

# Liderazgo Superación Evolución Crecimiento

Memoria anual 2023

# Liderazgo Superación Evolución Crecimiento

Memoria anual 2023

# Índice.

## 01.

### Liderazgo.

#### **Bienvenidos a IFEMA MADRID\_04**

Presidenta de la Junta Rectora  
de IFEMA MADRID\_06

Presidente del Comité Ejecutivo  
de IFEMA MADRID\_08

Órganos de gobierno\_12

Órganos de gestión\_14

## 02.

### Superación.

#### **Nuestra actividad en 2023\_16**

Informe de gestión del vicepresidente  
ejecutivo de IFEMA MADRID \_18

Mejorando expectativas\_24

## 03.

### Difusión.

#### **Impacto en comunicación\_62**

IFEMA MADRID en los medios\_64

La comunidad en redes sociales\_68

ifema.es, donde comienza nuestro  
mundo digital\_70

Difundiendo la marca

IFEMA MADRID\_72

## 05.

### Crecimiento.

#### **Cuentas anuales\_90**

Resultados económicos\_93

Inversiones\_102

Balance de situación\_104

Cuenta de pérdidas y ganancias\_106

Resumen de ingresos y gastos por  
actividades\_107

## 04.

### Evolución.

#### **Mirando hacia el futuro\_80**

Innovación y digitalización\_82

Herramientas de gestión\_88

# Liderazgo.

# 01.

## Bienvenidos a IFEMA MADRID.

Presidenta de la Junta Rectora de IFEMA MADRID\_06

Presidente del Comité Ejecutivo de IFEMA MADRID\_08

Órganos de gobierno\_12

Órganos de gestión\_14



# “IFEMA MADRID se viste de gala para el mejor Madrid de la historia”.

## Isabel Díaz Ayuso

Presidenta de la Junta Rectora de IFEMA MADRID\*

Madrid es una región abierta, cosmopolita e innovadora. Sin duda, a día de hoy contamos con un gran atractivo para emprender, desarrollar negocios e invertir. También es un lugar vibrante que visitar y acogedor para vivir. A Madrid vienen personas de todas partes para trabajar, para encontrarse y para disfrutar. Nuestra economía es fuerte y dinámica, y nuestro modo de vida, cada vez más reconocido en todo el mundo. Contamos con unas infraestructuras modernas que nos mantienen conectados con cada rincón de España, con Europa y con el mundo. La oferta de ocio y la cultural es amplia y muy variada, como también lo es la gastronomía... Lo tenemos todo.

También lideramos el turismo de reuniones y congresos. Y a todo esto contribuye en buena medida el gran trabajo que estamos desarrollando desde IFEMA MADRID. No en vano, somos el mejor Centro de Convenciones de Europa, y estamos alcanzando récords históricos en términos de visitantes y ferias celebradas. Y, por si esto fuera poco,

IFEMA MADRID cada vez está más comprometido con la rica vida cultural e institucional que acumulamos en la capital.

Además de las ferias que tradicionalmente aloja y que impulsan a nuestros sectores económicos, en IFEMA MADRID hemos visto hitos importantes para España, como los encuentros institucionales de la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea, o grandes musicales, como MALINCHE y WAH Madrid, que no se hubieran podido celebrar en ningún otro lugar de la región.

Así es Madrid, y así es IFEMA MADRID: humano, cercano y con la sana ambición de reinventarse día a día. Desde las cifras récord que hemos visto en FITUR durante este año hasta la enorme ayuda que nos dio a todos en lo peor de la pandemia, pasando por la Cumbre del Clima COP25 y la histórica Cumbre de la OTAN que se organizó en tiempo récord, gracias al esfuerzo de todos y cada uno de los profesionales que forman esta Institución.

En definitiva, IFEMA MADRID nos proyecta internacionalmente y nos permite mostrar lo mejor de nuestra cultura, de nuestra economía y de nuestro país. Abre lo español al mundo. Madrid está de moda en todo el mundo, y eso no sería posible sin este icónico Recinto Ferial.

Pero, además de todo lo anterior, en Madrid vemos el futuro con ilusión. IFEMA MADRID ha sido el gran impulsor del Gran Premio de España de Fórmula 1, que vendrá a Madrid en 2026 y que recorrerá en parte las instalaciones de este Recinto Ferial. Sin duda, será un acontecimiento excepcional en el que volcaremos nuestros esfuerzos y para el que ya estamos calentando motores. Así que tenemos grandes proyectos por delante, estamos ilusionados y podemos confiar en IFEMA MADRID, que se supera cada año.

El mejor Madrid de la historia tiene a IFEMA MADRID como un aliado imprescindible. Nos vestiremos de gala y podremos seguir celebrando juntos los mejores eventos y los mejores momentos.

Gracias, IFEMA MADRID, por vuestra dedicación.

**“IFEMA MADRID nos proyecta internacionalmente y nos permite mostrar lo mejor de nuestra cultura, de nuestra economía y de nuestro país”.**



\* A fecha 31 de diciembre de 2023.

**“Hemos alcanzado unos registros muy positivos en 2023 que certifican la dinámica clara de crecimiento en la que nos hemos instalado”.**

**José Vicente  
de los Mozos Obispo**

Presidente del Comité Ejecutivo  
de IFEMA MADRID



Un año más, me enorgullece trasladar a lo largo de las páginas de esta memoria el impacto de la labor que realiza IFEMA MADRID con la gestión eficaz de todos sus activos, y subrayar la valiosa contribución que aporta al crecimiento y la expansión de los distintos sectores representados en sus convocatorias, así como a la economía madrileña.

Un trabajo que no sería posible sin el firme apoyo de las entidades consorciadas en

**“Me enorgullece subrayar la valiosa contribución que aporta IFEMA MADRID al crecimiento y la expansión de los distintos sectores representados en sus convocatorias, así como a la economía madrileña”.**

IFEMA MADRID y sin la confianza que cada año depositan en nosotros las miles de empresas que participan en nuestros eventos. Gracias a ello, y al excelente trabajo y vocación de servicio de cuantos conforman nuestra organización, hemos podido alcanzar unos registros muy positivos en el año 2023, convirtiendo este ejercicio en un hito no solo para constatar la recuperación de la actividad que ya se inició en 2022, sino, lo que es más importante, para certificar la dinámica clara de crecimiento en la que nos hemos instalado.

Esta situación ha puesto de relieve, asimismo, la mejora sustancial de la capacidad de la Institución para generar recursos, constatando así la oportunidad que ha brindado nuestro Plan Estratégico para definir unas bases muy sólidas sobre las que construir nuestro liderazgo. Una hoja de ruta que ha relanzado nuestro negocio tradicional, a la vez que ha impulsado la diversificación, así como la digitalización y la internacionalización; todos ellos ejes fundamentales en los que, sin duda, en este 2023 hemos profundizado.

Hablamos, en definitiva, de la aportación imprescindible de las ferias, congresos y convenciones para asentar nuestra cifra de negocio, al tiempo que señalamos como palanca esencial el foco en las iniciativas vinculadas al sector cultural y de ocio, un ámbito que profundiza en el objetivo de crecer en la diversificación, desestacionalizando los periodos tradicionalmente más bajos en actividad, como la Navidad y el verano.

Este entorno en el que se ha desarrollado el negocio de IFEMA MADRID durante 2023 ha favorecido la consecución de un balance económico muy positivo, cuyo análisis viene a demostrar la capacidad de la Institución para seguir mejorando los ingresos procedentes de su actividad corriente y también su rentabilidad y beneficio. Cuantitativamente, el cierre de 2023 se ha traducido en una facturación de 177,6 millones de euros, un EBITDA de 27,3 millones y un beneficio neto de 7,1 millones.

Unos resultados que cobran mayor importancia al ser un ejercicio que no ha contado con eventos extraordinarios, como fue en 2022 la

**“Quisiera destacar los avances en dos líneas de negocio que, a su vez, constituyen dos ejes clave para el desarrollo de IFEMA MADRID, como son la internacionalización de su actividad y la digitalización”.**

celebración de la Cumbre de la OTAN, y más aún si consideramos que en los años impares nuestro calendario no cuenta con algunas de nuestras grandes convocatorias bienales.

En total, en 2023 se logró superar el medio millar de eventos, con la celebración de ferias, congresos, convenciones y grandes eventos de ocio y festivales, a los que en este ejercicio se ha sumado uno de excepción, como ha sido la llegada a Madrid de Christmas by STARLITE.

En el ámbito congresual y MICE, en el que IFEMA MADRID se ha convertido a nivel internacional en todo un referente, también se ha constatado la reactivación de la actividad con una amplia programación en la que ha destacado especialmente por su relevancia para Madrid la celebración de ESMO, el mayor congreso mundial sobre investigaciones oncológicas, que reunió a 33.000 expertos de todo el mundo.

Quisiera destacar también los avances en otras dos líneas de negocio que, a su vez, constituyen dos ejes clave para el desarrollo de IFEMA MADRID, como son la internacionalización de su actividad y la digitalización. Ambos campos de actuación se han confirmado estratégicos, y hacia ellos se dedican esfuerzos y recursos. En 2023 se han organizado programas de compradores internacionales para dar valor a las convocatorias profesionales y se han puesto en marcha hasta cuatro proyectos feriales en el exterior. Por su parte, el proyecto de digitalización se ha confirmado como fuente de recursos y como valor añadido a la experiencia de cliente, un factor especialmente importante

para una actividad que ha atraído en 2023 a cerca de 3,8 millones de visitantes y que ha impactado a través de su web en 13,7 millones de usuarios.

No quisiera finalizar sin subrayar nuestro compromiso con la sostenibilidad, cuya importancia para nuestro sector es vital, por la necesidad de mitigar el impacto de nuestra actividad y lograr la meta de cero emisiones. Un trabajo constante que nos ha llevado a concienciarnos sobre la reducción de consumos, el control de residuos y el reciclaje, y la certificación de la huella de carbono, entre otros proyectos que nos acercan cada vez más al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Reitero mi reconocimiento a la Comunidad de Madrid, al Ayuntamiento de Madrid, a la Cámara de Comercio e Industria y a Montemadrid, nuestros entes consorciados, por su apoyo constante a IFEMA MADRID, así como a todos nuestros colaboradores y clientes, sin cuya confianza no habiéramos podido alcanzar un balance de año tan pleno y satisfactorio.

# Órganos de gobierno.

## Junta Rectora.

A 31 de mayo de 2024

### PRESIDENTE

Ángel Asensio Laguna

### VICEPRESIDENTES

Isabel Díaz Ayuso

José Luis Martínez-Almeida Navasqués

Jesús Núñez Velázquez

### VOCALES

#### Comunidad Autónoma de Madrid

Miguel Ángel García Martín

Rocío Albert López-Ibor

Mariano de Paco Serrano

Daniel Rodríguez Asensio

Luis Fernando Martín Izquierdo

#### Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid

Engracia Hidalgo Tena

Juan Antonio Peña Ochoa

Marta Rivera de la Cruz

Almudena Maíllo del Valle

Luis Fernando Martín Izquierdo

#### Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Augusto de Castañeda García-Manfredi

Carlos Cabanas Godino

Miguel Garrido de la Cierva

Gabriel García Alonso

Eva Serrano Clavero

#### Fundación Obra Social y Monte de Piedad de Madrid

Amaya de Miguel Toral

#### Ministerio de Industria, Comercio y Turismo\*

Pablo Garde Lobo

#### Presidente del Comité ejecutivo\*

José Vicente de los Mozos Obispo

#### Vicepresidente ejecutivo\*

Daniel Martínez Rodríguez

#### Secretaría General\*

Soledad Borrego Martínez

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

## Comité Ejecutivo.

### PRESIDENTE

José Vicente de los Mozos Obispo

### VICEPRESIDENTES

Miguel Ángel García Martín

Engracia Hidalgo Tena

Jesús Núñez Velázquez

Ángel Asensio Laguna

### VOCALES

#### Comunidad Autónoma de Madrid

Rocío Albert López-Ibor

Mariano de Paco Serrano

#### Excelentísimo Ayuntamiento de Madrid

María Inmaculada Sanz Otero

Inmaculada Sánchez-Cervera Valdés

#### Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

Miguel Garrido de la Cierva

Alfonso Calderón Yebra

#### Vicepresidente ejecutivo\*

Daniel Martínez Rodríguez

#### Secretaría General\*

Soledad Borrego Martínez

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

# Órganos de gestión.

## Comité de Dirección.

A 31 de mayo de 2024

### VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

Daniel Martínez Rodríguez

### SECRETARIA GENERAL

Soledad Borrego Martínez

### DIRECTORA DE PERSONAS, CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD

María Sánchez Sanz

### DIRECTOR DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Raúl Díez Vázquez

### DIRECTOR ECONÓMICO-FINANCIERO

Javier Bagües Oliver

### DIRECTOR DE OPERACIONES E I+D

Carlos Jiménez Luque

### DIRECTORA DE NEGOCIO

Arancha Priede Leza

### DIRECTORA DE MADRID TURISMO

Yolanda Perdomo Aparicio

## Equipo de Dirección.

### DIRECCIÓN DE LAS ÁREAS CENTRALES Y TÉCNICAS

#### Director de Marketing y Estrategia Digital

José Javier Blanquer Sierra

#### Directora de Comunicación y Prensa

Marta Cacho Calleja

#### Directora de Patrocinios

María Aranguren Romeo

#### Directora de Relaciones Institucionales

Victoria Perezagua Antúnez

#### Director de Compras y Logística

Francisco José Monge Herrera

#### Director de Calidad y Sostenibilidad

Santiago Quiroga Fernández-Ladreda

#### Director de Tecnologías de la Información

Rubén Rodríguez Casado

#### Director Técnico

Francisco Javier Martín Rodríguez

#### Director de Seguridad y Autoprotección

Alfonso Illescas Riaño

#### Director de Servicios Feriales

Ángel Ballesteros Ballesteros

### DIRECCIÓN DE LOS GRUPOS FERIALES Y CENTRO DE CONVENCIONES

#### Director de Planificación y Control

José Luis García Seijas

#### Directora del Grupo Ferial 1

Ana Rodríguez Muñoz

#### Director del Grupo Ferial 2

Juan David Moneo Vara

#### Director del Grupo Ferial 3

Alberto Leal Pablo

#### Directora del Grupo Ferial 5

María Valcarce Rodríguez

#### Directora del Grupo Ferial 8

Julia González Romo

#### Directora del Grupo Ferial 9

Maribel López Zambrana

#### Directora del Grupo Ferial 10

Nuria de Miguel Villarrubia

#### Directora del Grupo Ferial 12

María José Sánchez Moncada

#### Directora de Convenciones

Belén Mann Cerdeira

#### Directora de Desarrollo de Negocio

Lola González Barbado

#### Director de Expansión Internacional

Jaime Martín Bernard

#### Director de Ferias de Público y Eventos de Ocio

Asier Labarga Hermenegildo

#### Directora de Servicios y Experiencia de Cliente

Marcela Lupi Biondini

# Superación.

# 02.

## Nuestra actividad en 2023.

Informe de gestión del vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID \_18  
Mejorando expectativas\_24



# Informe de gestión del vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID.

## Daniel Martínez Rodríguez

Me llena de satisfacción invitarles, por primera vez en mi condición como vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID, a la lectura de esta memoria anual, pues sus páginas buscan transmitirles el esfuerzo de gestión que ha desarrollado nuestra entidad a lo largo de 2023.

Aquí encontrarán las claves del balance de un año que ha venido a demostrar que la recuperación del anterior ejercicio, todavía contaminado por el final de la pandemia, era firme, y que las decisiones tomadas en el marco del Plan Estratégico aprobado por sus órganos de gobierno dibujaban un camino cierto para seguir siendo uno de los motores de generación de riqueza más relevantes para Madrid.



Efectivamente, es suficiente apreciar los volúmenes de actividad que a continuación se describen para entender que no solo se ha logrado alcanzar de nuevo una adecuada velocidad de crucero, sino que se ha sabido imprimir una aceleración notable al negocio. Así, a lo largo del año 2023 se ha acogido la celebración de un total de 585 eventos, entre los que destacan 96 ferias y congresos, de entre los cuales 30 ferias tuvieron también su versión digital; cuatro proyectos en el exterior; 40 conciertos y eventos de larga duración, y 445 congresos, convenciones y actos profesionales.

También es significativo destacar el importante crecimiento en la participación empresarial que se ha producido como consecuencia no solo del aumento de eventos, sino también del crecimiento experimentado por las principales ferias. En total, a lo largo del año, IFEMA MADRID ha convocado a un total de 33.978 empresas expositoras, un 45,6% más que en 2022, y 3,8 millones de visitantes, un 2,7% más, con un remarcable avance de los asistentes profesionales, que han aumentado un 28,6%, lo que se ha traducido directamente en un incremento del impacto que, como antes señalaba, somos capaces de generar en Madrid.

Evidentemente, IFEMA MADRID debe ser siempre ambiciosa, buscando ampliar la base de las empresas y los profesionales que se beneficien de sus propuestas, pero es igualmente cierto que este deseo no puede hacernos perder el foco sobre nuestra obligación de ser altamente eficaces en

**“Es suficiente apreciar los volúmenes de actividad que se describen para entender que no solo se ha logrado alcanzar de nuevo una adecuada velocidad de crucero, sino que se ha sabido imprimir una aceleración notable al negocio”.**

la administración de nuestros recursos, equilibrando nuestra responsabilidad social y económica con una cuenta de resultados que asegure la solvencia financiera y la capacidad de emprender nuestros proyectos con recursos propios.

