

Briefs

Mercats emissors de turisme de reunions 2022

Índex

Presentació	3
Xarxa d'oficines a l'exterior de l'ACT	5
Briefs de Mercats	6
Alemanya	7
Bèlgica	8
França	9
Itàlia	10
Països Baixos	11
Països nòrdics	12
Regne Unit	13
Serveis CCB	14
Socis, membres i partners	15

Presentació

Narcís Ferrer i Ferrer

Director de l'Agència Catalana de Turisme



Som conscients que el turisme de reunions (MICE) és un dels segments prioritaris i estratègics per a l'Agència Catalana de Turisme. Un sector que avui es troba en plena activitat i amb bones perspectives de negoci, demostrant la seva resiliència i capacitat de reinventar-se i donar resposta a les noves necessitats i requeriments dels mercats.

L'Agència Catalana de Turisme (ACT) aposta fermament pel foment i la dinamització dels viatges a Catalunya per motiu de reunions, congressos, convencions i incentius. El turisme de reunions és un segment rellevant que trenca la línia d'estacionalitat i proporciona un retorn econòmic i dona més valor a la destinació. Tenim clar també que pel que fa a la reputació, aquesta indústria és de les que més afavoreix una marca de país positiva, innovadora i líder.

En el context actual ens trobem amb una indústria catalana que ha sabut reinventar-se després de la pandèmia, enfilant-se a l'ús de les noves tecnologies i a la gestió sostenible dels esdeveniments sense perdre de vista la rendibilitat del negoci mateix. A més, la clientela ha canviat considerablement els hàbits, se cerquen reunions més petites, es demana una gran flexibilitat per a la cancel·lació, les reserves es

fan a més curt termini i creix la demanda d'aportació de més valor per part dels organitzadors de manera que els desplaçaments siguin més atractius per a les persones delegades. L'activitat MICE està en ple rendiment i s'està recuperant, els esdeveniments i viatges continuen sent un actiu important per al mercat i les previsions a curt termini són bones.

L'ACT, a través del Catalunya Convention Bureau (CCB), ha treballat en la reorientació de la seva estratègia i avui ja l'estem implantant. Una estratègia que pretén posicionar els esdeveniments professionals a Catalunya com els dinamitzadors econòmics que són i com a plataformes que acceleren la transformació, amb la intenció de generar un impacte positiu i deixar un llegat al territori que vagi més enllà dels mateixos esdeveniments professionals.

Per donar resposta a aquest propòsit es treballa en termes de sostenibilitat, d'innovació i d'impacte, com també en la segmentació per indústries, en les quals podem oferir una proposta de valor diferencial respecte a altres destinacions, com és el cas del Catalunya Meetings & Mobility i del Catalunya Meetings & Sports.

El sector pot estar segur que des del CCB acompanyarem aquests canvis des del compromís de fer créixer aquesta indústria, proporcionant eines i recursos, coordinant-nos amb els Convention Bureau del territori, captant esdeveniments i posicionant la destinació en l'àmbit internacional. En aquesta tasca són imprescindibles les nostres dotze Oficines de Promoció Turística, ubicades en mercats estratègics, tant pel que fa a la difusió de la nostra oferta com per a la recerca en coneixement dels mercats. Part del resultat d'aquesta recerca es pot consultar, precisament, en aquest document, que presenta les últimes dades disponibles de cadascun dels mercats prioritaris.

Presentació

Sònia Serracarbassa

Directora del Catalunya Convention Bureau



Des del Catalunya Convention Bureau volem impulsar un nou MICE, que generi impacte positiu en el territori, a partir de la transformació del sector seguint la doble transició: digital i sostenible. Reorientem l'estratègia per posicionar Catalunya com una destinació MICE amb llegat, competitiva i de referència.

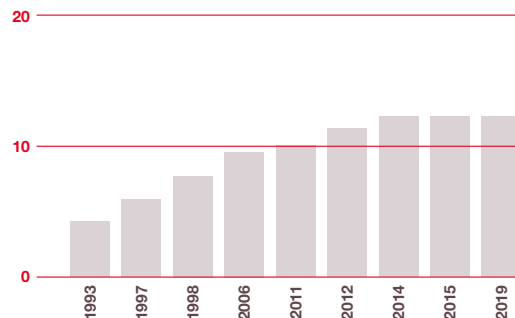
Per al sector dels esdeveniments professionals, la pandèmia ha suposat un període d'esforços i preocupacions sense precedents, però també d'aprenentatge i desenvolupament exponencial. Impulsades per un moment de crisi sense precedents, les converses entorn del propòsit, així com el compromís amb la comunitat, el valor transformador de les reunions i l'impacte positiu dels esdeveniments han cobrat més protagonisme. Ara és el moment de reposicionar el MICE dins d'una estratègia econòmica de país i transversal, vinculada i en col·laboració amb altres indústries i agents clau de l'economia. Reorientem l'estratègia del CCB per adaptar-nos a les noves inquietuds i necessitats dels mercats: adoptem una visió *customer centric*, fent un màrqueting més eficient i amb major impacte; acompanyem el sector en el procés de transició cap aquest nou model de negoci MICE. Per aconseguir-ho, el CCB assumeix quatre rols principals: estratègic, connector, expert i comunicador. Definim el futur de la indústria MICE acostant-nos a escala internacional als sectors econòmics clau per a Catalunya, situant-nos com a líders en temes de sostenibilitat, impacte i innovació.

