Juan Puchalt Sanchís*

LA ACTIVIDAD FERIAL EN EL CONTEXTO EUROPEO

La organización y celebración de ferias comerciales constituye un sector complejo y muy dinámico. En este trabajo se estudia la actividad ferial en Europa desde diferentes ángulos, centrandó la atención en los principales países para conocer su evolución reciente y su situación actual. Mediante el análisis estadístico y fundamentalmente tomando como fuente la información de distintas asociaciones nacionales e internacionales de ferias, se obtienen interesantes conclusiones sobre las características y comportamiento del sector, algunas tendencias de futuro e ideas valiosas para las entidades feriales y los expositores españoles. Europa representa más de la mitad del mercado mundial de ferias, cuenta con la mayor capacidad de exposición y reúne los mayores recintos feriales y a los principales organizadores, sobre los cuales recae el mayor porcentaje de la actividad.

Palabras clave: ferias comerciales, mercado único europeo, infraestructura comercial.

Clasificación JEL: F14, M31, D12, M37.

1. Introducción

La actividad ferial es una actividad comercial, social y económica de indudable valor, que se realiza en la mayoría de los países del mundo. Las ferias, salones o exposiciones comerciales son instrumentos de *marketing* que han alcanzado una gran importancia en el contexto del sistema económico actual, especialmente las ferias profesionales, especializadas o sectoriales.

El objetivo del presente trabajo es el de conocer la envergadura de la actividad ferial en Europa, sus características, su evolución reciente y otros aspectos de inte-

rés. Para ello se analiza el conjunto de países europeos, centrandó la atención en los más relevantes en materia de ferias.

Los pilares más importantes sobre los que se desarrolla la actividad ferial son: las *empresas expositoras*, que utilizan las ferias como un elemento más de sus actividades de *marketing*, los visitantes, que participan en las ferias fundamentalmente para ponerse en contacto con los expositores, para obtener información o con fines comerciales; las *organizaciones feriales*, es decir empresas privadas, asociaciones profesionales o instituciones públicas o semipúblicas, y diferentes *proveedores*, que suministran servicios o productos tanto a las organizaciones feriales, como a las empresas expositoras y a los visitantes.

Las ferias comerciales precisan de las instalaciones para su celebración. En gran medida, las mismas tienen

* Adjunto a la Dirección General y Director de *Marketing* e I+D. Feria Muestrario Internacional de Valencia.
Versión de julio de 2007.

lugar en recintos feriales construidos expresamente, si bien también se utilizan otras instalaciones: hoteles, centros de congresos y convenciones, palacios de deportes, recintos multiusos, edificios singulares y áreas al aire libre, entre otros. En muchas ciudades, especialmente de los países con mayor tradición ferial, se presta gran atención a la construcción, mantenimiento y ampliación de los recintos feriales, y no sólo para favorecer dicha actividad por sí misma, sino también porque es entendida como una actividad generadora de negocio y empleo para el entorno geográfico en el que se desarrolla la misma y, por ello, es respaldada y fomentada por las diferentes Administraciones.

Como han afirmado diferentes autores, el uso de las ferias en el entorno empresarial está muy extendido. Muchas pequeñas y medianas empresas no invierten nada o muy poco en publicidad, promoción, investigación de mercados, desarrollo de nuevos productos u otras actividades de *marketing*, pero la mayoría participa en las ferias, bien como expositoras o como visitantes (Kerin y Cron, 1987; Moriarty y Speckman, 1984; Bello y Barczak, 1990; Jackson *et al.* 1987; Munuera *et al.*, 1995). A pesar de ello, las investigaciones sobre la participación de las empresas en las ferias todavía son muy limitadas, y se han centrado ante todo en la relevancia de las mismas, así como en las motivaciones y actividades que llevan a cabo los expositores (Bonoma, 1983; Kerin y Cron, 1987; Bello y Barczak, 1990; Hansen, 1996; Munuera *et al.*, 1993; O'Hara *et al.*, 1993).

A modo de aproximación a las dimensiones del sector, y atendiendo a los datos de una de las últimas ediciones, en su versión en alemán —MessePlaner—, de uno de los principales directorios de ferias editado en Alemania, observamos que el mismo reproduce datos de unas 11.160 ferias. Del total de estas, 10.410 corresponden a 2007, cerca de 1.530 de Alemania, y unas 8.880 de otros países (m+a Verlag, 2006). Dicho directorio contiene información de alrededor de 1.265 ciudades de 119 países diferentes, entre los cuales se encuentran la totalidad de los europeos. La mencionada publicación incluye más de 1.960 recintos diferentes. Hay que puntualizar que en los

anuarios y directorios de ferias existentes, no se suelen considerar las incontables manifestaciones de ámbito local y regional que se celebran en numerosos países, coincidiendo muchas veces con fiestas populares, y organizadas por ayuntamientos, sociedades agrarias, gremios de artesanos u otros colectivos y entidades; es decir, ferias generales, de artesanía, agrícolas y ganaderas o de productos típicos.

Si estudiamos las ferias atendiendo a su contenido sectorial, podemos afirmar que, en la actualidad, difícilmente puede encontrarse un sector o actividad económica que no cuente con una feria o esté representado en la misma. Diversas fuentes permiten distinguir unos 160 sectores y subsectores en los que se clasifican o enmarcan las ferias (Puchalt, 2001). Por otra parte, las ferias o salones comerciales han alcanzado un notable grado de especialización atendiendo a su contenido o segmentación. Frente a ferias tradicionales de sectores tan amplios como la construcción, agricultura, alimentación, moda, mobiliario, automóvil o regalo, hoy en día existen, además, otras con una mayor especialización, como la domótica, *catering* para viajes, *tunning*, tecnología para móviles, *marketing* directo y comercio electrónico, suministros para mascotas, etcétera.

La metodología para llevar a cabo este estudio se basa en la recopilación y análisis de la información correspondiente a los últimos años, procedente de diversas asociaciones que agrupan a los operadores involucrados en esta actividad, así como del centro de investigación CERMES, *Centro di Ricerche sui Mercati e sui Settori Industriali*, de la Universidad Bocconi de Milán, que ha efectuado sucesivos estudios en esta materia relativos a un importante número de países. Las asociaciones feriales mencionadas realizan cálculos y estimaciones, principalmente sobre las ferias celebradas por sus asociados, sobre las cifras de expositores, visitantes, superficies ocupadas por las empresas participantes, número de organizadores y recintos feriales. La información de la que disponen todas ellas corresponde al conjunto de entidades que pertenecen a las mismas, por lo general las principales del país o zona geográfica,

por lo que se trata de cifras altamente representativas. Con frecuencia, dichas asociaciones someten los datos estadísticos a la verificación de empresas auditoras o entidades de certificación, por lo que puede afirmarse igualmente que se trata de fuentes fiables. Finalmente, se obtendrán diferentes conclusiones relativas a las dimensiones y características de la industria ferial europea y a su previsible evolución.

Una de las asociaciones más relevantes del panorama ferial internacional es la UFI¹, The Global Association of the Exhibition Industry (anteriormente *Union des Foires Internationales*), que cuenta con miembros de 171 ciudades de 76 países diferentes, agrupa a cerca de 230 organizadores de ferias, unos 140 recintos feriales y 40 asociaciones nacionales del sector. Sus miembros acogen más de 4.000 ferias, en las que participan una cifra superior al millón de expositores, con una ocupación anual en *stands* de más de 50.000.000 de m², y a las que asisten más de 150.000.000 de visitantes.

Los apartados en que se ha dividido el trabajo son: el panorama global del sector ferial por cuanto se refiere a los recintos disponibles y a la actividad en sí, focalizando la atención en Alemania, Italia, Francia, Reino Unido y España. A continuación, se analiza el tamaño y la estructura de las ferias, la presencia sectorial por países y la localización y concentración de los certámenes por recintos y ciudades. La revisión de las cifras relativas al conjunto de ferias y países, en los últimos años, en cuanto a las principales magnitudes, nos permitirá conocer sus características, la evolución global y la importancia relativa de cada país y de los recintos más destacados, las tendencias y otros aspectos.

2. Panorama global del sector ferial europeo

La actividad ferial en el ámbito internacional se ha desarrollado más en Europa y en EE UU que en ninguna otra gran área geográfica. Asia está experimentando un

notable crecimiento en los últimos años, mientras que Europa registra cierto estancamiento de la actividad, en mayor o menor medida según los países.

Rubalcaba (1994) estimó, con datos de 1988 a 1991, que en la Unión Europea, formada entonces por 12 países, se celebraban unas 3.500 ferias anualmente, la mayoría localizadas en los principales 300 recintos feriales, y que agrupaban a unos 450.000 expositores, con una ocupación de 20.000.000 de m², y a 60.000.000 de visitantes. La UFI (2000) estimó, con datos de 1999, que se celebraban en Europa anualmente unas 7.200 ferias, con una participación de unas 932.200 empresas expositoras, 100.800.000 de visitantes, 39.760.000 m² ocupados, así como la existencia de 933 organizadores y 427 recintos feriales, con una capacidad de 11.394.000 m² disponibles.

Recintos feriales

La importancia que ha ido adquiriendo este sector, especialmente en los principales países europeos, ha ido en paralelo con la gran atención que se ha otorgado a la construcción de recintos feriales adecuados. Europa reúne la mayor superficie disponible para la celebración de ferias del panorama internacional y concentra la mayoría de los recintos con capacidad superior a 100.000 m². Como posteriormente veremos, habitualmente un reducido número de recintos acumula un alto porcentaje de la actividad ferial en cada país.

Para la asociación de ferias alemana AUMA corresponde a Europa un 57,4 por 100 de la superficie de exposición cubierta del conjunto de los recintos feriales en todo el mundo es decir unos 16.241.000 de m² (Kresse, 2004). Otras fuentes permiten estimar una superficie sensiblemente mayor para el conjunto, unos 27.550.000 m² que igualmente viene a suponer para los recintos europeos el 54,4 por 100 de la superficie total disponible. Las estimaciones de las superficies feriales europeas aparecen recogidas en el Cuadro 1.

