



'Stand' de Andalucía en Fitur.

PUNTO PRESS

La presencia de empresas se incrementará de cara a la próxima edición de Fitur

La feria ocupará un 10% menos de superficie por los recortes de las comunidades autónomas y el aumento de las tarifas

R. E. / MADRID

Aunque es la World Travel Market la que está a la vuelta de la esquina, ya se van conociendo detalles relativos a la Feria Internacional de Turismo de Madrid, Fitur. Su XXXIII edición, que se celebrará en Madrid del 18 al 22 de enero del próximo año, ocupará 67.500 metros cuadrados del recinto ferial de Ife-

ma, un 10 % menos que hace un año, debido a los recortes de las comunidades autónomas. Por contra, la presencia de empresas del sector crecerá de forma leve.

La contracción del gasto público tendrá repercusión en la feria madrileña y, aunque todas las comunidades acudirán a la misma, muchas reducirán la superficie contratada, "en algunos casos

hasta un 80 %", señala la directora de Fitur, Ana Larrañaga. En el caso andaluz, la Junta invirtió un 11% menos en la pasada edición.

En las últimas ediciones, marcadas por la crisis económica mundial, especialmente las de 2009 y 2010, las comunidades permitieron compensar en parte el descenso que se produjo en el sector privado, situación que se

invertirá en esta trigésimo segunda edición de la feria.

En las ediciones anteriores, la superficie total contratada ya había disminuido, pasando de 87.000 metros cuadrados en 2009 a 75.000 en 2011.

Aparte de los recortes presupuestarios, tampoco ayuda a mantener la presencia de las comunidades la subida del 3% en las tarifas de la feria, tras dos años de congelación de los precios y el descuento del 10% en el último certamen para los expositores que optaran por pronto pago.

"Es razonable pensar que el cierre de numerosas empresas turís-

SUPERFICIE

Fitur, que se celebra en Madrid del 18 al 22 de enero, ocupará 67.500 metros cuadrados en Ifema

ticas, especialmente entre las agencias de viajes y la reducción de plantilla en otras, podrá tener alguna repercusión en el volumen de participantes", señala Larrañaga, que destaca que en la pasada edición se registraron casi 210.000 visitantes, entre profesionales y público.

Frente a la disminución del área institucional, la empresarial crecerá ligeramente gracias al regreso de empresas como Hotelbeds, Oasis-Globalia, a través de sus hoteles Be Live, o el grupo turístico Orizonia, y a un aumento del espacio de exposición por parte de otras, como Iberostar. En total, se espera la presencia de 10.000 empresas.

El área internacional mantendrá los niveles de contratación de 2011, aunque con algunos ajustes como consecuencia de los conflictos de Libia y Siria, países que no acudirán. Estas bajas se compensarán por el incremento de la superficie de países como Brasil, India, Colombia o los de Centroamérica.

"Creatividad, dinamización e innovación"

Pese a los recortes presupuestarios de las comunidades, la directora de Fitur, Ana Larrañaga, asegura que la feria afrontará la crisis "con creatividad" y apostando por la "dinamización de la actividad turística y la innovación" para conseguir atender a "las cambiantes demandas del mercado". Destaca los esfuerzos de Fitur y sus participantes por conferir a la feria un carácter "de negocios y muy profesional". Según anuncia Larrañaga, los trabajos comenzarán el martes anterior a la celebración de Fitur acogiendo el Foro Exceltur organizado junto con la Organización Mundial del Turismo (OMT), foro bianual de liderazgo turístico.

Eventos para abrir oportunidades de negocio

Fitur va más allá de la promoción. Diferentes iniciativas buscan promover los encuentros entre profesionales y crear sinergias para abrir nuevas oportunidades de negocio. En este contexto se celebrará la tercer edición de Investour África y la primera de Investour América, que tendrán como principal objetivo poner en contacto a los representantes de iniciativas y proyectos turísticos de ambos continentes con potenciales socios. El certamen también potenciará el *workshop* de Fitur, donde profesionales de todo el mundo llegados a la feria a través del programa de compradores internacionales celebrarán reuniones B2B con los expositores del salón.