Xarxa d'oficines a l'exterior de l'Agència Catalana de Turisme



1. Brussel·les **Bèlgica, Països Baixos i Luxemburg**
2. Hèlsinki **Suècia, Noruega, Finlàndia, Dinamarca, Estònia i Islàndia**
3. París **França**
4. Londres **Regne Unit i Irlanda**
5. Frankfurt **Alemanya, Àustria, Suïssa, Eslovàquia, Txèquia, Hongria i Polònia**
6. Milà **Itàlia i Israel**
7. Moscou **Rússia i antigues repúbliques soviètiques***
8. Pequín **Xina, Taiwan i Hong Kong**
9. Nova York **EUA, Canadà i Mèxic**
10. Singapur **Singapur, Malàisia, Indonèsia, Tailàndia, Japó, Índia, Austràlia i Corea**
11. Madrid **Estat espanyol i Portugal**
12. São Paulo **Brasil, Argentina, Perú, Xile i Colòmbia**

*Antigues repúbliques soviètiques: Ucraïna, Belarús, Kazakhstan, Letònia, Lituània, Azerbaidjan, Geòrgia, Kirguizstan, Moldàvia, Tadjikistan, Turkmènistan i Uzbekistan



Evolució del nombre d'oficines a l'exterior de l'Agència Catalana de Turisme

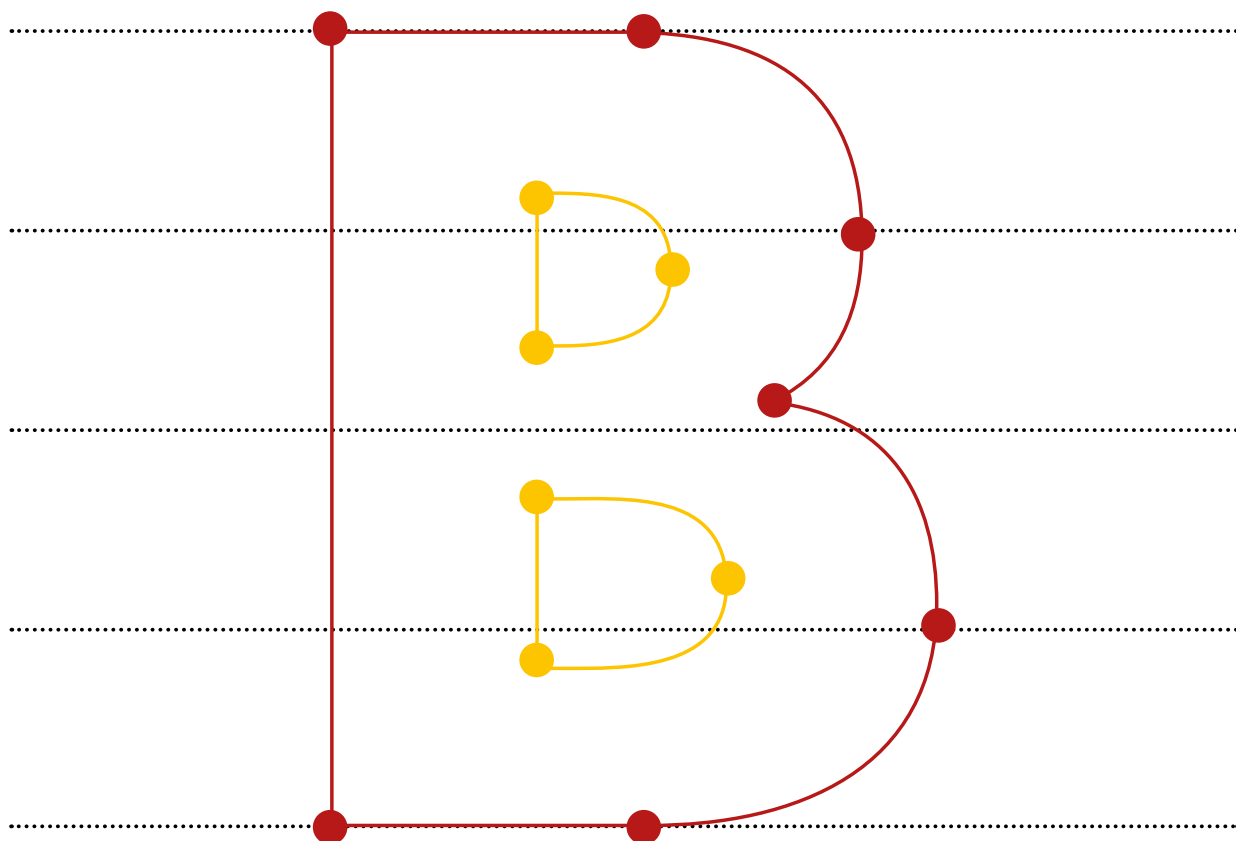
Briefs de Mercats

La informació que presentem a continuació és fruit d'una recerca intensiva duta a terme per les nostres oficines de promoció turística a l'exterior per trobar dades significatives pel que fa al coneixement del mercat de la indústria de reunions.