Igualmente, en materia de instalaciones feriales, en el Cuadro 2 se relacionan los 43 mayores recintos del

¹ Web de la UFI: www.ufi.org.

CUADRO 1

CAPACIDAD DE EXPOSICIÓN CUBIERTA DE LOS RECINTOS FERIALES EN EUROPA

	Superficie cubierta (m ²) AUMA		Superficie cubierta (m ²)	
	Nov. 2004	%	2006-2007	%
Alemania	2.977.000	31,9	3.200.000	21,3
Otros países de la UE	5.102.000	54,7	8.400.000	56
Otros países europeos.	1.250.000	13,4	3.400.000	22,7
Total Europa	9.329.000	100	15.000.000	100

FUENTE: Elaboración propia. Estimaciones a partir de datos de las asociaciones AUMA (Alemania), EVA (Reino Unido), AFE (España), AEFI (Italia), IUEF (Rusia), FSCF (Francia) y UFI (internacional).

CUADRO 2

CAPACIDAD DE EXPOSICIÓN BRUTA CUBIERTA DE LOS MAYORES RECINTOS FERIALES DEL MUNDO*

Ciudades	Capacidad (m ²)	Ciudades	Capacidad (m ²)
1. Hanóver	495.265	23. Bari	120.000
2. Milán (Rho Pero)	345.000	24. Houston (Reliant Park)	119.258
3. Fráncfort	321.754	25. Bruselas	116.137
4. Colonia	284.000	26. Barcelona (Montjuic)	115.000
5. Dusseldorf	252.214	27. Milán (City)	115.000
6. Valencia	230.837	28. Barcelona (Gran Vía)	114.000
7. París expo	227.380	29. Brno	113.544
8. Chicago	204.461	30. Poznan	113.100
9. Birmingham	200.000	31. Essen	110.000
10. Orlando (Orange County)	190.875	32. Moscú (VVZ)	108.500
11. Paris-Nord	190.669	33. Bilbao	108.000
12. Las Vegas (Conv. Center)	184.456	34. Shenzhen (SZCEC)	105.000
13. Bolonia	180.000	35. Lyon	104.000
14. Múnich	180.000	36. Shanghai (SNIEC)	103.500
15. Berlín	160.000	37. Ginebra	102.470
16. Núremberg	152.000	38. Nueva Orleans	102.230
17. Madrid	150.000	39. Londres (Earls Court/Olympia)	101.300
18. Guanzhou (GICEC)	149.200	40. Leipzig	101.200
19. Bangkok (IMPACT)	140.000	41. Parma	100.000
20. Basilea	131.100	42. Singapur (Expo)	100.000
21. Atlanta (GWCC)	130.112	43. Utrecht	100.000
22. Verona	122.000		

NOTA: * Más de 100.000 m².
FUENTE: AUMA (1-1-2006).

mundo con capacidades superiores a los 100.000 m² de superficie cubierta (AUMA, 2006a). De estos recintos, 29, se encuentran en diferentes países de la Unión Europea, destacando Alemania con 9, Italia con 6 y España con 5. En Suiza se encuentran 2, en EE UU 6, en China 3, y los restantes, en Rusia, Singapur y Tailandia. Ello significa que el 74,4 por 100 de dichos recintos se encuentra en Europa. La misma asociación presentaba un cuadro similar, fechado en enero de 2003, con tan sólo 34 recintos de más de 100.000 m² (AUMA, 2003), en el que todavía no aparecían los cinco recintos asiáticos, ni 4 de los 29 recintos europeos.

La constatación de la existencia de estos recintos con una gran capacidad para celebrar grandes manifestaciones feriales o compaginar varios eventos al mismo tiempo, implica, por otro lado, que la mayor parte de recintos —y no sólo en Europa— tiene una capacidad inferior a los 100.000 m² y aun así albergan certámenes de relevancia que no tienen porqué ser necesariamente de grandes dimensiones.

La consulta de la base de datos del anteriormente mencionado directorio m+a² a través de Internet permite identificar en Europa cerca de 1.500 recintos, incluidos algunos hoteles y otras instalaciones, de los cuales 1.352 están situados en los países de la Unión Europea. A pesar de la gran cantidad de recintos existentes, un importante volumen de actividad, en cuanto a ferias internacionales, recae en muy pocos recintos en los principales países. Así, en 2004, tomando en consideración sólo las ferias internacionales y en términos de expositores, los primeros cinco recintos de Alemania, Italia, Francia, España y Reino Unido concentran una gran actividad respecto al total de cada uno de estos países, es decir, el 67 por 100 de la actividad registrada en Alemania, el 70 por 100 de la de Italia, el 78 por 100 de la de Francia, el 82 por 100 de la de España y el 100 por 100 de la de Reino Unido (CERMES-Bocconi,

2006a). En cambio, respecto a las ferias de ámbito nacional y regional, los primeros cinco recintos —en materia de ferias nacionales y regionales— de estos mismos países, concentran una actividad mucho menor sobre el total del país, pero aún así bastante considerable, es decir el 36 por 100 de la actividad registrada en Alemania, el 53 por 100 de la de Italia, el 47 por 100 de la de Francia, el 49 por 100 de la de España y el 88 por 100 de la de Reino Unido.

A pesar de la alta concentración señalada, tan sólo en el Reino Unido se celebran ferias internacionales en un número muy reducido de recintos, los cinco mencionados, mientras que en Francia se celebran en 23, en Alemania en 25, en España en 29 y en Italia en 37 (CERMES-Bocconi, 2006a).

Por lo que respecta a la mejora y ampliación de las instalaciones para la celebración de ferias, se observa que se llevan a cabo constantes inversiones en los recintos feriales, lo cual puede explicarse por la creciente competencia. A modo de ejemplo, en Alemania, en 2005, se invirtieron, en la renovación o modernización de recintos, unos 550 millones de euros, frente a 300 millones en 2004 y a 350 en 2003. Hasta final de 2009, se calcula que se invertirán 1.300 millones de euros, unos 325 millones de euros anuales, inversión que afecta a los pabellones existentes, a la construcción de otros nuevos, así como a la mejora y ampliación de instalaciones para congresos. La capacidad de exposición de los recintos no crecerá significativamente, tan sólo unos 86.000 m² en total, un 3,2 por 100, es decir un 0,8 por 100 anualmente (AUMA, 2006a). Igualmente, se han producido importantes inversiones en recintos de países como España, Francia, Rusia e Italia, entre otros. En Milán se inauguró un nuevo recinto ferial, Rho-Però, en abril de 2005 con 370.000 m² y un presupuesto de 750 millones de euros de inversión, el segundo mayor del mundo, otro nuevo recinto se construyó en Roma con 150.000 m² en una primera fase y con una inversión de 300 millones de euros, inaugurado en abril de 2006. También se prevén ampliaciones de los recintos de Verona, Bolonia, Rímìni, Bari, Génova, Nápoles y

² Web de m+a MessePlaner y Tradeshow Directory: www.expodatabase.com.

CUADRO 3
LAS FERIAS EN EUROPA

	1990	2000	2001	2002	± % 02/00	2003	2004	± % 04/03
Ferias internacionales								
Superficie alquilada neta (m ²) .	—	16.000.000	17.500.000	18.000.000	12,50	18.000.000	18.500.000	2,8
Expositores directos	—	370.000	410.000	420.000	13,51	420.000	430.000	2,4
Visitantes totales	—	34.000.000	36.000.000	36.000.000	5,88	43.000.000	43.000.000	0
Número de ferias	—	680	750	750	10,29	800	830	3,8
Ferias nacionales y regionales								
Superficie alquilada neta (m ²) .	—	18.000.000	23.000.000	24.000.000	33,33	32.000.000	31.500.000	-1,6
Expositores directos	—	400.000	450.000	710.000	77,50	940.000	930.000	-1,1
Visitantes totales	—	51.000.000	69.000.000	87.000.000	70,59	112.000.000	112.000.000	0
Número de ferias	—	3.000	3.900	7.150	138,33	10.200	10.170	-0,3
Total ferias								
Superficie alquilada neta (m ²) .	19.400.000	34.000.000	40.500.000	42.000.000	23,53	50.000.000	50.000.000	0
Expositores directos	452.158	770.000	860.000	1.130.000	46,75	1.360.000	1.360.000	0
Visitantes totales	61.000.000	85.000.000	105.000.000	123.000.000	44,71	155.000.000	155.000.000	0
Número de ferias	3.490	3.680	4.650	7.900	114,67	11.000	11.000	0

NOTAS: Las estimaciones de 1990 se refieren a 12 países de la Unión Europea. Las de 2000, 2001 y 2002 se refieren a 15 países de la Unión Europea y Noruega.
FUENTE: CERMES-BOCCONI. Para 1990 RUBALCABA (1994) a partir de EUROSTAT y asociaciones nacionales.

Turín (Morino, 2005). En España se han acometido importantes inversiones en los últimos años, entre otros recintos, en los de Barcelona —Gran Vía— (ampliación), Bilbao (nuevo recinto), Madrid (ampliación), Valencia (remodelación y ampliación) y Zaragoza (ampliación), con cifras que superan los 2.000 millones de euros conjuntamente. De los mencionados, en 2007, los recintos de Barcelona, Madrid y Zaragoza se encuentran con proyectos de ampliación en curso.

Actividad ferial

De acuerdo con el estudio llevado a cabo por CERMES-Bocconi (2006a) sobre el mercado ferial europeo, analizando un conjunto de 22 países (Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Holanda, Hungría, Italia, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía, Suecia, Suiza y Ucrania), se es-

tima que en el año 2004 se llevaron a cabo en el mismo un total de 11.000 ferias, de las cuales 830 fueron internacionales y 10.170 nacionales. Dichas ferias supusieron el alquiler de unos 50.000.000 de m² de espacio y reunieron alrededor de 1.300.000 de expositores directos y 155.000.000 de visitantes. Puede afirmarse que en Europa se concentra más del 50 por 100 de la actividad ferial mundial. Los datos mencionados, así como los relativos a los años anteriores, derivados de otros estudios previos (CERMES-Bocconi, 2002, 2003, 2004; 2005), se muestran desglosados en el Cuadro 3, distinguiendo entre las ferias nacionales y regionales, y las internacionales.

