

Briefs

Mercats emissors de Reunions 2018

és el que veus.
ÉS EL QUE VIUS.

Vine a reunir-te



Casa Batlló - Barcelona



Any del
Turisme Cultural



www.catalunya.com



ACCIONS DESTACADES DE CATALUNYA CONVENTION BUREAU



Connecta 2018



Fira IBTM



Fira IMEX



Workshop LONDRES



Workshop PARIS



PC AMSTERDAM



PC OSLO



Dinar Debat NIÇA



PC DUSSELDORF

Índex

INTRODUCCIÓ

Presentació	05
Catalunya Convention Bureau	06
Briefs de Mercat	07
Xarxa d'oficines a l'exterior de l'ACT	08

MERCATS

Alemanya	10
Bèlgica	12
Brasil	14
Estats Units	16
França	18
Índia	20
Indonèsia	22
Itàlia	24
Malàisia	26
Països Baixos	28
Països Nòrdics	30
Regne Unit	32
Rússia i Països de l'Est	34
Singapur	36
Tailàndia	38

Serveis Catalunya Convention Bureau	40
-------------------------------------	----

Presentació

David Font i Simon

Director general
de l'Agència Catalana de Turisme



En el Pla de màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022 es fa una referència especial al MICE per la rellevància d'aquest segment. El pla específic de turisme de reunions ens servirà com a guia per seguir implementant aquest turisme de qualitat durant els pròxims anys.

Un dels reptes de l'Agència Catalana de Turisme (ACT) és fomentar i dinamitzar el turisme de reunions, congressos, convencions i viatges d'incentius a Catalunya, un segment que trenca la línia d'estacionalitat i proporciona un major retorn econòmic i una major qualitat. En aquest sentit, treballem a diari per buscar un equilibri territorial arreu de Catalunya, amb nombroses zones completament equipades per acollir qualsevol tipus d'esdeveniment. Promocionem cadascun d'aquests territoris a escala internacional, tot aprofitant el bon posicionament de la marca Barcelona.

L'Agència Catalana de Turisme aposta per aquest producte amb el repte de posicionar Catalunya en el mercat internacional. Amb la creació del Catalunya Convention Bureau (CCB), ara fa nou anys, assessorem i proporcionem eines útils als professionals que treballen en el sector del turisme de reunions per tal que tinguin a l'abast el màxim d'informació i de recursos possibles i puguin millorar les seves estratègies comercials. En aquesta tasca, també ens coordinem amb els diferents conventions bureaux d'arreu del país per garantir una major resposta en la captació i fidelització d'aquest negoci.

El CCB treballa per convertir Catalunya en un referent del sector MICE mitjançant el desenvolupament de la indústria de reunions i l'ús de les infraestructures existents al nostre territori, però també promocionar, difondre i donar suport a la comercialització de Catalunya com a seu de congressos i esdeveniments corporatius. Així, organitza i participa en accions específiques del sector MICE com ara fires, workshops, fam Trips i jornades com ara el Connecta o el Meet Catalunya, entre d'altres, per crear sinergies entre els professionals del sector català i els compradors internacionals. I també treballa per estructurar el sector a través de les publicacions i canals de comunicació online que s'actualitzen anualment.

Per aconseguir uns bons resultats i un alt retorn, disposem de l'ajuda de les nostres dotze Oficines de Promoció Turística ubicades en mercats estratègics, imprescindibles en la difusió de l'oferta turística catalana a l'exterior i peça clau en la tasca de recerca en cadascun dels mercats. Part del resultat d'aquesta tasca es pot consultar, precisament, en aquest document que presenta les últimes dades disponibles en cada un d'ells.

Catalunya Convention Bureau

Sònia Serracarbassa

Directora
del Catalunya Convention Bureau



Un dels nostres reptes és la desconcentració tot aprofitant els atractius, les infraestructures i la diversificació que ens ofereix el conjunt del territori, amb ràpides comunicacions i bona accessibilitat, i sense oblidar el clima privilegiat de què gaudeix Catalunya durant tot l'any.

Per donar resposta, enguany, posarem l'esforç en les noves línies estratègiques de treball següents: la comunicació i la marca Catalunya de reunions; l'estratègia CRM i la digitalització del CCB; i, el desenvolupament de la plataforma digital TDS que ens permetrà recollir directament dels professionals del sector l'activitat generada en reunions a tota Catalunya. A més, continuarem organitzant i participant accions promocionals i comercials, i en el marc del Programa Ambassadors organitzarem la I Trobada de Networking d'Ambassadors de Catalunya.

L'any 2019 l'iniciem amb un gran repte, la implantació del Pla de Màrqueting de Reunions de Catalunya 2022, el qual s'ha desenvolupat en el marc del nou Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya 2018-2022. Els viatges per reunions i esdeveniments professionals, fires, congressos, convencions i incentius, es consideren una activitat prioritària pel seu caràcter desestacionalitzador, la diversificació de l'oferta i serveis implicats i l'alta despesa que genera. Catalunya, gràcies a la ciutat de Barcelona, una de les primeres ciutats del món en congressos i convencions internacional, ja compta amb un posicionament privilegiat i avantatge que ha de saber aprofitar en un moment on els mercats demanen diversificació i reunions més experiencials i personalitzades.

La visió que es planteja el CCB per als propers anys és diferenciar Catalunya i posicionar-la a nivell internacional tot aconseguint una millor distribució del negoci en el territori. I, per a contribuir a la visió, el CCB vol ajudar a generar negoci pels socis i empreses, comunicant el posicionament diferenciat de Catalunya com a destinació integral de reunions internacionals i, d'altra banda, oferir serveis de suport als seus clients, col·laboradors comercials i socis interns.

Amb aquesta intenció, el CCB treballarà en les línies estratègiques següents: fer branding de la marca Catalunya com a destinació de reunions i posar en marxa una estratègia de comunicació selectiva amb el desenvolupament de continguts i producte territorial; desenvolupar l'ecosistema digital del CCB; participar selectivament en accions promocionals i comercials especialitzades; desenvolupar una estratègia de màrqueting CRM i segmentada; optimitzar el Programa Ambassadors; i, consolidar el menú de serveis de suport al sector, assessorament, comercial, formació i coneixement.