Por eso es especialmente satisfactorio constatar cómo 2023 ha arrojado unos resultados muy positivos. Estoy seguro, consecuentemente, de que apreciarán la importancia de que los ingresos hayan ascendido a 177,6 millones de euros, elevando el EBITDA un 34,1%, hasta los 27,3 millones, con un beneficio neto que ha crecido notablemente hasta los 7,1 millones, lo que significa un alza del 265,4% respecto a 2022. En cuanto a la estructura de los ingresos, a lo largo de 2023, las líneas de negocio con mayor

peso han sido la organización de ferias propias, con un impacto del 56,1%; los alquileres a organizadores externos (ferias, congresos, convenciones, conciertos y eventos de larga duración), con un 32,4%; la restauración, con un 2,8%; los servicios y patrocinios institucionales, con un 2,2%, y otros proyectos, con un 6,5%.

Me gustaría llamar su atención con el dato que les aportamos del gran peso que tiene en nuestro negocio la cartera de ferias propias. Hablamos de eventos muy consolidados, como FITUR o como FRUIT ATTRACTION, que lideran globalmente sus diferentes sectores, y que constituyen la columna vertebral de nuestro proyecto.

Sin embargo, un año más debe enfatizarse cómo IFEMA MADRID ha seguido liderando el sector congresual, manteniendo su posicionamiento como una de las plazas líderes para albergar grandes congresos y eventos profesionales de operadores de todo el mundo. Así, el sector MICE ha confirmado en 2023 su plena recuperación, con la celebración de 16 convocatorias que han reunido a 75.000 asistentes, con la llegada a Madrid

**“Se ha trabajado en aumentar la capacidad de atraer el interés internacional por estar presente en nuestras ferias a través de las acciones de promoción y captación que han permitido elevar el ratio de participación de empresas de otros países hasta alcanzar el 19% del total”.**

de cinco grandes congresos internacionales que han congregado a profesionales y expertos de todo el mundo, destacando muy particularmente el regreso del mayor congreso mundial de oncología, ESMO Congress, que ha concentrado a 33.000 investigadores y expertos y a 600 ponentes.

Igualmente, el sector del ocio y el entretenimiento, piedra angular de la diversificación de la Institución, ha consolidado su empuje con la llegada de nuevos proyectos y la adaptación de sus instalaciones para el desarrollo de diferentes actividades dirigidas al gran público. Así, IFEMA MADRID ha atraído citas más que relevantes del programa cultural de Madrid en el ámbito de los festivales, conciertos, grandes espectáculos y musicales, y exposiciones de larga duración.

En concreto, en el pasado ejercicio se han celebrado un total de 40 conciertos y eventos de larga duración. Una programación a la que se ha sumado la llegada del proyecto Christmas by STARLITE, que ha puesto el broche de oro a una oferta de ocio que en 2023 ha logrado atraer a cerca de 1,2 millones de asistentes, posicionando a IFEMA MADRID como un referente de la oferta cultural y de entretenimiento de la capital.

Capítulo aparte merece el alcance internacional de nuestra actividad en sus distintas vertientes y campos de actuación, habiendo logrado un salto cualitativo. Se ha profundizado en la organización de proyectos en el exterior, como han sido la Feria Internacional de Arte Contemporáneo, ARCOLISBOA, celebrada en mayo; y la coorganización de la feria de automoción MOTORTEC CHILE, en septiembre, así como la feria del sector de la belleza SALÓN LOOK Santiago de Chile, en noviembre, en colaboración con Espacio Riesco en la ciudad de Santiago de Chile, siguiendo

la estrategia de establecer alianzas con operadores locales como fórmula eficaz para la expansión internacional.

A estas ferias se ha sumado una convocatoria en la que, por primera vez, IFEMA MADRID ha participado en la organización de una feria ya consolidada en América Latina, en asociación con el operador líder en Colombia, CORFERIAS y PAFYC: ESS+ Feria Internacional de Seguridad de Colombia, bajo el sello *powered by SICUR*, nuestro gran Salón Internacional de la Seguridad.

En este mismo ámbito, se ha trabajado en aumentar la capacidad de atraer el interés internacional por estar presente en nuestras ferias a través de las acciones de promoción y captación que han permitido elevar el ratio de participación de empresas de otros países hasta alcanzar el 19% del total.

En paralelo, se han diseñado campañas para incentivar la visita de profesionales internacionales atraídos por la oferta y el potencial de nuestras ferias, lo que ha representado un 11% del total de la asistencia global de este colectivo. Un esfuerzo al que hay que sumar los Programas de Compradores Internacionales, una herramienta valiosa que tiene por objetivo impulsar la dinamización del negocio exterior en las ferias organizadas por IFEMA MADRID, cuyo resultado en 2023 ha involucrado a un total de 22 ferias, gestionando la invitación de compradores y grandes cadenas de distribución de más de 60 países.

En cuanto al desarrollo de proyectos especiales en 2023, podemos mencionar dos especialmente relevantes por su impacto en el negocio y en la imagen de IFEMA MADRID. En este ejercicio se ha apreciado ya la implantación de la nueva oferta gastronómica de IFEMA MADRID, con la rehabilitación a lo largo del año de una parte de las instalaciones de restauración, añadiendo 11 locales nuevos e iniciando reformas en otros cuatro. Además, se ha implementado un cambio de gestión con la incorporación de numerosas marcas reconocidas de la restauración nacional e internacional.

Por otra parte, en el segmento del turismo, IFEMA MADRID ha ejecutado en 2023 el proyecto Madrid Turismo by IFEMA MADRID, bajo el liderazgo de la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, y dirigido a apoyar la promoción de la región en destinos de largo radio de todo el mundo. En 2023 se ha lanzado la campaña "Only in Madrid", que ha impactado en 16 mercados de América, Asia y Oriente Medio y en más de 246 millones de personas.

Resulta imprescindible también reflejar en este análisis los avances conquistados por IFEMA MADRID en su carrera por la digitalización de su actividad y sus procesos. En este sentido, y en el marco de su estrategia de transformación digital, durante 2023

IFEMA MADRID ha continuado impulsando la plataforma LIVE Connect como herramienta clave para potenciar la experiencia de expositores y visitantes en sus ferias y eventos, con unos registros de 290.583 usuarios visitantes activos, 109.223 contactos establecidos, 7.827 productos presentados y 6.360 encuentros y actividades creadas. Asimismo, la web de IFEMA MADRID se ha asentado como la principal herramienta de

**“En 2023 se ha intensificado el esfuerzo para afrontar la renovación generacional, así como para gestionar el talento con la incorporación de profesionales especialistas en distintas áreas, ahondando en valores como la diversidad, la inclusión, la paridad y la equidad en oportunidades”.**

información, contratación, acreditación y gestión de entradas, con más de 13,7 millones de usuarios, 20,8 millones de sesiones y 45,4 millones de páginas vistas a lo largo del año.

El recorrido por el balance de 2023 no estaría completo si no hiciera mención a la sostenibilidad, como eje transversal a toda la organización y a todos los ámbitos de actividad. Nuestro compromiso social y medioambiental está ganando peso a través de proyectos y acciones que nos están situando a la cabeza en la industria ferial. Así, en 2023 se ha conseguido avanzar en diversos logros ambientales como la reducción del ratio de emisión de gases de efecto invernadero (huella de carbono) un 90,3% en los últimos siete años en los alcances 1 y 2; del consumo eléctrico, un 27,2% con respecto al año 2018; del ratio de consumo de gas natural, un 42,4% con respecto a 2018; del ratio de consumo de agua potable total, un 33,7% con respecto a 2018; del ratio de consumo de papel, un 77,3% con respecto a 2018; y del ratio de generación de residuos, un 63,9% con respecto a 2018.

Asimismo, en 2023 se ha logrado reciclar el 79,1% de todos los residuos que se generan y, por cuarto año consecutivo, se ha registrado un consumo eléctrico en todas las instalaciones 100% de origen renovable certificado, un

consumo del 100% de la moqueta reciclable, y se ha conseguido por cuarto año consecutivo también la certificación "Calculo y reduzco" del MITECO de la huella de carbono en los alcances 1 y 2 de la Institución.

Y, como pieza final, déjenme referirme a las personas, el activo más valioso de esta organización. En 2023 se ha intensificado el esfuerzo para afrontar la renovación generacional, así como para gestionar el talento con la incorporación de profesionales especialistas en distintas áreas, ahondando en valores como la diversidad, la inclusión, la paridad y la equidad en oportunidades.

Solo me resta agradecer a las instituciones que conforman IFEMA MADRID su permanente apoyo, imprescindible para acometer con éxito todos los proyectos que impulsa el Plan Estratégico, así como a los equipos de profesionales que con su dedicación los ponen en marcha con excelentes resultados. Y, por supuesto, a todos nuestros colaboradores, proveedores y clientes, que participan del ecosistema ferial, su fidelidad y confianza en nuestra organización nos estimula y ayuda a lograr nuestros objetivos y a perfilar las mejores expectativas para los próximos años.

Muchas gracias.



# Mejorando expectativas.

## Innovación y creatividad para seguir impulsando el crecimiento.

La consolidación de la recuperación de la actividad iniciada en el ejercicio anterior y la capacidad para desarrollar nuevos proyectos e iniciativas han marcado el desempeño de IFEMA MADRID en 2023.

La Institución ha seguido avanzando en la aplicación de su Plan Estratégico y afrontando una nueva fase de crecimiento con importantes mejoras en cada uno de sus ámbitos de actuación.

En el desarrollo del calendario ferial ha destacado el avance de los grandes certámenes, encabezados por **FITUR**, **ARCOmadrid** o **FRUIT ATTRACTION**, que no solo han recuperado los índices de asistencia previos a la pandemia, sino que han continuado reforzándose como motores clave en el crecimiento y la innovación del turismo, el mercado del arte y la industria hortofrutícola, respectivamente.

Estos tres encuentros ejemplifican la consolidación del liderazgo de IFEMA MADRID en la acogida de ferias comerciales internacionales en España, con un total de 37 certámenes, que representan el 35% de la cuota nacional según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España.

Entre el resto de ferias, ha sobresalido la consolidación de **GLOBAL MOBILITY CALL**, que ha celebrado su segunda edición como punto de encuentro de referencia para la movilidad sostenible en todo el mundo.

Como tendencias generales, las ferias celebradas en IFEMA MADRID han evolucionado hacia un perfil de visitantes más profesional, con una contribución creciente a la internacionalización de la actividad de las empresas.

## La Institución ha seguido avanzando en su Plan Estratégico y afrontando una nueva fase de crecimiento con importantes mejoras en cada uno de sus ámbitos de actuación.

En este sentido, ha vuelto a resultar clave la labor del Programa de Compradores en la captación de clientes internacionales para las ferias celebradas en Madrid. Asimismo, en 2023 se ha puesto en marcha la primera campaña de promoción turística de Madrid Turismo by IFEMA MADRID, dirigida a incentivar el turismo de alto nivel de destinos de largo radio.

El pilar estratégico de la internacionalización se impulsa también mediante la organización de proyectos en el exterior, entre los que en 2023 ha destacado la coorganización de **ESS+ POWERED BY SICUR** en Colombia, como parte del acuerdo con las entidades locales CORFERIAS y ProColombia.

La recuperación del sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés: *meeting, incentives, conferencing and exhibitions*) también ha permitido acoger grandes congresos internacionales que reafirman el liderazgo de IFEMA MADRID en este ámbito.

La acogida y organización de eventos de ocio, conciertos y festivales ha sido una de las líneas de negocio con mayor desarrollo y que ejemplifica de forma más clara la apuesta de la Institución por la diversificación de su actividad.

La creación de IFEMA MADRID LIVE en 2021 supuso un punto de inflexión clave para potenciar el uso de las instalaciones propias como sede de espectáculos culturales de primer orden, en una apuesta que se renueva año a año con nuevas propuestas.

En 2023, una de las principales novedades ha sido la celebración de **Christmas by STARLITE**, la primera edición del festival *boutique* de Marbella en la capital española, con artistas internacionales de primer nivel, y una rica y variada oferta de gastronomía y ocio.

Por último, como gran proyecto transversal, cabe citar el inicio de la transformación de la oferta gastronómica que ofrece el Recinto Ferial con el propósito de posicionar a IFEMA MADRID como gran *hub* gastronómico en Madrid. La iniciativa contempla la creación de nuevos espacios de restauración de la mano de algunas de las marcas de mayor prestigio y reconocimiento en el sector.

Esta apuesta permitirá una mejora cualitativa muy relevante del servicio a todas las personas que año a año visitan IFEMA MADRID para cualquier tipo de evento.

## Recuperación definitiva del sector.

En 2023, IFEMA MADRID ha acogido la celebración de un total de 83 ferias (42 propias y 41 externas), cuatro proyectos en el exterior, 13 congresos con exposición, 40 conciertos y eventos de larga duración, y 445 congresos, convenciones y actos.

Estas magnitudes representan un importante avance de la actividad, más aún teniendo en cuenta que los años impares cuentan con ausencia de grandes convocatorias bienales en sus calendarios, lo que confirma la plena recuperación del sector.

En el análisis de los indicadores generales ha destacado el importante crecimiento de la participación empresarial. A lo largo del año, IFEMA MADRID ha convocado a 33.978 empresas expositoras, un 45,6% más que en 2022, y 3,8 millones de visitantes, un 2,7% más en comparación con el mismo año.

En el análisis de los indicadores generales ha destacado el importante crecimiento de la participación empresarial, con un 45,6% más de empresas expositoras que en 2022.

Por áreas de actividad, han sobresalido las ferias profesionales relacionadas con los bienes de consumo (41%), seguidas de las de bienes de inversión (38%), las vinculadas con el público (47%) y las de servicios (21%).

La superficie neta ocupada por las ferias propias ha sido de 418.047 metros cuadrados, un 39% del total; la asociada a ferias externas, de 351.252 metros cuadrados, un 32%; la de congresos con exposición, de 146.775 metros cuadrados, un 14%, y la de conciertos y eventos de larga duración, de 156.504 metros cuadrados, un 15%.



### Datos de actividad en 2023.



**83**

ferias

**42**

ferias propias

**41**

ferias externas



**4**

proyectos en el exterior



**1.072.578 m<sup>2</sup>**

de superficie ocupada



**13**

congresos con exposición



**33.978**

empresas expositoras



**40**

conciertos y eventos de larga duración



**3,8 M.**

de visitantes

M.: millones.



**445**

congresos, convenciones y actos

### Volumen de convocatorias.

	2021	2022	2023
Ferias propias	47	51	42
Ferias externas	28	30	41
Proyectos en el exterior	—	5	4
Congresos con exposición	8	16	13
Congresos, convenciones y actos	196	389	445
Conciertos y eventos de larga duración	22	21	40
<b>Total</b>	<b>301</b>	<b>512</b>	<b>585</b>

### Distribución de ferias por sectores.

	2021	2022	2023
Bienes de consumo	63%	45%	41%
Bienes de inversión	33%	40%	38%
Público	43%	36%	47%
Servicios	4%	15%	21%

### Datos de ocupación (superficie neta ocupada en m²).

	2021	2022	2023
<b>Total</b>	<b>584.130</b>	<b>1.403.062</b>	<b>1.072.578</b>

### Distribución de la superficie ocupada.

	2021	2022	2023
Ferias propias	51%	43%	39%
Ferias externas	41%	26%	32%
Congresos con exposición	8%	10%	14%
Conciertos y eventos de larga duración	—	21%	15%

### Datos de empresas expositoras.

	2021	2022	2023
<b>Total</b>	<b>16.165</b>	<b>21.360</b>	<b>33.978</b>

### Participación internacional de expositores directos.

	2021	2022	2023
Ferias propias	53%	75%	67%
Ferias externas	47%	25%	33%

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



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



## La actividad ferial como palanca de desarrollo sectorial.

En la valoración específica del ámbito ferial, debe recordarse el antecedente del año anterior: IFEMA MADRID fue la única organización a nivel internacional que en 2022 desarrolló el calendario completo de ferias, en un contexto mundial marcado por las dudas del sector ante la presencia aún latente del coronavirus, principalmente al inicio del año.

La decidida apuesta por la reactivación de las ferias presenciales y, con ello, de la actividad económica de los distintos sectores representados ha permitido que las ediciones de 2023 de las ferias celebradas en IFEMA MADRID hayan dado un notable paso adelante en dos aspectos principales:

- Su papel como espacios de generación de negocio e impulso de los respectivos sectores, con una tendencia generalizada hacia un perfil de visitante más profesional.

- La consolidación de las ferias como recurso central en la estrategia de internacionalización de las compañías gracias, en buena medida, al esfuerzo realizado por IFEMA MADRID para atraer a visitantes de fuera de España.