Teniendo en cuenta que los datos de 1990 y de 2000 a 2002 de refieren sólo a la Unión Europea, al comparar 2004 respecto a 2003 se observa que las variaciones producidas entre ambos son muy poco significativas, de modo que el pequeño incremento que presentan las ferias internacionales, en número de certámenes, exposi-

CUADRO 4

**CUOTA DEL MERCADO FERIAI EUROPEO DE LOS PRINCIPALES PAÍSES
SEGÚN LA SUPERFICIE OCUPADA (m²)**

	1995 (%)	2000 (%)	2001 (%)	2002 (%)	2003 (%)	2004 (%)	± % 04/03	± % 04/95
Ferias internacionales								
Alemania	44,2	40,6	41,3	40,3	36,2	37,7	4,1	-14,7
Italia	25,6	23,1	23,1	24,6	24,7	25,6	3,6	0
España	9,1	11,4	11,8	12,5	14,3	13,6	-4,9	49,5
Francia	14,5	13,4	13,5	13,2	14,6	12,2	-16,4	-15,9
Primeros cuatro países	93,4	88,5	89,7	90,6	89,7	89,1	-0,7	
Otros 16 países ¹	6,6	11,5	10,3	9,4	10,3	10,9	5,8	
Ferias nacionales y regionales								
Alemania	26,6	17,8	16,2	15,3	15,1	15,2	0,7	-42,9
Reino Unido	22,3	17	17	18,7	14,7	15,3	4,1	-31,4
Francia	26,5	14,7	13,9	13,4	14,7	14,5	-1,4	-45,3
España	9,4	10,2	10,8	14	10,7	12,6	17,8	34
Italia	4,8	3	4,8	5,4	7,4	7,8	5,4	62,5
Primeros cinco países	89,7	62,8	62,8	66,9	62,5	65,3	4,5	
Otros 17 países ¹	10,3	37,2	37,2	33,1	37,5	34,7	-7,5	
Total ferias								
Primeros cinco países	92,4	79,2	79,5	81,2	80,2	81,5	1,6	

NOTAS: ¹ En 1995 se refiere sólo a 4 países para las ferias internacionales y a 5 países para las nacionales y regionales.

FUENTE: CERMES-BOCCONI.

tores y superficie alquilada, se ve absorbido por la disminución registrada en los mismos conceptos, en las ferias nacionales y regionales, lo que iguala los totales. En ambos tipos de ferias los visitantes permanecen invariables. Los datos que presentan incrementos muy elevados son los referidos únicamente a la Unión Europea, como puede observarse en la comparación de 2002 respecto a 2000, y en especial los relativos a las ferias nacionales y regionales. El crecimiento de dichas magnitudes cabe pensar que es debido, en gran medida, a un mejor acceso a la información de las ferias celebradas además de al crecimiento real producido en dicho período.

De acuerdo con CERMES-Bocconi (2006a) las ferias internacionales, pese a que numéricamente sólo representan el 8 por 100 del total, suponen el 37 por 100 del

espacio total ocupado, el 32 por 100 de los expositores directos totales y el 28 por 100 de los visitantes totales. Considerando la superficie neta total ocupada, puede afirmarse que el 90 por 100 de dichos salones internacionales se celebran en los cuatro países líderes en materia de ferias, repartidos los porcentajes como muestra el Cuadro 4. Los otros 16 países sólo reúnen el 10 por 100 restante. Alemania sigue ostentando claramente el liderazgo, con cerca del 38 por 100, si bien ha ido disminuyendo el peso de sus ferias internacionales, seguida por Italia que tras un ligero retroceso en 2000 y 2001 mantiene su cuota por encima del 25 por 100, España se sitúa por encima del 13 por 100 tras ir ganando peso año tras año con relación a otros países, y Francia, habiendo perdido cuota de mercado, se mantiene por encima del 12 por 100.

En cambio, las ferias de ámbito nacional y regional están más repartidas. Tomando los datos del año 2004, los primeros cinco países, es decir los ya mencionados más el Reino Unido, reúnen más del 65 por 100 del espacio contratado, mientras que el 35 por 100 restante corresponde a los otros 17 países. Italia presenta un incremento destacado, pero hay que indicar que de 1995 a 2000 incluye únicamente las ferias de la región Emilia-Romana y a partir de 2001 también las de Lombardía. Al margen de Italia, España es el único país que muestra crecimientos tanto en las ferias internacionales como en las nacionales y regionales al comparar 2004 con 1995.

Teniendo en cuenta conjuntamente ambos tipos de ferias, en términos de ocupación y sobre la base de los datos de 2004, las ferias de Alemania supondrían el 29,4 por 100 del mercado ferial europeo, las de Italia el 19 por 100 (con ausencia de algunos datos), las de España el 13,3 por 100, las de Francia el 13 por 100 y las de Reino Unido el 6,7 por 100, que agrupadamente suman un 81,5 por 100 en 2004, frente a un 92,4 por 100 en 1995 (comparando sólo 10 países), un 79,2 por 100 en 2000, un 79,5 por 100 en 2001, un 81,2 por 100 en 2002 y un 80,2 por 100 en 2003, lo que muestra un ligero crecimiento en la cuota de mercado de los cinco principales países frente al resto en los últimos años analizados.

En el Cuadro 5 se presentan las principales magnitudes de la actividad ferial en Europa, de la base de datos de CERMES-Bocconi, desde 1990 hasta 2004. El análisis del sector ferial europeo en el largo plazo confirma la madurez del mismo. Aunque varía de unos países a otros, se produce un crecimiento sostenido desde 1990 hasta 2000, el mercado en su conjunto se contrae entre 2001 y 2003, y en 2004 muestra los primeros signos de recuperación con resultados positivos en casi todas las magnitudes y con signos de actividad similares a los del principio de la década, salvo el número de eventos que todavía disminuye más de un 2 por 100.

El año que en conjunto presenta los datos más elevados es 2000, salvo el relativo al número de certámenes, que se registra en 2002, y los expositores y visitantes

extranjeros, cuyas cifras más altas pertenecen a 2004. Sin embargo, la situación es diferente para uno y otro tipo de certámenes. Comparando 2003 con 2004 la cifra de visitantes extranjeros es el dato que más crece y especialmente en el caso de las ferias nacionales y regionales, cuyo crecimiento es del 45 por 100, dado que 2003 presentaba cifras muy bajas.

La comparación de 2004 con 1995 presenta también incrementos muy elevados, de más del 130 por 100 en expositores extranjeros en el caso de las ferias nacionales y regionales, del 49 por 100 en el caso de las ferias internacionales y de cerca del 60 por 100 en el conjunto de certámenes. La comparación de estos mismos años presenta asimismo porcentajes altos en cuanto al número de ferias celebradas, que se sitúa por encima del 42 por 100 en las ferias internacionales, cerca del 49 por 100 en las nacionales y regionales y en el 46,6 por 100 conjuntamente.

3. Las ferias en los principales países europeos

Para conocer más a fondo el mercado ferial europeo analizaremos con mayor detalle la situación de los cinco principales países en materia de ferias.

La actividad ferial en Alemania

Alemania es considerado el país líder en cuanto a actividad ferial. La asociación de ferias de Alemania, AUMA (2006a), *Ausstellungs- und Messeausschuss der deutschen Wirtschaft e.V.*, analiza el panorama ferial del país desde distintos puntos de vista. La evolución de las ferias internacionales celebradas en los últimos años, se presenta en el Cuadro 6, el cual muestra que, tras un repunte generalizado en 2004 y una disminución en 2005 en casi todas las variables, los datos en 2006 vuelven a presentar signos de crecimiento. El año 2000 registra los mayores datos en cuanto a superficie y expositores nacionales y totales, el año 2001 presenta la cifra más alta de visitantes y de facturación del sector, a 2004 corresponde la cifra mayor de visitantes extranje-

CUADRO 5

LA ACTIVIDAD FERIAL EN EUROPA (1990-2004)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	± % 04/03	± % 04/95
Ferias internacionales									
N.º de ferias	487	527	731	692	680	736	749	1,8	42,1
Superficie alquilada.	13.015.035	13.599.284	17.781.340	17.390.631	16.595.518	17.022.109	17.942.861	5,4	31,9
Expositores totales	367.293	396.940	539.296	502.601	493.841	505.618	519.525	2,8	30,9
Expositores directos	280.149	306.284	419.365	394.415	386.737	397.220	410.855	3,4	34,1
Expositores extranjeros.	130.931	130.316	189.865	174.993	182.479	183.738	194.271	5,7	49,1
Visitantes totales	29.800.651	31.500.630	38.635.565	39.730.962	36.279.661	41.607.910	42.336.736	1,8	34,4
Visitantes extranjeros	2.868.205	3.041.632	3.600.289	3.814.837	3.521.025	3.800.170	4.217.525	11	38,7
Tamaño medio (m ²)	26.725	25.805	24.325	25.131	24.405	23.128	23.956	3,6	-7,2
Ratio visitante/expositores.	106	103	92	101	94	105	103	-1,9	0
Ferias nacionales y regionales									
N.º de ferias	647	1.070	1.716	1.727	1.856	1.658	1.593	-3,9	48,9
Superficie alquilada.	5.312.497	7.008.661	11.815.204	11.457.999	11.731.052	10.523.224	10.419.788	-1	48,7
Expositores totales	176.388	259.880	399.920	391.176	414.259	364.913	350.601	-3,9	34,9
Expositores directos	147.441	228.651	352.957	342.775	366.641	319.645	311.506	-2,5	36,2
Expositores extranjeros.	18.164	19.533	43.819	45.765	49.434	45.208	45.311	0,2	132
Visitantes totales	21.513.252	29.451.380	45.846.758	43.907.463	44.659.113	39.847.279	40.533.045	1,7	37,6
Visitantes extranjeros	271.210	326.047	467.593	300.576	364.752	255.170	369.695	44,9	13,4
Tamaño medio (m ²)	8.211	6.550	6.885	6.635	6.321	6.347	6.541	3,1	-0,1
Ratio visitante/expositores.	146	129	130	128	122	125	130	4	0,8
Total									
N.º de ferias	1.134	1.597	2.447	2.419	2.536	2.394	2.342	-2,2	46,6
Superficie alquilada.	18.327.532	20.607.945	29.596.544	28.848.630	28.326.570	27.545.333	28.362.648	3	37,6
Expositores totales	543.681	656.820	939.216	893.777	908.100	870.531	870.126	0	32,5
Expositores directos	427.590	534.935	772.322	737.190	753.378	716.865	722.361	0,8	35
Expositores extranjeros.	149.095	149.849	233.684	220.758	231.913	228.946	239.582	4,6	59,9
Visitantes totales	51.313.903	60.952.010	84.482.323	83.638.425	80.938.774	81.455.189	82.869.781	1,7	36
Visitantes extranjeros	3.139.415	3.367.679	4.067.882	4.115.413	3.885.777	4.055.340	4.587.220	13,1	36,2
Tamaño medio (m ²)	16.162	12.904	12.095	11.926	11.170	11.506	12.110	5,3	-6,2
Ratio visitante/expositores.	120	114	109	113	107	114	115	0,9	0,9

NOTA: En 1990 se consideran: Alemania, Austria, España, Francia, Italia y Reino Unido. En 1995, se consideran también: Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia. A partir de 2000, se consideran, además: Bélgica, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, Holanda, Hungría, Polonia, Portugal, República Checa, Rumanía, Suiza y Ucrania.