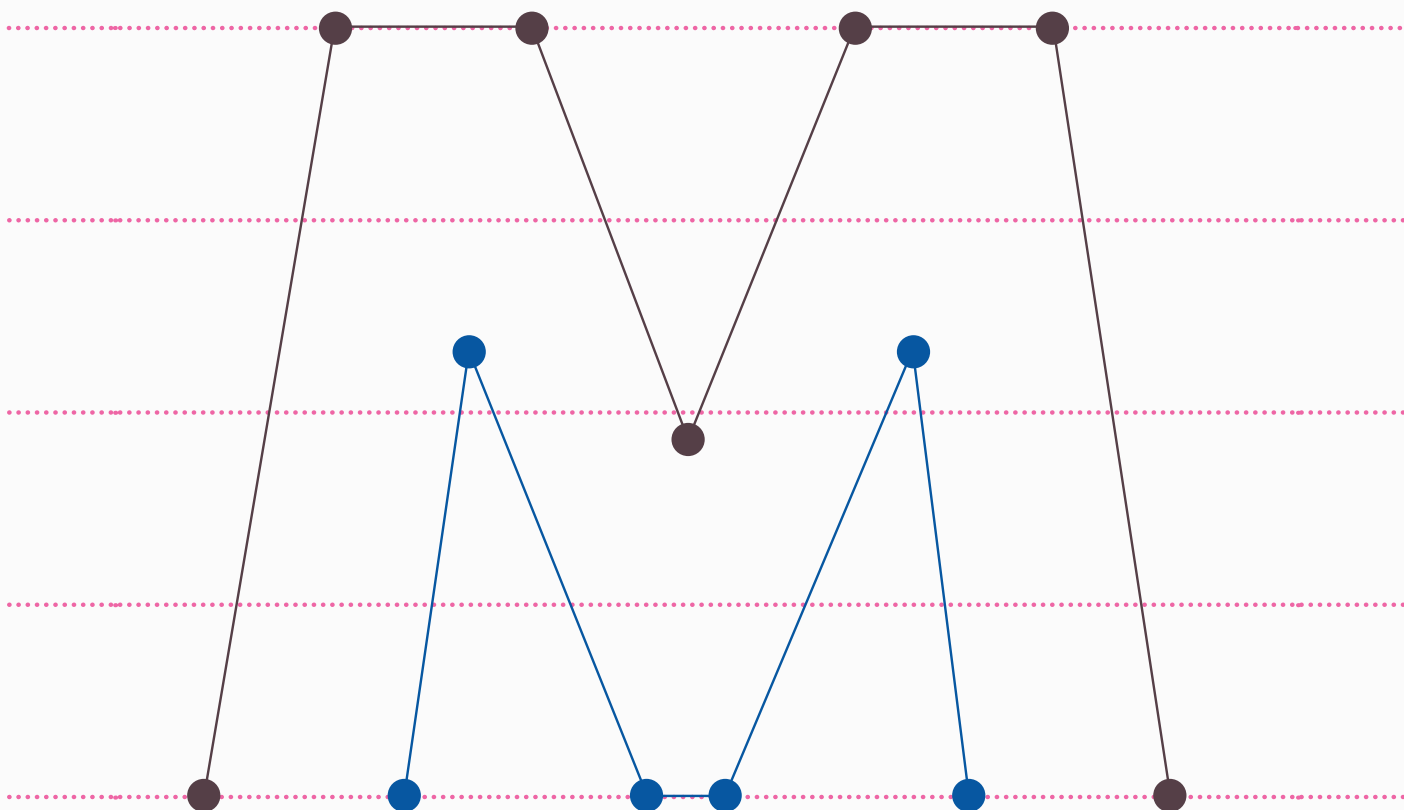
Us volem desitjar un any ple d'èxits, tot agraint-vos la vostra tasca i el vostre Compromís i posant tota la nostra infraestructura i equip humà a la vostra disposició per ajudar-vos a desenvolupar els vostres reptes i negocis.

Briefs de Mercat

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 reunions.

S'ha fet recerca a nivell d'estudis i fonts bibliogràfiques existents i s'ha fet aflorar el coneixement propi dels mercats, per acabar creant unes fitxes que presenten la informació d'una manera sintètica i visual.

Enguany s'han revisat totes les fitxes i en aquest sentit, es presenten les darreres dades disponibles que es tornaran a actualitzar a finals de 2019.

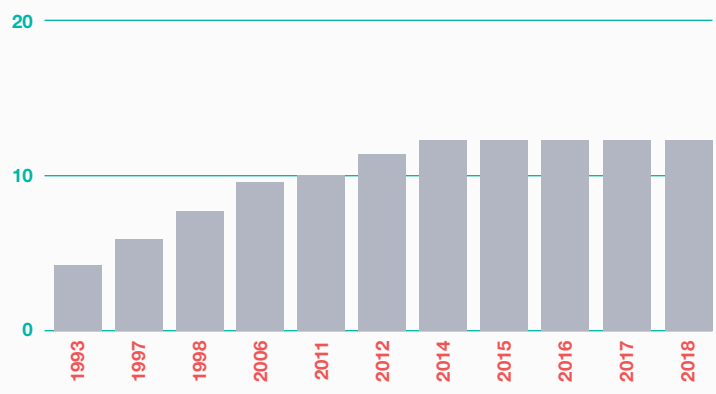


Xarxes d'oficines a l'exterior de l'Agència Catalana de Turisme



- | | |
|----------------|--|
| 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: Armènia, Ucraïna, Belarús, Kazakhstan, Letònia, Lituània, Azerbaidjan, Geòrgia, Kirguizistan, Moldàvia, Tadjikistan, Turkmenistan i Uzbekistan



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

Alemanya

Montserrat Sierra

Directora de l'Oficina d'Europa central



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right. The second line has a pink dot on the left. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right. The fifth line has a blue dot on the left and a pink dot on the right.

Alemanya

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

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

3,3 milions de viatges



Nombre de viatges

2 nits



Durada mitjana

50-100 participants



Mida dels grups

Font: DZT/WTM/IPK 2012/ <http://www.pec-kommunikation.de/> - ProSky Destination Report 2017

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)

69,3%



Kick off events

55,1%



Conferències

52,8%



Reunions

49,3%



Incentius

48,5%



Presentacions de productes

48,0%



Workshop Training

46,2%



Congressos

Canals de reserva

1

DMC/PCO

2

Punt de compra de viatges habitual a l'empresa

Font: VDR Service / Causal - Enquestes a clients 2014 - Dr. Patrick Patridge - <http://drpatridge.blogspot.de/2016/06/kurze-umfrage-zu-aktuellen-mice.html>

