

## JULIO FERNÁNDEZ MARMOLEJO

Presidente del Comité Organizador de FIMA '08

# “Veremos novedades físicas y ‘químicas’”

JULIÁN MENDIETA

### ¿Qué nos aportará de novedoso FIMA 2008?

Sin tener que recurrir al tópico, o sea de forma totalmente cierta y objetiva, me complace informar de que esta 35ª edición de FIMA será la más novedosa de los últimos tiempos. Veremos novedades puramente ‘físicas’: nuevos pabellones, áreas de demostraciones, mayor superficie de aparcamientos asfaltados, mejores accesos... Y también, si se me permite la expresión, ‘novedades químicas’: cambio radical en la sectorización, en especial la dispersión de los expositores de tractores y cosechadoras a 5 pabellones diferentes, lujosa guía del expositor donde se unifican todas las informaciones útiles en dos idiomas...

### ¿Qué piensan hacer para que los visitantes se acostumbren a las nuevas ubicaciones?

Los visitantes tradicionales de FIMA se encontrarán un poco desorientados al principio. Espero que los planos, rótulos e indicaciones que se han previsto, ayuden a paliar el despiste inicial.

### ¿No cree que se ha demorado bastante esta medida?

Las pequeñas revoluciones, como esta, requieren la convergencia de muchos factores. Hay que pensar que estas condiciones han tardado en producirse y que, finalmente, los diferentes intereses han encajado para dejar que fluya el sentido común.



**Hasta un cierto punto, nos sentimos copartícipes de la nueva organización porque pensamos que será positivo para el expositor, que es en resumidas cuentas quien invierte su dinero y esfuerzo. ¿Cómo piensan controlar el nivel de los visitantes profesionales?**

Lógicamente, el control de visitantes profesionales debe efectuarse en dos niveles. El primer nivel es responsabilidad de la organización ferial. El control del perfil de los visitantes es un termómetro imprescindible para controlar la salud de la feria. El segundo nivel corresponde al ex-

positor. Cada marca debe establecer los métodos de control del visitante más adecuados a los productos que vende.

**A FIMA llega un número de visitantes importante ajenos al sector atraídos por la cercana ubicación de Zaragoza. Como expositor, ¿esto es positivo o distrae su atención a los verdaderos profesionales?**

Como expositor me interesa fundamentalmente que acudan visitantes profesionales. No obstante, como toda gran feria, FIMA es también un evento social de primer nivel y, en consecuen-

cia, atrae a todo tipo de público que, en mi opinión, constituye un complemento positivo.



**La convocatoria por parte de la organización siempre ha sido encomiable. Los tiempos han cambiado y el perfil del cliente-visitante también. ¿Están colaborando en la dirección adecuada de la promoción?**

El retorno de la inversión en promoción es siempre discutible. No hay duda de que esta edición de FIMA va a batir todos las marcas de expositores y ocupación en m<sup>2</sup>. ¿Seremos capaces de tener el mismo éxito con los visitantes? Además de la acciones que cada expositor realiza para atraer a la feria a sus clientes, proveedores y entidades financieras, FIMA ha diseñado todo un plan de promoción en TV, radio, publicaciones y medios digitales dirigido a toda España y a mercados de nuestro entorno como Portugal, Italia, Magreb... La presentación a la prensa técnica internacional es otra de las novedades de esta edición.

**Cada vez más las empresas de servicios, pese al aparente desinterés de algunos, que creo que se tiene en su organización y reglamentación, son más importantes ¿Cómo coordinan la promoción de estas empresas si no se tiene un listado fiable de estas empresas?**

Por el momento, esta no es una pregunta que tenga relación con FIMA. La contestaré a título exclusivamente personal. Es verdad que las empresas de servicios o similares, serán cada vez más importantes en el mercado de maquinaria agrícola. En consecuencia, y, por puros motivos comerciales, a nadie le interesa, compartir listados ni dar información. Este mercado permanecerá opaco hasta que sea lo bastante fuerte para organizarse y tener capacidad de dirigir sus compras a las marcas que más les interesen.




**FIMA DEBE**  
**ASPIRAR A SER UN**  
**REFERENTE DE FERIA**  
**AGRÍCOLA PARA EL**  
**MERCADO**  
**MEDITERRÁNEO**


**Aunque sea ajena la feria a ello, si la Cámara de Comercio podía tomar parte. ¿Por qué no se arbitran soluciones para pactar la subida desorbitada en hoteles y restaurantes, con el consiguiente perjuicio para los expositores/visitantes?**

Dado el volumen de personal que desplazamos a Zaragoza, el precio de hoteles y restaurantes es muy importante dentro del presupuesto que los expositores asignamos a FIMA. Toda ayuda por parte de las instituciones de Aragón y de la misma feria es bienvenida, pero en un mercado libre es la relación oferta/demanda la que fija los precios y, precisamente, el aumento de oferta de plazas hoteleras que han empezado a producirse en Zaragoza ha moderado ya el precio del alojamiento. No sería justo para Zaragoza terminar esta respuesta

sin preguntar: ¿Cuánto le han cobrado por una habitación en la pasada feria de Hanover?

**Por parte de la organización se ha amoldado a los cambios de fechas de ferias en Europa, pese a ello aún nos encontramos cerca de otros certámenes. ¿Por qué no en otoño?**

El reajuste de las fechas de las ferias europeas afines es aún muy reciente para determinar si la FIMA debe seguir celebrándose en febrero y en años pares. Creo que tras analizar los datos de FIMA '08 tendremos más base para decidir las fechas de la futuras ediciones.

**¿Se debe potenciar que FIMA no sea sólo una 'feria española' y se convierta en la cita por antonomasia de la maquinaria de la agricultura mediterránea, ya que EIMA, a nivel de expositores/exportadores nos supera?**

FIMA debe aspirar a ser un referente de feria agrícola para el mercado mediterráneo. El objetivo pasa, al menos, por dos factores importantes:

1.- El industrial, fomentando la fabricación de máquinas, aperos e implementos específicos para cultivos mediterráneos. No hay duda que Italia nos supera.

2.- El comercial, especialmente atrayendo más visitantes del Magreb que ahora se sienten más cómodos en ferias francófonas. ■