FUENTE: CERMES-BOCCONI (cálculos a partir de estadísticas publicadas por asociaciones feriales nacionales y entidades de certificación).

ros, y en 2006 tiene lugar el mayor número de ferias internacionales y, además, presenta el número más alto de expositores extranjeros.

Los datos de las 161 ferias internacionales celebradas en este último año confirman una mejora en casi todos los principales indicadores comparandolos con los respectivos certámenes previos —no con el año anterior conjuntamente—, registrando: 171.000 expositores (+1,5 por 100), de los cuales 82.000 nacionales (±0 por 100) y 89.000 extranjeros (+2,5 por 100), 6.500.000 de m² de ocupación (+1 por 100) y 9.600.000

de visitantes (+2,5 por 100) (AUMA, 2006b). Si se compara 2006 con 2005 se registran igualmente incrementos en todas las magnitudes. Si la comparación se efectúa con 1995 los incrementos son altos en cuanto a la cifra de certámenes (41,2 por 100), expositores (20,7 por 100) y expositores extranjeros (38,8 por 100), pero presentan una disminución significativa en el número de visitantes (-7,3 por 100), hecho que contrasta con el comportamiento de las demás magnitudes. Por otra parte, de acuerdo con CERMES-BOCCONI (2006a), considerando sólo las ferias internacionales y para el bienio

CUADRO 6

MAGNITUDES DE LAS FERIAS INTERNACIONALES DE ALEMANIA

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	± % 06/05	± % 06/95
Certámenes internacionales . . .	114	147	133	145	142	154	141	161	14,2	41,2
Expositores	141.721	174.612	167.980	165.859	160.238	166.991	158.060	171.000	8,2	20,7
Expositores nacionales	77.587	93.055	84.306	83.124	76.659	78.868	74.058	82.000	10,7	5,7
Expositores extranjeros	64.134 (45%)	81.557 (47%)	83.674 (50%)	82.735 (50%)	83.579 (52%)	88.123 (53%)	84.002 (53%)	89.000 (52%)	5,9	38,8
Superficie alquilada	6.308.608	7.195.556	7.104.295	6.639.204	6.118.937	6.617.716	6.237.854	6.500.000	4,2	3
Visitantes	10.354.565	10.260.800	10.691.527	9.218.276	9.536.187	9.675.845	9.593.075	9.600.000	0,1	-7,3
Visitantes extranjeros	1.850.000 (17,9%)	1.950.000 (19%)	2.100.000 (19,7%)	1.870.000 (20,3%)	1.860.000 (19,5%)	2.280.000 (23,5%)	2.150.000 (22,4%)	—	—	—
Facturación € ¹	—	2.450.000.000	2.500.000.000	2.400.000.000	2.300.000.000	2.450.000.000	2.350.000.000	—	—	—

NOTAS: ¹ Incluye ferias en otros países, congresos y servicios.
Se incluyen algunas ferias nacionales. A partir de 2002 varía el sistema de cálculo de los visitantes.
FUENTE: AUMA.

CUADRO 7

LAS FERIAS INTERNACIONALES DE ALEMANIA CELEBRADAS EN 2005
COMPARADAS CON SUS EDICIONES ANTERIORES

	Número de ferias	Expositores			Total visitantes (%)	Total espacio alquilado (%)
		Total (%)	Nacionales (%)	Extranjeros (%)		
Total	141	+2,6	+0,5	+4,5	-2,2	-0,6
Ferias de bienes de inversión	77	+4,6	+1	+9,4	-0,3	-1,5
Ferias de bienes de consumo para visitantes profesionales	43	-0,6	-3,4	+0,7	-2,1	-2,5
Ferias de bienes de consumo para visitantes no profesionales	17	+5,1	+4,6	+5,7	-4,5	+4,5
Ferias de servicios	4	+1,5	+1,8	+1,4	-1,7	+3,8

FUENTE: AUMA.

2003-2004, Alemania es, entre los principales países europeos, la que tiene mayor grado de internacionalidad, con un 52 por 100 de expositores extranjeros, seguida de Francia (41 por 100) Reino Unido (37 por 100), España (31 por 100) e Italia (27 por 100) y, en cuanto a visitantes extranjeros, el 20 por 100, frente al Reino Unido (12 por 100), Francia (8 por 100), Italia (7 por 100) y España (2 por 100).

El Cuadro 7 ayuda a completar la visión de la situación ferial en Alemania, en el que se muestran resultados de los distintos tipos de ferias en 2005, comparándola con sus respectivas ediciones anteriores. La superficie alquilada en las ferias internacionales, 6.237.854 m², sufre un ligero incremento del 0,6 por 100 al comparar las ferias con sus ediciones previas. El comportamiento de las ferias fue distinto según su tipología. Las ferias regionales,

CUADRO 8

FERIAS DE ORGANIZADORES ALEMANES FUERA DEL PAÍS

Áreas geográficas	2001	2003	2005	2006	% 2006	± % 06/05
Unión Europea	20	42	10	6	3	-40
Resto de Europa			35	40	20,3	14,3
Asia Oriental-Central y Sudeste Asiático . . .	41	75	79	96	48,7	21,5
Norteamérica	5	6	8	13	6,6	62,5
Latinoamérica	18	16	15	18	9,1	20
Oriente Próximo	—	10	21	19	9,6	-9,5
África	2	1	—	4	2	—
Australia-Oceanía	1	1	3	1	0,5	-66,7
Total	87	151	172	197	100	14,5

FUENTE: AUMA (2002, 2003, 2005a, 2006a).

152, alcanzaron los 6.800.000 de visitantes, más de 50.000 expositores y alrededor de 1.500.000 de m² de superficie alquilada.

Conjuntamente, el número total de ferias de diversos tipos: internacionales, nacionales y regionales en 2005 ascendió a 293, frente a 312 de 2004, en las cuales participaron cerca de 208.000 expositores (217.000 en 2004), 16.400.000 de visitantes (16.700.000 en 2004) y ocuparon una superficie total de 7.700.000 de m² (8.100.000 de m² en 2004).

Un aspecto destacado de las organizaciones feriales alemanas de tamaño grande y medio es que están realizando cada vez más ferias fuera del país, lo que constituye ya globalmente más del 10 por 100 de su facturación (AUMA, 2006a). No se trata de ferias de grandes dimensiones comparándolas con el tamaño medio de las ferias alemanas, pero su número es creciente. Las celebradas en 2005 supusieron una superficie contratada de 1.350.000 de m² (+34 por 100 que en 2004), 54.000 expositores (+18 por 100) y 3.400.000 de visitantes (+13 por 100). El mayor número de ferias se celebró en China, que registró 63 certámenes, seguida de Rusia con 28, India con 14 y Emiratos Árabes con 13 (AUMA, 2006a). El Cuadro 8 muestra la distribución de las ferias

organizadas por las entidades alemanas, miembros de AUMA, fuera del país durante varios años hasta 2006.

En dicho año se celebraron 197 ferias, frente a 172 en 2005 (+14,5 por 100), de las cuales cerca de la mitad en Asia. La previsión para 2007 es de celebrar 203 ferias (+3 por 100), de las cuales: 87 en Asia Oriental-Central y Sudeste Asiático (54 en China), 53 en Europa Central y del Este (33 en Rusia), 20 en Oriente Medio (17 en Dubai), 19 en Latinoamérica y 11 en EE UU (AUMA, 2006a, 2006b). Después de China, Rusia es el país en el que más interés están mostrando los operadores alemanes y en menor medida también organizadores de otros países. Respecto a la participación de empresas en las ferias, un estudio realizado por TNS Emnid para AUMA (2006a) entre 500 empresas expositoras en 2005, permitió la obtención, entre otros, de los siguientes resultados: las empresas alemanas prevén estar presentes en una media de 3,2 ferias celebradas en el exterior en el período 2006-2007, cifra muy similar a la registrada para los dos años previos. Un 39 por 100 de los expositores alemanes tiene previsto participar en otras ferias europeas fuera de Alemania, frente a un 21 por 100 que prevé participar en ferias no europeas. Los mayores índices de crecimiento proceden de los exposi-

CUADRO 9

MAGNITUDES DE LAS FERIAS INTERNACIONALES DE ITALIA

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	± % 05/04	± % 05/95
Número de certámenes.	137	143	158	150	169	172	166	-3,5	21,2
Superficie alquilada (m ²).	3.474.895	4.110.298	4.017.554	4.119.843	4.203.456	4.591.726	4.304.884	-6,2	23,9
Expositores totales	91.208	108.619	103.577	103.550	104.263	111.724	101.953	-8,7	11,8
Expositores directos	72.715	85.079	82.949	81.620	84.753	87.753	80.111	-8,7	10,2
Visitantes totales	8.936.552	10.819.433	10.921.905	10.552.889	11.628.954	12.058.936	11.377.047	-5,7	27,3

FUENTE: CERMES-BOCCONI.

tores de tamaño pequeño y mediano, de los cuales, en la actualidad, un 43 por 100 ya está presente en ferias externas. Un 58 por 100 de las empresas con facturación anual por debajo de los 50.000.000 de euros utiliza las ferias en el exterior para reforzar sus exportaciones. Además, el 64 por 100 de las empresas con facturación superior a los 50.000.000 cree que la participación en ferias en el exterior es importante o muy importante para fortalecer sus exportaciones.