S'ha fet recerca a partir dels estudis i les fonts bibliogràfiques existents i s'ha fet aflorar el coneixement propi dels mercats, per elaborar aquestes fitxes que presenten la informació d'una manera sintètica i visual.

Enguany s'han revisat les fitxes dels mercats que des del Catalunya Convention Bureau considerem prioritaris.

Podeu accedir a la informació de la resta de mercats consultant el [Brief Mercats emissors de turisme de reunions 2020](#).



Alemanya

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022



1. Xifres clau

Alemanya és un dels principals mercats emissors de turisme MICE i de negocis d'Europa

2.800 €
per participant



Pressupost mitjà

2 nits



Durada mitjana

Fins a 50 participants



Mida dels grups

Font: ProSky Destination Report 2019, VDR Geschäftsreiseanalyse 2020

2. Principals indústries emissores de reunions

Les principals indústries generadores de reunions



Automòbil



Bancs



Farmacèutiques



Finances

Font: GWA Frühjahrsmonitor 2021

3. Tipus d'esdeveniments i canals de reserva

Activitat de reunions de negoci de les empreses enquestades (realització d'entre 1-10 esdeveniments/empresa/any)

Tipus d'esdeveniments

87%



Incentius

78%



Team Building

88%



Conferències

82%



Workshop

62%



Fires

55%



Board meeting

52%



Presentacions de productes

41%



Press events

Canals de reserva

1

DMC/PCO de la destinació

2

Portals especialitzats en MICE

Font: MICE Market Update 2020, Oficina de l'ACT a Frankfurt

5. Destinacions principals

Destinacions rellevants dins d'Europa

Alemanya	Espanya	Itàlia	Portugal
84,2%	54,2%	38,4%	37,8%

Rànquing de ciutats de MICE a Europa

Berlín	Hamburg	Lisboa	Barcelona	París	Amsterdam
55,9%	41,1%	35,1%	34,5%	20,2%	39,3%

Font: ProSky Destination Report 2020

4. Factors d'influència per elegir destinació

1. Accessibilitat
2. Pressupost
3. Oferta hotelera
4. Seguretat
5. Infraestructura
6. Activitats
7. Infraestructura i originalitat
8. Clima

Font: ProSky Destination Report 2020

6. Criteris rellevants en l'elecció de la destinació



53%

Activitats singulars



49%

DMC coneguda /col-laborador local on site



35%

Experiències culturals interessants

Font: ProSky Destination Report 2020

7. Tendències



Digitalització

Sostenibilitat

Seguretat - Flexibilitat

Bleisure (feina + oci)

Font: FWV TRAVELTALK DOSSIER 2020, Oficina de l'ACT a Frankfurt

8. Portals de reserva especialitzats



MICE Portal
miceportal.com

Meeting Market
meetingmarket.de

MICE Access
mice-access.com

Meeting Masters
meetingmasters.de

CWT - Easy2meet
easy2meet.cwt-me.com

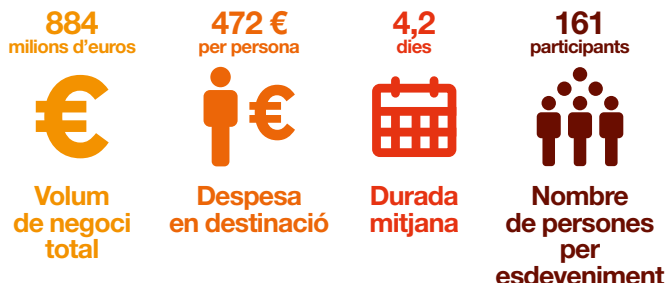
Font: MICE Market Update 2020, Oficina de l'ACT a Frankfurt

Bèlgica

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022

1. Xifres clau

Viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

2. Principals indústries emissores de reunions

Top 5 sectors que organitzen viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

3. Quins espais prefereixen?

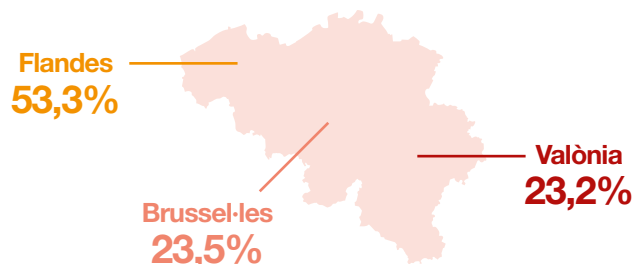
Espais preferits per fer viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

4. Zones emissores

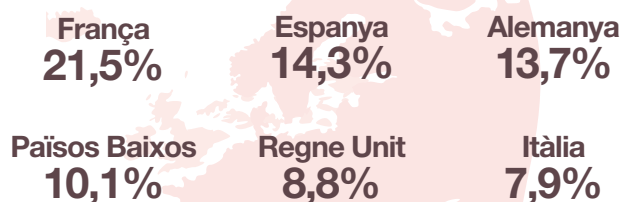
Ubicació de les empreses que organitzen viatges MICE a l'estranger