5. Destinacions principals

Destinacions rellevants dins d'Europa

Alemanya	Espanya	Itàlia	Portugal
81%	51%	39%	32%

Rànquing de ciutats de MICE a Europa

Berlín	Barcelona	Lisboa	Londres	Paris
43%	42%	34%	25%	25%

Font: ProSky Destination Report 2017

7. Webs especialitzats



Pro Sky Report
pro-sky.com/de/expertise/destination-report-2017/
FAMAB e.V.
famab.de/aktuelles/brancheninformatoren/ranking-2016
GWA Associació General d'Agències de Comunicació
gwa.de/Insights/StudienundRankings/GWAMonitore
Meeting Market by Expedia
meetingmarket.de/
PeC Kommunikation
pec-kommunikation.de/
Dr. Patrick Patridge
patrick-patridge.com/

2. Principals indústries emissors de reunions

Les principals indústries generadores de reunions



Finances



Asseguradores



Farmacèutiques



Automòbil

4. Criteris per elegir destinació

1. **Accessibilitat**
2. **Seguretat**
3. **Pressupost**
4. **Activitats* i programa**
5. **Singularitat**
6. **Infraestructura**
7. **Clima**

*Activitats gastronòmiques o culturals
Font: ProSky Destination Report 2017

6. Top 5 agències del sector



1. Serviceplan-Gruppe. Munic
servicepla.com/de
2. Jung von Matt. Hamburg
jvm.com/de
3. Media Consulta. Berlín
mcgroup.com
4. Vertikom. Nuremberg
vertikom.eu/start
5. Fischer-Appelt. Hamburg
fischerappelt.de

Font: <https://www.gwa.de/Insights/StudienundRankings/GWAMonitor>

8. Revistes especialitzades



Events Magazin
www.events-magazin.de/
Convention International
www.convention-net.de/
Tagungswirtschaft
tw-media.com
CIM
icj-mm.de/
MEP
mep-online.de/

Bèlgica

Inma Ballestín

Directora de l'Oficina del Benelux

The page features five horizontal dotted lines. The top line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Bèlgica

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau



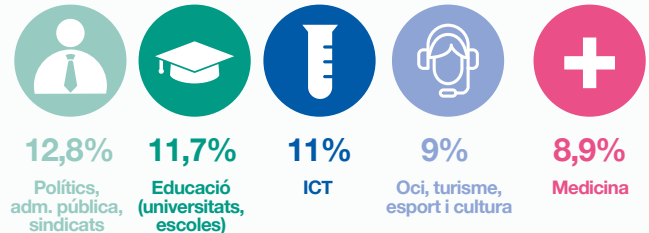
Viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació.

Font: WES, Business Travel 2015

2. Principals indústries emissores de reunions

Top 5 sectors que organitzen viatges MICE a l'estranger*

*viatges amb mínim 1 pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

3. Quins espais prefereixen?

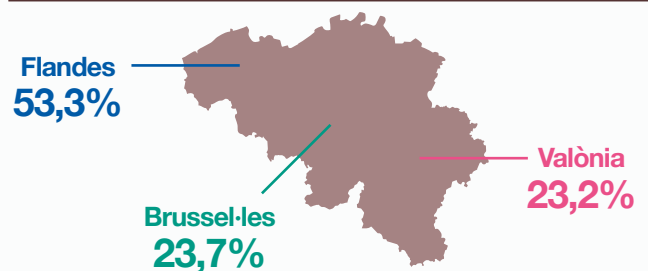
Espais preferits per realitzar viatges MICE a l'estranger amb mínim una pernoctació



Font: WES, Business Travel 2015

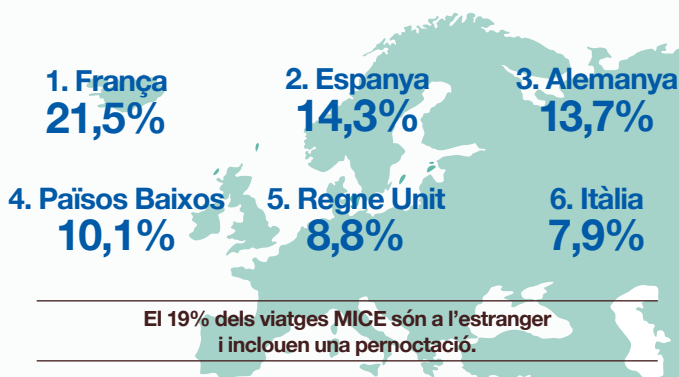
4. Zones emissores

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



Font: WES, Business Travel 2015.

5. Destinacions



Font: WES, Business Travel 2015

6. Què valoren per triar destinació?

1. Accessibilitat en cotxe, tren o avió
2. Qualitat de la infraestructura de la conferència/reunió
3. Destinació multilingüe
4. Imatge de la destinació com a destinació MICE
5. Relació preu-qualitat "Value for money"

Font: WES, Business Travel 2015.

7. Webs/portals i mitjans especialitzats

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
event.mpi-belgium.be/

UIA
Unió d'associacions internacionals
uia.org/

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

Font: Elaboració pròpia

Mitjans

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

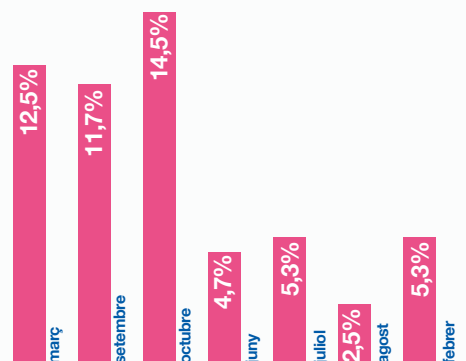
Boardroom
Revista associativa
boardroom.global

HQ Meeting Media Group
Revista associativa
meetingmediagroup.com

8. Quan viatgen?

Viatges MICE a l'estranger amb mínim 1 pernoctació

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



Font: WES, Business Travel 2015.

Brasil

Joan Romero

Director de l'Oficina de Sud-amèrica



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right. The second line has a pink dot on the left. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right. The fifth line has a blue dot on the left and a pink dot on the right.