Resulta interesante que la presencia de empresas en el exterior, como ocurre asimismo en otros países, es apoyada por el Ministerio Federal de Economía y Tecnología, que contó con un presupuesto de 36.000.000 de euros en 2005. Más de 6.700 expositores, pequeñas y medianas empresas, se beneficiaron de este tipo de programas anuales para el fomento de las exportaciones mediante *stands* conjuntos en ferias de distintos países. En 2005 se promovió, entre otras, la participación de empresas en 55 ferias en China, 44 ferias en Rusia y 21 en Emiratos Árabes (AUMA, 2006b).

Con relación a la participación de empresas extranjeras en Alemania, es significativa la presencia de empresas de China. En 2005, las ferias alemanas siguen registrando un elevado número de empresas expositoras de dicho país, más de 6.800, pero menos que en 2004 en que la cifra había sido de 7.000, lo que había supuesto un incremento del 34 por 100, y un 8 por 100 de la participación extranjera, la segunda mayor en términos

absolutos después de la italiana, 11.219 empresas, y por delante del Reino Unido, 5.113, y de EE UU, 4.611.

La actividad ferial en Italia

Italia es el segundo país con mayor actividad ferial en Europa. La *Associazione Esposizione e Fiere Italiane* (AEFI)³, agrupa a los cerca de 40 principales organizadores feriales del mismo. CERMES-BOCCONI (2006b) estima que en 2005 se celebraron en Italia 966 ferias, 166 internacionales y otras 800 de carácter nacional y regional, con una ocupación de 7.500.000 m², 124.111 expositores directos y 21.700.000 de visitantes. Por lo que respecta a las ferias internacionales, en el Cuadro 9 se muestra la evolución de las ferias celebradas desde 1995 a 2005.

El análisis de las ferias internacionales muestra una tendencia creciente hasta 2004 y en 2005 registra una disminución en todas las variables, salvo el dato que se refiere a visitantes internacionales, no desglosado en el cuadro, que aumenta alrededor de un 11 por 100. La comparación con los datos de 1995 muestra incrementos en todas las magnitudes, siendo el mayor el de los visitantes (27,3 por 100) y el más bajo el de los expositores directos (10,2 por 100). La superficie alquilada se ha

³ Web de AEFI: www.aefi.it.

CUADRO 10

MAGNITUDES DE LAS FERIAS INTERNACIONALES DE FRANCIA

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	± % 05/04	± % 05/95
Número de certámenes.	75	93	88	91	86	84	78	-7,1	4
Superficie alquilada (m ²)	1.974.248	2.381.790	2.344.720	2.202.651	2.479.142	2.184.402	2.309.236	5,7	17
Expositores totales	68.207	83.009	78.319	79.526	78.335	78.582	76.362	-2,8	12
Expositores directos	50.606	59.252	56.732	57.115	57.078	55.844	53.853	-3,6	6,4
Visitantes totales	7.522.661	8.497.135	7.922.606	8.086.289	7.974.819	8.190.177	7.513.741	-8,3	-0,1

FUENTE: CERMES-BOCCONI.

incrementado en una década un 23,9 por 100, si bien se eleva al 32,1 por 100 si se compara con el dato de 2004. Como ocurre en otros países europeos, se produce una gran concentración de la actividad en un número reducido de ciudades, como Milán, Bolonia, Verona y Rímimi, que al mismo tiempo cuentan con las instalaciones de mayores dimensiones.

En cuanto a la superficie expositiva cubierta, Italia alcanza los 2.200.000 m², a los que hay que sumar 1.200.000 de superficie al aire libre. Como ya se indicaba en el apartado sobre recintos feriales, se están llevando a cabo notables inversiones en diferentes recintos del país, destacando los recintos totalmente nuevos de Milán, finalizado en 2005, y de Roma, inaugurado en 2006.

La actividad ferial en Francia

Francia también se encuentra entre los países europeos con mayor actividad ferial. Las entidades organizadoras de ferias y congresos, las que gestionan los recintos, así como las prestatarias de servicios están agrupadas alrededor de la asociación *Foires Salons et Congrès de France* (FSCF)⁴. De acuerdo con dicha asociación, el número de recintos feriales se eleva a 78 y el

de centros de congresos a 55. Entre los recintos feriales, sólo dos situados en París cuentan con gran capacidad, 226.069 y 210.000 m², así como el de Lyon, con 103.669 m². Otros recintos de menor tamaño son los de París Le Bourguet, de 80.000 m², Burdeos, de 92.000 m², Montpellier, de 50.000 m², Estrasburgo, de 47.430, Grenoble, de 42.000 m², Charleroi y Marsella, de 40.000 m², y Toulouse, de 39.105 m². El resto disponen de capacidades inferiores que oscilan entre los 2.400 y los 34.000 m².

Existe una fuerte concentración de la actividad ferial en la región Ile-de-France, en la que se encuentra París, que representa un 62 por 100 en términos de superficie ocupada (FSCF, 2005). Curiosamente, las entidades que gestionan los principales recintos feriales en la capital no organizan ninguna feria. Todas son organizadas por otras empresas o asociaciones. La cifra de ferias y salones que tuvieron lugar en Francia en 2004 fue de 908, de las cuales un 7,2 por 100 fueron ferias generales, un 37,2 por 100 salones especializados de gran público, un 54,4 por 100 ferias profesionales y un 1,1 por 100 ferias mixtas. En el Cuadro 10 se reproducen los datos de las principales variables de las ferias internacionales celebradas en este país desde 1995 a 2005. En el año 2000 se registraron las cifras más elevadas, a partir del cual los resultados se mantienen por debajo, salvo en 2003 en que se alcanza el mayor número de m² de superficie alquilada.

⁴ Web de Foires Salons et Congrès de France: www.foiresalon.com y www.foiresaloncongres.com.

CUADRO 11

MAGNITUDES DE LAS FERIAS DE REINO UNIDO

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	± % 05/04	± % 05/95
Número de certámenes ¹	773	868	823	855	802	918	944	2,8	22,1
Superficie neta (m ²)	2.728.742	3.732.120	3.118.465	3.355.460	3.111.096	3.161.986	3.357.103	6,2	23
Superficie bruta (m ²)	5.198.000	7.558.050	6.890.500	7.048.250	6.059.250	6.727.630	7.374.810	9,6	41,9
Visitantes totales	9.700.000	11.080.000	9.070.000	10.340.000	8.720.000	9.480.000	8.880.000	-6,3	-8,5

NOTAS: ¹ Incluye ferias de público de una jornada (en otros países no considerados como ferias).

FUENTE: EVA (cálculos a partir de datos de una parte de sus miembros asociados). La asociación no facilita datos relativos a expositores. Incluye tanto las ferias internacionales como las nacionales y regionales.

En 2005 la superficie creció un 5,7 por 100 respecto al año previo, pero las demás magnitudes se vieron disminuidas, en especial la cifra de visitantes (-8,3 por 100) y el número de ferias, que tuvo un descenso superior al 7 por 100. Comparando los datos del año 2005 con los de 1995, vemos que se han producido crecimientos poco significativos teniendo en cuenta el número de años transcurridos.

La actividad ferial en Reino Unido

Atendiendo a los datos aportados por *Exhibition Venues Association* (EVA, 2006), en Reino Unido se celebraron, en 2005, 944 ferias, en 44 recintos con capacidad de más 2.000 m² de superficie, lo que supone un incremento del 3 por 100 respecto a 2004, con 918 certámenes, y un 17 por 100 respecto a 2003, en que se registraron 802 ferias. Del total, 472 (50 por 100) son ferias profesionales, 465 (49 por 100) ferias dirigidas al público y 7 mixtas. En los últimos años la proporción de ferias de público ha ido creciendo. En 1997 suponían el 37 por 100 del total. Hay que puntualizar que, entre las 944 ferias de 2005 también están incluidas 215 de una sola jornada, dirigidas al público. Estas últimas en 2004 fueron 158. El número total de visitantes también en 2005 fue de 8.880.000, un 6 por 100 inferior a 2004, en que hubo 9.480.000, y una cifra ligeramente superior a la de 2003 en que se registraron 8.720.000 de visitan-

tes. La superficie neta total fue de 3.357.103 m², un 6 por 100 más que en 2004, en que ya creció un 2 por 100 respecto a 2003. El número total estimado de expositores asciende a 133.000, una cifra ligeramente superior al año 2004.

Al margen de las ferias mencionadas, la referida asociación contempla otro tipo de certámenes, que registraron unos 4.200.000 de visitantes según sus estimaciones (EVA, 2006), como son las ferias al aire libre de agricultura y horticultura, 52 en 2004 y 57 en 2005, así como otras ferias en recintos no cualificados como centros cívicos, hoteles, edificios históricos, parques y otros: 629 en 2004 y 533 en 2005. El Cuadro 11 recoge los datos de las ferias celebradas en el Reino Unido desde 1995 a 2005, sin distinguir entre ferias internacionales y el resto. Es significativo el descenso producido en estos años en el número de visitantes (-8,5 por 100), a pesar del crecimiento del número de certámenes (+22,1 por 100) y de la superficie neta (+23 por 100).