Font: WES, Business Travel 2015

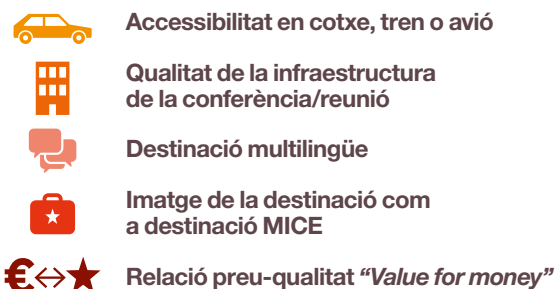
5. Destinacions

El 19% dels viatges MICE són a l'estranger i inclouen una pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

6. Què valoren per triar la destinació?



Font: WES, Business Travel 2015

7. Webs i mitjans especialitzats

Mitjans

MICE360
Portal informatiu sobre MICE
travel360benelux.com/nl/mice-360/

Boardroom
Revista associativa
boardroom.global

HQ Meeting Media Group
Revista associativa
meetingmediagroup.com

Webs

Inspiration Europe
Agència de màrqueting especialitzada en viatges de negoci
inspirationx.be

Meeting Professionals International Belgium Chapter
Associació belga de professionals del sector MICE
mpi.org

UIA
Unió d'associacions internacionals
uia.org

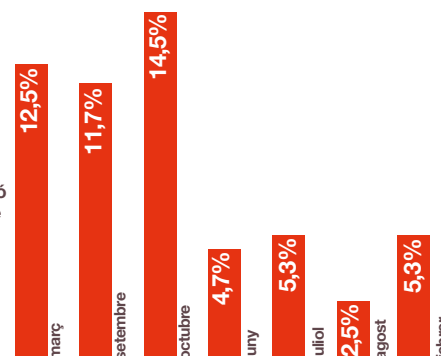
FAIB
Federació d'associacions europees i internacionals amb seu a Bèlgica
faib.org

Font: Elaboració pròpia

8. Quan viatgen?

Viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació

El 32% de les reserves d'allotjament es fan amb menys d'un mes d'antelació, el 40% fan 1 ó 2 mesos abans del viatge i el 28% amb més de 3 mesos d'antelació.



Font: WES, Business Travel 2015

França

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022

1. Xifres clau

32 milions d'euros



Repercussió econòmica 2019

0,5 - 2 dies



Durada mitjana

20-100 pax



Nombre de persones per esdeveniment

Font 1: Estudi Coach Omnium 2020
Font 2: Article Plevue Espaces / Gener-Febrer 2022 / Article Voyages d'Affaires 2019
Font 3: Event Data Book Unimev 2022

2. Principals indústries emissores de reunions



Finances
Banca
Assegurances



Indústria



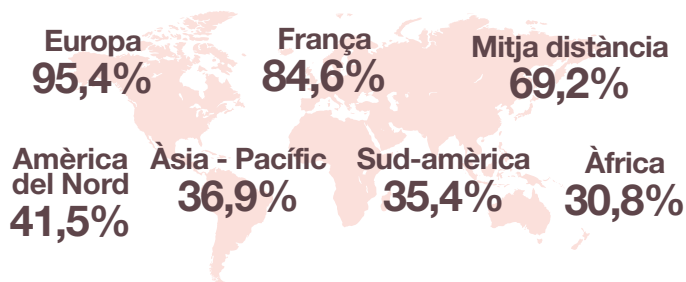
Química
Farmacèutica
Cosmètica



Comerç
i Gran
Distribució

Font: Estudi Coach Omnium 2017

3. Destinacions més populars



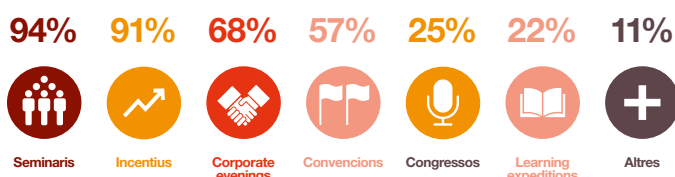
Font: Interface Tourism Mice / Enquesta Febrer 2022

4. Què valoren per triar la destinació

- Qualitat proveïdors, especialment DMC
- Situació sanitària local
- Condicions d'entrada i sortida territori
- Qualitat de les infraestructures locals
- Pressupost
- Accessibilitat
- Atractivitat de la destinació
- Sostenibilitat i política RSC

Font: Interface Tourism Mice / Enquesta Febrer 2022

5. Tipologies d'esdeveniments



Font 1: Estudi Coach Omnium 2020
Font 2: Interface Tourism Mice / Enquesta Febrer 2022

6. Fonts d'inspiració per triar destinació

Fam trips	78,0%
Reunions a fires presencials	65,6%
Esdeveniments presencials	60,9%
Newsletter	43,8%
Webinars	40,6%
Trucades personalitzades	27%
Videoconferències personalitzades	20%
Reunions a fires virtuals	17,2%