En este doble objetivo, cabe destacar la consolidación del modelo híbrido de actividad ferial en un porcentaje muy elevado de eventos. Esta modalidad ha permitido poner en valor los elementos diferenciales de cada entorno de relación. Por un lado, la feria presencial como espacio clave para iniciar contactos y dar repercusión mediática e institucional al sector. Por otro, el espacio virtual de la plataforma LIVE Connect de IFEMA MADRID para dar continuidad al *networking* durante todo el año y mantener el contacto con profesionales de todo el mundo.

### FITUR sigue marcando tendencia

El calendario ferial de 2023 arrancó a mediados de enero con la celebración de **FITUR**. La Feria Internacional de Turismo superó todas las expectativas previstas, tanto en las perspectivas de crecimiento de la actividad turística mundial como en las previsiones de asistencia y repercusión del propio encuentro.

**FITUR** duplicó la cifra de asistencia de la edición anterior, con más 222.000 personas, entre los 136.000 visitantes de 131 países de las jornadas profesionales y los 86.000 de las jornadas abiertas al público, unos datos que se sitúan en parámetros muy próximos al récord histórico de 2020. A los indicadores de asistencia presencial cabe sumar los más de 56.000 registros a la plataforma digital FITUR LIVE Connect, con un crecimiento de más del 80% respecto a la última edición.

El liderazgo y alcance global del encuentro, que tuvo a Guatemala como país invitado, se reflejó también en su repercusión institucional y mediática. Un año más, destacó la presencia de SS. MM. los Reyes de España y de una representación del Gobierno de España en la jornada inaugural, encabezando a un total de 400 autoridades.

A nivel mediático, se acreditaron cerca de 6.400 periodistas, un 58% más que en 2022, que permitieron alcanzar una audiencia potencial de 43.800 millones de personas. Todo ello se traduce en un impacto estimado sobre la economía madrileña de aproximadamente 400 millones de euros, frente a los 150 millones de la edición anterior.

El hilo conductor de las principales actividades y encuentros de la feria fue el desarrollo sostenible, demostrando la implicación del sector en este ámbito.

### Aumento generalizado de la asistencia

El mes de febrero concentró algunas de las ferias más populares de IFEMA MADRID, repitiendo el éxito de FITUR, tanto como termómetro de la recuperación de los respectivos sectores como en el incremento de las cifras de asistencia.

Buen ejemplo de ello fue la convocatoria multisectorial del sector *lifestyle* de las ferias **INTERGIFT**, **BISUTEX**, **MADRIDJOYA** y **MOMAD**, que sumaron más de 36.000 visitantes de 89 países y más de 1.000 marcas expositoras. La importante actividad comercial registrada y las sinergias y oportunidades de negocio demostraron el acierto del formato de convocatoria conjunta de los cuatro certámenes.

Pocos días después, **PROMOGIFT** se consolidó también como feria de referencia en el sector del regalo promocional en el sur de Europa, con una asistencia de 5.000 profesionales de 33 países.

La segunda quincena de febrero arrancó con la 77ª edición de **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, que reunió las propuestas de 42 diseñadores en una convocatoria caracterizada por la identidad y diversidad de la moda española.

Estos dos conceptos marcaron tanto el estilo de las colecciones presentadas como el *casting* de modelos. Cabe también destacar la reinención del llamado "Cibelespacio" en un área social con actividades de entretenimiento y charlas inspiracionales, y la visita por primera vez en la historia del certamen del presidente del Gobierno de España.





**GENERA**, la Feria Internacional de Energía y Medioambiente, se alineó con el protagonismo de España como uno de los principales actores en el desarrollo de energías renovables a nivel mundial y su contribución a la transición energética. El encuentro congregó a más de 35.100 profesionales (76% más que en 2022) y 400 empresas, y su celebración coincidió con la Conferencia Internacional de Energías Renovables (SPIREC).

El mes se cerró con otra de las citas de referencia del calendario: **ARCOMadrid** superó los 95.000 visitantes, recuperando de este modo las cifras prepandemia. La relevancia de las galerías y los programas artísticos atrajo a un coleccionismo nacional e internacional de calidad, que se tradujo en una excelente dinámica de ventas.

En la primera semana de marzo, la quinta edición de **MEAT ATTRACTION** batió récord de participantes, con más de 14.200 profesionales de 66 países. En gran medida, la calidad de los visitantes respondió a la inversión realizada por la propia feria para atraer a grandes importadores del sector mediante su programa de invitados. Todo ello permitió su

consolidación como espacio fundamental de internacionalización de la industria cárnica.

La apuesta por la internacionalización fue también uno de los principales rasgos diferenciales de la octava edición de **IBERZOO+ PROPET**, con un incremento del 30% de las firmas de fuera de España. De este modo, la Feria Internacional del Animal de Compañía se posicionó de nuevo como cita clave del sector en Europa. Como elemento fundamental del éxito destacó el interés y originalidad del programa de actividades, con una extensa propuesta de debates, talleres y otras acciones.

**La relevancia de las galerías y los programas artísticos de ARCOMadrid atrajo a un coleccionismo nacional e internacional de calidad, que se tradujo en una excelente dinámica de ventas.**

### Tendencia a la profesionalización

El mes de marzo se cerró con la **SEMANA DE LA EDUCACIÓN**, ya plenamente consolidada como el mayor evento educativo de España, con cerca de 147.000 visitantes y 235 empresas y entidades. En el perfil de visitantes destacó el incremento de los asistentes profesionales y la importante presencia de directivos de centros, lo que demuestra el interés transversal de la convocatoria para el conjunto de la comunidad educativa.

Abril acogió la celebración de **ANTI PASSION ALMONEDA**, el encuentro para los amantes del arte, el coleccionismo, la decoración y la joyería, que estrenó el espacio experiencial "La cápsula del tiempo", dedicado a la década de 1990. La feria reunió a más de 16.000 apasionados de la cultura 'retro'.

La actividad en mayo se centró en dos ferias de especial relevancia en sus respectivos sectores en España. **EXPOFRANQUICIA** recibió la visita de 5.000 visitantes con un marcado perfil profesional y alta cualificación. Entre las novedades, destacó el programa Visitor Journey, un plan de acompañamiento a potenciales inversores.

Con un enfoque más popular y dirigida a las familias amantes de los animales,

**100X100 MASCOTA** acogió a más de 11.000 visitantes y contó con la presencia de Su Majestad la Reina Doña Sofía, que entregó la primera edición del premio que lleva su nombre al mejor perro de la muestra Mad Dog Show.

Ya en junio, **ORGANIC FOOD IBERIA & ECO LIVING IBERIA** celebraron su cuarta edición con la participación de más de 4.800 profesionales que las confirmaron como las citas profesionales de referencia para el sector ecológico a nivel internacional. Su repercusión global se vio impulsada por el programa International Hosted Buyer & Hosted VIP y por la actividad en la plataforma LIVE Connect. Ambas iniciativas sumaron cerca de 1.200 reuniones entre profesionales internacionales y empresas locales.

La actividad del primer semestre del año se cerró con el **SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN**, que recibió a más de 19.000 visitantes y generó alrededor de 1.500 operaciones de compra. Estas cifras confirmaron la elevada rentabilidad del mayor escaparate comercial de España en el mercado de vehículos seminuevos, que cuenta un firme apoyo de las principales asociaciones del sector.

## Consolidación de grandes ferias de sectores muy variados

El calendario ferial se reemprendió en septiembre con las ediciones de otoño de la **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, con un total de 41 nuevos desfiles, y del encuentro multisectorial formado por **INTERGIFT, BISUTEX, MADRIDJOYA** y **MOMAD**, que volvió a superar la cifra de 30.000 visitantes.

Una de las citas más relevantes de la segunda mitad del año fue **FRUIT ATTRACTION**, plenamente consolidada como una de las ferias de mayor proyección de IFEMA MADRID. En la celebración de su 15º aniversario, alcanzó los mejores datos de participación de su historia, con una asistencia de cerca de 104.000 profesionales de 145 países (16% más de participación que en 2022) y 2.000 expositores repartidos, por primera vez, en nueve

pabellones del Recinto Ferial. De este modo, **FRUIT ATTRACTION** se consolidó como instrumento fundamental para una comercialización hortofrutícola global y gran centro de negocios del sector a nivel estatal.

En su vuelta a Madrid –se celebra alternativamente en Madrid y Barcelona–, el éxito de **LIBER** puso de manifiesto el creciente dinamismo del sector editorial en español. Esta edición contó con la asistencia de 9.200 visitantes procedentes de más de medio centenar de países (10% más que en la edición de 2022) y 210 expositores directos, la cifra más elevada de los últimos seis años.

También a inicios de octubre, el recinto de ExpoMeloneras, en Maspalomas, acogió una nueva edición de **GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA**, la única pasarela especializada en moda de baño de Europa,

organizada por el Cabildo de Gran Canaria e IFEMA MADRID, con unos excelentes datos de seguimiento. Por su parte, **ESTAMPA** celebró su 31ª edición con una asistencia de 16.000 visitantes y un nivel de ventas que la confirmaron como la gran cita de otoño del mercado del arte en España.

Otra cita destacada de octubre fue **GLOBAL MOBILITY CALL**, que en solo dos ediciones ha logrado situarse como un evento de referencia en movilidad sostenible a nivel internacional. Con más de 8.000 profesionales de 37 países (el doble de asistencia presencial que en 2022), se afianzó también como la principal plataforma para el intercambio de proyectos e inversiones entre los sectores público y privado.

En el marco de **GLOBAL MOBILITY CALL** se celebró **TRAFIC**, Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible, que mantiene su propia identidad con un programa orientado a la conectividad, la digitalización y la eficiencia en la seguridad vial.

El mes de noviembre, último de actividad ferial del año, resultó un nuevo ejemplo de la variedad de sectores y actividades que acogen las instalaciones de IFEMA MADRID. En las dos primeras semanas del mes se concentraron **1001 BODAS, MADRID CÓMIC POP UP, SALÓN LOOK** y **ACCOUNTEX ESPAÑA**.

**1001 BODAS** reunió a cerca de 8.000 visitantes interesados en las últimas tendencias sobre bodas y celebraciones, con un incremento del 16% en la cifra de marcas expositoras. En su tercera edición, **MADRID CÓMIC POP UP** acogió a más de 23.000 aficionados, 69 empresas expositoras y más de 80 artistas invitados. **SALÓN LOOK** superó los más de 42.000 profesionales en su 25º aniversario, con representantes de más de 250 empresas de 17 países. Y **ACCOUNTEX ESPAÑA** cerró la

## Una de las citas más relevantes de la segunda mitad del año fue **FRUIT ATTRACTION**, plenamente consolidada como una de las ferias de mayor proyección de IFEMA MADRID.

segunda edición con más de 5.000 asistentes profesionales y se consolidó como encuentro de referencia para despachos, asesorías y empresas con departamento de finanzas propio.

La siguiente cita fue otro salón de larga trayectoria en IFEMA MADRID: **FERIARTE** celebró su 46ª edición con un total de 14.800 visitantes y un excelente balance en cuanto a adquisiciones. Por su parte, **SIMO EDUCACIÓN** mantuvo su liderazgo de convocatoria global en tecnología e innovación educativa con la asistencia de cerca de 10.000 profesionales de 34 países. El encuentro tuvo lugar bajo el lema “La educación en la era de la inteligencia artificial: explorando nuevas fronteras”.

La última cita del calendario ferial del año fue **C&R - CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN**, que en su 20ª edición también destacó por el incremento de la asistencia de visitantes y expositores profesionales. En total, fueron más de 46.600 profesionales de 76 países en una de sus convocatorias más dinámicas y representativas, según la valoración de la organización y de los propios asistentes.



## Un destino líder mundial del turismo de congresos.

IFEMA MADRID ha mantenido en 2023 su posicionamiento como el destino líder mundial de grandes congresos y eventos profesionales de organizadores de todo el mundo, en un contexto de recuperación de la actividad del sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés: *meeting, incentives, conferences and exhibitions*) tras los años de pandemia.

Las instalaciones de IFEMA MADRID han acogido 16 convocatorias, con un total de 75.000 asistentes. Entre ellas, ha destacado la vuelta a IFEMA MADRID de cinco grandes congresos internacionales que han reunido a profesionales y expertos de todo el mundo:

- **FTTH Conference** (18-20 abril), la mayor Conferencia Mundial sobre Fibra Óptica, con 4.000 asistentes.
- **ECToH** (25-27 abril), la Conferencia Europea sobre Tabaco o Salud, con 500 participantes.
- **61st Annual PTCOG Conference** (11-15 junio), organizada por el Grupo Cooperativo de Terapia con Partículas, que congregó a 1.150 asistentes.
- **SEC – Smart Energy Congress** (4-5 octubre), con 650 participantes.

- **ESMO Congress** (19-24 octubre), el mayor Congreso Mundial sobre Investigaciones Oncológicas, que reunió a 33.000 expertos y 600 ponentes, auspiciado por la Sociedad Europea de Oncología Médica.

Por otra parte, entre los grandes congresos de ámbito nacional celebrados en 2023 han sobresalido:

- **AEPAP** (2-4 marzo), promovido por la Asociación Española de Pediatría de Atención Primaria.
- **CONGRESO ASLAN** (22-23 marzo), gran evento anual de la Asociación Nacional de la Industria Tecnológica, con responsables de tecnología y de la gestión de toda la cadena de valor.
- **6ª Jornada Nacional de Dermofarmacia MásDermo** (8 de junio).
- **XVI Congreso AERCE** (14-16 junio), de la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos.
- **Congreso Español de la Mama – 6CEMA** (26-28 octubre), organizado por la Sociedad Española de Senología y Patología Mamaria (SESPM) y la Sociedad Española de Diagnóstico por Imagen de la Mama (SEDIM).

Asimismo, entre las convenciones celebradas en 2023 han destacado las siguientes:

- **Level Up** (18-20 de enero).
- **Semana del Seguro** (14-16 de febrero).
- **Retail Forum** (28 de marzo).
- **Salesforce Live** (13 de abril).
- **Junta General de Accionistas de Sacyr** (27 de abril) y **Junta General de Accionistas de ACS** (5 de mayo).
- **Sport Woman** (5-6 de mayo).
- **Expo:QA** (31 de mayo - 1 de junio).
- **AWS Summit** (15 de junio).
- **EBAday** (20-21 de junio).
- **HYROX** (23 de septiembre).
- **Jornada de Auditores Internos** (27-28 de septiembre).
- **Conferencia ESRI** (4-5 de octubre).
- **Presentación de producto de KIA** (18 de octubre).
- **World Business Forum** (28-29 de noviembre).

### Módulo permanente de reuniones de la Presidencia española del Consejo de la UE

Durante los meses en los que España ostentó la Presidencia del Consejo de la Unión Europea (UE) (de julio a diciembre de 2023), el Recinto Ferial de IFEMA MADRID albergó el Módulo Permanente de Reuniones, en el que se celebraron encuentros técnicos entre diversos ministerios españoles y sus homólogos europeos.

De este modo, el Gobierno de España ha vuelto a confiar en IFEMA MADRID para un acontecimiento de esta repercusión institucional y mediática, 13 años después de acoger el centro de reuniones de la anterior Presidencia española de la UE.

La labor de IFEMA MADRID ha incluido el montaje y la adecuación de una sala plenaria en consejo parlamentario, el equipamiento audiovisual completo, la gestión de intérpretes y personal de apoyo y los servicios de restauración, durante los cinco meses de actividad del módulo.

El proyecto se ha desarrollado poniendo especial atención en la calidad del montaje y el confort de las instalaciones, así como en una innovadora propuesta gastronómica representativa de la oferta local.

Los más de 4.000 delegados que participaron en las 50 reuniones de alto nivel celebradas en el módulo destacaron la calidad de los espacios, los medios técnicos y la restauración, así como la amabilidad y la profesionalidad del personal.

## Nuevas propuestas diferenciales en IFEMA MADRID LIVE.

IFEMA MADRID LIVE, la apuesta de la Institución por el turismo de ocio y cultural en sus instalaciones, ha dado un salto cualitativo en 2023 mediante la ampliación de la oferta y la incorporación a su calendario de propuestas diferenciales.

El Recinto Ferial ha albergado relevantes festivales musicales, al tiempo que ha acogido algunas de las exposiciones de mayor éxito de la capital, especialmente entre el público familiar.

En paralelo, se ha trabajado a lo largo del año en el desarrollo de nuevas propuestas, de la mano de promotores de referencia del panorama nacional e internacional, que han sumado un valor diferencial al calendario de eventos de ocio. Entre las principales novedades han destacado **Christmas by STARLITE**, que en una única edición ya se ha convertido en referencia de la Navidad en Madrid.

De este modo, IFEMA MADRID LIVE contribuye de forma decisiva al cumplimiento del objetivo estratégico de diversificación de la actividad, que aporta nuevas vías de ingresos a la Institución. Además, estos eventos permiten rentabilizar el uso de las instalaciones en momentos valle de actividad ferial y congresual, principalmente en las temporadas veraniega y navideña.

El éxito de la iniciativa se ha reflejado en los resultados del cierre de año: en 2023 se ha alcanzado el número total de 40 conciertos y eventos de larga duración entre espectáculos, musicales, festivales, conciertos y exposiciones, que han logrado atraer a cerca de 1,3 millones de visitantes, cifra récord en actividades de ocio y culturales para IFEMA MADRID.

