

Se clausura en Santander el 6º Congreso Internacional de la Asociación de Ferias Españolas, AFE

- **El volumen y crecimiento de las ferias españolas reclama mayor atención y valoración de los estamentos públicos**
- **Las ferias aportan visitantes de alto nivel que generan gran volumen de negocio en las ciudades que las albergan**
- **Las ferias del futuro deben aportar nuevos valores añadidos, además del tradicional intercambio y exposición comercial**
- **Los nuevos recintos están obligados a entender y facilitar las necesidades de organizadores, expositores y visitantes**

La Asociación de Ferias Españolas (AFE) clausuró el viernes 15 de junio de 2007 su sexto Congreso Internacional, bajo el lema "Por unas ferias más competitivas", que se celebró los días 14 y 15 de junio en el Palacio de Exposiciones de Santander. El encuentro, que reunió alrededor de 150 profesionales del mundo ferial nacional e internacional, trató temas relacionados con la oferta y la demanda ferial, cómo será la gestión de las organizaciones feriales en el futuro próximo, así como la importancia de la marca ferial. Asimismo, el sexto Congreso Internacional de la AFE trazó un perfil detallado del panorama ferial internacional en la actualidad.

En las conclusiones presentadas por el moderador del Congreso, el catedrático Fernando Bayón, se resumieron los aspectos fundamentales de las aportaciones de los ponentes recomendando que las ferias del futuro aporten nuevos valores añadidos a los clientes usuarios del mercado ferial: expositores y visitantes, ampliando la oferta de servicios puramente comerciales con paquetes de oferta cultural, gastronómica, turística y de entretenimiento. También se debe insistir ante las administraciones públicas para que comprendan no sólo el valor económico de las propuestas feriales, demostrado a través de los datos estadísticos del último año (6 millones de visitantes, 5 millones de metros cuadrados de negocio, 121.000 expositores, 469 salones, 17 millones de visitas), sino también en los valores sinérgicos que aportan las ferias como por ejemplo la mejora de los ratios turísticos o la calidad del visitante ferial internacional, de perfil alto, así como su valor de prescripción. En el apartado más técnico y profesional, el Congreso recomienda la atención a los servicios infraestructurales de los recintos y por ende de las ciudades sede (alojamientos, hostelería, transportes, servicios feriales, equipamiento tecnológico, arquitectura de los recintos...) como elemento primordial para el éxito de los salones profesionales. Finalmente, la feria del futuro debe contener propuestas que faciliten el negocio entre la oferta y la demanda, como información previa de productos, agendas de reuniones "face to face", e instrumentos de comunicación e información adecuados (información on line: directorios de participantes, relación de productos, información de actividades paralelas o teóricas, demanda de reuniones...).

El presidente de la AFE, **Javier Galiana**, fue el encargado de dar la bienvenida el pasado 14 de junio a los asistentes al congreso con un discurso inaugural, que giró en torno a la necesidad de "**fomentar el diálogo entre los profesionales del sector ferial para mejorar la calidad de los certámenes e incrementar su internacionalidad**". El presidente de la AFE estuvo acompañado en la presentación por la concejala de turismo del Ayuntamiento de Santander, **Gema Igual** y **José Antonio Vicente**, vicepresidente de la AFE.

Juan Velarde, economista y consejero del Tribunal de Cuentas, fue el responsable de inaugurar las ponencias de la primera jornada del Congreso. Lo hizo con la conferencia *Situación económica de España. Su posible implicación en las ferias comerciales*, con la que perfiló la evolución seguida por la economía española desde principios de la década de los setenta hasta la actualidad. Según **Velarde**, entender la situación económica que atraviesa hoy en día nuestro país pasa por **“analizar los factores macroeconómicos, el desarrollo científico-tecnológico real y el desequilibrio social”** que hay en España.