Font: Tourism Mice / Enquesta Febrer 2022

7. Tendències

- Optimisme en la recuperació de l'activitat
- Represa dels esdeveniments *offline*
- Necessitat de tornar a connectar amb col·laboradors, socis o clients
- El teletreball genera la necessitat del contacte físic
- 80% dels actors consideren que el networking presencial és més qualitatiu que el digital
- Hibridació dels esdeveniments, simultàniament físics i virtuals
- Els esdeveniments híbrids permeten augmentar l'audiència, disminuint costos
- Els esdeveniments presencials hauran d'aportar un valor afegit
- El retorn progressiu dels esdeveniments empresarials a l'estranger
- Els esdeveniments seran més respectuosos amb el medi ambient
- La responsabilitat social corporativa i el desenvolupament sostenible són els grans reptes per als propers anys

Font: Elaboració pròpia

8. Mitjans i agències especialitzats

Mitjans especialitzats

- Incentive Business Events agence-wacom.fr
- Déplacements Pros deplacementspros.com
- Business Traveler France businesstravel.fr
- Voyages d'Affaires - Online voyages-d-affaires.com
- Voyages & Strategie voyages-strategie.com
- Tendancenomad tmedianetwork.com
- Meet and Travel Magazine meetandtravelmag.com

Font: Elaboració pròpia

Top Actors del Sector




- 1 IDEAL Meetings & Events
- 2 Banks Sadler
- 3 CWT Meetings & Events / Ormes
- 4 American Express Meetings & Events
- 5 Event Finder
- 6 Meeting Pro/Aleou
- 7 Event Success

Font: Elaboració pròpia

Itàlia

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022

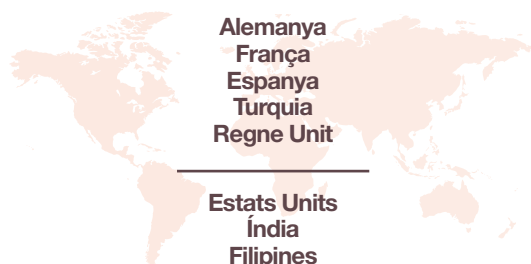
1. 2022: últimes dades

-  Augment significatiu del volum de bitllets d'avió venuts per a turisme de reunions
-  Transaccions per a la compra de bitllets d'avió en augment respecte al 2021 (juny + 1% comparat amb el 2019)
-  Major planificació: les empreses van reservar bitllets d'avió de mitjana 17,3 dies abans de l'inici del viatge (2021: 12,6 dies abans de la sortida; 2019: 19,7 dies)

Font: AirPlus Business Travel index

3. Principals destinacions

Els vols a destinacions europees superen els dels viatges nacionals (45,7% enfront del 39,3%).



Font: AirPlus Business Travel index

5. Portals especialitzats



Federcongress&Eventi
Osservatorio Italiano
dei Congressi e degli Eventi
federcongressi.it

Ediman
Editorial especialitzada en el sector MICE
ediman.it

Font: Elaboració pròpia

7. Top 5 agències del sector



Filmmaster Group
filmmasterevents.com

Gattinoni
gattinoni.it

AIM Group
aimgroupinternational.com

CWT Meetings&Events
cwt-meetings-events.com

Next Group
nextgroup.eu

Font: Elaboració pròpia

2. Principals indústries emissores de reunions



Finances
i banca



Mèdic



Química
i farmacèutica



Assegurances



Indústria



Telecomunicacions




Automoció

Font: Elaboració pròpia

4. Durada mitjana

1r semestre del 2022

 Viatges més llargs que el 2019 (durada mitjana de 7,2 dies enfront dels 6,1 dies del 2019)

 Viatges a l'estranger, els viatgers italians es van quedar fora de casa una mitjana de 16 dies (2019: 12,7 dies), mentre que els viatges d'1 dia, que van representar el 12,1% dels viatges de negocis el 2019, es van reduir significativament (6,8%).

Font: AirPlus Business Travel index

6. Mitjans especialitzats



Meeting e Congressi
meetingcongressi.com

Missionline
missionline.it

Font: Elaboració pròpia

8. Tendències



Els que viatgen per feina ara estan més atents als aspectes relacionats amb la **seguretat** i l'**estalvi**. Juntament amb les reserves, les sol·licituds de **tarifes flexibles en cas de cancel·lació** també van augmentar un 38% i les **assegurances mèdiques** més d'un 20%.