### Datos de IFEMA MADRID LIVE.



40

conciertos y eventos de larga duración:  
espectáculos, musicales, festivales y exposiciones



1,3 M.

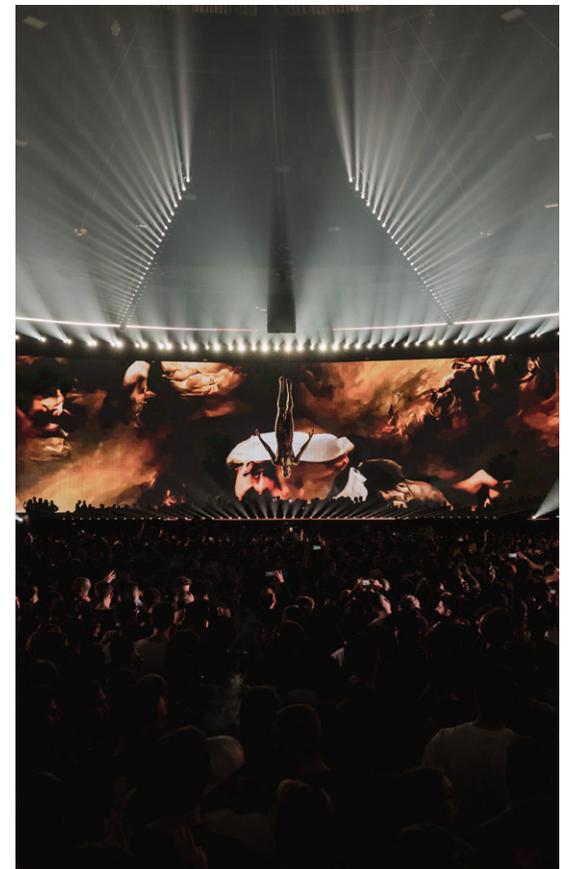
de visitantes

M.: millones.

El primer semestre de la temporada de eventos musicales ha estado especialmente marcado por la celebración de festivales temáticos de estilos muy variados, que en numerosos casos se han celebrado por primera vez en el Recinto Ferial.

Estos eventos, caracterizados por la gran capacidad de convocatoria y por proponer experiencias inmersivas, han aprovechado al máximo las dimensiones y la flexibilidad de las instalaciones de IFEMA MADRID. Entre ellos, figuran diversas citas con la música electrónica: el festival *indoor* **AFTERLIFE** (15.000 asistentes); **ELROW TOWN MADRID** (33.000), con un total de ocho escenarios y más de 200 artistas; **CIRCOLOCO** (7.000), la primera edición en Madrid de la fiesta de electrónica *underground* nacida en Ibiza; o la tercera convocatoria de **MAUDES FESTIVAL** (9.300), titulada "Hymn Of Myranda".

También han destacado las tres ediciones del **BRUNCH ELECTRONIK** celebradas en mayo, que sumaron más de 24.000 asistentes, o los conciertos de **Boris Brejcha** (8.200) y **Black Coffee** (10.000).





### Festivales y artistas de todos los estilos

En otros estilos musicales y con el mismo éxito de convocatoria que la oferta electrónica, IFEMA MADRID ha acogido el festival **HORTERALIA** (5.500 asistentes), celebrado en marzo, con un cartel basado en el humor y la diversión.

En junio llegaron la primera edición de **I LOVE REGGAETON** (21.500), con más de 20 artistas en dos escenarios, y las nuevas convocatorias de **LOVE THE 90'S** (31.500) y **LOVE THE TWENTIES** (32.500). Estos dos últimos eventos, que tuvieron lugar por primera vez en IFEMA MADRID en 2022, se caracterizan por recuperar artistas y grupos populares de las décadas de 1990 y los 2000 en escenarios temáticos.

Después del verano, la actividad continuó en septiembre con otras tres citas masivas: **SUAVEFEST** (5.500), organizado por la influencer María Pombo, coincidiendo con la **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**; la primera edición de **BRAVA MADRID** (18.500), con cantantes de la talla de Mika, Sugababes, Melanie C o Loreen; o **MADRID SALVAJE** (25.000), con más de 35 artistas de rap y trap.

Por su parte, el Palacio Municipal de IFEMA MADRID ha acogido a lo largo del año conciertos de estrellas internacionales de la talla de **Anastacia**, **Caetano Veloso** o **Devendra Banhart**, así como el encuentro con el escritor y podcaster **Jay Shetty**. Estas cuatro citas han sumado más de 6.200 asistentes.



### El primer Christmas by STARLITE revoluciona la temporada navideña

El mes de diciembre trajo una de las grandes novedades del año en la propuesta de ocio de IFEMA MADRID: la celebración de la primera edición del **Christmas by STARLITE**, un ciclo de seis conciertos con artistas de altísimo nivel internacional y nacional: Rod Stewart, Sting, Manuel Turizo, Lola Índigo, Carlos Rivera y Sebastián Yatra. Los conciertos tuvieron lugar en el pabellón 6 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID, que ofreció una gran propuesta gastronómica y sesiones de DJ. En sus seis noches, el festival atrajo a un total de 20.655 personas.

La oferta musical de diciembre también incluyó el espectáculo de música *dance* **ORO VIEJO BY DJ NANO** (5.000) y la fiesta de Nochevieja **BRESH!**, en la que otros 5.000 asistentes despidieron el año en IFEMA MADRID.

Más allá de la oferta musical, la Navidad de 2023 en el Recinto Ferial ofreció actividades para toda la familia: de los ya conocidos **HANGAR 52 REVOLUTION** (8.400), **CIRCLASSICA – GRAN CIRCO MUNDIAL** (118.500) y **JUVENALIA** a los espectáculos infantiles **MIKECRACK Y LA SUPERARMA SECRETA** y **CANTAJUEGOS**, que registraron llenos en sus convocatorias con 3.600 espectadores conjuntos. En diciembre también pudo visitarse la exposición inmersiva **MUNDO PIXAR**, que se ha mantenido en el pabellón 5.1 hasta mayo de 2024.

### La magia de Starlite llega a IFEMA MADRID

El Grupo Starlite e IFEMA MADRID anunciaron en junio el acuerdo para coorganizar **Christmas by STARLITE**, un nuevo formato que adapta el festival *boutique* Starlite Occident de Marbella y que se celebró a mediados de diciembre.

El festival contó con la participación de estrellas nacionales e internacionales de la música, con una cuidada puesta en escena en un espectacular auditorio. La experiencia se completó con una propuesta gastronómica de primer nivel, con platos de todo el mundo y puestos de *foodtrucks*, entre otros, además de, tras los conciertos, sesiones DJ con figuras de la música electrónica.

La primera edición de **Christmas by STARLITE** resultó un éxito y tendrá continuidad en las Navidades de 2024.





### Propuestas culturales consolidadas y nuevas exposiciones

Junto con la celebración de conciertos y festivales musicales de éxito, concentrados en determinadas temporadas del año, el Recinto Ferial de IFEMA MADRID ha seguido acogiendo a lo largo de 2023 grandes espectáculos y exposiciones.

Por cifra de asistentes, ha destacado **MALINCHE**, el proyecto de Nacho Cano estrenado en septiembre de 2022 y que se ha mantenido en cartel ininterrumpidamente todo el año, con más de 261.000 espectadores. A continuación, figura la singular propuesta de **WAH Madrid**, que aúna gastronomía y música en un espectáculo que han disfrutado 180.000 personas en 2023.

IFEMA MADRID ha acogido también shows basados en el mundo del circo, en su expresión más contemporánea y

rompedora: **CIRCLASSICA**, que en las dos ediciones celebradas este año ha superado los 141.000 espectadores; **ROCK CIRCUS**, combinación de circo extremo y rock clásico (39.000); o **CIRCO BACANAL**, el nuevo espectáculo de El Circo de los Horrores (19.000).

Entre los eventos de larga duración figuran también las exposiciones inmersivas **DESAFÍO DALÍ** e **IMAGINE PICASSO**, ya celebradas el año anterior; **JURASSIC WORLD BY BRICKMAN®**, la mayor exposición LEGO® jamás vista en España; **FÓRMULA 1: LA EXPOSICIÓN**, que vivió su estreno mundial en Madrid, y **MUNDO PIXAR**, con escenarios de las películas más conocidas del estudio cinematográfico. Estas muestras han ocupado el pabellón 5.1 a lo largo del año y han acumulado más de 347.000 visitantes.



## Impulsando la estrategia de internacionalización.

IFEMA MADRID ha reanudado plenamente en 2023 sus planes de expansión internacional, uno de los tres grandes objetivos del Plan Estratégico de la Institución. Esta meta se desarrolla a partir de tres líneas de actuación principales:

- La atracción de grandes eventos de carácter internacional, entre los que han destacado la celebración de congresos con la asistencia de profesionales de todo el mundo, la producción del Módulo Permanente de Reuniones de la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea o la ampliación de la oferta de IFEMA MADRID LIVE con festivales y artistas de repercusión mundial.
- El desarrollo de proyectos de expansión, tanto mediante la organización de ferias en colaboración con operadores locales como de proyectos de consultoría estratégica para la creación y la gestión de recintos feriales fuera de España.
- La captación del interés de empresas extranjeras y de visitantes internacionales a las ferias celebradas en IFEMA MADRID, mediante iniciativas como el Programa de Compradores.

### Cuatro grandes proyectos en el extranjero

En el ámbito de la participación en la organización de eventos en el exterior, en 2023 se ha dado continuidad a tres de los proyectos realizados en años anteriores y se ha iniciado una nueva colaboración con una de las convocatorias más consolidadas de Latinoamérica: la ESS+, Feria Internacional de Seguridad de Colombia, junto con los operadores locales CORFERIAS y ProColombia.

El calendario ferial internacional se inició a finales de mayo con la sexta convocatoria de **ARCOLisboa**, coorganizada con la Câmara Municipal de Lisboa (Portugal). La edición lusa de la Feria Internacional de Arte Contemporáneo cerró con un balance positivo y un buen ritmo comercial, con la participación de 86 galerías de 23 países (incremento del 32% con respecto al año anterior) y récord histórico de asistencia, con más de 13.000 visitantes.

En agosto se celebró en Bogotá (Colombia) la 29ª edición de **ESS+ POWERED BY SICUR**, la primera que ha contado con la participación de IFEMA MADRID mediante el sello Salón Internacional de la Seguridad, la feria española de seguridad. Esta colaboración se enmarca en el acuerdo firmado en 2022 entre IFEMA MADRID y CORFERIAS, el primer operador ferial de Colombia, que ha sido renovado en 2023 con la adhesión de ProColombia.

La feria contó con 145 expositores directos y 300 marcas de 36 países en 17.000 metros cuadrados de exposición. La cifra de visitantes profesionales superó los 14.000, lo que posiciona a **ESS+ POWERED BY SICUR** como punto de encuentro en Latinoamérica de empresas innovadoras en el sector. Junto con el alcance internacional del certamen, cabe destacar la calidad de las numerosas actividades organizadas, con más de 60 conferencias y paneles liderados por expertos y profesionales del sector, y cerca de 70 eventos académicos.

A inicios de septiembre, IFEMA MADRID participó en la segunda edición de **MOTORTEC CHILE**, Feria Internacional de la Postventa de Automoción, coorganizada con el recinto Espacio Riesco de Santiago (Chile) y con repercusión en el conjunto de Latinoamérica. La feria contó con 60 empresas expositoras –la mitad de ellas, internacionales– y la asistencia de más de 4.000 visitantes profesionales de la postventa y el repuesto.

El Espacio Riesco de la capital chilena acogió también la cuarta edición del **SALÓN LOOK Santiago de Chile**, celebrada en noviembre con la participación de 70 expositores y 10.000 visitantes.

### Programa de Compradores

Una de las principales herramientas para la promoción en el extranjero de las ferias organizadas por IFEMA MADRID es el Programa de Compradores. Esta iniciativa persigue la captación en el extranjero de potenciales empresas importadoras para que visiten las ferias celebradas en Madrid y, con ello, dotar de un elevado perfil internacional a los eventos.

### Impulso a la actividad ferial y su impacto socioeconómico en Colombia

El principal hito en el ámbito de la consultoría estratégica en 2023 ha sido la renovación y ampliación del acuerdo de colaboración firmado el año anterior con CORFERIAS, el primer operador ferial de Colombia. En esta ocasión, junto con las dos instituciones feriales, se ha adherido ProColombia, la entidad encargada de la promoción del turismo, la inversión extranjera y las exportaciones en el país latinoamericano.

El acuerdo persigue la creación de nuevas líneas de actuación a partir de los eventos, plataformas y servicios de los tres operadores, con el objetivo de promover el negocio conjunto y la internacionalización de las ferias y empresas participantes.

Como parte de esta iniciativa, IFEMA MADRID ha participado en 2023 en la organización de **ESS+ POWERED BY SICUR**, aportando la experiencia adquirida en **SICUR**, Salón Internacional de la Seguridad de referencia.

En el desarrollo del programa, la Institución cuenta con la colaboración de asociaciones, expositores y organismos de promoción económica en el exterior. Un caso de éxito en este sentido ha sido el trabajo conjunto con ICEX España Exportación e Inversiones y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en la captación de compradores y en la promoción internacional de las ferias del sector agroalimentario de IFEMA MADRID, como **FRUIT ATTRACTION** y **MEAT ATTRACTION**. Como resultado, **FRUIT ATTRACTION** fue el certamen con mayor número de compradores internacionales invitados de todo 2023, con más de 650.

Al cierre del año, 22 ferias de IFEMA MADRID ofrecieron este programa, captando la atención de 2.155 compradores de 60 países. Junto con **FRUIT ATTRACTION** y **MEAT ATTRACTION**, el resto de los salones que han integrado este servicio han sido **FITUR**, **MOMAD**, **INTERGIFT**, **BISUTEX**, **MADRIDJOYA**, **ARCOmadrid**, **ARCOlisboa**, **ORGANIC FOOD IBERIA**, **GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA**, **GLOBAL MOBILITY CALL**, **C&R - CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN**, **PROMOGIFT**, **GENERA** y **MADRID CÓMIC POP UP**.

Además, la Federación del Gremio de Editores de España impulsó un programa específico de compradores para **LIBER**, con la asistencia de 332 profesionales de 53 países.



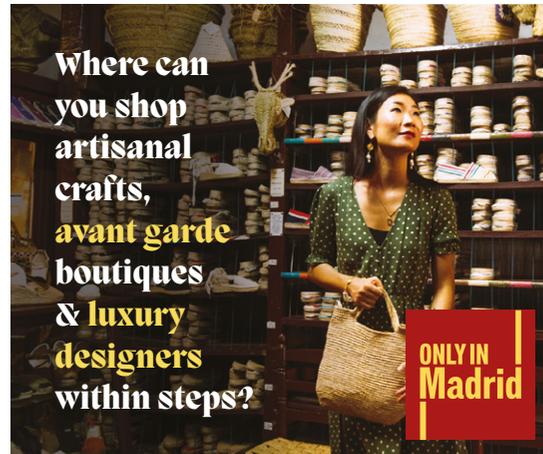
## Nuevos proyectos.

### “Only in Madrid”, primera campaña de Madrid Turismo by IFEMA MADRID

En 2023 ha tenido lugar el lanzamiento de “Only in Madrid”, la primera campaña desarrollada por el proyecto Madrid Turismo by IFEMA MADRID, tras la presentación y constitución de la iniciativa en el último trimestre de 2022.

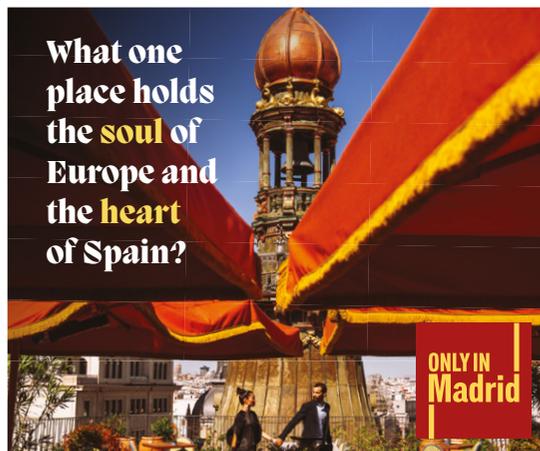
Madrid Turismo by IFEMA MADRID es un proyecto conjunto de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de la ciudad e IFEMA MADRID que tiene el objetivo de promocionar Madrid bajo una marca única (ciudad y región), en colaboración con la industria turística madrileña.

Se trata de la primera ocasión en la que el Gobierno de la Comunidad y el Ayuntamiento trabajan juntos en la difusión del destino Madrid con un mensaje único, especialmente dirigido a visitantes de países no europeos. IFEMA MADRID es la entidad encargada de gestionar la iniciativa, que cuenta con un presupuesto anual de 12,8 millones de euros.



Para su correcta ejecución, se ha constituido la Mesa del Turismo de Madrid, como órgano de asesoramiento del proyecto Madrid Turismo, que dinamiza la creación de grupos de trabajo específicos llamados “mesas temáticas” con el fin de identificar prioridades y necesidades concretas para cada ámbito estratégico o grupo de mercados emisores internacionales.