El modelo de organización ferial de este país está basado en la existencia de numerosos organizadores de ferias. Los certámenes se concentran especialmente en las ciudades de Londres, con 361 ferias en 2005, y Birmingham, con 192 ferias el mismo año. Los 44 recintos de la asociación suman unos 645.000 m² de superficie disponible, de los cuales 12 se encuentran en Londres, que totalizan 222.000 m² y 6 en West Midlands, conda-

La actividad ferial en España

Sin entrar a detallar en profundidad el caso español por incluirse su estudio en otro artículo de esta misma publicación de forma monográfica, puede afirmarse sin duda que España es asimismo uno de los países europeos con mayor actividad ferial, atendiendo a los datos de la Asociación de Ferias Españolas, AFE⁵ que agrupa a 46 miembros organizadores de ferias. Entre las magnitudes correspondientes a 2006 de las cerca de 470 ferias auditadas cabe destacar que, conjuntamente, reunieron a más de 76.000 expositores directos y tuvieron una ocupación de más de 4.967.000 m², las cifras más altas conseguidas por el sector hasta el momento.

En comparación con los principales países europeos en materia de ferias, a partir de las estimaciones de CERMES-Bocconi, el sector español ha crecido más proporcionalmente, llegando a alcanzar el 13,1 por 100 de cuota de mercado en el bienio 2003-2004, aproximándose al dato de las ferias de Francia (13,8 por 100). La cuota de mercado para las ferias españolas en 1995 era del 9,2 por 100 y en el año 2000 era del 10,9 por 100.

En cuanto a superficie de exposición disponible, los cerca de 30 recintos existentes en España totalizan alrededor de 1.300.000 m² de superficie cubierta, tras las importantes inversiones en ampliaciones y remodelaciones llevadas a cabo en los últimos años. Es destacable la concentración de espacio disponible y de volumen de actividad en un número reducido de recintos feriales.

4. Tamaño, estructura, sectores y localización de las ferias europeas por países

Con relación al tamaño medio de los certámenes internacionales, en el bienio 2003-2004, como muestra el Cuadro 12, Alemania cuenta con el dato más elevado en cuanto al espacio neto ocupado, 41.561 m², y número de expositores directos, 1.073; es seguida por Holan-

da (35.262 m² y 475 expositores), Francia (27.433 m² y 664 expositores), e Italia (25.792 m² y 506 expositores). El dato para el caso de España, el sexto lugar en tamaño medio de ferias internacionales, es de 14.827 m² y 266 expositores. Parece que continúa la tendencia a una reducción del tamaño medio de las ferias y con preferencia hacia ferias dirigidas a sectores más específicos (CERMES-Bocconi, 2006a). Como se recogía en el Cuadro 5, realmente en 2004 se produce un incremento del 3,6 por 100 en el tamaño medio de las ferias internacionales respecto a 2003, si bien con relación a 1995 se registra una disminución del 7,2 por 100. En el caso de las ferias nacionales y regionales no se observa dicha disminución.

En el bienio mencionado, Francia registra las ferias internacionales con un mayor número medio de visitantes, 95.088. El país que presenta un menor número medio de visitantes por feria es Eslovaquia, 9.056. El número medio de visitantes por feria en España es de 49.384.

Por lo que respecta al tamaño medio de los *stands* (superficie neta dividida por número de expositores directos), hay diferencias significativas entre los países europeos. Para el mismo bienio 2003-2004, Bélgica presenta el mayor *stand* medio (103 m²), seguido por Holanda (74 m²), mientras que el menor de los *stands* medios lo registra las ferias de Ucrania (19 m²). En el caso de las ferias españolas, el *stand* medio es de 56 m². Las ferias de Alemania, Italia, Francia y Reino Unido, tuvieron *stands* medios de 39, 51, 41 y 27 m² respectivamente. No se observan diferencias destacables respecto a años o bienios anteriores, si bien los *stands* son de mayores dimensiones en las ferias internacionales (entre 42 y 44 m²) que en las nacionales y regionales (entre 31 y 33 m²). Conjuntamente el *stand* medio se sitúa entre los 38 y 39 m² sin una tendencia de cambio aparente.

La ratio visitante/expositor directo, que puede traducirse en número de contactos potenciales durante una feria, presenta también diferencias significativas entre unos países y otros: Bélgica, con una ratio de 426, tiene

⁵ Web de la AFE: www.afe.es.

CUADRO 12

TAMAÑO Y ESTRUCTURA DE LAS FERIAS POR PAÍSES (2003-2004)

	Ferias internacionales					Ferias nacionales y regionales				
	Superf. neta media (m ²)	Exposit. directos	Visitantes	Stand medio (m ²)	Visitantes/exp. directo	Superf. neta media (m ²)	Exposit. directos	Visitantes	Stand medio (m ²)	Visitantes/exp. directo
Alemania	41.561	1.073	63.405	39	59	8.826	308	41.394	29	134
Italia	25.792	506	69.599	51	138	5.949	149	17.598	40	118
Francia	27.433	664	95.088	41	143	8.925	234	34.138	38	146
España	14.827	266	49.384	56	186	5.171	96	28.552	54	297
Reino Unido	13.002	486	14.132	27	29	4.300	193	14.677	22	76
Austria	11.983	258	42.561	46	165	12.672	304	21.799	42	72
Suiza	12.016	544	28.149	22	52	22.258	418	102.071	53	244
Holanda	35.262	475	50.923	74	107	15.473	266	51.503	58	194
Bélgica	16.998	165	70.240	103	426	15.674	252	63.663	62	253
Portugal	12.694	219	14.734	58	67	8.386	202	19.237	42	95
Suecia	15.129	400	23.883	38	60	7.745	209	25.491	37	122
Finlandia	7.223	264	23.743	27	90	2.839	124	16.493	23	133
Noruega	13.403	419	18.705	32	45	9.734	191	19.020	51	100
Dinamarca	13.364	270	24.044	49	89	11.557	208	12.889	56	62
Polonia	5.266	242	14.146	22	58	4.044	187	6.794	22	36
Rep. Checa	11.867	317	25.374	37	80	5.037	184	23.562	27	128
Eslovaquia	4.853	145	9.056	33	62	4.331	130	16.832	33	129
Hungría	7.229	294	18.057	25	61	7.915	242	22.131	33	91
Eslovenia	13.077	455	66.015	29	145	14.141	416	62.471	34	150
Croacia	6.092	119	14.787	51	124	4.676	87	14.416	54	166
Rumanía	6.653	195	14.772	34	76	4.740	155	12.514	31	81
Ucrania	2.363	124	9.858	19	80	4.298	185	24.741	23	134

NOTA: Cálculos a partir de valores medios.
FUENTE: CERMES-BOCCONI.

los datos más altos, seguida de España, con una ratio de 186; Austria, 165; Francia, 143; e Italia, 138. La de Alemania es de 59 y la del Reino Unido de 29. El análisis desde 1995 a 2004 de las ferias internacionales conjuntamente arroja una ratio en 1995 de 103 visitantes por expositor, de 92 en 2000, 101 en 2001, 94 en 2002, 105 en 2003 y 103 en 2004.

El análisis del tamaño medio de los certámenes nacionales y regionales no presenta ninguna clara clasificación entre los diferentes países. Encabezan la lista Suiza (22.258 m²), Bélgica (15.674 m²), Holanda (15.473 m²), Eslovenia (14.141 m²) y Austria (12.672 m²). Por lo que respecta al tamaño medio de los *stands*, destacan Bélgica (62 m²), Holanda (58 m²), Dinamarca (56 m²), España y Croacia (54 m²) y Suiza (53 m²). En cuanto a la ratio vi-

sitante/expositor directo en estas ferias, por lo general más alto que en el de los certámenes internacionales, España cuenta con la mayor ratio (297), seguida de Bélgica (253). El comportamiento de dicha ratio entre 1995 y 2004 es diferente al de las ferias internacionales, siendo de 129 en 1995, 130 en 2000, 128 en 2001, 122 en 2002, 125 en 2003 y 130 en 2004.

Análisis sectorial de las ferias en Europa

A partir de los diferentes estudios llevados a cabo por CERMES-Bocconi (2002, 2003, 2006a), se ha confeccionado el Cuadro 13, que recoge la evolución, de los diferentes sectores en términos relativos, según el número de expositores que participa en unas u otras ferias.

CUADRO 13
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LAS FERIAS EUROPEAS SEGÚN NÚMERO MEDIO DE EXPOSITORES DIRECTOS
(En %)

Sectores	1997-98	2000-01	2003-04	± % 2003-04/2000-01	± % 2003-04/1997-98
Textil-moda	9	12	10,1	-15,8	12,2
Agricultura-animales	6	5	5,9	18	-1,7
Alimentación-catering	6	9	6,6	-26,7	10
Mueble	5	6	9,3	55	86
Arte-antigüedades	3	2	1,4	-30	-53,3
Comercio-servicios	3	2	1,6	-20	-46,7
Comunicac.-suministros oficina	7	6	6,1	1,7	-12,9
Construcción	6	6	8,3	38,3	38,3
General	14	7	7,1	1,4	-49,3
Industria-tecnología	10	11	12,9	17,3	29
Regalos-artículos fantasía	8	10	6,8	-32	-1
Salud-medio ambiente	6	7	5,7	-18,6	-5
Deporte-ocio	13	14	10,8	-22,9	-16,9
Transportes	4	3	7,6	153,3	90
	100	100	100		

NOTAS: Los bienes 2000-2001 y 2003-2004 incluyen solamente las ferias internacionales. 1997-1998 y 2000-2001 incluyen 11 países, y 2003-2004 incluyen 22 países.

FUENTE: Elaboración propia a partir de CERMES-BOCCONI.

Con datos del bienio 2003-2004, los sectores con mayor presencia son industria-tecnología (12,9 por 100), deporte-ocio (10,8 por 100), textil-moda (10,1 por 100) y mueble (9,3 por 100). Los tres primeros ocupaban los primeros lugares en el bienio 2000-2001, si bien el sector deporte-ocio ha pasado del primer lugar (14 por 100) al segundo lugar en 2003-2004. Muestran una tendencia creciente los sectores transportes, mueble, construcción, industria-tecnología, mientras que presentan una tendencia decreciente los sectores arte-antigüedades y comercio-servicios, ambos con porcentajes muy bajos, así como las ferias generales, regalos-artículos de fantasía, salud-medio ambiente y deporte-ocio.