Brasil

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

2,9 mil milions d'euros



Volum de negoci per any i per total de país

4-8 dies



Durada mitjana

50% 30-40 pax
41,6% 50-150 pax
8,4% + 150 pax



Nombre de persones per esdeveniment

Font: ABRACORP 2018

2. Zones emissores



São Paulo



Rio de Janeiro

3. Com viatgen i on viatgen?

Agències que des del país d'origen contracten DMC amb seu a Catalunya



Corporatiu directe/associatiu



Més del 70% trien espais amb valor històric i hotels



4. Quan viatgen?

El 75% es genera entre març-juny i setembre-novembre



Primavera març-juny



Tardor setembre-novembre

5. Sugeriments



Crear contingut en portuguès de Brasil



Crear PPT amb imatges per a manipular



Informació detallada que no es troba a internet



Oferir experiències priceless



Oferir activitats úniques



Atenció a la tendència al Bleisure

6. Què valoren per triar la destinació?

- Infraestructura**
- Hotels**
- Connexions internes**
- Oferta cultural i gastronòmica**
- Entorn natural**

7. Principals associacions



Associació Latino-Americana de gestors d'Events i Viatges Corporatius
alagev.org

Panrotas Corporativo
panrotas.com.br/viagens-corporativas

Associació Brasileira de Viatges Corporatius
abracorp.org.br

Associació Brasileira d'Empreses d'Events
abeoc.org.br

Global Business Travel Association
gbt.org

8. Top agències del sector



- Flytour**
flytour.com.br
- CWT**
carlsonwagonlit.com/br/pt/
- Alatur JTB**
alaturjtb.com
- Tourhouse**
tourhouse.com.br
- BCD Travel**
bcdtravel.com
- Maringá**
maringaturismo.com.br
- Kontik**
kontik.com.br
- Copastur**
copastur.com.br
- Tunibra**
tunibra.com.br
- Avipam**
avipam.com.br/v2

Estats Units

Cristina Gargallo

Directora de l'Oficina de Nord-amèrica



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Estats Units

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau



Font: 2016 Meetings Today Trends Survey / Successful Meetings – Top International Meeting Trends for 2017

2. Principals indústries emissores de reunions



Automòbil	1,1%
Finances/banca/assegurances	7,0%
Farmacèutiques	7,0%
Vendes al detall	10,4%
Canals de vendes	1,0%
Tecnologia	8,1%
Fabricació	11,1%
Serveis	8,9%
Professional	15,6%
Transport	3,3%
Altres	26,3%

Font: Incentive's 2017 Merchandise IQ survey

3. Com viatgen i on viatgen

Grans Grups Hotelers

Grans complexos	17%
Luxe	17%
Mitjans	51%
Econòmics	7%
Altres	8%
Creuers	1%

Quins espais prefereixen?

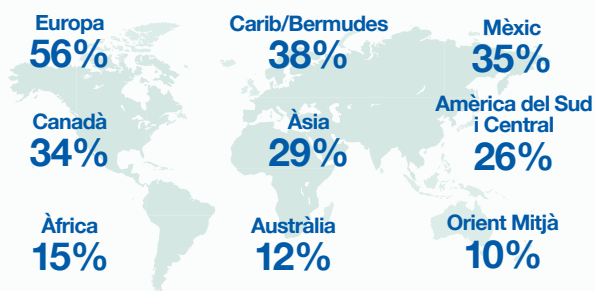
Luxe	26%
Superiors	44%
Mitjans	23%
Econòmics	9%
Airbnb o similar	3%
Altres	12%

Font: American Express Meetings & Events Key

Font: Meetings and Conventions - Global Planner 2018

5. Destinacions

Regions fora dels Estats Units més populars per a reunions



Font: Meetings and Conventions - Global Planner 2018

4. Canals de reserva

Ús de DMO/Tourist Boards

Sempre	11%
Molt sovint	31%
A vegades	24%
Amb poca freqüència	21%
Mai	13%

En preferència, situat a...

Estats Units	34%
Destinació	20%
Combinació d'ambdós	46%

Font: Meetings and Conventions - Global Planner 2018

6. Tendències i tipologia d'esdeveniments



Font: International Meetings Trends for 2018 - Successful Meetings

7. Mitjans i agències especialitzades

Mitjans especialitzats:



Successful Meetings
successfulmeetings.com

Incentive Research
Foundation
theirf.org/research

The 2017 CMI 25
www.meetingsnet.com

Top 5 Agències del Sector



1. American Express
2. Maritz Global Events
3. Meetings & Incentives Worldwide
4. George P. Johnson Experience Marketing
5. Ashfield

Font: Meetingsnet-CMI 25-September 2017

8. Què valoren per triar destinació

Factors principals per triar el lloc de les reunions

Atractiu de la destinació	39%	Canvi monetari favorable	14%
Seguretat	35%	Atraccions culturals	9%
Ubicació	24%	Reputació	9%
Accés aeris	20%	Atenció del personal	8%
Preu	18%	Clima	8%
Qualitat d'allotjament	17%	Despeses de restauració	4%
Costos aeris	16%	Mida de la ciutat	3%
Dimensió d'instal·lacions	14%		

Font: International Meetings Trends for 2018 - Successful Meetings

França

Josefina Mariné

Directora de l'Oficina de França

The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

França

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

8,37 bilions d'euros



Volum total de negoci 2017

1/2, 1 o 2 dies



Durada mitjana

20-100 pax



Nombre de persones per esdeveniment

Font: Estudi Coach Omnium 2018

2. Principals indústries emissores de reunions



Finances
Banca
Assegurances



Indústria



Química
Farmacèutica
Cosmètica



Comerç
i Gran
Distribució

Font: Estudi Coach Omnium 2017

3. Espais on se celebren els esdeveniments

Hotels	39%
Resten als locals de l'empresa	40%
Centres de conferències i palaus de congressos	23%
Espais de recepció diversos	14%
Equipaments de lleure/parc temàtic	6%
Castell i venues amb caràcter	20%
Centre de formació interna a l'empresa	2%

Font: Estudi Coach Omnium 2018. Resposta Múltiple

4. Destinacions



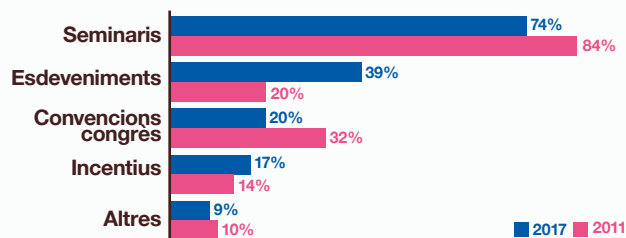
França
Île-de-Francè PACA



Estranger

Font: Estudi Coach Omnium 2018

5. Tipologia de manifestacions organitzades



L'any 2017, el 45% de les empreses han organitzat menys de 3 esdeveniments durant l'any. Un 71% menys de 10

Font: Estudi Coach Omnium 2017

6. Què valoren per triar la destinació?

Accessibilitat	84%
Preu	73%
Capacitat d'allotjament i sales	41%
Hàbits/Costums	31%
Temps/facilitats de transport	28%
Capacitat de reacció comercial	26%
Imatge de professionalitat	8%