La Mesa está compuesta por las principales asociaciones del turismo de Madrid –Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Confederación Empresarial de Madrid-CEOE (CEIM), Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV), Hostelería Madrid y OPC Madrid–, así como por las empresas designadas que las representan en la Mesa, como Acotex, Corral de la Morería, El Corte Inglés, Four Seasons, Iberia, Marriott Madrid Auditorium, Meliá Hotels International, NH Hotel Group y The Madrid Edition.



### Experiencias exclusivas

La primera acción de Madrid Turismo by IFEMA MADRID ha sido la campaña “Only in Madrid”, lanzada al mismo tiempo en 16 mercados de América, Asia y Oriente Medio, y dirigida a un perfil de turista de alto impacto. Su objetivo ha consistido en comunicar y poner en valor aquellas experiencias que solo se pueden vivir en Madrid y que convierten a la capital española en el destino más vibrante de Europa.

La pieza audiovisual principal celebra el estilo de vida de los madrileños y traslada el increíble ritmo de vida de la ciudad a través del talento de sus músicos y bailarines. Además de la oferta urbana, las creatividades de “Only in Madrid” también ponen el foco en la posibilidad que ofrece el destino de disfrutar, a pocos kilómetros del centro de la ciudad, de entornos naturales y patrimoniales de gran belleza, así como de enclaves de enorme atractivo enogastronómico.

Con un presupuesto específico de 26 millones de euros para su creación y difusión, la campaña ha impactado a lo largo de 2023 en una audiencia de más de 246 millones de personas, con un valor publicitario equivalente a más de 35 millones de euros.



### Impacto de la campaña “Only in Madrid”.



**+246 M.**  
de personas en 16 países



**+35 M. €**  
de valor publicitario equivalente

M.: millones.

### Marketing digital, medios de prestigio e influencers embajadores

La campaña “Only in Madrid” se ha desarrollado con visión 360, con el objetivo de captar la atención del potencial turista de alto impacto alrededor del mundo y en diversos entornos.

Así, ha integrado acciones de *marketing* digital, con *microsites* en 10 idiomas y campañas publicitarias; contenido patrocinado en algunos de los medios de comunicación de mayor prestigio del mundo; conectividad aérea, con el establecimiento de nuevas rutas directas de Iberia a Doha y Tokio; o contenidos de *influencers* de viajes, entre otras actuaciones.

Como parte de la estrategia de *influencers* y *key opinion leaders*, Madrid Turismo by IFEMA MADRID también ha nombrado a sus primeros embajadores internacionales: cuatro celebridades de Corea del Sur, que han compartido y difundido su pasión por el estilo de vida madrileño.

### Nuevo hub de restauración

En paralelo al desarrollo de la actividad en los ámbitos feriales, MICE y de ocio, IFEMA MADRID ha puesto en marcha en 2023 un proyecto transversal de especial relevancia en la mejora del servicio a sus visitantes: la profunda transformación de su modelo de restauración.

Esta iniciativa multiplicará la oferta de restaurantes y terrazas del Recinto Ferial con el propósito de posicionar a IFEMA MADRID como un gran hub gastronómico en la ciudad.

### Cambio del modelo de gestión

Para dar este salto cualitativo en su oferta gastronómica, IFEMA MADRID ha apostado por cambiar el modelo de gestión de la oferta de restauración, coincidiendo con el inicio de la explotación del servicio por parte de la compañía multinacional española Areas, mediante un contrato de 10 años de duración.

Junto con Areas, el proyecto cuenta con tres compañías de referencia en el sector como *partners* gastronómicos y marcas oficiales de bebidas, cerveza y café, respectivamente: Mahou San Miguel, Coca-Cola Europacific Partners y JDE Peet's coffee (marca L'OR).

El objetivo es evolucionar hacia una oferta variada, internacional, fresca y alineada con la demanda actual de los diferentes perfiles de visitantes que acuden al Recinto Ferial. Para ello, se apuesta por una combinación de marcas internacionales de renombre y conceptos locales de "sabor Madrid", diseñados exclusivamente para un espacio gastronómico que incorpora 32 restaurantes, tanto en áreas exteriores como en el interior de los pabellones.

El nuevo modelo arrancó en septiembre de 2023 con los primeros 12 establecimientos activos y culminará en 2024. La valoración de los primeros meses de explotación ha resultado muy positiva, superando las expectativas fijadas.



### Creación de La Avenida de la Gastronomía

El proyecto de transformación de la oferta gastronómica contempla la creación de la llamada "La Avenida de la Gastronomía", con una nutrida oferta de reconocidas firmas gastronómicas que compondrán una propuesta muy variada y de primera calidad.

Entre los nuevos establecimientos destacan conceptos icónicos de Madrid, como cervecerías, jamonerías o bares de tapas (Rodilla, Bareto y MásQMenos); restaurantes gastronómicos como Pura Brasa o Gastrohub, con menús asesorados por el chef Nino Redruello; marcas nacionales (SantaGloria Coffee&Bakery y Pepito Grillo) e internacionales (Tacos Don Manolito y Tim Hortons); conceptos saludables (Aloha Poke); sabores asiáticos (Udon); y otras marcas como Farine y Mahou, entre otras.

Junto con la La Avenida de la Gastronomía, también se rediseñarán los restaurantes interiores de cada pabellón, con un interiorismo que potenciará la luz natural.



**El nuevo modelo de restauración de IFEMA MADRID cuenta con tres compañías de referencia en el sector como *partners* gastronómicos y marcas oficiales de bebidas, cerveza y café, respectivamente: Mahou San Miguel, Coca-Cola Europacific Partners y JDE Peet's coffee (marca L'OR).**



## Premios y reconocimientos.

Un año más, el esfuerzo de IFEMA MADRID por alcanzar la excelencia en la organización de eventos y en la ejecución de actividades ha sido recompensado con galardones de prestigio en el sector y el ámbito empresarial e institucional:

### Galardón de Madrid Open City, categoría "Invest in Madrid Embajador Honorífico Español"

IFEMA MADRID obtuvo esta distinción por su contribución a mejorar y potenciar la visibilidad, imagen y presencia de Madrid a nivel internacional, así como por su vocación y valores de compromiso, calidad, excelencia y apoyo a la región.

La misión de la asociación Madrid Open City es posicionar y promocionar la ciudad en los mercados extranjeros como centro internacional de negocio, capital humano e innovación.

### Homenaje a Adrián Piera, artífice de la creación de IFEMA MADRID

IFEMA MADRID inauguró en mayo un busto conmemorativo de Adrián Piera, primer presidente del Comité Ejecutivo de la Institución, que desempeñó el cargo durante 20 años (1978-1998).

El busto, creado por el escultor Santiago de Santiago, supone el reconocimiento a la capacidad visionaria y emprendedora de Piera, que impulsó la creación de IFEMA MADRID desde la presidencia de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

Su labor fue decisiva para la creación en 1978 del Consorcio que rige la Institución desde su nacimiento, también formado por el Ayuntamiento de Madrid, la actual Comunidad de Madrid (entonces, Diputación Provincial Madrileña) y Caja de Madrid.

### Premio Emporia de Plata Veredictas, categoría "Mejor construcción para un evento"

Veredictas, organización especializada en la gestión de estándares de excelencia, otorgó el Premio Emporia de Plata a IFEMA MADRID por la exitosa producción de la Cumbre de la OTAN de 2022.

El galardón valoró la gestión global del evento (diseño, producción, iluminación, sonido, vídeo, traducción, montaje y logística), que ocupó una superficie de más de 50.000 metros cuadrados e implicó la participación de 1.200 profesionales.

El Premio Emporia es el estándar de excelencia del sector de la arquitectura efímera en España, certificado por Veredictas Internacional.

### Premio AERCE, categoría "Mejor Proyecto de la Función de Compras al Sector Público"

La Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE) ha reconocido, en la duodécima edición de sus premios, la ejecución y adjudicación del proyecto sostenible de reciclaje de la moqueta utilizada en las ferias y eventos.

Esta iniciativa, que fomenta la reutilización de este material en diversos eventos y su transformación en mobiliario, ya recibió en 2022 el Premio Industry Partner de la Asociación Internacional de la Industria Ferial (UFI).

### XVI edición de los Premios Pyme

IFEMA MADRID y el diario *Expansión* han convocado en 2023 la XVI edición de los Premios Pyme, unos galardones que reconocen la dedicación de las pequeñas y medianas empresas españolas.

El acto de entrega de esta edición se celebró en noviembre, con la presencia de las compañías ganadoras de las seis categorías de los premios: Civitatis ("Creación de Empleo"), WorkandLife ("RSC"), Cimico ("Medioambiente"), J. Huete Greenhouses ("Internacionalización"), Added Value Solutions - AVS ("Innovación tecnológica") y Balene ("Mejor emprendedor"). También se entregó un accésit a Jana Producciones por su actividad de internacionalización.

Mediante la convocatoria de estos galardones, IFEMA MADRID contribuye a poner en valor y dar visibilidad a la labor de las pymes, que suponen el 98% del tejido empresarial del país, y generan el 75% del empleo y el 65% del PIB nacional.



## Actividad de ferias y eventos realizados en 2023.

### Ferias propias.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales y virtuales
18/1/23-22/1/23	FITUR	Feria Internacional de Turismo	Híbrida	69.033	724	278.188
1/2/23-5/2/23	INTERGIFT (1.ª ed.)	Salón Internacional del Regalo y Decoración	Híbrida	18.876	214	50.480
2/2/23-5/2/23	BISUTEX (1.ª ed.)	Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	Presencial	6.453	236	5.710
2/2/23-5/2/23	MADRIDJOYA (1.ª ed.)	Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia	Presencial	3.731	127	4.768
3/2/23-5/2/23	MOMAD (1.ª ed.)	Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios	Presencial	6.299	217	7.043
7/2/23-9/2/23	PROMOGIFT	Salón Internacional del Objeto Promocional y Maquinaria para la Personalización	Híbrida	4.548	145	10.052
15/2/23-19/2/23	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (1.ª ed.)		Presencial	6.196	16	25.294
21/2/23-23/2/23	GENERA	Feria Internacional de Energía y Medioambiente	Híbrida	18.783	385	58.181
22/2/23-26/2/23	ARCOmadrid	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Presencial	18.852	267	95.000
6/3/23-8/3/23	MEAT ATTRACTION	Feria del Sector Cárnico	Híbrida	6.165	129	14.200
15/3/23-17/3/23	IBERZOO+ PROPET	Feria Internacional para el Profesional del Animal de Compañía	Híbrida	8.676	218	18.538
22/3/23-26/3/23	SEMANA DE LA EDUCACIÓN		Híbrida	9.796	187	147.000
23/3/23-25/3/23	MADRID ES CIENCIA		Presencial	2.344	87	150
15/4/23-23/4/23	ANTIK PASSION ALMONEDA	Feria de Antigüedades, Galerías de Arte y Coleccionismo	Presencial	3.175	82	16.000
18/5/23-20/5/23	EXPOFRANQUICIA	Salón Internacional de la Franquicia	Híbrida	2.177	104	6.680
27/5/23-28/5/23	100X100 MASCOTA	Feria del Animal de Compañía	Presencial	16.714	81	11.200

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

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales y virtuales
7/6/23-8/6/23	ORGANIC FOOD IBERIA	Feria Profesional Internacional para el Sector Ecológico en la Península Ibérica	Híbrida			
7/6/23-8/6/23	ECO LIVING IBERIA	Feria Profesional Internacional sobre Cosmética, Moda y Menaje Naturales, Éticos y Sostenibles de la Península Ibérica	Híbrida	4.412	334	4.800
13/6/23-18/6/23	SALÓN DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	Salón de la Movilidad de Segunda Mano	Híbrida	15.593	34	19.000
13/9/23-17/9/23	INTERGIFT (2.ª ed.)	Salón Internacional del Regalo y Decoración	Híbrida	20.027	203	39.563
14/9/23-17/9/23	BISUTEX (2.ª ed.)	Salón Internacional de la Bisutería y Complementos	Presencial	6.650	243	4.883
14/9/23-17/9/23	MADRIDJOYA (2.ª ed.)	Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia	Presencial	5.871	172	5.958
15/9/23-17/9/23	MOMAD (2.ª ed.)	Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios	Presencial	6.857	216	4.993
12/9/23-17/9/23	MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID (2.ª ed.)		Presencial	7.892	20	31.102
3/10/23-5/10/23	FRUIT ATTRACTION	Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas	Híbrida	63.548	1.275	104.051
4/10/23-6/10/23	LIBER	Feria Internacional del Libro	Híbrida	3.672	193	9.200
5/10/23-7/10/23	GRAN CANARIA SWIM WEEK BY MODA CÁLIDA		Presencial	1.955	11	3.744
19/10/23-22/10/23	ESTAMPA	Contemporary Art Fair	Presencial	4.695	96	16.000
24/10/23-26/10/23	GLOBAL MOBILITY CALL	Connecting Sustainable Mobility Ecosystem	Híbrida	6.814	87	10.954
24/10/23-26/10/23	TRAFIC	Salón Internacional de la Movilidad Segura y Sostenible	Híbrida			
26/10/23-27/10/23	UNIVERSIDAD PYME		Presencial	1.009	100	2.000
3/11/23-5/11/23	1001 BODAS	Salón de Productos y Servicios para Celebraciones	Presencial	2.833	105	8.000
3/11/23-5/11/23	MADRID COMIC POP UP	Salón del Cómic	Presencial	2.372	60	23.000

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

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Formato	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes presenciales y virtuales
4/11/23-6/11/23	SALÓN LOOK	Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral	Híbrida	9.835	220	37.518
7/11/23-8/11/23	ACCOUNTX ESPAÑA	Feria Profesional para el Sector de Despachos Profesionales, Asesores de Empresas y Pymes	Presencial	3.883	112	5.024
11/11/23-19/11/23	FERIARTE	Feria de Antigüedades y Galerías de Arte	Presencial	3.000	67	14.800
14/11/23-16/11/23	SIMO EDUCACIÓN	Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa	Híbrida	3.143	107	11.975
14/11/23-17/11/23	C&R-CLIMATIZACIÓN Y REFRIGERACIÓN	Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración	Híbrida	26.298	368	46.600

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



### Ferias externas.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
11/2/23-12/2/23	JAPAN WEEKEND MADRID (1.ª ed.)	Feria de Manga, Anime y Cultura	5.383	1.303	35.000
21/2/23-23/2/23	FERIA INTERNACIONAL DEL JUEGO		6.870	59	6.424
6/3/23-8/3/23	HIP - HOSPITALITY INNOVATION PLANET	Salón Profesional para el Sector Horeca	18.165	381	43.794
7/3/23-8/3/23	WOOE	Encuentro Mundial del Aceite de Oliva	1.245	73	1.858
8/3/23-10/3/23	ORTO MEDICAL CARE		6.278	96	10.000
23/3/23-26/3/23	CINEGÉTICA		4.480	260	29.000
24/3/23-26/3/23	INTEROCIO		5.914	51	12.500
28/3/23-30/3/23	REB - REBUILD	Showroom y Congreso Nacional de Arquitectura Avanzada y Construcción 4.0	11.878	544	22.854
17/4/23-20/4/23	SALÓN GOURMETS		39.564	1.186	116.257
21/4/23-22/4/23	ZURICH ROCK'N'ROLL RUNNING SERIES MADRID		10.200	90	45.000
25/4/23-27/4/23	PCK - PICK&PACK	European Intralogistics Summit	3.496	80	6.243
10/5/23-11/5/23	INDUSTRYLIVE		3.415	112	4.186
12/5/23-19/5/23	FEINDEF	Feria Internacional de la Defensa	22.066	350	20.000
24/5/23-27/5/23	SIMA	Salón Inmobiliario de Madrid	9.300	200	7.000
19/9/23-21/9/23	C!PRINT MADRID		7.271	156	11.965
20/9/23-21/9/23	FARMAFORUM		8.012	240	6.200
20/9/23-21/9/23	BIOTECHFORUM				
20/9/23-21/9/23	COSMÉTICA FORUM				
20/9/23-21/9/23	LABFORUM				
23/9/23-24/9/23	JAPAN WEEKEND MADRID (2.ª ed.)	Feria de Manga, Anime y Cultura	9.441	603	35.000
10/10/23-11/10/23	EXPOCECOFERSA		2.922	67	450
10/10/23-11/10/23	AUTOMOTIVE MANUFACTURING MEETINGS		1.183	98	300

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
27/10/23-29/10/23	FISIO EXPO		10.366	104	6.780
30/10/23-31/10/23	E-SHOW / MADRITECH		9.327	166	12.000
2/11/23-5/11/23	BIOCULTURA		3.780	420	8.308
4/11/23-5/11/23	MI BEBÉ Y YO FERIA		1.300	60	5.000
7/11/23-9/11/23	HYGIENALIA		5.405	140	6.000
15/11/23-16/11/23	FERIA DE EMPLEO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD		1.543	75	7.406
15/11/23-16/11/23	ADVANCED MANUFACTURING MADRID		15.024	636	13.475
	COMPOSITES MADRID				
	ROBOMÁTICA MADRID				
24/11/23-26/11/23	RETROMÓVIL MADRID		12.738	147	28.250
25/11/23-27/11/23	IFEMA MADRID HORSE WEEK		34.500	30	10.000
28/11/23-30/11/23	EUROPEAN ROTORS		13.217	204	7.000
29/11/23-30/11/23	EMPACK MADRID/ LOGISTICS MADRID	The Future of Packaging Technology	7.817	239	10.623
	LOGISTICS & INDUSTRIAL BUILD				
	LOGISTICS & AUTOMATION MADRID				
29/11/23-30/11/23	EXPO FOOD SERVICE		582	38	6.604
29/11/23-1/12/23	RAIL LIVE		5.808	246	6.431
22/12/23-31/12/23	JUVENALIA	Salón del Ocio Infantil y Juvenil	37.400	44	75.100
15/12/23-17/12/23	GAMERGY		8.550	15	13.000