Como muestra el Cuadro 14, considerando las ferias internacionales, entre los principales países y para el bienio 2003-2004, Alemania lidera 9 de los 14 sectores en términos de superficie ocupada. En segundo lugar

se encuentra Italia con mayor cuota de mercado en cuatro de los sectores, y por último, Francia, que lidera uno de los sectores, el de las ferias generales (CERMES-Bocconi, 2006a).

En el caso de las ferias nacionales y regionales, Reino Unido tiene mayor cuota de mercado en 5 de los 14 sectores: textil-moda (56 por 100), arte-antigüedades (41,1 por 100), comercio-servicios (33,7 por 100), comunicaciones-suministros oficina (22,9 por 100) y salud-medio ambiente (25,5 por 100); Alemania en 3: industria-tecnología (16,2 por 100), regalos-artículos fantasía (22,7 por 100) y deporte-ocio (27,5 por 100); España en 3: alimentación-catering (12,7 por 100), construcción (11 por 100) y transportes (19,4 por 100); Francia en 2: mueble (21,1 por 100) y general (43,2 por 100); e Italia en 1: agricultura-animales (18,9 por 100). El análisis de cada país individualmente pone de manifiesto que, en el caso

CUADRO 14

**DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LAS FERIAS INTERNACIONALES EUROPEAS
SEGÚN SUPERFICIE ALQUILADA (m²) (2003-2004)
(En %)**

Sectores	Alemania	Italia	Francia	España	Reino Unido	Otros
Textil-moda	25,1	41,4	15,5	13,5	0,4	4
Agricultura-animales	24,9	33,6	16,3	13,7	0	11,5
Alimentación- <i>catering</i>	35,5	34,9	9,5	10,6	2,4	7,1
Mueble	39	20,7	4,7	17	8,1	10,5
Arte-antigüedades	13,6	61,3	4,3	18,3	1,2	1,1
Comercio-servicios	36,5	11,1	17,7	17,7	0,2	16,7
Comunicac.-suministros oficina	69,3	13,9	4,2	9	2	1,6
Construcción	31,1	31,6	12,8	18,2	0	6,3
General	6,8	24,5	52,1	7,8	0,1	8,7
Industria-tecnología	47,5	16,6	10,3	10,4	0,2	15
Regalos-artículos fantasía	31,2	24,7	16,7	20,2	2,5	4,8
Salud-medio ambiente	45,3	24,3	4,7	10,7	1,8	13,1
Deporte-ocio	47,4	20	9,1	17,8	0,6	5,1
Transportes	40	15,5	9,6	14,7	1,3	18,8

FUENTE: CERMES-BOCCONI.

de las ferias internacionales, aun habiendo mayor número de expositores de unos sectores que de otros, no hay un claro modelo de especialización sectorial en los diferentes mercados, ratificando lo afirmado por dicho centro de investigación en estudios previos, mientras que para las ferias nacionales y regionales se observa mayor concentración en sectores con alta orientación hacia el consumidor, como el de deporte-ocio, en el caso de Alemania, España y Reino Unido, agricultura-animales, arte-antigüedades y general, con mayor presencia en las ferias de Italia, y de Francia en el caso de las ferias Generales (CERMES-Bocconi, 2006a).

Localización y concentración de las actividades

Considerando el número medio de expositores directos en las ferias internacionales durante el bienio 2003-2004, por países, Alemania ostenta el liderazgo con 7 de los 10 primeros recintos europeos, es decir los situados en Fráncfort (33.387 expositores), Dusseldorf

(24.764), Hanóver (20.333), Colonia (17.342), Múnich (16.597), Núremberg (15.735) y Berlín (15.635). Italia cuenta con el recinto de Milán (28.231), Francia cuenta con los recintos de París (33.980), que es la ciudad que ocupa el primer lugar por número de ferias, y España con Madrid (16.631) (CERMES-Bocconi, 2006a). En el mismo período, el *ranking* de actividad de los recintos, considerando los expositores directos en las ferias nacionales y regionales, es liderado por el Reino Unido, con los recintos de Birmingham (32.360 expositores) y de Londres (18.602) en los primeros lugares, y a continuación le siguen los de París (12.920), Poznan (9.722), Kiev (7.483), Praga (6.462), Madrid (6.239), Stuttgart (5.529), Oporto (5.268) y Lisboa (5.000).

Para el conjunto de ferias, el *ranking* de las diez primeras ciudades feriales por el número medio de expositores directos, en el período 2003-2004, está encabezado por París, seguido por Birmingham, Fráncfort, Milán, Dusseldorf, Hanóver, Madrid, Londres, Múnich y Colonia. Entre todas ellas concentran el 40 por 100 de los

CUADRO 15

**PRIMERAS CIUDADES FERIALES EUROPEAS POR NÚMERO DE EXPOSITORES DIRECTOS
(2003-2004)**

Ciudades	Expos. Dir.	% Extranj.	Sup. neta (m ²)	Visitantes	% Extranj.
1. París	46.900	38	1.820.618	6.276.983	11
2. Birmingham.	38.873	6	992.520	2.683.564	1
3. Fráncfort.	33.387	62	1.228.549	1.720.581	21
4. Milán	30.985	24	1.600.909	5.195.242	7
5. Dusseldorf	25.086	57	1.103.639	1.483.774	31
6. Hanóver	23.192	41	1.050.432	1.840.490	17
7. Madrid	22.869	17	1.215.802	4.016.914	1
8. Londres	21.976	9	475.043	1.749.839	1
9. Múnich	19.972	40	800.988	1.363.718	16
10. Colonia	18.781	66	874.956	861.837	32
11. Núremberg	17.911	38	591.340	920.167	14
12. Berlín	16.818	65	277.084	1.040.077	7
13. Bolonia	16.176	27	823.142	1.922.405	9
14. Barcelona	9.910	19	669.154	2.460.951	2
15. Poznan	9.722	24	233.083	331.991	0
16. Brno	9.298	19	344.837	939.287	6
17. Leipzig	9.120	17	238.116	922.850	2
18. Helsinki.	8.078	0	187.630	780.831	0
19. Verona	7.749	14	371.852	722.510	14
20. Kiev	7.730	21	178.364	1.018.903	0
21. Stuttgart	7.630	18	215.755	841.520	3
22. Estocolmo.	7.225	0	271.567	803.619	0
23. Valencia	7.209	16	484.894	949.249	3
24. Praga	7.017	12	159.819	626.951	1
25. Essen	6.676	25	278.014	1.112.771	7
Total primeros 25	430.290	32	16.488.107	42.587.024	8
+ 329 ciudades	289.329	13	11.465.891	39.575.468	2
Total 354 ciudades	719.613	24	27.953.990	82.162.485	5

FUENTE: CERMES-BOCCONI.

expositores directos. El Cuadro 15 recoge la información de las diferentes ciudades feriales europeas, con los datos detallados de las 25 primeras por número de expositores directos. Comparando los datos de dicho bienio con los del bienio 2000-2001 no se observan variaciones significativas, salvo la relativa a la ciudad de Londres, que pasa del segundo al octavo puesto en el bienio 2003-2004. Respecto a otros bienios previos cabe resaltar como unas ciudades han ido perdiendo

posiciones respecto a otras, como por ejemplo las ferias holandesas de Utrecht y Ámsterdam, en los puestos 13 y 18, respectivamente, en el bienio 1997-1998, o la sueca de Goteborg en el puesto 20, presente asimismo en el bienio 1999-2000, que ya no se encuentran entre las 25 ciudades del bienio 2003-2004 del Cuadro 15. En el bienio 2000-2001 la cifra total de expositores directos totalizó 2.002 más que en 2003-2004, la superficie neta registró 2.100.000 de m² menos y menos de 6.290.000

de visitantes. En 2003-2004, 19 de las 25 primeras ciudades europeas pertenecen a los cinco países líderes en materia de ferias.

Por otra parte, la lista de los diez principales organizadores de ferias europeos, en el período 2003-2004, y teniendo en cuenta tanto las ferias internacionales como las nacionales y regionales en términos de superficie alquilada por sus expositores, es encabezada por la Feria de Madrid, seguida por la de Dusseldorf, la compañía Reed Exhibitions —la única entidad de las diez sin recinto propio— las ferias de Fráncfort, Colonia, Hanóver, Barcelona, Múnich, Milán y Valencia. Todas ellas totalizan unos 8.200.000 m² de superficie alquilada, que supone un 29 por 100 del total estimado para toda Europa (CERMES-Bocconi, 2006a).

Los datos observados, correspondientes a la actividad ferial en Europa, permiten confirmar el cambio de tendencia en los años más recientes, con crecimientos moderados en la mayoría de las variables, lo que permite prever para los próximos años variaciones poco significativas, manteniendo el liderazgo los principales países de la Unión Europea que, como se ha visto, vienen incrementando su peso con relación al conjunto de países. También cabe pensar en un mayor crecimiento de la actividad en los países del Este de Europa más recientemente incorporados a la misma, así como de Rusia, por el que demuestran gran interés, entre otros, los operadores de Alemania, de forma paralela al desarrollo económico del país.

5. Conclusiones, implicaciones y previsión futura

Europa sigue siendo la mayor potencia mundial en cuanto a actividad ferial. En la totalidad de sus países se celebran ferias comerciales. Se estima que el conjunto de países europeos concentra más del 50 por 100 del mercado mundial de ferias. Tratándose de un mercado maduro, influenciado por la situación económica y empresarial de cada país en cada momento, presenta una gran competencia entre los diferentes organizadores. El dinamismo del sector viene representado por la crea-

ción de nuevas ferias, y con continuas inversiones en recintos feriales.

Europa cuenta con la mayor capacidad de exposición cubierta disponible, reúne los mayores recintos feriales, es decir los de más de 100.000 m², y los principales organizadores. La capacidad cubierta del conjunto de los recintos feriales puede estimarse en la actualidad en unos 15.000.000 de m², es decir más del 54,4 por 100, de la superficie ferial disponible en el plano internacional.

