

The Global Seafood Market

15-17/10

GRAN VIA. 1ST EVENT

**Area:** 12,000 m<sup>2</sup>

**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](http://www.seafoodbarcelona.com)

## SIL

International Logistics and Maintenance Exhibition

5-7/06

GRAN VIA. 14TH EVENT

**Area:** 31,855 m<sup>2</sup>

**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](http://www.silbcn.com)

## Smart City Expo World Congress

Solutions for better cities

13-15/11

GRAN VIA. 2ND EVENT

**Area:** 17,300 m<sup>2</sup>

**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 m<sup>2</sup>, 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](http://www.smartcityexpo.com)

## SWAB

International Contemporary Art Fair Barcelona

23-26/05

MONTEJUÍC. 5TH EVENT

**Area:** 5,000 m<sup>2</sup> (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 m<sup>2</sup>

**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](http://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 m<sup>2</sup>.

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 Soteras 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](http://www.firabarcelona.com)

**Producción editorial****Editorial Production**

Ara Llibres - Ara Llibres sccl  
[www.arallibres.cat](http://www.arallibres.cat)

**Impresión****Printed by**

Cevagraf

Depósito Legal: B.15963-2013

---





**Fira Barcelona**