Font: Estudi Coach Omnium 2017

7. Webs i mitjans especialitzats



Plataforma comercialització
bedouk.fr

Plataforma comercialització + guia Réunir
reunir.com

L'association des agences de communication événementielle + guida
levenement.org

Union Française des Métiers de l'Événement
unimev.fr

Mitjà especialitzat + catàleg empreses
voyages-d-affaires.com

Mitjà especialitzat
tmedianetwork.com

8. Tractament de les demandes



Disposar d'un catàleg web en francès d'oferta MICE amb preus



Propostes i pressupostos clars, quins serveis s'inclouen i quins s'exclouen



Donar resposta en 24h en francès



Trucar per establir contacte i fer seguiment de la proposta per email



Fidelitzar client: emailing+trucada

Índia

David Miró

Director de l'Oficina d'Àsia-Pacífic



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Índia

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

480.000
milions de
dòlars



Volum total
de negoci 2016

7 o 8
dies



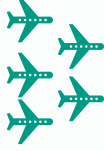
Durada
mitjana

1,5
milions



Viatgers
MICE
a l'estranger

5 viatges



Mitjana de viatges
a l'estranger per
viatger corporate

Durant el 2016, uns 9.244 indis van desplaçar-se a Catalunya exclusivament per viatge MICE

2. Principals indústries emissores de reunions



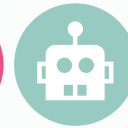
Construcció



Indústria
Farmacèutica



Automoció



TIC
de la
informació



Comunicació

Els Serveis financers i d'assegurances experimenten un gran creixement

3. Com, quan i on viatgen?

Prefereixen
les cadenes
hoteleres
de renom
internacional

Destinacions
amb components
de platja
o patrimoni
historicocultural
de primer nivell

Utilitzen suport
d'agències
especialitzades



abril
maig



Viatges d'incentius
i conferències o
convencions anuals

4. Zones emissores



5. Destinacions

Fora Àsia-Pacífic

França
Emirats Àrabs Units
Espanya
Grècia
Alemanya
Regne Unit
República Txeca

Àsia-Pacífic

Singapur
Malàisia
Tailàndia (Phuket)
Cambodja
Indonèsia
Austràlia

6. Tendències



1,5 milions d'indis fan viatges MICE arreu



De 300 a 500 participants per reunió



Augment de les companyies aèries índies



Millora de connexió Nova Delhi i Madrid



Els viatges MICE cap a Europa acostumen a incloure 2 o 3 destinacions de 2 o 3 dies



El factor preu és el més important



Valorar la connexió a les destinacions

7. Sugeriments per al tractament d'aquest mercat

Flexibilitat en capacitat d'allotjament

Necessitat de menjar indi/vegetarià

Facilitar els visats i preveure cancel·lacions d'última hora

Facilitar tota la informació detallada i actualitzada

Optimitzar el cost del transport durant l'estada MICE

Proposar opcions de visites turístiques icòniques

Importància cabdal de bones opcions de shopping

8. Mitjans especialitzats i principals agències del sector



Mitjans

Mice World India
miceworldindia.com

Mice Media
micemm.com

TTG Mice Asia-Pacific
ttgmice.com

Biz Events Asia
bizeventsasia.com

Agències

Tybro's Tours
tybrosindia.com

FCM Travel Solutions
in.fcm.travel

Alpcord Network
alpcord.com

TBI
trailblazerindia.in

Planit
planit-india.com

Indonèsia

David Miró

Director de l'Oficina d'Àsia-Pacífic



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Indonèsia

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

Pressupost del viatger

USD 2.300

Només el 17% viatgen per negocis i el 14% d'aquests fan *bleisure*



Grups de 30 persones



Viatges de 9 dies



Principals companyies aèries utilitzades:

Qatar Airways, Emirates, Etihad Airways, Singapore Airlines i Garuda Indonesia

A falta de connexió directa amb el Prat, el lideratge és de les companyies del Golf Pèrsic, amb vols directes amb Jakarta i Bali

2. Sectors d'activitat de les empreses



Bancs



Farmacèutica i química



Automoció



Electrònica



Asseguradores

Es detecten viatges MICE de les indústries petroleres, i de tractament i producció dels ciments

Les empreses de màrqueting "multi-level" o de vendes piramidals organitzen viatges d'incentius "suculents", en l'organització dels quals no sembla que estalviïn cap detall

3. Com i quan viatgen?



El 66% utilitza les DMC's per a tots els serveis



Prioritzen el vol directe i la bona connexió



Prioritzen hotels de 4 estrelles



Valoren disposar de personal de parla indonèsia



Viatgen preferiblement entre febrer i maig

4. Zones emissores



5. Destinacions

Àsia

Les destinacions preferides són a la zona del Sud-est Asiàtic i l'Àsia Oriental:

Tailàndia
Singapur
Vietnam
Malàisia
Xina
Taiwan
Corea del Sud
Hong Kong

Europa

França
Països Baixos
Itàlia
Àustria
Suïssa
Alemanya
Països Bàltics
Regne Unit
República Txeca
Grècia
Islàndia
Espanya

6. Què valoren de l'estada?



Entorns urbans



Oferta cultural rica



Bona oferta de *shopping*



Disponibilitat de cuina *halal*



Espais de pregària

7. Agències especialitzades



AntaVaya
antavaya.com

Dwidaya
www.dwidayatour.co.id

Golden Rama Tours & Travel
goldenrama.com

Panorama JTB Tours
panorama-jtb.com

Pygmatour
pygmatour.com

A Holiday
a-holiday.co.id

8. Sugeriments per al tractament d'aquest mercat

Welcome desks atesos per personal de parla indonèsia

Oferta de cuina *halal* i identificació de llocs de pregària

Oferta de *shopping* imprescindible

El preu i l'accessibilitat són aspectes clau

Espais de restauració "MICE-friendly"

Aprofitar el coneixement del FC Barcelona

Combinar amb altres destinacions europees

Itàlia

Marta Teixidor

Directora de l'Oficina d'Itàlia i Israel



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Itàlia

Mercat emissor de reunions 2018

1. Principals indústries emissores de reunions



Finances i banca



Mèdic



Química i farmacèutica



Assegurances



Indústria



Telecomunicacions

Font: Coneixement propi

2. Zones emissores

Persones que han realitzat un viatge per motiu laboral per àrea geogràfica i època de l'any

	1r trimestre	2n trimestre	3r trimestre	4t trimestre
Nord-oest	2,3%	2,1%	1,2%	2,0%
Nord-est	1,8%	2,5%	1,3%	2,1%
Centre	2,3%	2,0%	1,2%	2,6%
Sud	0,9%	1,0%	0,4%	1,0%
Illaes	1,9%	0,8%	0,2%	2,1%