### Proyectos internacionales.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	País	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
25/5/23-28/5/23	ARCOLisboa	Feria Internacional de Arte Contemporáneo	Portugal	4.002	92	13.000
16/8/23-18/8/23	SALÓN LOOK SANTIAGO DE CHILE	Salón Internacional de Imagen y Estética Integral	Chile	7.914	145	14.040
7/9/23-9/9/23	MOTORTEC CHILE	Exhibición Internacional del Repuesto y Postventa para la Industria Automotriz	Chile	1.620	60	4.000
5/11/23-7/11/23	ESS+ POWERED BY SICUR	Feria Internacional de Seguridad	Colombia	1.604	70	10.000



### Congresos con exposición.

Fechas de celebración	Nombre	Leyenda	Superficie neta	Expositores totales	Visitantes
23/1/23-25/1/23	MADRID FUSIÓN		14.899	189	22.000
1/3/23-2/3/23	CONGRESO FACONAUTO		1.500	30	1.500
22/3/23-23/3/23	CONGRESO ASLAN		992	30	1.500
18/4/23-20/4/23	FTTH CONFERENCE		12.033	103	4.000
9/5/23-11/5/23	SALÓN CARREFOUR		10.968	132	2.000
7/6/23-9/6/23	33 CONGRESO NACIONAL SEMES		3.992	30	1.600
12/6/23-15/6/23	61ST ANNUAL PTCOG CONFERENCE		1.456	31	1.150
20/6/23-21/6/23	EBAday		5.300	62	2.000
25/9/23-27/9/23	AIRSPACE INTEGRATION CONGRESS		1.992	60	3.400
4/10/23-5/10/23	SEC - SMART ENERGY CONGRESS		88.260	142	33.000
14/10/23-24/10/23	ESMO CONGRESS		2.500	50	1.000
26/10/23-28/10/23	CONGRESO ESPAÑOL DE MAMA - 6CEMA		1.050	15	650
28/11/23-29/11/23	WOBI		1.833	11	750



### Conciertos y eventos de larga duración.

Fechas de celebración	Nombre	Nombre del coorganizador/ organizador externo	Superficie neta total	Visitantes
1/1/23-15/1/23	PRODUCTORES DE SONRISAS	PRODUCTORES DE SONRISAS	2.198	23.287
1/1/23-12/2/23	IMAGINE PICASSO	ZUSUP	2.260	5.383
1/1/23-5/3/23	DESAFÍO DALÍ	ZUSUP	2.000	15.359
1/1/23-31/12/23	MALINCHE	MALINCHE EL MUSICAL	2.000	261.488
1/1/23-31/12/23	WAH MADRID	PUM TOURS MEDIA SPAIN S.L.	1.440	180.000
7/1/23	CANTAJUEGOS		855	1.800
20/1/23	LA MEJOR MÚSICA DE CINE		855	1.800
21/1/23	WALT DISNEY IN CONCERT MADRID		855	1.800
2/2/23-19/2/23	CIRCO BACANAL	PRODUCTORES DE SONRISAS	2.198	19.369
3/3/23-4/3/23	AFTERLIFE	CENTRIS EVENTS S.L.	4.464	15.050
18/3/23	HORTERALIA	HORTERALIA, EVENTOS Y PRODUCCIONES	1.674	5.591
21/3/23-16/7/23	FÓRMULA 1 - LA EXPOSICIÓN	GP1X Limited	1.400	167.000
30/4/23	ELROW TOWN MADRID	ENTRETENIMIENTO MUSICAL	7.347	33.086
12/5/23	CIRCOLOCO	TE HACEMOS BAILAR S.L.	5.022	7.000
14/5/23	BRUNCH ELECTRONIK (1.ª ed.)	BRUNCH IN FESTIVAL	2.175	8.059
21/5/23	BRUNCH ELEKTRONIK (2.ª ed.)	BRUNCH IN FESTIVAL	2.175	5.774
27/5/23	BRUNCH ELEKTRONIK (3.ª ed.)	BRUNCH IN FESTIVAL	2.175	10.516
27/5/23	JAY SHETTY	LIVE NATION ESPAÑA S.L.	855	1.812
10/6/23	I LOVE REGGAETON	SHAREMUSIC CONCERTS S.L.	4.176	21.474
17/6/23	LOVE THE 90's FESTIVAL	SHAREMUSIC CONCERTS S.L.	18.107	31.524
24/6/23	LOVE THE TWENTIES	SHAREMUSIC CONCERTS S.L.	18.107	32.558
30/6/23-1/7/23	MAUDES FESTIVAL	ADAPTACIONES MUSICALES A.I.E.	2.175	9.328
17/7/23	ANASTACIA	LIVE NATION ESPAÑA S.L.	855	1.812
6/9/23	CAETANO VELOSO	LIVE NATION ESPAÑA S.L.	855	1.812

Fechas de celebración	Nombre	Nombre del coorganizador/ organizador externo	Superficie neta total	Visitantes
16/9/23	SUAVEFEST	BERRINCHE MUSICAL A.I.E.	2.175	5.646
22/9/23-23/9/23	BRAVA MADRID	SALVAJE FESTIVAL S.L.	14.581	18.497
29/9/23-30/9/23	MADRID SALVAJE	SALVAJE FESTIVAL S.L.	14.581	25.001
30/9/23-31/12/23	JURASSIC WORLD BY BRICKMAN	PROACTIV	1.569	59.530
3/10/23	FIESTA FLAMENCA	SO-LA-NA ENTERTAINMENT	3.600	527
5/10/23-1/11/23	ROCK CIRCUS	PRODUCTORES DE SONRISAS	2.198	39.085
11/10/23	BORIS BREJCHA IN CONCERT	CENTRIS EVENTS S.L.	5.022	8.202
31/10/23	BLACK COFFEE	BRUNCH IN FESTIVAL A.I.E.	5.022	10.020
10/11/23	DEVENDRA BARHART	PROUND EVENTS S.L.	855	800
24/11/23-31/12/23	CIRCLASSICA - CIRCO MUNDIAL	PRODUCTORES DE SONRISAS	2.198	118.405
2/12/23	ORO VIEJO	DISORDER EVENTS	5.022	0
2/12/23-3/12/23	MIKE CRACK	LA ROCK ENTERTAINMENT S.L.U.	855	1.800
5/12/23-31/12/23	MUNDO PIXAR	PROACTIV	2.260	99.826
14/12/23-21/12/23	CHRISTMAS BY STARLITE	BENDEUS	4.464	20.655
22/12/23-31/12/23	HANGAR 52	PROACTIV	855	8.411
31/12/23	BRESH!	JG EVENTS S.L	5.022	7.990



# Difusión.

# 03.

## Impacto en comunicación.

IFEMA MADRID en los medios\_64

La comunidad en redes sociales\_68

ifema.es, donde comienza nuestro mundo digital\_70

Difundiendo la marca IFEMA MADRID\_72



# IFEMA MADRID en los medios.

IFEMA MADRID ha mantenido su alto posicionamiento informativo y reputacional. En 2023, ha sido protagonista en los medios de comunicación, con una estrategia que ha combinado la difusión y el impacto tanto en medios tradicionales como digitales. La Institución ha mantenido la tendencia al alza en los indicadores de comunicación, recuperando cifras previas a la pandemia.

La apuesta por los diferentes canales digitales, incluyendo la web corporativa y los diversos canales en redes sociales, se ha traducido en unos notables niveles de audiencia e impacto mediático durante todo el año que apoyan el reconocimiento de IFEMA MADRID como referente en el ámbito ferial y congresual.

El resultado de las acciones de comunicación llevadas a cabo ha generado una cobertura mediática con un total de 483.693 noticias publicadas en medios nacionales y extranjeros, que se han traducido en una audiencia potencial de 92.101 millones de personas y una valoración económica que ha superado los 11.350 millones de euros.

El evento con mayor relevancia informativa en términos de impacto ha sido, un año más, **FIGUR**, Feria Internacional de Turismo, que ha generado 185.347 impactos mediáticos y una audiencia de 46.098 millones de personas, lo que se ha traducido en una valoración económica de 300.599 millones de euros.

En segundo lugar, se ha situado **FRUIT ATTRACTION**, Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, con 19.454 impactos, una audiencia de 4.366 millones de personas y una valoración económica de 26.603,6 millones de euros, seguida de **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo, que ha registrado 15.454 impactos, una audiencia de 1.968 millones de personas y una valoración de 46.403 millones de euros.

**La apuesta de IFEMA MADRID por los diferentes canales digitales se ha traducido en unos notables niveles de audiencia e impacto mediático durante todo el año.**



**MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, cita destacada del sector de la moda, ha logrado 11.300 menciones en medios, una audiencia de 8.420 millones de personas y una valoración económica de 75.300 millones de euros en su edición de febrero, a los que hay que sumar 5.077 impactos, 4.695 millones de audiencia y 32.670,6 millones de euros de la edición de septiembre.

Otros certámenes relevantes a nivel mediático para IFEMA MADRID durante 2023 han sido **IBERZOO+ PROPET**, Feria Internacional del Animal de Compañía, con 9.691 impactos, una audiencia de 143.730 personas y 2.224,5 millones de euros de valoración económica; la **SEMANA DE LA EDUCACIÓN**, con 7.860 noticias, 1.060 millones de audiencia y 8.470 millones de euros; **SIMO EDUCACIÓN**, Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa, (6.705 impactos, 496 millones de audiencia y 3.401,3 millones de euros) y **GLOBAL MOBILITY CALL**, congreso con exposición líder en movilidad sostenible, que ha obtenido 5.996 menciones, una audiencia de 2.889 millones de personas y una valoración económica de 18.026,5 millones de euros.

**Impacto de IFEMA MADRID en los medios de comunicación.**



Noticias  
**483.693**



Audiencia  
**92.101,2 M.**



Valoración económica  
**11.351,8 M. €**

M.: millones; M. €: millones de euros.  
Fuente: © 2023. Onclusive, Inc.



## Periodistas acreditados.

A lo largo de 2023, los eventos y ferias organizados por IFEMA MADRID han sido cubiertos informativamente por 14.111 periodistas, un 24% más que el año anterior. Del total de periodistas acreditados, 1.035 eran de procedencia internacional.

**FITUR**, Feria Internacional de Turismo, ha sido el certamen que más medios de comunicación ha atraído, con 6.459 periodistas acreditados, seguido de **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo, con 1.880 periodistas.

El tercer gran evento por seguimiento periodístico ha sido **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID**, con un total de 1.071 periodistas acreditados en la edición de marzo y 1.089 en la de septiembre. **FRUIT ATTRACTION** (529) e **INTERGIFT** (304) completan el ranking de eventos con mayor número de profesionales acreditados.

**Cifras de periodistas acreditados en IFEMA MADRID.**



Periodistas totales  
**14.111**  
(+24% respecto a 2022)



Periodistas nacionales  
**13.076**



Periodistas internacionales  
**1.035**



# La comunidad en redes sociales.

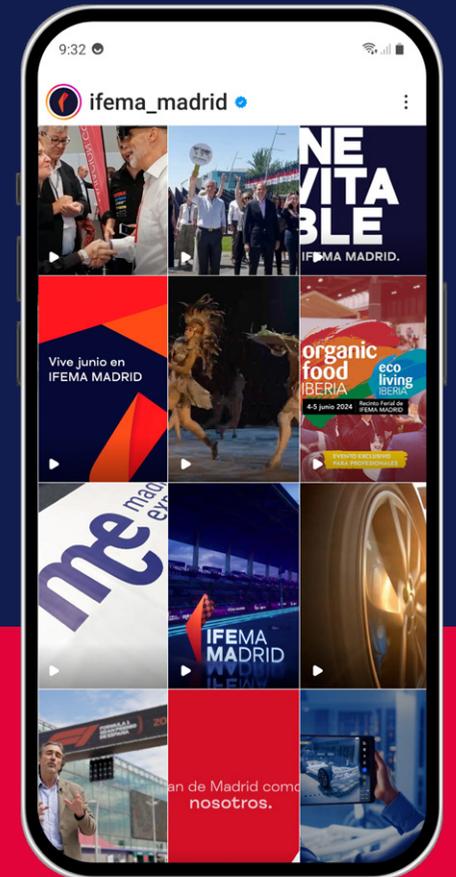
La comunidad digital de IFEMA MADRID ha continuado creciendo durante 2023, consolidándose como una herramienta fundamental para la comunicación y la interacción con los usuarios. La implementación de una estrategia personalizada de contenidos para cada red ha sido clave en este éxito, impulsando un aumento significativo tanto en el número de perfiles como en la comunidad de seguidores.

A cierre del ejercicio, IFEMA MADRID contaba con un total de 68 cuentas para sus ferias en X, 66 perfiles en Facebook, 65 en YouTube, 58 en Instagram y 52 en LinkedIn. La comunidad digital de la Institución ha sido de 3.125.401 seguidores, un 36,9% más que en 2022.

Por lo que respecta a los canales individuales de los eventos, **MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID** ha continuado siendo líder, con 372.785 seguidores, seguido de **FITUR**, Feria Internacional de Turismo, con 294.009 usuarios; **ARCOmadrid**, Feria Internacional de Arte Contemporáneo, con 231.843, y **MOMAD**, con 73.609. Los canales corporativos de IFEMA MADRID en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y LinkedIn han sumado en conjunto 200.559 seguidores.

En 2023, IFEMA MADRID ha potenciado su cuenta en TikTok mediante la generación de contenido variado y específico enfocado en el público joven, lo que ha supuesto un importante crecimiento en esta red.

La implementación de una estrategia personalizada de contenidos para cada red ha impulsado un aumento significativo tanto en el número de perfiles como en la comunidad de seguidores.



## Seguidores e interacción en las redes sociales de IFEMA MADRID.

-  Facebook
-  X
-  Instagram
-  LinkedIn
-  YouTube

Seguidores totales  
**3.125.401**  
(+36,9% respecto a 2022)

Impresiones totales  
**84,9 M.**

Interacciones totales  
**1,14 M.**

M.: millones.



# ifema.es, donde comienza nuestro mundo digital.

Los entornos digitales de la Institución, junto con ifema.es, han experimentado en 2023 un fuerte incremento de visitantes, sesiones y páginas vistas, convirtiéndose en una fuente de información de referencia para profesionales, expositores y organizadores de eventos, así como en un espacio esencial para facilitar la comunicación entre ellos y la Institución.

Los múltiples contenidos, vídeos, elementos, descargas de documentos, etc. de las distintas plataformas digitales han dado lugar a un total de 10,4 millones de interacciones.

Asimismo, se han registrado 2,5 millones de accesos privados (*logins* en plataformas de autenticación) y se han vendido 600.228 entradas a través de las plataformas propias,

de las cuales 274.471 han correspondido al público general y 325.757 a los profesionales.

En conjunto, los registros y entradas a ifema.es y a las diferentes plataformas han generado más de 3,5 millones de euros de ingresos.

Tras las mejoras realizadas en materia de contenido y usabilidad, ifema.es ha cerrado el año con 13,78 millones de usuarios únicos (un 24% más que en 2022), 20,8 millones de sesiones (un 25% más que el año anterior) y un total de páginas vistas de 45,47 millones, lo que representa un incremento del 14% con relación a 2022.

## Los entornos digitales de IFEMA MADRID en cifras.



Interacciones

**10,4 M.**

(+17% respecto a 2022)



Accesos privados

**2,5 M.**

(+36% respecto a 2022)



Entradas vendidas

**600.228**

(+27,2% respecto a 2022)



Ingresos por registros y entradas

**3.558.065 €**

(+7,9% respecto a 2022)

## Audiencia de ifema.es.



Sesiones

**+20 M.**

(+25% respecto a 2022)



Páginas vistas

**+45 M.**

(+14% respecto a 2022)



Usuarios

**+13 M.**

(+24% respecto a 2022)

M.: millones.

M.: millones.

# Difundiendo la marca IFEMA MADRID.

La inspiración y la experiencia han sido el hilo conductor de las campañas publicitarias de IFEMA MADRID en 2023, que ha tenido dos grandes exponentes: la campaña “Vidas tocadas” y la marca IFEMA MADRID LIVE.

Tras el lanzamiento de la marca en 2021 y la fase de consolidación en 2022, en 2023 se ha afianzado el valor de la marca a través de diferentes contenidos con historias tangibles y cercanas a los targets de la Institución, como la campaña “Vidas tocadas por IFEMA MADRID”.

La inspiración y la experiencia han sido el hilo conductor de la comunicación corporativa de IFEMA MADRID en 2023.

