

“Nuestro objetivo es convertir Madrid Tech Show en la feria principal del Mediterráneo”

Madrid Tech Show afronta su segunda edición con grandes expectativas. El punto de partida es inmejorable si tenemos en cuenta que ha ampliado su espacio de exposición en un 40 % con respecto a 2021, superando los 20.000 metros cuadrados. Espacio en el que se concentrarán, el 26 y 27 de octubre, seis ferias en una: Cloud Expo Europe Madrid, Cyber Security World Madrid, Big Data & AI World Madrid, Data Centre World Madrid, Technology for Marketing Madrid y eShow Madrid en IFEMA, y a la que acudirán más de 8.000 asistentes, que visitarán los más de 300 *stands* disponibles y tendrán la posibilidad de asistir a más de 350 ponencias repartidas en más de 14 teatros. Simon Blazeby, director del Tech & eBusiness Division de CloserStill Media España, nos habla de todo ello.

Inma Elizalde



Simon Blazeby,
director del Tech & eBusiness Division de CloserStill Media España

CloserStill Media se ha especializado en organizar ferias internacionales B2B. En el entorno de las ferias tecnológicas ¿qué elementos hay que tener en cuenta para atraer a un gran número de asistentes y generar oportunidades de negocio al mismo tiempo?

La promoción de una feria grande de tecnología sigue las mismas reglas que la promoción de una feria en otros sectores. Como organizadores tenemos que empaparnos en la industria. Tenemos que asegurar que trabajamos con los principales actores del sector, con los principales *partners* de cada segmento y contar con las empresas principales de la industria. Todo ello junto al contenido más interesante y una gran labor de marketing y comunicación, invitando a los principales actores del sector.

¿Tras la pandemia “hay hambre” de eventos?

En 2019 vimos que había llegado el momento para que España pudiera albergar una gran feria como Madrid Tech Show que pudiera am-



pliar la oferta que tienen el CIO y sus equipos. Durante la pandemia lanzamos la feria y conseguimos más de 200 expositores y más de 7.500 visitantes. Obviamente tenía sus retos pero todo el mundo nos comunicó que era un logro impresionante poder celebrar la primera edición en estas circunstancias.

En esta segunda edición hemos crecido en el número de expositores. Ya tenemos más de 300 expositores y patrocinadores y más de 11.000 visitantes registrados. Eso es tres veces más de lo que teníamos el año pasado en este momento.

En esta segunda edición cuentan con más expositores y un mayor espacio. ¿Cuántos expositores y *sponsors* han repetido y cuál es la cuota de nuevos?

El 70 % repite este año, entre ellos nuestro *headline sponsor* IBM, además de Microsoft, Google, Huawei, Schneider Electric, Darktrace, Fujitsu y muchas más.

Antes me preguntabas qué elementos componen una buena feria. Una feria es una plata-

forma de contenidos, de empresas, de actores importantes y de ideas. De esta manera, como dice Aristóteles: “La suma es mayor que las partes que lo constituyen”. Y eso es exactamente lo que sucede en este caso. Llega un momento que cuenta con tantos elementos diferentes que va más allá y tiene como una vida propia. Esto ocurre cuando una feria puede ser no solo un espejo del sector, también el motor porque las ideas, las oportunidades comerciales fluyen

de tal manera que no se pueden replicar en ningún otro tipo de evento. Estamos hablando de miles de interacciones, miles de conversaciones, cientos de conferencias y miles de visitantes. Todo esto es realmente valioso para el sector.

¿Cuáles son realmente las oportunidades de negocio que genera esta feria?

Podemos dividirlas en dos partes: para el cliente y el usuario final. El profesional que asiste a la feria lo hace para obtener ideas sobre cómo puede gestionar su entorno *multicloud* de una manera más eficiente, cómo hacer que su CPD sea más eficiente y sostenible. Cómo puede utilizar datos y la gestión de los mismos para llevar a cabo mejor su negocio. Cómo puede tener un negocio más seguro. Cómo puede llegar de manera más rápida al consumidor el *e-commerce*. Todos estos temas están tratados en más de 300 conferencias. El usuario final realmente puede extraer todos estos conocimientos de las mejores empre-



sas y conferenciantes como el *global head of Cloud* de Ferrovial; el *head of DevSecOps for Cloud Transformation* del Banco de Inglaterra, la *head of cybersecurity awareness, Fraud Prevention and Training* de Banco Santander; la *head of global Innovation* de IKEA, la *global head of Data Science & Data Engineering* de Zurich o del propio CDO del Gobierno... Hay una variedad de ponencias y casos prácticos que realmente son utilizables, tangibles para que se puedan aplicar a sus negocios.