Font: BizAway

Països Baixos

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022



1. Xifres clau

Viatges MICE amb pernoctació

992 m
viatges



Volum total de viatges de negoci MICE a l'estranger

1,13
mil milions d'euros



Despesa total

770€
per persona



Despesa mitjana en destinació

3,2
nits



Durada mitjana dels viatges MICE amb pernoctació

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

3. Com es reserven els viatges MICE

Reserva d'allotjament

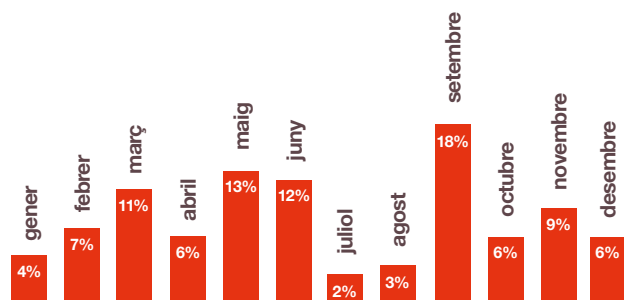
41%
Directament amb el proveïdor

34%
A través d'agència de viatges

Booking.com	35%
Expedia.nl	17%
Portals d'allotjament (Airbnb.nl, Hotels.nl i altres)	10%
Web aerolínia	10%
BCDTravel.nl	3%
Hilton.com	2%
Web d'altres agències de viatges (de negoci)	2%
VCK Travel.nl	1%
Altres	20%

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

5. Quan viatgen



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

7. Webs i portals especialitzats



Mice & Events Travel
Revista i portal de TravMedia
micetravel.nl

Business Traveller
Revista i portal de TravMedia
businesstraveller.nl

Meeting Professionals International Netherlands Chapter
Associació holandesa de professionals del sector MICE
mpiweb.nl

Meeting Magazine
Revista bimensual de Van Munster Media
meetingmagazine.nl

Font: Elaboració pròpia

2. Principals indústries dels viatgers de negoci

En quin sector treballen aquests viatgers?



23%
Serveis empresarials



13%
Sanitat



10%
Indústria



9%
Sector Públic



7%
Educació

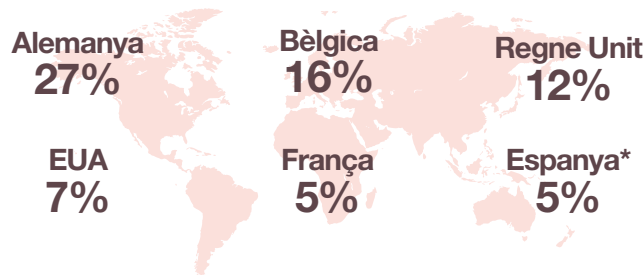


5%
Investigació i ciència

Viatges de negoci domèstics i internacionals

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

4. Destinacions



*Dels viatges MICE a Espanya, el 42% van ser a Barcelona

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

6. Tipologia d'esdeveniment



Congressos
31%



Reunions
28%



Fires
21%



Formacions
10%



Seminaris
7%



Incentius
3%

Nombre de persones per reunió MICE

9%

<10 pax

44%

entre 10 i 20 pax

35%

entre 21 i 50 pax

5%

entre 51 i 100 pax

7%

>100 pax

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

8. Principals agències del sector



BCD Travel
bcdtravel.com

VCK Travel
vcktravel.nl

Egencia
egencia.com

Advanced Travel Partner
atpi.com

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch Business Travel Market 2019

Països nòrdics

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022

1. Introducció

16,6% dels visitants nòrdics a Catalunya són MICE

2,4 M
viatges de negocis el 2018 (AB/TDB 2019)

Destinació dels viatges

71,9% a països europeus
6,4% dels viatges europeus foren a Espanya

Font: Elaboració pròpia

Origen dels viatges

42,2% regió d'Estocolm
16,1% Göteborg
12% sud de Suècia

3. Tendències

- Es busquen esdeveniments que comportin una experiència personal enriquidora
- La destinació *per se* perd pes davant del contingut de l'esdeveniment
- Alguns organitzadors ofereixen compensació de CO₂ com a part integral de l'organització de l'esdeveniment
- Es viatja en tren a les destinacions amb trajectes de 4-5 hores
- Augment de la demanda d'activitats relacionades amb la natura

El 44% de les empreses organitzen els viatges de negocis a través d'agències i la resta *in-house*.

5. Perfil dels viatges MICE a l'estranger

623,2 €
de mitjana



Pressupost per participant i viatge. 525,2 € en els viatges a Espanya

95,7%
en hotel



Allotjament

4,2
nits



Mitjana de pernoctacions a Espanya

Viatges per tipus d'indústria: No hi ha estadístiques al respecte. Segons entrevistes qualitatives a diferents agències, la consultoria informàtica i la indústria de la construcció (arquitectes i enginyers) són dues indústries importants.

7. Catalunya com a destinació MICE

Barcelona és la principal destinació, molt popular en els últims 10 anys*. S'escull pels següents motius:



L'accessibilitat amb els vols directes



El clima



El coneixement de la destinació



La relació qualitat-preu

* La importància del preu fa que altres destinacions guanyin pes davant de Barcelona / Catalunya. Les agències sueques coneixen Catalunya, tot i que no vol dir que treballin amb altres destinacions catalanes.