Asimismo, se ha mantenido la comunicación de los eventos en una campaña activa durante todo el año, y la marca IFEMA MADRID LIVE nos ha consolidado como un referente en espectáculos y ocio.

Además de generar tráfico a la web, las campañas de comunicación de los eventos han facilitado el proceso de ventas y han reforzado el negocio a través de la captación de visitantes y expositores



## Impacto de las campañas publicitarias de IFEMA MADRID.



Impresiones  
**+574 M.**



CTR (tasa de clics)  
**0,55%**



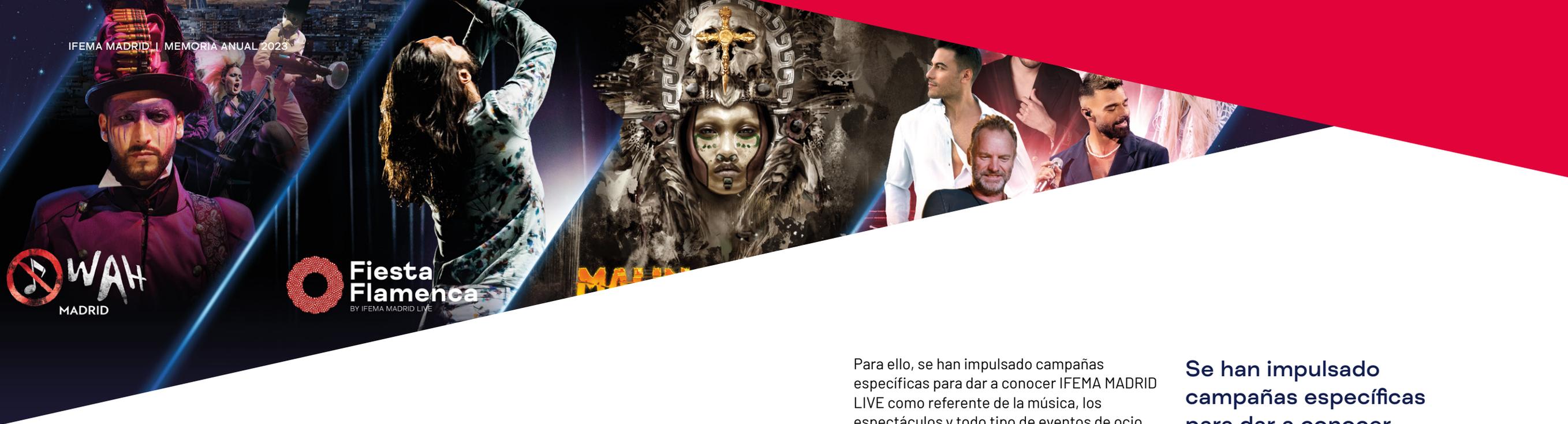
VTR (tasa de visualización)  
**16,16%**  
(+1,16% por encima del ratio de mercado, que es del 15%)



Impactos totales  
**+74 M.**

M.: millones.





## IFEMA MADRID LIVE.

En 2023 ha continuado la apuesta por IFEMA MADRID LIVE, la marca que identifica los conciertos y espectáculos en directo y las exposiciones o eventos de ocio celebrados en las instalaciones de la Institución de la mano de las mejores productoras y promotores de España.



M.: millones.

Para ello, se han impulsado campañas específicas para dar a conocer IFEMA MADRID LIVE como referente de la música, los espectáculos y todo tipo de eventos de ocio. La primera ha tenido lugar durante los meses de verano con el objetivo de posicionarse como referente en Madrid, con una programación abierta para todos los públicos. La segunda se ha realizado en Navidad, un periodo en el que la actividad de ocio es especialmente intensa.

Se han impulsado campañas específicas para dar a conocer IFEMA MADRID LIVE como referente de la música, los espectáculos y todo tipo de eventos de ocio.





## Acciones para reforzar la venta.

Durante todo el año se ha mantenido activa la campaña que permite dar visibilidad a los eventos profesionales y de público que se desarrollan en el Recinto Ferial, tanto organizados por IFEMA MADRID como por agentes externos.

El diseño de esta campaña ha evolucionado a nivel creativo y estratégico para optimizar la presencia de la Institución en los canales y medios habituales, así como para incrementar su visibilidad en los nuevos canales y formatos digitales que, además de generar tráfico a la web, son una fuente fundamental de apoyo para ganar nuevos clientes.

Durante todo el año se ha mantenido activa la campaña que permite dar visibilidad a los eventos profesionales y de público que se desarrollan en el Recinto Ferial.



M.: millones.

## Dando visibilidad a las marcas de IFEMA MADRID.

Para generar el mayor alcance, impacto y visibilidad posibles de las distintas ferias, se han establecido las sinergias necesarias entre los distintos canales, apoyándose en la creatividad, los medios tradicionales y los medios digitales. Esto ha permitido distribuir los presupuestos y maximizar los resultados esperados.

Del total de la inversión en campañas de ferias de 2023, se ha destinado el 65% a publicidad *online* y el 35% a los formatos *offline*. Estos últimos nos han permitido alcanzar los 460

millones de impacto, especialmente en los soportes de exterior, que refuerzan la imagen de las ferias pocas semanas antes de su celebración.

En las estrategias de las campañas digitales, la selección de canales de *upper funnel* (túnel de ventas) como DV360 o META ha generado tráfico de usuarios a la web de IFEMA MADRID. Google se ha consolidado como el mayor canal conversor del año, mientras que LinkedIn ha aportado una audiencia más profesional y cualificada.



30 Me gusta  
ifema\_madrid Nuestros espacios que ofrecen múltiples posibilidades para la celebración de todo tipo de eventos.



17 Me gusta  
ifema\_madrid ¿Quieres organizar tu evento en IFEMA MADRID?



28 Me gusta  
ifema\_madrid ESTA SEMANA EN IFEMA MADRID

# Evolución.

# 04.

## Mirando hacia el futuro.

Innovación y digitalización\_82

Herramientas de gestión\_88





# Innovación y digitalización.

La apuesta por la innovación es clave para que IFEMA MADRID continúe creciendo y manteniéndose a la vanguardia del sector ferial. En 2023, se ha dado continuidad a la implementación de diversos proyectos que, combinados, han permitido ofrecer mejores y más atractivas experiencias para los expositores y los visitantes.

Durante el año, la Institución ha mantenido su propuesta de valor añadido recurriendo a herramientas tecnológicas avanzadas y a nuevos y disruptivos formatos en sus eventos, sin olvidar la digitalización como eje transversal en la estrategia de gestión de los procesos internos.

## Soluciones digitales: LIVE Connect.

En el marco de su estrategia de transformación digital, IFEMA MADRID ha continuado impulsando la plataforma LIVE Connect como herramienta clave para potenciar la experiencia de expositores y visitantes en sus ferias y eventos.

LIVE Connect se ha consolidado en 2023 como una pieza fundamental de la oferta de IFEMA MADRID, complementando la presencialidad de los eventos con capacidades híbridas y virtuales. A través de esta plataforma, la Institución ofrece ya una completa gama de servicios digitales de valor añadido que, por un lado, potencian el *networking* y la interacción entre todos los participantes y, por otro, permiten mantener la actividad relacionada con el evento durante todo el año.

**LIVE Connect se ha consolidado en 2023 como una pieza fundamental de la oferta de IFEMA MADRID, complementando la presencialidad de los eventos con capacidades híbridas y virtuales.**

### Mejoras y expansión de LIVE Connect

En su segundo año de vida, LIVE Connect ha experimentado una evolución significativa. La plataforma ha ofrecido en 2023 una gama más amplia de herramientas para expositores y visitantes, como la funcionalidad *lead retrieval* (que permite obtener información detallada de los visitantes y hacer un seguimiento eficiente), las agendas personalizadas, la gestión de contactos, las comunidades 365 o el *networking online*.

A ello se ha unido la posibilidad de lograr eventos más interactivos mediante la participación de los usuarios de forma presencial, virtual o híbrida. La suma de todas estas prestaciones ha hecho que LIVE Connect se convierta en un espacio donde se genera conocimiento, se crean relaciones y se impulsa el negocio.

La comercialización de la plataforma y sus servicios en los eventos de IFEMA MADRID ha permitido activar el negocio digital, contribuyendo a la diversificación y generando nuevas oportunidades de crecimiento. En este contexto se enmarca el lanzamiento en octubre de 2023 de la versión SaaS (*Software as a Service*) de LIVE Connect, un paso que posibilita ofrecerla a clientes externos para que puedan disponer de una solución tecnológica completa en sus eventos.

El año en cifras  
de LIVE Connect.



**LIVE Connect,  
reconocida por el sector**

En 2023, LIVE Connect ha sido seleccionada como una de las cinco iniciativas finalistas de los Premios Internacionales de UFI (Asociación Internacional de la Industria Ferial) en la categoría "Digital Innovation".

La nominación ha consolidado a la plataforma como una de las soluciones tecnológicas más disruptivas del sector MICE y ha confirmado el compromiso de IFEMA MADRID con la innovación y la excelencia.



## Visual Space.

Tras la positiva experiencia iniciada en 2022 con Visual Space, esta plataforma que permite controlar de forma *online* las ferias presenciales e híbridas, cubriendo todas las fases del evento, se ha consolidado como la herramienta oficial de IFEMA MADRID para realizar la gestión de los espacios en las ferias propias.

Además, la Institución ha avanzado en la integración del flujo de gestión de eventos ajenos para que todos los que se organicen en el Recinto Ferial empleen Visual Space como herramienta de apoyo en la comercialización, construcción, celebración y desmontaje antes de finalizar 2024.

Visual Space ha sido desarrollada a medida y ha ido evolucionando en fiabilidad y estabilidad, así como en su integración con Salesforce, el CRM corporativo de IFEMA MADRID.

En 2023, la plataforma ha visto incrementadas sus funcionalidades, que incluyen la publicación de planos interactivos desde las webs de los eventos, la integración de un sistema de autorizaciones que permite un nivel de granularidad de las acciones por usuario muy detallado y, por último, la robotización del proceso de marcaje de espacios.

**La actualización de la red de aparcamiento ha permitido brindar una experiencia más fluida y segura para visitantes y colaboradores.**

## Actualización de la red de aparcamiento.

La actualización de la infraestructura de *switching* y cableado en la red de aparcamiento de IFEMA MADRID ha sido una medida estratégica que ha permitido optimizar la conectividad y la capacidad de la red, brindando una experiencia más fluida y segura para visitantes y colaboradores.

Gracias a las actuaciones realizadas en 2023, la nueva infraestructura ofrece una mayor fiabilidad, capacidad y velocidad en la transferencia de datos, garantizando una conectividad más rápida y confiable para todos los usuarios del aparcamiento.

Además, se han implementado medidas avanzadas de seguridad para proteger la integridad de los datos y la privacidad de los usuarios, y se ha recurrido a un diseño que maximiza la eficiencia y reduce el consumo de energía para contribuir a la preservación del medioambiente.

## Automatización de procesos robotizados (RPA).

En 2023 se ha iniciado un proyecto piloto destinado a valorar qué puede ofrecer a IFEMA MADRID la automatización de procesos robotizados (RPA) en aspectos como la liberación del tiempo dedicado a trabajos rutinarios o a la minimización de incidencias, lo que conllevaría una optimización de costes.

El proyecto se lleva a cabo con la herramienta UiPath y permitirá valorar y analizar qué procesos son susceptibles de ser robotizados en un futuro.

## Ampliación de los servicios digitales.

Como continuación de los trabajos iniciados el año anterior, en 2023 se ha seguido evolucionando en el parque de aplicaciones de IFEMA MADRID hacia una arquitectura más vanguardista que aporta diversas ventajas, como una mayor agilidad en el desarrollo del *software* y en los cambios posteriores, una gran escalabilidad y una alta disponibilidad para dar un mejor servicio en función de las necesidades del negocio.

En esta línea, se ha trabajado en la mejora de algunos procesos internos, consiguiendo tanto la optimización del tiempo como la minimización de posibles errores humanos. Entre esos procesos han destacado la homogeneización y simplificación del acceso de los usuarios a todas las aplicaciones corporativas y una nueva solución centralizada para la gestión y autorización de pases en el sistema de control de accesos por tornos.

## Gobierno de TI.

El gobierno de TI (o *IT Governance*) consiste en el alineamiento de las tecnologías de la información y la comunicación con la estrategia de negocio. En este sentido, en 2023 se ha lanzado el programa de implantación de la Plataforma de Gestión de la Demanda y Servicios (PGDyS), que permitirá a IFEMA MADRID realizar una gestión integral y eficiente de la demanda y de los servicios internos que se prestan desde sus diferentes direcciones y áreas funcionales.

La plataforma posibilitará obtener las certificaciones en el Esquema Nacional de Seguridad (ENS) y en la ISO 20000 (Sistema de Gestión de Servicios), así como gestionar la cartera de programas y proyectos, y la demanda y los servicios internos y externos, además de los riesgos y controles internos de la Institución.

Todo el proceso estará amparado por un marco homogéneo y uniforme de colaboración entre todas las áreas de IFEMA MADRID, que permitirá analizar los procesos y los servicios para mejorarlos de forma continua y adelantarse a las nuevas necesidades.

# Herramientas de gestión.

## Nueva fase del CRM. Plataforma Data Driven.

Tras casi dos años de implantación del CRM (Customer Relationship Management) de IFEMA MADRID, en 2023 ha comenzado la fase de su mantenimiento correctivo y evolutivo para estabilizar y mejorar los procesos involucrados en la comercialización de las ferias.

Con este fin, se ha iniciado la incorporación paulatina de eventos a la herramienta (*onboarding*), ajustando la funcionalidad a las necesidades de los distintos grupos feriales. Esta labor sigue en curso en la actualidad y se está trabajando para, una vez lograda la comercialización de la totalidad de las ferias propias, conseguir la gestión integral también de las ajenas.

La evolución afecta no solo a las nubes *core* de Salesforce (Sales Cloud y Service Cloud), sino también a aquellas que sirven como *front-end* para expositores y clientes (Zona Expo, Commerce) o a Marketing Cloud, la plataforma de *marketing* y comunicación de IFEMA MADRID.

En septiembre de 2023, IFEMA MADRID inició el diseño y la implantación de su nueva plataforma de analítica de datos corporativa.

Desarrollada a medida, su misión es recopilar la información de interés analítico de los diferentes sistemas y dotar a la Institución de nuevas capacidades analíticas. Con ellas, será posible no solo la automatización de cuadros de mando con indicadores clave para el negocio, sino también la aplicación de modelos analíticos que permitan entender mejor a los clientes para ofrecerles un mejor servicio.

Esta herramienta seguirá instaurándose en la Institución a lo largo de 2024.

La nueva plataforma permitirá:

1. Componer una visión única del cliente, evitando duplicidades de datos en diferentes plataformas aun en el caso de múltiples fuentes de información.
2. Cualificar a los clientes desde diversas perspectivas para realizar una correcta segmentación y adaptar la oferta a la demanda.
3. Unificar la medición de campañas de *marketing* y ofrecer el cálculo del retorno de la inversión (ROI) de las mismas.
4. Disponer de una visión más completa de las acciones de los visitantes en los diferentes eventos, tanto a nivel presencial como virtual.

El objetivo primordial es transformar el modelo de gestión y el entorno tecnológico de la organización, aprovechando el poder del *big data* y la analítica avanzada. Esto permitirá una explotación masiva de los datos de manera coherente y consistente, optimizando significativamente los tiempos de obtención de información.

Además, se dotará a IFEMA MADRID de una poderosa herramienta para realizar análisis predictivos, descriptivos y prescriptivos que faciliten una toma de decisiones más estratégica y efectiva.

# Crecimiento.

# 05.

## Cuentas anuales.

Resultados económicos\_93

Inversiones\_102

Balance de situación\_104

Cuenta de pérdidas y ganancias\_106

Resumen de ingresos y gastos por actividades\_107



**IFEMA MADRID inició 2023 con una estimación de presupuesto adecuada a la situación económica existente a finales del ejercicio precedente, marcada por una vuelta parcial a la actividad y por la inestabilidad en el entorno europeo. En este escenario, se estableció un objetivo prioritario: conseguir un resultado positivo que consolidase la recuperación total de la actividad.**

La Institución ha logrado alcanzar este objetivo, ya que el desarrollo de la actividad ferial y congresual a lo largo de 2023 ha sido sumamente positivo, con crecimiento en la mayoría de los eventos celebrados y la incorporación de nuevos actos de convenciones.

En total, las instalaciones de IFEMA MADRID han acogido 585 eventos, entre ferias propias y externas, congresos, conciertos, citas musicales y otras iniciativas profesionales y de ocio, que han congregado a 33.978 empresas participantes y 3,8 millones de visitantes.

# Resultados económicos.

IFEMA MADRID ha cerrado el ejercicio 2023 con unos ingresos de 177,6 millones de euros. Al tratarse de año impar, con menor celebración de eventos de organización propia, la cifra de ingresos ha reflejado un ligero descenso respecto a 2022 y un incremento del 80,2% con relación a 2021, año impar anterior pero con recuperación parcial de actividad.