Jochen Siegemund, profesor arquitecto de la Universidad de Colonia, impartió la conferencia *La arquitectura de las ferias como instrumento de marketing*, en la que expuso cómo han cambiado las expectativas que el visitante de ferias deposita en estos eventos. Según Siegemund, el público ferial ya no se conforma con ver simples filas de productos en exposición. **“Ahora, lo que demanda son valores añadidos”**. Esto ha hecho que la arquitectura de los recintos feriales adquiera una mayor relevancia en los últimos años.

La primera jornada del Congreso de la AFE concluyó con la intervención del psiquiatra **Enrique Rojas** con su charla *Ser un profesional competitivo y feliz*, en la que destacó la importancia del trabajo **“para el desarrollo de una personalidad equilibrada y madura”**. Asimismo, Rojas incidió en el peso de la preparación académica y **“la formación continua”** ante el reto personal de sentirse **“un profesional realizado”**.

Retos internacionales

La segunda jornada del Congreso Internacional de la AFE se inició con la conferencia *El fenómeno del mercado ferial asiático*, impartida por el director de la Unión de Ferias Internacional (UFI) para Asia, **Paul Woodward**. Según Woodward, el incremento del número de ferias –así como su importancia- del mercado ferial de Asia condicionará el desarrollo del mercado mundial. Asimismo, el director de la UFI para Asia señaló que los principales factores que han activado el crecimiento del mercado asiático son **“el carácter de sus habitantes, sus costumbres y la capacidad profesional que poseen”**.

Tras él, intervino **Phil Dowson**, director financiero de ExCel London, con su ponencia *La gestión competitiva de una organización ferial. El caso ExCel*, en la que expuso cómo se gestiona este recinto ferial -inaugurado en el año 2000 en el muelle Royal Victory de Londres-. Según Dowson, la gestión de su recinto se basa en entender las necesidades de organizadores, expositores y visitantes. Para ello, es esencial **“ofrecer un ambiente de campus de grandes dimensiones, fácil acceso y de múltiples servicios”**. Del mismo modo, señaló la **“amplia oferta de alojamiento”** con la que cuenta su recinto ferial como otro de los factores clave para el éxito de ExCel London.

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO EL PERFIL DE LAS FERIAS ESPAÑOLAS

Miquel Flamarich, socio director de BCF Consultors, ofreció su conferencia *El perfil de las ferias españolas. Presentación del Estudio sobre los certámenes feriales de 2006*. Según el informe, realizado por su consultoría y promovido por el Instituto de Turismo de España (Turespaña) y la AFE, los recintos de la AFE acogieron un total de 471 certámenes a lo largo del año 2006. La cifra de expositores se situó en 118.468 y 15.914.508 de visitas, para 6 millones de visitantes. Para el socio director de BCF Consultors, estos datos indican **“la importancia del mercado ferial en España, así como su excelente salud”**.

Otro punto relevante de la opinión de Flamarich respecto a las ferias del futuro se centra en **“la necesidad de que los promotores feriales propongan nuevos servicios tanto para expositores como para visitantes, ya que la oferta tradicional puede quedarse constreñida ante las exigencias de ambos clientes”**, así también, entre las necesidades que plantea el ponente para seguir incrementando el peso de los certámenes feriales, ya de por sí muy elevado, **“las ferias deben servir como catalizador de la**

multiplicidad de ofertas de todo tipo que ofrecen las ciudades y los países. De esta forma, a la oferta comercial bajo el techo de los recintos deben añadirse otras ofertas culturales, gastronómicas, turísticas, de entretenimiento... que añadan valores nuevos y de paquete para los visitantes de las ferias”.

Para cerrar las conferencias de la mañana, **Andreas Hitzler**, director de Meplan GMBH Munich, habló sobre *El diseño y la construcción de stands. Qué demandan los expositores en la actualidad*. Hitzler apuntó que los expositores deben tener claro cómo va a ser su escenario (stand). Se trata de un requisito previo a la construcción del stand, debido a que condiciona el tipo de materiales que se utilizarán –los cuales tienen que adaptarse siempre a la normativa vigente–. Asimismo dijo, el expositor utilizará esta información para **“planificar los costes de diseño y construcción”** de su stand. Un segundo requisito a tener en cuenta es que **“el escenario de exposición debe facilitar la exhibición de modo que atraiga a los clientes dubitativos”**, señaló el director de Meplan GmbH Múnich.