Font: Elaboració pròpia

2. Països més visitats

Països Bàltics

- Vol curt
- Bon preu
- Molt per veure

Espanya

- Bones connexions
- Bon clima
- Coneixement de la destinació

Copenhaguen

- Un clàssic

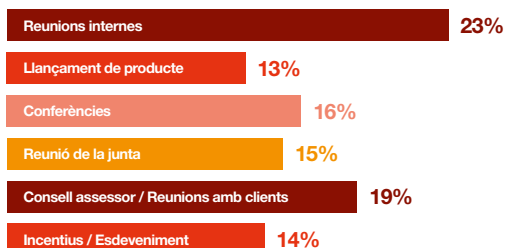
Nova destinació → Lisboa

- Gran ciutat
- Mar i bon menjar
- Novetat

Font: resia.se

4. Viatges MICE

Tipus d'activitat MICE des de Suècia i Dinamarca a Europa



Font: www.amxglobalbusinesstravel.com/se/meetings-events/meetings-forecast

6. Factors a tenir en compte al triar la destinació

- Connexions aèries directes i transfers curts
- Preu. En el cas dels incentius, les empreses sueques destinen un pressupost més alt que en altres tipus de viatge MICE
- La devaluació de la corona sueca davant de l'euro ha comportat que entrin en joc altres destinacions (Turquia, Països Bàltics...)
- Bon clima
- Bona relació qualitat-preu
- Hotels de 4 o 5 estrelles
- Una organització efectiva, optimització del temps i ús de portals i app per a la simplificació dels diferents processos: reserves, comunicació, avaluació...

8. Webs i mitjans especialitzats

Els mitjans de comunicació són *on i offline*, la majoria es centren principalment en el mercat nacional. Les webs següents sí que tenen un apartat específic per a destinacions fora dels Països nòrdics.

www.affarsresenaren.se
eventeffect.se

Els següents mitjans si bé no són només de MICE, sí que són els canals de comunicació més importants per als professionals de la indústria turística, MICE inclosos.

travelnews.se
travelnews.dk
travelnews.no
standby.dk
ikkunapaikka.fi

Font: Elaboració pròpia

Regne Unit

Brief mercats emissors de turisme de reunions 2022

1. Xifres clau

Sector Corporatiu
207 m €**

Sector Associatiu
173 m €**



Pressupost
anual mitjà per
esdeveniment

Sector Corporatiu
31

Sector Associatiu
23



Nombre mitjà
d'esdeveniments
durant l'any

1,5 dies



Durada
mitjana de
l'esdeveniment

Font: <https://www.meetpie.com/images/BMEIS-2019-RHS0353HGTFIS.pdf>, i Acció "Contracte i informe de Mercat 55.907", 2019
**S'ha fet servir la taxa de conversió del dia 5 d'agost del 2019 (1 GBP = 1,085 EUR)

2. Principals indústries emissores



Finances
Banca
Assegurances



Farmacèutic
Sanitari



Indústria
Manufactura



TIC
Tecnològic



Construcció
Enginyeria

Font: Estudi Coach Omnium 2017

3. Tipologia d'esdeveniment

Despesa directa del Regne Unit per tipus d'esdeveniment*

- Conferències i reunions: 25,9 bilions €
- Fires: 12,6 bilions €
- Viatges d'incentiu: 1,3 bilions €
- Esdeveniments corporatius: 1,3 bilions €
- Esdeveniments a l'aire lliure: 1,2 bilions €

*Taxa de conversió a 22 de setembre de 2022

Font: An Introduction To The UK Event Industry In Numbers

4. Destinacions principals



Font: The British Meetings & Events Industry Survey 2019

5. Tendències i planificació

Sector corporatiu
Planificació
7 mesos d'antelació.
El 56% ho fan en els últims 6 mesos.

Organització d'esdeveniments
34% externa
66% autogestionada

Sector associatiu
Planificació
9 mesos d'antelació.
El 32% ho fan amb més d'un any d'antelació.

Organització d'esdeveniments
29% externa
71% autogestionada

Els esdeveniments se solen concentrar durant els mesos de setembre a febrer

Font: Acció "Contracte i informe de Mercat 55.907", 2019

6. Motiu per a l'organització d'esdeveniments



Educació i formació



Cohesió de grup



Networking i relacions comercials



Generar benefici



Recaptar diners per a causa solidària

Font: Eventbrite Pulse Event Industry Report 2018

7. Factors per a la tria de destinacions per organitzar esdeveniments a l'estranger

Associatius

- Relació preu/valor
- Localització
- Vies d'accés (carreteres, ferrocarril, etc.)
- Capacitat de la sala de conferències
- Disponibilitat
- Sostenibilitat

Corporatius

- Vies d'accés (carreteres, ferrocarril, etc.)
- Localització
- Relació preu/valor
- Capacitat de la sala de conferències
- Disponibilitat
- Credencials sostenibles

Font: British Meetings & Events INDUSTRY SURVEY 2019

8. Principals agències



- 1 Top Banana
- 2 Goho Marketing
- 3 Clarion
- 4 First
- 5 Reed and Mackay
- 6 Gray Dawes Group
- 7 Gilead science

Serveis del Catalunya Convention Bureau

Serveis per a empreses proveïdores

Darrere de l'èxit dels congressos i dels esdeveniments, hi ha sempre els millors ingredients possibles i un treball excel·lent. Fes un cop d'ull per veure com fer-ho possible amb la nostra ajuda.