Asimismo, el EBITDA se ha situado en 27,3 millones de euros, un 34,1% más que en 2022, y el beneficio neto, en 7,1 millones de euros, un 265,4% más que el año anterior. Por otra parte,

el margen de explotación ha sido del 15,4% sobre ingresos, y el margen neto, del 4,0%, muy por encima de 2021 y 2022.

En resumen, el balance del ejercicio 2023 ha sido positivo, ya que han mejorado los ingresos de la actividad corriente con respecto a los dos años precedentes. Además, en 2022 se celebró, con carácter excepcional, la Cumbre de la OTAN, lo que elevó los ingresos de manera puntual. Por su parte, el EBITDA y el beneficio han mejorado también muy significativamente frente a la situación excepcional de los dos últimos años.

## Datos económicos.

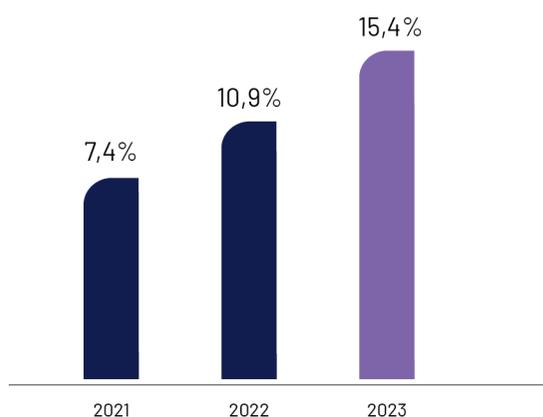
Millones de euros	2021	2022	2023
Ingresos	98,6	187,7	177,6
Gastos	91,3	167,3	150,3
Resultado de explotación	7,3	20,4	27,3
Resultado del ejercicio	0,1	1,9	7,1



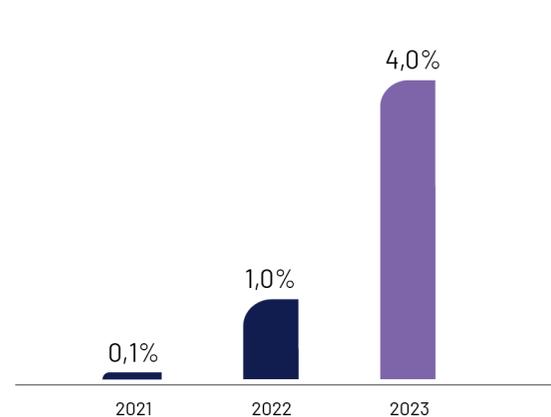
Resultado de explotación  
**27,3 M. €** ↑  
**+34,1%**  
 respecto a 2022

Resultado del ejercicio  
**7,1 M. €** ↑  
**+265,4%**  
 respecto a 2022

**Margen de explotación.**



**Margen neto.**



M. €: millones de euros.

**Ingresos.**

En 2023 se ha alcanzado un volumen de ingresos de explotación por valor de 177,6 millones de euros, lo que representa una variación de un -5,3% sobre 2022, año par en el que se volvió a la actividad normal y se celebró la Cumbre de la OTAN con carácter excepcional.

Según la línea de negocio, el 56% de los ingresos han provenido de ferias propias, un 13% de convenciones y congresos, un 12% de ferias externas, un 5% de conciertos y eventos de larga duración y un 3% del Palacio Municipal de IFEMA MADRID, además de un 11% de ingresos varios que incluyen la restauración, los servicios del Recinto Ferial y los patrocinios institucionales y el proyecto Madrid Turismo by IFEMA MADRID.

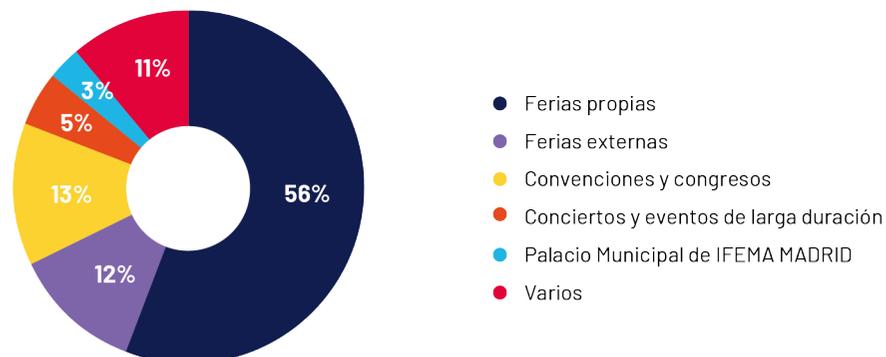
Por sedes, el 90,1% de los ingresos se han originado en el Recinto Ferial, el 2,6% en el Palacio Municipal, el 0,8% en los recintos internacionales y el 6,5% restante no se aplica a ninguna sede.



**La mayor parte de los ingresos de IFEMA MADRID (56%) provienen de las ferias propias.**

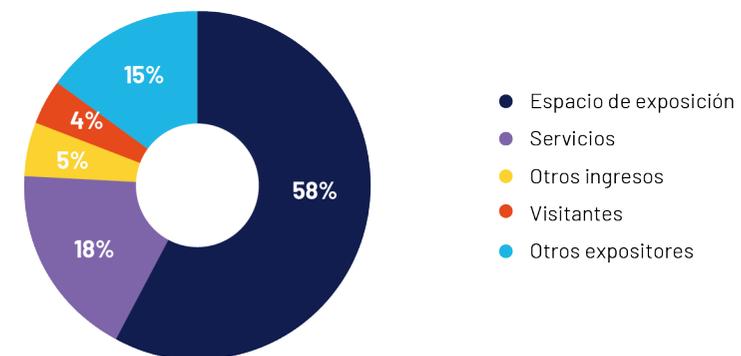


**Distribución de los ingresos por línea de negocio.**



	2021	2022	2023
Ferias propias	66%	62%	56%
Ferias externas	12%	8%	12%
Convenciones y congresos	6%	18%	13%
Conciertos y eventos de larga duración	9%	6%	5%
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	4%	4%	3%
Varios	2%	2%	11%

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



	2021	2022	2023
Espacio de exposición	62%	56%	58%
Servicios	22%	24%	18%
Otros ingresos	7%	6%	5%
Visitantes	5%	4%	4%
Otros expositores	4%	10%	15%

**El balance del ejercicio 2023 ha sido positivo, ya que han mejorado los ingresos de la actividad corriente con respecto a los dos años precedentes.**





## Gastos.

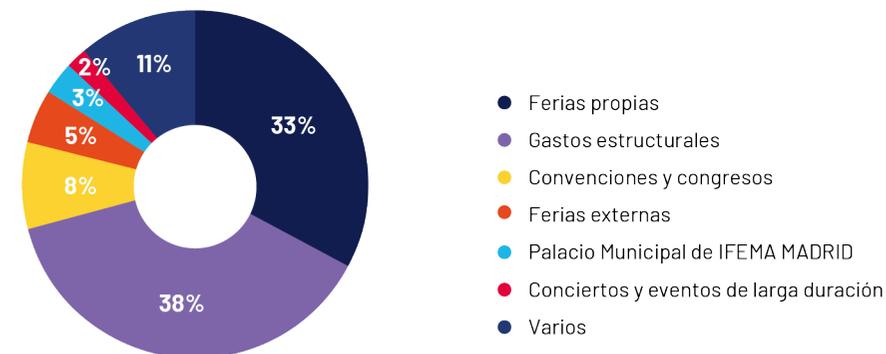
Los gastos de explotación (excluidas amortizaciones y provisiones por operaciones comerciales, así como otros gastos de gestión corriente) de 2023 han supuesto 150,3 millones de euros, lo que representa un descenso del 10,1% con relación a 2022 y un incremento del 64,7% con respecto a 2021.

La distribución de gastos de 2023 incluye:

- **Gastos variables.** Están directamente vinculados a la convocatoria de eventos y ferias y se reducen de forma paralela con la disminución de la actividad: promoción y publicidad, montaje de stands, adecuación, servicios, comisionistas, actividades, etc. En 2023, los gastos variables han correspondido al 59% del total, frente al 62% de 2019, año de mayor actividad.

- **Gastos fijos.** Comprenden todas las partidas recurrentes que sirven de base a la estructura de funcionamiento del negocio y los recintos: gastos de personal, mantenimiento de instalaciones y de sistemas informáticos, reparaciones, suministros y consumos de material de reposición, acuerdos institucionales con asociaciones sectoriales y cuotas de pertenencia a grupos de interés, promoción institucional, seguro de instalaciones y tributos locales, entre otros. En 2023, los gastos fijos han representado el 41% del total, frente al 38% de 2019, año de mayor actividad. El incremento de gastos fijos se ha debido, principalmente, a: personal (incremento de las horas trabajadas por mayor actividad y cambio de legislación) y mantenimiento de instalaciones (incremento de gastos por digitalización) y del equipamiento de red wifi.

Distribución de los gastos por línea de negocio.



	2021	2022	2023
Ferias propias	35%	39%	33%
Gastos estructurales	41%	33%	38%
Convenciones y congresos	7%	4%	8%
Ferias externas	3%	13%	5%
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	2%	2%	3%
Conciertos y eventos de larga duración	7%	7%	2%
Varios	2%	2%	11%

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

	2021	2022	2023
Gastos de infraestructuras	35%	43%	42%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	23%	21%	21%
Varios	29%	24%	22%
Personal	13%	11%	14%

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

	2021	2022	2023
Personal	27%	23%	26%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	14%	11%	16%
Otros gastos	24%	25%	19%
Montajes y servicios	23%	26%	25%
Generales y de conservación	12%	15%	14%

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

	2021	2022	2023
Personal	25%	20%	22%
Promoción, publicidad y relaciones públicas	13%	10%	14%
Otros gastos	22%	22%	16%
Montajes y servicios	22%	23%	21%
Generales y de conservación	11%	13%	11%

## Aspectos financieros.

IFEMA MADRID continúa manteniendo un nivel cero de endeudamiento con entidades financieras. De igual modo, la posición de su tesorería sigue siendo sólida.

**El resultado contable de 2023 refleja un beneficio de 7,1 millones de euros que se aplicarán a resultados de ejercicios anteriores.**

## Otros aspectos de interés.

Las dotaciones para amortizaciones y deterioros del inmovilizado del ejercicio 2023 han alcanzado 16,7 millones de euros, lo que representa aproximadamente un 1,9% de los activos fijos de IFEMA MADRID.

El fondo de maniobra positivo ha ascendido a 96,8 millones de euros.

El resultado contable de 2023 refleja un beneficio de 7,1 millones de euros que se aplicarán a resultados de ejercicios anteriores.

El patrimonio neto a 31 de diciembre de 2023 se situaba en 298,8 millones de euros.



# Inversiones.

Las inversiones habituales de 2023 han alcanzado 11,0 millones de euros, incluyendo el proyecto de expansión norte, IFEMA MADRID LAB y trabajos para el inmovilizado. De estos 11,0 millones de euros, 9,0 millones han correspondido a inversiones anuales, y 2,0 millones, a proyectos singulares en curso.

Durante el ejercicio, las principales inversiones acometidas han sido las siguientes:

- **Equipamiento tecnológico y aplicaciones para digitalización**, por importe de 6,5 millones de euros. Cabe destacar:
  - Plataforma digital para ferias y eventos.
  - Implantación de CRM (Customer Relationship Management).
  - Diversas redes tecnológicas.
  - Renovación de equipamientos informáticos.
  - Proyecto WEB 3.0.
  - Plataforma DataDriven.

También se han realizado inversiones de menor cuantía para sustitución de *hardware* y actualización de *software*.

- **Seguridad de bienes y personas** (principalmente, escáneres), por importe de 0,1 millones de euros.
- **Construcciones, obra civil e instalaciones**, por importe de 3,4 millones de euros, donde destacan:
  - Ampliación III de Valdebebas.
  - Adquisición de material para eventos.
  - Sistema de control de aforos.
  - Restauración.
  - Proyecto Bulevar.
- **Negocio, mercados, personas y procesos**, por importe de 1,0 millones de euros, destinados a:
  - IFEMA MADRID LAB.
  - Activación de marcas propias.
  - Compra de obras en **ARCOmadrid**.



# Balance de situación.

A 31/12/2023. Importes en euros.

ACTIVO	2023
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>443.618.497</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>267.741.310</b>
Desarrollo	2.229.638
Concesiones	1.200.000
Patentes, licencias, marcas y similares	2.981.180
Aplicaciones informáticas	17.176.542
Otro inmovilizado intangible	244.153.950
<b>Inmovilizado material</b>	<b>167.025.662</b>
Construcciones	114.898.522
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	41.169.670
Inmovilizado en curso y anticipos	10.957.470
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>580.840</b>
Otros activos financieros	580.840
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>8.270.685</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>184.543.832</b>
<b>Existencias</b>	<b>509.534</b>
Materias primas y otros aprovisionamientos	509.534
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>30.985.754</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	25.871.063
Clientes, empresas del grupo y asociadas	2.668.526
Deudores varios	1.440.152
<b>Personal</b>	<b>293.842</b>
Activos por impuesto corriente	1.148
Otros créditos con las Administraciones públicas	711.023
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>106.240.997</b>
Valores representativos de deuda	81.120.279
Otros activos financieros	25.120.718
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>3.161.118</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>43.646.429</b>
Tesorería	43.646.429
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b>628.162.329</b>

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2023
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>298.768.468</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>	<b>298.768.468</b>
<b>Fondo social</b>	<b>60.356.483</b>
Fondo social	60.356.483
<b>Reservas</b>	<b>1.858.799</b>
Legal y estatutarias	378.766
Otras reservas	1.480.033
<b>Resultados de ejercicios anteriores</b>	<b>229.499.780</b>
Remanente	249.934.171
Resultados negativos de ejercicios anteriores	(20.434.391)
<b>Resultado del ejercicio</b>	<b>7.053.406</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>241.638.335</b>
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>241.638.335</b>
Otros pasivos financieros	241.638.335
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>87.755.526</b>
<b>Provisiones a corto plazo</b>	<b>606.666</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>2.378.455</b>
Otros pasivos financieros	2.378.455
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>3.062.032</b>
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>69.253.744</b>
Proveedores	35.026.961
Acreedores varios	677.646
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	2.383.215
Otras deudas con las Administraciones públicas	1.917.650
Anticipos de clientes	29.248.272
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>12.454.629</b>
<b>TOTAL DE PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>628.162.329</b>

# Cuenta de pérdidas y ganancias.

A 31/12/2023. Importes en euros.

OPERACIONES CONTINUADAS	2023
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>164.402.805</b>
Ventas	68.764.382
Prestaciones de servicios	95.638.423
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>	<b>1.698.512</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(1.479.246)</b>
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(1.479.246)
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>11.545.371</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	11.545.371
<b>Gastos de personal</b>	<b>(38.453.582)</b>
Sueldos, salarios y asimilados	(27.942.585)
Cargas sociales	(10.510.997)
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(115.934.073)</b>
Servicios exteriores	(103.464.311)
Tributos	(6.922.292)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(2.485.438)
Otros gastos de gestión corriente	(3.062.032)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(16.655.066)</b>
<b>Excesos de provisiones</b>	<b>375.607</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>	<b>(6.726)</b>
Resultados por enajenaciones y otras	(6.726)
<b>Otros resultados</b>	<b>230.678</b>
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>5.724.280</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>3.463.933</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio	71.894
En terceros	71.894
De valores negociables y otros instrumentos financieros	3.392.039
De terceros	3.392.039
<b>Gastos financieros</b>	<b>(156.599)</b>
Por deudas con terceros	(156.599)
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>78.924</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>3.386.258</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>9.110.538</b>
<b>Impuesto sobre beneficios</b>	<b>(2.057.132)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS</b>	<b>7.053.406</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>7.053.406</b>

# Resumen de ingresos y gastos por actividades.

A 31/12/2023. Importes en euros.

INGRESOS	2023
Ferías de organización propia	99.989.103
Ferías de organización externa	20.772.645
Congresos y convenciones	22.814.283
Conciertos y espectáculos	9.303.967
Palacio Municipal de IFEMA MADRID	4.674.319
Ingresos varios	20.092.372
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>177.646.688</b>

GASTOS	
Promoción, publicidad y relaciones públicas	24.642.993
Montajes y costes de servicio	38.176.691
Personal	38.453.582
Gastos generales y conservación	20.318.173
Otros gastos	28.727.991
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>150.319.430</b>

RESULTADO DE EXPLOTACION - EBITDA	27.327.258
Cargas financieras directas	3.386.257
<b>Cash-flow operativo</b>	<b>30.713.515</b>
Dotaciones para amortizaciones y deterioros	(16.655.066)
Dotaciones a las provisiones	(5.171.863)
Resultados extraordinarios	223.953
Impuesto sobre sociedades	(2.057.132)
<b>BENEFICIO DEL EJERCICIO</b>	<b>7.053.406</b>

**Edita**

IFEMA MADRID

**Dirección editorial**

IFEMA MADRID, Dirección  
de Comunicación y Marketing

**Fotografía**

© Fototeca de IFEMA MADRID

© Getty Images

© Shutterstock

**Edición, diseño y maquetación**

[www.cegeglobal.com](http://www.cegeglobal.com)

© IFEMA MADRID

**Siente la  
inspiración**

[ifema.es](http://ifema.es)