Font: Istat 2017

3. Tipologia de manifestacions organitzades

Itàlia **75%** Estranger **25%**

Del total de viatges a l'estranger

França **17,7%**

Alemanya **11,7%**

Malta **7,4%**

Irlanda **5,9%**

Regne Unit **5,8%**

Espanya **5,3%**

Països Baixos **5,3%**

Font: Istat 2017

4. Tipologia d'esdeveniment

17,9% **15,8%** **13,2%** **11,8%** **9,4%**



Congressos, convencions, seminaris



Missions laborals



Reunions



Viatges o meeting empresarial



Fires, mostres, exposicions

Font: Istat 2017

5. Quan viatgen?

30,3% **25,6%** **13,3%** **30,8%**



Gener
Març



Abril
Juny



Juliol
Setembre



Octubre
Desembre

Font: Istat 2017

6. Portals especialitzats

WWW

Federcongress&Eventi

Osservatorio Italiano del Congressi e degli Eventi
federcongressi.it

Ediman

Editorial especializada en el sector MICE
ediman.it

Assincentive

Associazione Italiana Incentive e Convention
assincentive.it

Font: Coneixement propi

7. Mitjans especialitzats



Meeting e Congressi
meetingcongressi.com

MICE
bema.it

E20 Express
adcgroupp.it

Mice Guide
miceguide.net

Font: Coneixement propi

8. Top 5 agències del sector



1. Filmmaster Group
filmmasterevents.com

2. Gattinoni
gattinoni.it

3. AIM Group
aimgroupinternational.com

4. CWT Meetings&Events
cwt-meetings-events-it

5. Next Group
nextgroup.eu

Font: Coneixement propi

Malàisia

David Miró

Director de l'Oficina d'Àsia-Pacífic



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Malàisia

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

Pressupost per persona en els viatges a Europa

€
2.100

Grups de 52 persones



Viatges d'incentius, reunions i de vegades grans convencions



Viatges de 6 dies i 5 nits



2. Sectors d'activitat de les empreses



Asseguradores



Bancs



Retail



Automoció



Construcció



Farmacèutiques

3. Com i quan viatgen?



Prefereixen destinacions urbanes, riques en cultura, i amb una bona oferta de *shopping*



Prefereixen hotels de 4 estrelles de grans cadenes internacionals en àrees centríques i a prop de zones de *shopping*



Poden considerar hotels de 5 estrelles

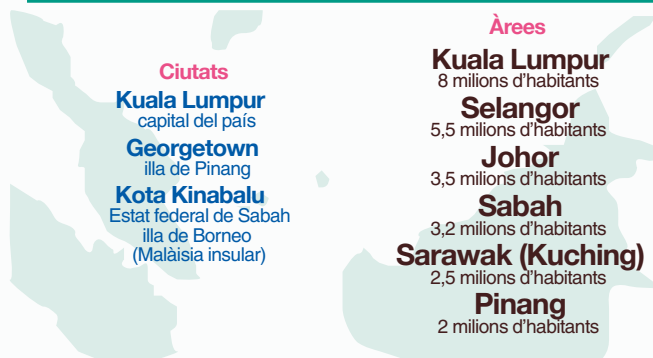


S'organitzen amb el suport d'una DMC



Les èpoques de l'any amb més viatges són de març a maig i d'agost a octubre

4. Zones emissores



5. Destinacions

Sud-est Asiàtic i Asia Oriental

Primer nivell
Indonèsia
Tailàndia
Vietnam

Segon nivell
Japó
Corea del Sud
Xina

Europa

França
Suïssa
Regne Unit

El 40% de les principals agències asseguren haver enviat grups a Espanya el 2017 i que un 75% han visitat Catalunya

Sovint combinen amb altres destinacions del nord d'Àfrica, com el Marroc i també Portugal

La destinació principal a Espanya és la ciutat de Madrid

6. Suggeriments per al tractament d'aquest mercat



Cal tenir en compte les restriccions dietètiques (menjar *halal*) així com els espais i moments de pregària



És bo relacionar les activitats amb una oferta de compres forta i propera



Proposar un programa que inclogui altres opcions a més de la ciutat de Barcelona

7. Què valoren a l'hora de triar destinació?

El factor preu és decisiu ja que disposen de pressupostos ajustats i solen sol·licitar un mínim de tres propostes

Es valora molt l'accessibilitat de la destinació; és a dir, que tingui una bona connexió aèria

També es té molt en compte la capacitat d'adaptar-se a les necessitats dels viatgers musulmans, sobretot, pel que fa a les restriccions alimentàries

Valoren l'aportació de llocs de pregària com a un element bàsic que, gairebé segur, influirà en l'elecció final

8. Agències del sector i mitjans especialitzats



Apple Vacations & Conventions
appleholiday.com

Corporate Information Travel (CIT)
cit.travel

Holiday Tours
holidaytours.com.my

Mayflower
mayflower.com.my

Mitra Tours & Travel
mitra.travel

Sedunia Travel
seduniatravel.com

TTG MICE Asia-Pacific
ttgmice.com

Biz Events Asia
bizeventsasia.com

Països Baixos

Inma Ballestín

Directora de l'Oficina del Benelux

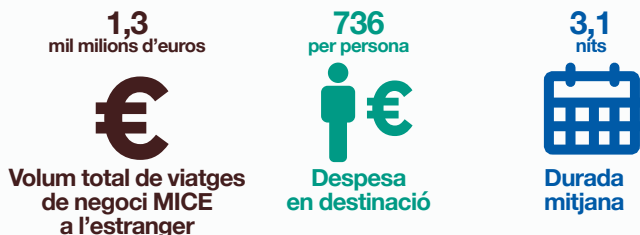


The page features five horizontal dotted lines. The top line has a blue dot on the right. The second line has a pink dot on the left. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right. The fifth line has a blue dot on the left and a pink dot on the right.