Et donem accés complet a informació especialitzada del sector



T'oferim formació específica en turisme de reunions



Pots participar a les accions promocionals i comercials que el Catalunya Convention Bureau ofereix en el seu Pla d'accions i objectius



Et posem en contacte amb altres agents del sector, facilitant la generació d'oportunitats de comàrqueting i networking



Acreditem la teva empresa o el teu establiment amb el distintiu Catalunya Convention Bureau



Et donem cabuda i visualització als diferents canals de comunicació de l'Agència Catalana de Turisme

Serveis per a empreses organitzadores

Som aquí per ajudar-te i estem segurs que ens podem convertir en el teu millor aliat per organitzar el teu proper congrés o esdeveniment. Consulta què podem fer per tu.



Assessorament gratuït i personalitzat sobre infraestructures, empreses i serveis perquè puguis organitzar el teu congrés o esdeveniment



T'organitzem visites de prospecció per tal que tinguis l'àmplia oferta del territori al teu abast



Et donem suport en la confecció de la teva presentació per tal de captar congressos



Et podem posar en contacte amb empreses i entitats especialitzades



Et facilitem la documentació turística o informativa que puguis necessitar per als teus congressistes



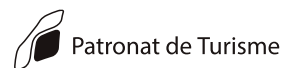
Tenim un extens coneixement pel que fa als recursos de turisme de negocis disponibles en el país, que tindràs a la teva disposició

Socis, membres i partners



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme

Socis/Membres ACT

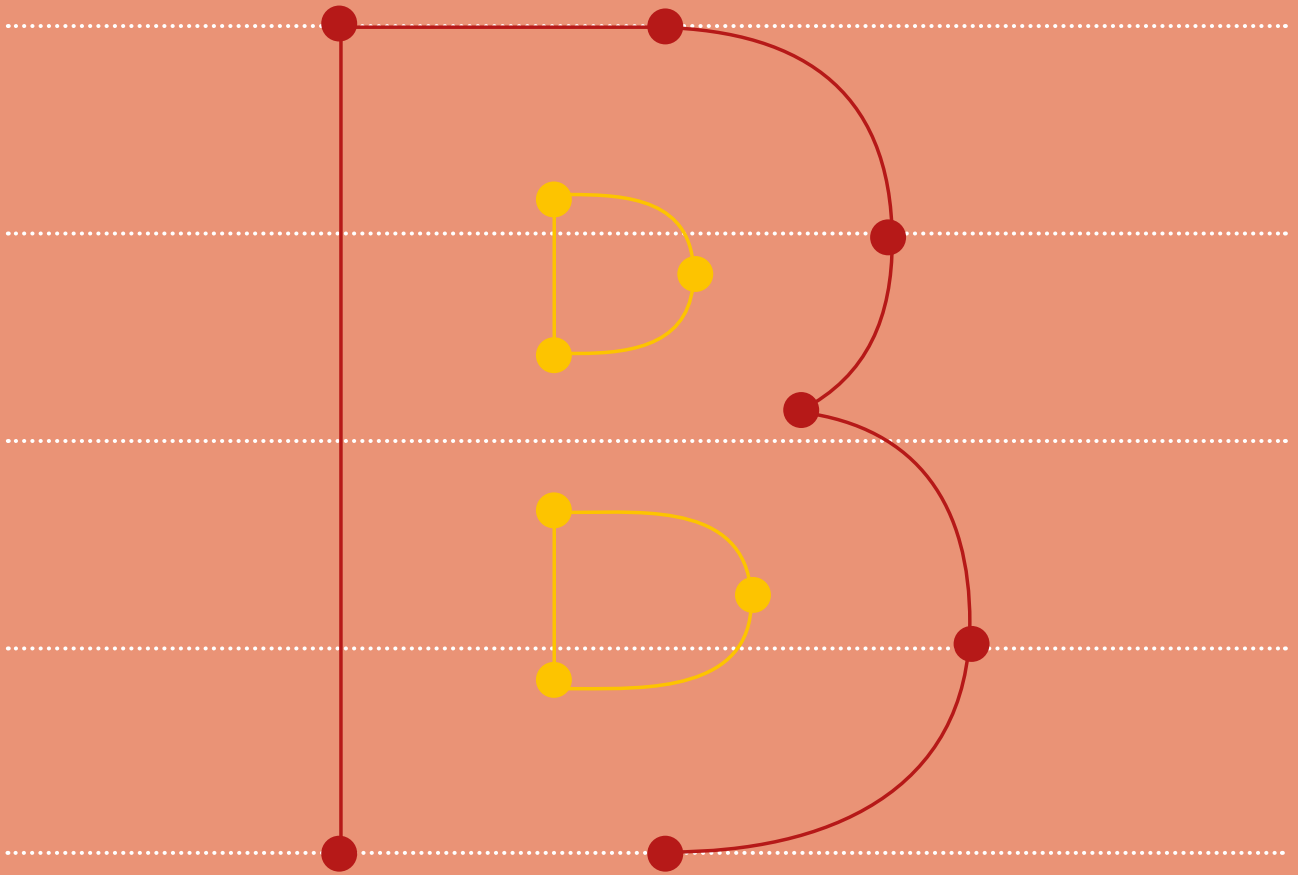


Partners



Main sponsors





act.gencat.cat
catalunya.com