Además, a través de la *app* del evento se pueden gestionar la asistencia y crear una agenda a medida de conferencias y reuniones. Dos días concentrados de formación, aprendizaje y reuniones con clientes en los que aprender sobre nuevas prácticas, nuevas ideas y nuevas relaciones para aplicar a su negocio. Por lo tanto, en primer lugar el contenido y en segundo lugar tenemos 300 de las mejores empresas en el ecosistema IT. Cualquier problema o consulta que tenga un CTO, un CDO, un director de

Infraestructuras TIC o un CISO lo pueden solucionar reuniéndose con los expositores, patrocinadores y empresas que están en la feria. Esto aporta oportunidades comerciales para los usuarios profesionales de servicios de infraestructuras, de *cloud*, datos y seguridad. Y obviamente oportunidades comerciales para las empresas, los vendedores de servicios y

productos al poder reunirse con más de 8.000 profesionales del sector.

Innovar es fundamental en el siglo XXI. ¿Cuál es el elemento más innovador de esta feria?

En primer lugar cada ponencia que organizamos. Hemos hecho un estudio en profundidad para asegurarnos de que los temas que trata-



mos son los más innovadores en cada ámbito. Y un elemento muy innovador para el sector del centro de datos es el CPD del futuro, una muestra que estamos haciendo de elementos eficientes, sostenibles. Proyectos interesantes en el mundo del CPD que podrán ver el CTO, el CEO o el director de Infraestructuras para comprobar qué se está utilizando para el desarrollo eficiente de las infraestructuras tecnológicas.

¿Cómo surgió la idea de hacer este centro de datos del futuro en la feria?

Es algo que llevamos haciendo desde hace unos 7 años en las ferias de CloserStill Media de alcance internacional. Llevamos una década organizando ferias en Reino Unido, París, Alemania y Singapur y el CPD del futuro es siempre un elemento de estos encuentros para enseñar ciertos productos y prácticas vanguardistas.

Van a llevar a cabo una feria de similares características, también en octubre, en Singapur. Tanto a la hora de la organización como del resultado final, ¿qué diferencia a España de otros lugares teniendo, de base, el mismo concepto?

Es interesante porque hay una gran similitud en ambos mercados. Las dos ciudades que tienen mayor crecimiento en el mundo en infraestructuras tecnológicas son Madrid y Singapur.

En un momento en el que el talento escasea y las empresas van “a la caza” del talento joven, esta feria, aunque está concebida para los C-Level, ¿cómo puede atraer a ese talento tecnológico tan deseado?

A veces hablamos mucho sobre el hecho de que hay sesiones estratégicas y de aprendizaje y salas VIP para el C-Level. Pero tenemos todo un programa que está más dirigido al profesional tecnológico, un programa de aprendizaje. A ellos se sumarán teatros específicos como



el gestionado por IBM, presentado como el *IBM Theater*, que tendrá sesiones estratégicas para el *C-level* pero también sesiones dirigidas al gestor técnico. También contaremos con el *Microsoft Academy*, un teatro de aprendizaje y certificaciones donde profesionales TIC podrán formarse. Contamos con una serie de teatros que son más técnicos como el *Cloud Native & Security Theater* por Splunk, con varias sesiones técnicas de varias empresas, así como diferentes gestores técnicos de servicios *cloud*, DevOps, datos o seguridad, entre otras. Pero estos son solo algunos ejemplos de tantos otros espacios

donde el profesional puede conocer casos de éxito, aprender estrategias y descubrir novedades del sector IT.

En un momento en el que también se apuesta por la paridad entre hombres y mujeres, ¿cómo valora la participación femenina en el evento? ¿Cómo la fomentan desde CloserStill Media?

Me gustaría destacar que CloserStill Media es una empresa formada por casi un 70 % de mujeres en la que varias están en posiciones directivas y estratégicas.

En la feria siempre tenemos ponentes femeninas, profesionales y líderes del sector tecnológico en España. Por ejemplo, contaremos con un panel co-organizado junto a Woman4Cyber Spain en el que participarán directivas de Adif, Codere, Cepsa y Google Cloud.

¿Cuáles van a ser sus próximas apuestas por España?

Madrid es el *hub* digital de España. Tiene una posición estratégica que obviamente no va a parar. Nuestro objetivo es escalar la oferta de Madrid Tech Show y asegurar que en este segundo año tome su posición como la feria principal del Mediterráneo.

Tenemos otros eventos enfocados al Big Data y comercio electrónico, entre un largo etcétera, pero estos están más enfocados al formato de *confex* y *one to one*. Realmente, el evento principal es Madrid Tech Show, por el que seguimos apostando e impulsando para ser un referente nacional y a nivel europeo.



**MADRID
TECH SHOW**
26 - 27 OCTOBER 2022
IFEMA MADRID - HALL7

 **CLOUD EXPO EUROPE**
 **CYBER SECURITY WORLD**
 **BIG DATA & AI WORLD**
 **DATA CENTRE WORLD**
 **TECHNOLOGY FOR MARKETING**
 **E-SHOW MADRID**

SPAIN'S GO-TO EXHIBITION FOR TECH BUSINESS