Països Baixos

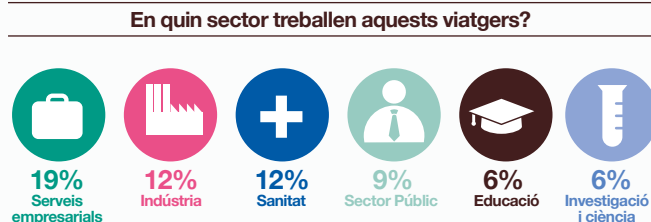
Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

2. Principals indústries emissores de reunions



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

3. Com viatgen?

Allotjament

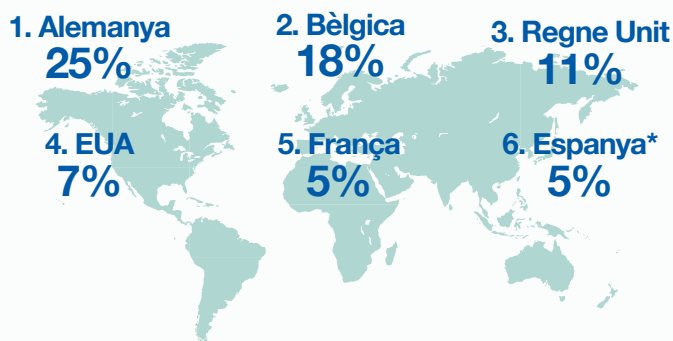


Reserva d'allotjament



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

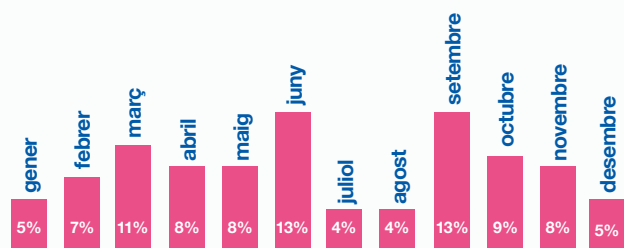
4. Destinacions



*Dels viatges MICE a Espanya, el 70% van ser a Barcelona

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

5. Quan viatgen?



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

6. Tipologia d'esdeveniment

Motius principals per fer un viatge MICE a l'estranger



Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

7. Webs/portals especialitzats

- WWW**
- Mice & Events Travel**
Revista i portal de TravMedia
micetravel.nl
 - Business Traveller**
Revista i portal de TravMedia
businesstraveller.nl
 - Travelmediate**
Agència de màrqueting especialitzada en MICE
travelmediate.nl
 - Meeting Professionals International Netherlands Chapter**
Associació holandesa de professionals del sector MICE
mpiweb.nl

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

8. Top 5 agències del sector

- Agències més conegudes per organitzar viatges MICE:
- American Express**
americanexpress.com/nl
 - Carlson Wagonlit Travel**
carlsonwagonlit.nl/content/cwt/nl/nl/home.html
 - Schiphol Travel International**
schipholtravel.com
 - Advanced Travel Partner**
atp.nl
 - BCD Travel**
bcdtravel.com/nl

Font: NBT-NIPO Research. The Dutch business travel market 2016

Països Nòrdics

Eulàlia Cabana

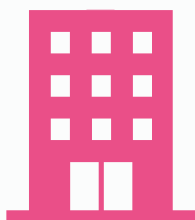
Directora de l'Oficina dels països nòrdics

The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Països nòrdics

Mercat emissor de reunions 2018

1. Zones emissores



Zones urbanes:
Estocolm,
Copenhaguen, Oslo,
Helsinki, Göteborg,
Malmö

El volum de negoci dels viatges MICE a Suècia va augmentar el 2016 un 5%

Font: Elaboració pròpia

2. Tendències

Es busquen destinacions més properes, més petites, més segures i més tranquil·les

Berlin,
Edinburg, Praga,
Palma de Mallorca,
Londres, Lisboa
Barcelona
i Màlaga

Font: Elaboració pròpia

3. Suggestiments



L'anglès com a llengua prioritària si no es parla el seu idioma



Fer molt seguiment amb diferents propostes tenint sempre en compte les connexions directes



Màxima facilitat, agilitat en donar resposta a les necessitats dels seus clients



El preu continua jugant un paper important

Font: Elaboració pròpia

4. Quan viatgen?



Primavera



Tardor

Primavera i tardor són les èpoques de més moviments de viatges MICE

Font: Elaboració pròpia

5. Què valoren per triar destinació?

- Bones connexions aèries directes
- Imatge destinació - autenticitat
- Seguretat
- Opcions de lleure

Les connexions directes són la clau i si, a més, els vols són curts, millor. Tot i que són economies amb bona salut, el preu continua jugant un rol important

Font: Elaboració pròpia

6. Tipologia d'esdeveniment



Reunions de menys de 50 persones

Font: Elaboració pròpia

7. Webs i mitjans especialitzats



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



Portals especialitzats MICE
meetingsinternational.se
kick-off.se
konferensvarlden.se

Font: Elaboració pròpia

8. Top agències del sector



Top 5 agències sector (Suècia)

Egencia
egencia.com

Hogg Robinson Nordic
se.hrgworldwide.com/

Amex GB
amexgbt.com

BCD Travel/Ticket Biz
bcdtravel.com/se/
ticketbiz.se

Top OTA (Suècia)

Egencia
egencia.com

Ticket
www.ticketbiz.se/

Resia
resiatravelgroup.se

Font: Elaboració pròpia

Regne Unit

Aicard Guinovart

Director de l'Oficina del Regne Unit

The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Regne Unit

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

Sector Corporatiu
€ 214,265*
Sector Associatiu
€ 148,964*



Pressupost
anual mitjà per
esdeveniments

Sector Corporatiu
34
Sector Associatiu
32



Nombre mitjà
d'esdeveniments
durant l'any

1,5 dies



Durada
mitjana de
l'esdeveniment

*Data de canvi de moneda: 30.1.2018
Font: The British Meetings & Events Industry Survey 2017/2018

2. Principals indústries emissores de reunions



Finances
Banca
Assegurances



Farmacèutic
Sanitari



Indústria
Manufactura



TIC
Tecnològic



Construcció
Enginyeria

Font: Estudi Coach Omnium 2017

3. Tipologia d'esdeveniments

Despesa directa per tipus d'esdeveniment:

1. Conferències i reunions (22,6 bilions d'euros*)
2. Fires (12,4 bilions d'euros*)
3. Viatges d'incentiu (1,3 bilions d'euros*)
4. Esdeveniments corporatius (1,3 bilions d'euros*)
5. Esdeveniments a l'aire lliure (1,2 bilions d'euros*)

*Data de canvi de moneda: 30.1.2018
Font: Eventbrite. An introduction to the UK event industry in numbers, August 2016.

4. Destinacions



Font: The British Meetings & Events Industry Survey 2017/2018

5. Tendències

Esdeveniments organitzats amb l'ajuda de tercers*



*DMC i agències britàniques d'organització d'esdeveniments

6. Com planifiquen?

Sector associatiu:

planifica els seus esdeveniments amb 9 mesos d'antelació, tot i que el 39% ho fa amb un any d'antelació o més.

Sector corporatiu:

la mitjana és una mica inferior (8 mesos) i, de fet, més de la meitat (53%) planifica amb 6 mesos o menys

Font: The British Meetings & Events Industry Survey 2017/2018.