De forma generalizada, un elevado porcentaje de la actividad ferial está notablemente concentrado en un número relativamente reducido de organizadores y de recintos feriales en los diferentes países. Cuatro de estos países acumulan un 90 por 100 de las ferias internacionales del continente, situación que es encabezada por Alemania y seguida por Italia, Francia y España. Los cuatro países mencionados más el Reino Unido concentran alrededor del 65 por 100 de la actividad relacionada con las ferias nacionales y regionales. Asimismo, los diez principales organizadores de ferias europeos acumulan en sus ferias alrededor del 30 por 100 de la actividad total. Alemania lidera también el grado de internacionalidad en cuanto a participación de empresas extranjeras en sus ferias internacionales, y encabeza igualmente 9 de 14 sectores en términos de ocupación. Italia lidera otros tres sectores. Para el conjunto de ferias europeas, los tres sectores que agrupan mayor número de expositores son los englobados bajo las denominaciones industria-tecnología (maquinaria y bienes de inversión), deporte-ocio (deporte, ocio, juegos, música, turismo, cine y fotografía) y textil-moda (ropa, calzado, piel, joyería y relojería, telas y tejidos).

La distribución geográfica de las ferias europeas no ha cambiado significativamente en los últimos años. Las mayores ferias internacionales se celebran habitualmente en los recintos más consolidados. A pesar de la competencia, siguen conviviendo las mayores ferias de ámbito nacional e internacional, principalmente de carácter profesional, con las ferias de alcance local y regional, dirigidas mayoritariamente al público. La compa-

ración del conjunto de las ferias desde 1995 hasta 2005 muestra un crecimiento sostenido hasta 2000, año a partir del cual la actividad se contrae hasta 2003, especialmente en determinados mercados, mostrando en 2004 y 2005 los primeros signos de recuperación, acercándose las magnitudes a las del principio de la década.

Las organizaciones feriales alemanas fundamentalmente, y otras entidades en menor medida, están llevando a cabo cada vez más certámenes en otros países, reproduciendo los que ya organizan en sus propios recintos, mediante acuerdos de cooperación o incluso mediante el establecimiento de empresas subsidiarias. Los operadores alemanes han celebrado alrededor de 200 ferias en 2006 en Asia, Centro Europa, Rusia, Países Árabes y Latinoamérica. Dicha actividad supone ya, en su conjunto, un 10 por 100 de la superficie total ocupada por las ferias de estas entidades.

Se pueden prever crecimientos o disminuciones moderados en el área en el medio plazo, acordes con las fluctuaciones de la economía. Al margen de que manifiesten un alto desarrollo determinados países como Rusia, cabe pensar que se mantendrá o incluso continuará fortaleciéndose ligeramente el peso de los principales países, recintos y organizadores en materia de ferias. Existe una cierta tendencia hacia la reducción del tamaño medio de las ferias, en cambio, salvo en situaciones coyunturales, no se prevén cambios significativos en el tamaño medio de los *stands*.

Es necesario apuntar algunas limitaciones que han surgido al desarrollar este trabajo. Las fuentes disponibles proceden habitualmente de las entidades miembros de las distintas asociaciones, por regla general los más relevantes, pero no del conjunto de operadores de los diferentes países. Además no suelen incluir los datos de ferias regionales y locales organizadas por otro tipo de entidades.

En algunos casos se dispone de estimaciones globales obtenidas a partir de muestras de datos reales suministradas por organizadores y asociaciones, y entidades de certificación. Por otra parte, entre los diferentes países se mantienen criterios estadísticos y de recopilación

de datos no coincidentes en su totalidad. Según el caso, unas veces los datos han sido verificados por una empresa auditora o entidad de certificación total o parcialmente y en otros no. Los medios técnicos para el control de visitantes con los que cuentan los organizadores también son diferentes entre sí.

La nomenclatura también es variable. El uso del término expositor puede desvirtuar de algún modo los resultados cuando incluye también a los indirectos o representados en las ferias. Resulta aconsejable utilizar los expositores directos para cálculos, ratios y comparaciones. Asimismo, desde hace unos años (en España en las ferias celebradas en 2004) se modificó el criterio de cálculo de los visitantes, entendiéndose por tales las visitas diarias que realizan éstos a las ferias. En algunos países contabilizan adicionalmente las entradas de los expositores a las ferias conjuntamente con las de los visitantes. La Unión Europea debería potenciar la unificación de la nomenclatura y de los criterios estadísticos que permitieran la realización de investigaciones más precisas y el mejor conocimiento y evolución del sector mediante el tratamiento de magnitudes y cálculos homogéneos.

Para estudios futuros sería oportuno poder separar las investigaciones y resultados, distinguiendo los relativos a ferias de carácter profesional de las dirigidas al público. Por último, sería interesante profundizar en el comportamiento de países como Rusia, con un importante desarrollo en materia de ferias en los últimos años, obteniendo datos reales.

Referencias bibliográficas

[1] AUMA (2002): *The German Trade Fair Industry 2001/2002*, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. Berlín.

[2] AUMA (2003): *Review German Trade Fair Industry 2002/2003*, AUMA, Berlín.

[3] AUMA (2005a): *Review German Trade Fair Industry 2004/2005*, AUMA, Berlín.

[4] AUMA (2005b): *First Trade Fair Results 2005/Outlook 2006*, Press Release 6.12.2005, AUMA, Berlín (www.auma.de).

- [5] AUMA (2006a): *German Trade Fair Industry/Review 2005*, AUMA, Berlín.
- [6] AUMA (2006b): *AUMA Autumn Press Conference*, Press Release 11.12.2006, AUMA, Berlín (www.auma.de).
- [7] BELLO, D. C. y BARCZAK, G. J. (1990): «Using Industrial Trade Shows to Improve New Product Development», *Journal of Business and Industrial Marketing*, volumen 5, número 2, páginas 43-56.
- [8] BONOMA, T. V. (1983): «Get More Out of Your Trade Shows», *Harvard Business Review*, 61, enero-febrero, páginas 75-83.
- [9] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2002): *Trade Fair Report Europe 2000. Annual Report on the European Trade Fair Sector. N. 8/E - 1990-2000*, CERMES - Research Centre on Markets and Industrial Sectors, Università Commerciale Luigi Bocconi, Milán.
- [10] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2003): *Trade Fair Report Europe 2001. Annual Report on the European Trade Fair Sector. N. 9/E - 1990-2001*, CERMES - Università Bocconi, Milán.
- [11] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2004): *Trade Fair Report Europe 2002. Annual Report on the European Trade Fair Sector. N. 10/E - 1990-2002*, CERMES - Università Bocconi, Milán.
- [12] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2005): *European Trade Fair Report 2003. Annual Report on the Trade Fair Sector in Europe. N. 11/E - 1990-2003*, CERMES - Università Bocconi, Milán.
- [13] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2006a): *European Trade Fair Report 2004. Annual Report on the Trade Fair Sector in Europe. N. 12/E - 1990-2004*, CERMES - Università Bocconi, Milán.
- [14] CERMES-UNIVERSITÀ BOCCONI (2006b): *Rapporto Fiere Italia 2005. Rapporto Annuale sul Settore Fieristico in Italia. N. 13/I - 1985-2005*, CERMES - Università Bocconi, Milán.
- [15] EVA (2006): *UK Exhibition Facts. Volume 18 - 2006*, Exhibition Venues Association, Fairmeadows, North Seaton, Northumberland (England).
- [16] FSCF (2005): «Portrait de l'activité des parcs d'exposition et de centres de congrès en 2004 et evolution des m² jours loués entre 2003 et 2004 sur un echantillon de 33 sites», Foires Salons et Congrès de France, París (www.foiresalon.com).
- [17] HANSEN, K. (1996): «The Dual Motives of Participants at International Trade Shows», *International Marketing Review*, volumen 13, páginas 39-53.
- [18] JACKSON, D. W. Jr.; KEITH, J. E. y BURDICK, R. K. (1987): «The Relative Importance of Various Promotional Elements in Different Industrial Purchase Situations», *Journal of Advertising*, volumen 16, número 4, páginas 25-33.
- [19] KERIN, R. A. y CRON, W. L. (1987): «Assessing Trade Show Functions and Performance: An Exploratory Study», *Journal of Marketing*, volumen 51, julio, páginas 87-94.
- [20] KRESSE, H. (2004): *UFI Associations Committee Meeting. Presentation of AUMA*, 71st UFI Congress, noviembre, Bangkok (www.ufi.org).
- [21] m+a VERLAG (2006): *m+a MessePlaner International 2007*, m+a verlag GmbH, Francfort.
- [22] MORIARTY, R. T. Jr. y SPECKMAN, R. E. (1984): «An Empirical Investigation of the Information Sources Used During the Industrial Buying Process», *Journal of Marketing Research*, 21, mayo, páginas 137-147.
- [23] MORINO, M. (2005): «Un miliardo per le grandi fiere», *Il Sole 24 Ore*, número 5, septiembre/octubre, páginas 5 (www.aefi.it).
- [24] MUNUERA, J. L.; RUIZ, S.; HERNÁNDEZ, M. y MAS, F. (1993): «Las ferias como variable de marketing: análisis de los objetivos del expositor», *Información Comercial Española, Revista de Economía*, número 718, junio, páginas 119-137.
- [25] MUNUERA, J. L.; HERNÁNDEZ, M. y RUIZ, S. (1995): «Planificación de las ferias como actividades de marketing», *Esic-Market*, enero-marzo, páginas 9-30.
- [26] O'HARA, B.; PALUMBO, F. y HERBIG, P. (1993): «Industrial Trade Shows Abroad», *Industrial Marketing Management*, 22, marzo, páginas 233-237.
- [27] PUCHALT, J. (2001): *Las ferias comerciales como instrumento de marketing al servicio de las empresas: una aplicación a Feria Valencia*, Tesis doctoral presentada en la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia.
- [28] RUBALCABA, L. (1994): *Fairs and Exhibitions in the European Economy*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo.
- [29] UFI (2000): «Les Foires et Salons en Europe 1999: Aperçu succinct des principaux paramètres», *The Global Association of the Exhibition Industry*, París (www.ufi.org).