Finalmente, Hitzler destacó la importancia de que el diseño del stand tenga en cuenta la **“creación de pequeños espacios, donde celebrar encuentros entre expositores y clientes”** y la **“identidad corporativa de la empresa”** que se exhibe.

LAS FERIAS Y SERVICIOS DEL FUTURO

La sesión matinal de la segunda jornada del Congreso de la AFE finalizó con una mesa redonda, bajo el título *¿Qué tipos de ferias y de servicios precisarán los expositores y visitantes en los próximos años?*, en la que participaron **Juan Puchalt**, adjunto a la Dirección de Feria de Valencia y director de marketing e I+D, **José Antonio Vicente**, vicepresidente de la AFE y director general de Feria de Zaragoza, **Ignacio Cabral**, consejero delegado de MARVA, y **Rafael Rebolledo**, vicepresidente de AGESF y director de operaciones de MSB Group. Todos los participantes coincidieron en resaltar que **“el cliente es el rey del mercado”**. Asimismo, remarcaron que cada vez hay mayor número de instrumentos de marketing en competencia con las ferias, lo cual obliga a los operadores feriales a un esfuerzo de ingenio y creatividad para ofrecer servicios que sorprendan al cliente y, esencialmente, que faciliten negocio.

Los ponentes coincidieron en algunos puntos básicos que resumen el tipo de ferias que demanda el nuevo usuario: *un recinto cómodo y amplio, que disponga de buenas comunicaciones y servicios generales, y con facilidades para la operativa técnica; certámenes que prioricen las novedades y que faciliten el negocio entre expositores y visitantes, con especial atención a éstos últimos. Moderación en los costes y óptima decoración de stands. Que las ferias ofrezcan algo que no puedes encontrar en Internet. Comodidad y rentabilidad de la visita, cada vez el visitante dedica menos tiempo a su recorrido por la feria y exige mayor información previa.*

Los representantes de los servicios feriales incidieron en la necesidad de establecer una relación más estrecha con los organizadores y recintos, para ofrecer mejores, más rentables y más dinámicos servicios a los clientes. Reivindicaron su función como asesores y colaboradores de las empresas expositoras en su operativa ferial, al tiempo que resaltaron el incremento de la cantidad y calidad de la oferta de servicios que prestan al expositor, asumiendo, incluso, operaciones enmarcadas en la estrategia comercial y de marketing de las empresas que asisten a las ferias.

Esta mesa redonda contó con la participación de un público preocupado por los costes de los stands, por la diversidad de precios de los servicios, y por la necesidad de establecer sistemas de formación especializada para las empresas que participan en las ferias, ya sea como visitantes o como expositores. Los miembros de la mesa de debate, pertenecientes a grupos asociativos como AFE (organizador del Congreso) o AGESF (Asociación Española de Grandes Empresas de Servicios FERIALES), se comprometieron a estudiar métodos de formación que puedan trasladarse a los clientes de las ferias.

La tarde de la jornada del 15 de junio empezó con la intervención de **Ignacio Rodríguez del Bosque**, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercado de la Universidad de Cantabria. Lo hizo con la ponencia *Dónde celebrar una feria, un congreso u otro evento*, en la que expuso una aproximación conceptual y cuantitativa al Turismo de Negocios. El catedrático definió el Turismo de Negocios como **“aquellos desplazamientos y actividades realizadas por motivo de trabajo”**. Según Rodríguez del Bosque, el turista de negocios tipo es una persona de entre 30 y 50 años, con calificación profesional alta, alto poder adquisitivo y buen nivel cultural.

Asimismo, Rodríguez Bosque indicó que se trata de individuos **“multimotivacionales”**, que se sienten atraídos por la variedad de actividades y los servicios complementarios. En cuanto al destino de las reuniones, el catedrático señaló la existencia de tres factores clave en su elección: la competitividad turística de los países, el atractivo de la ciudad que se visita y la oferta de servicios de los recintos donde se celebran las reuniones. En relación a este último aspecto, Rodríguez del Bosque afirmó que **“la competitividad de los palacios de congresos y los recintos feriales es fundamental para la buena calidad de los eventos que albergue”**.

A continuación, **Marina Marinas**, socióloga y profesora de la Universidad Complutense de Madrid, impartió la conferencia *Imagen de marca de las ferias y de los recintos feriales*. En cuanto al mercado ferial, la psicóloga indicó que las instituciones feriales deben trabajar para dotar a sus recintos de valores añadidos, que actúen como diferenciador en relación al resto de sedes. Se refirió a que las ferias comerciales han dejado de ser un simple punto de encuentro donde concurren expositores (ofertantes de productos) y visitantes (demandantes de productos). Según Marinas, en la actualidad, las instituciones feriales deben proporcionar –entre otras cuestiones- una buena **“infraestructura y servicios”**. Esto supone además actuar sobre la **“imagen de marca ferial”**, cuyo objetivo principal es diferenciarse del resto de sedes organizadoras de ferias. En palabras de la propia Marinas, **“diferenciarse o desaparecer”**.

José Luis Murillo, director de Recursos y Medios de Expo Zaragoza 2008, fue el encargado de cerrar el programa de conferencias del sexto Congreso Internacional de Ferias Españolas. Lo hizo con su charla *Problemática y preparativos de la Expo Zaragoza 2008*, en la que perfiló qué es lo que se va a poder ver en la próxima exposición universal.

La Expo Zaragoza 2008, una feria de carácter temático que tendrá tres meses de duración, prevé recibir cerca de 7,5 millones de visitantes. En ella, alrededor de un centenar de participantes –de unos 90 países – debatirán sobre **“la problemática del agua y el desarrollo sostenible”**. Según afirmó Murillo, el objetivo del evento es **“promover una nueva cultura del agua, ligada a la sostenibilidad, así como concienciar del problema y las oportunidades de este bien natural”**. El director de Recursos y Medios de la Expo 2008 señaló también que la organización del evento quiere que éste **“sirva para intercambiar soluciones imaginativas”** al problema del agua. Para ello, se han diseñado diferentes exposiciones que reflexionarán sobre la importancia de este bien natural, **“imprescindible para la supervivencia del planeta”**.

CONCLUSIONES DEL VI CONGRESO

En la conclusión del sexto Congreso de la AFE intervinieron **Ana Cavada**, directora del Palacio de Exposiciones y Congresos de Santander, **Javier Galiana**, presidente de la AFE, y el moderador del congreso, **Fernando Bayón Mariné**, catedrático de la EUT - Universidad Rey Juan Carlos I. Bayón Mariné basó su intervención en resumir de forma conjunta el contenido de las jornadas. Así, el catedrático señaló **“la ubicación de los eventos como un valor añadido a las ferias del futuro”**, así como la relevancia del **“factor humano en el desarrollo del sector ferial”**. Asimismo, llamó a los asistentes a prestar atención a la evolución del **“mercado asiático”** y considerar la **“importancia del turismo de negocios en el crecimiento del sector ferial”**. Por su parte, Cavada hizo hincapié en los valores añadidos que ofrecen los **“pequeños recintos feriales en la oferta de eventos feriales especializados”**. Finalmente, el presidente de AFE quiso

remarcar la importancia de certámenes ***“que sirvan para que los profesionales del sector ferial compartan conocimientos y estrechen lazos de trabajo”***. Asimismo, Galiana emplazó a los congresistas a asistir al próximo encuentro, que tendrá lugar en primavera en el recinto de la Fundación de Feiras e Exposicions de Ourense (Expourense), donde se celebrará la IX edición del Congreso Iberoamericano de Ferias.

AFE, 16 de Junio de 2007

prensa@afe.es

Prensa y Comunicación