7. Webs especialitzats



meetpie.com

Principal portal d'informació i de notícies del sector MICE al Regne Unit que forma part del grup CAT Publications

eventbrite.co.uk

Portal per buscar proveïdors per l'organització de qualsevol tipus d'esdeveniment a nivell internacional

mashmedia.net

Portal d'informació del sector d'esdeveniments i fires al Regne Unit

www.citmagazine.com

Portal d'informació pel sector de reunions i d'incentius amb una revista que es distribueix a 18.500 organitzadors d'esdeveniments

8. Top 5 agències del sector



1. Jack Morton Worldwide
jackmorton.com

2. Banks Sadler
banks-sadler.com

3. CWT Meetings & Events
cwt-meetings-events.com

4. Capita Travel & Events
capitatravevents.co.uk

5. Ashfield Meetings
ashfieldhealthcare.com

Font: C&IT. Top 50 UK agencies ranked by event-based turnover

Rússia i països de l'Est

Josep Maria Perramon

Director de l'Oficina dels països de l'Est



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right. The second line has a pink dot on the left. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right. The fifth line has a blue dot on the left and a pink dot on the right.

Rússia i països de l'Est

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

Lleu creixement després de la crisi de 2014

1000 € per persona

4-5 nits

50% 30-40 pax
40% 100-150 pax
2% + 800 pax



Volum de negoci



per viatge



Durada mitjana



Nombre de persones per esdeveniment

Font: Elaboració pròpia

2. Principals indústries emissores de reunions



TIC
Tecnologia
Telecomunicació



Química
Farmacèutica
Cosmètica



Automòbils



Comerç
i gran
distribució

Font: Elaboració pròpia

3. Com viatgen i on viatgen?

Com viatgen

Agències especialitzades

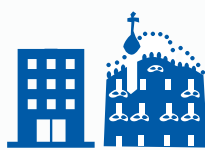


Travel manager propi



On viatgen

Hotels venues



Font: Elaboració pròpia

4. Zones emissores i destinacions

Ciutats de + d 1 M d'habitants



Belarús, Kazakhstán, Azerbaidjan
menys, per dificultat d'obtenir visats

60% dins del propi país

40% fora del país

65% ex repúbliques soviètiques
25% Europa
10% Àsia, Orient Mitjà

Destinacions a Catalunya/Espanya

75% Catalunya (25% Madrid, Balears, València)
50% Barcelona
20% Costa Daurada
15% Costa Brava
10% Costa Barcelona

Font: Elaboració pròpia

5. Quan viatgen?



Primavera



Tardor

Font: Elaboració pròpia

6. Suggeriments



Cal oferir-los tot en l'idioma del client



Noves idees d'activitats en rus

Font: Elaboració pròpia

7. Què valoren per triar destinació?

Preu



Vol directe



Interès de fer negoci



Originalitat i varietat



Font: Elaboració pròpia

8. Tipologia d'esdeveniment que fan

Viatges d'incentius



Teambuilding



Congressos



Font: Elaboració pròpia

9. Webs/mitjans especialitzats



Buyingbusinesstravel
buyingbusinesstravel.com.ru/news/mice/

BTA Ukraine
btaukraine.com



Mice & more.org
miceandmore.org

Mice
mice.ru

Business Travel
bt-magazine.ru

Business Traveller
businesstraveller.com.ru

Font: Elaboració pròpia

10. Top 5 agències del sector



1. Events Premo
eventum-premo.ru

2. Aeroclub Tour
aeroclub-tour.ru

3. MaxiMICE
maximice.ru

4. Podiezhiki
podegiki.ru

5. UTS Group
utsgroup.org

Font: Elaboració pròpia

Singapur

David Miró

Director de l'Oficina d'Àsia-Pacífic



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Singapur

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

Pressupost per persona en els viatges al Sud-est Asiàtic

USD 800

Pressupost per persona en els viatges a Europa

USD 3.200

Grups de 40 persones



Viatges de 4 dies i 3 nits



2. Sectors d'activitat de les empreses



Bancs i finances



Asseguradores



Construcció



Màrqueting piramidal



Retail

3. Com i quan viatgen?



Prefereixen els hotels de 4 estrelles de grans cadenes internacionals



Proximitat de zones de *shopping*



Prioritzen destinacions amb vols directes



Viatgen preferiblement de març a maig i el mes de setembre



Sopars de gala i activitats de *team building*



Reunions, conferències i activitats culinàries

5. Tendències



Indispensable una forta oferta de *shopping*



Restriccions alimentàries, com ara el menjar *halal* o vegetarià donada la diversitat ètnica i religiosa de Singapur (xinesos, malais i indis; budistes, musulmans, hindús i cristians)



Solen rebre propostes de reserva, de diverses agències



Fan servir una combinació de serveis de DMC i contactes directes durant la planificació dels viatges

7. Mitjans i agències especialitzades



TTG MICE Asia-Pacific
ttgmice.com



Biz Events Asia
bizeventsasia.com

Dynasty Travel
dynastytravel.com.sg

Air Sino-Euro Associates (ASA Holidays)
asaholiday.com

Carlson Wagonlit
carlsonwagonlit.com

Chan Brothers MICE & Travel
chanbrothers.com
micechanbrothers.com

CTC Travel
ctc.com.sg

SA Tours
satours.com

4. Destinacions



6. Suggeriments per al tractament d'aquest mercat

És important aportar un grau de novetat rellevant

No oblidar el factor activitat de *shopping*

Els tempos a l'hora de decidir una destinació no són ràpids, cal perseverar

Oferir serveis via les DMC's

Aportar un protocol de mesures de seguretat, explicant com evitar fàcilment ser víctima de robatoris

Compilació de diferents opcions en els àpats

8. Què valoren a l'hora de triar destinació?



1. El preu



2. La seguretat



3. Les restriccions alimentàries



4. Una bona oferta de *shopping*

Tailàndia

David Miró

Director de l'Oficina d'Àsia-Pacífic



The page features five horizontal dotted lines. The first line has a blue dot on the right side. The second line has a pink dot on the left side. The third line has a blue dot in the center. The fourth line has a pink dot on the right side. The fifth line has a blue dot on the left side and a pink dot on the right side.

Tailàndia

Mercat emissor de reunions 2018

1. Xifres clau

El 21% dels tailandesos viatgen per MICE



La tendència a combinar feina amb oci (*bleisure*), allarga els viatges



2. Sectors d'activitat de les empreses



Farmacèutica i química



Asseguradores



Electrònica



Bancs



Empreses d'automoció

3. Com i quan viatgen?



Viatgen a destinacions nacionals i internacionals



Contracten serveis d'agències



Preferència pels espais urbans rics en cultura



Busquen una bona oferta de *shopping* amb varietat de marques europees de moda i vestir



Dues temporades de viatges: gener-març i maig-setembre

4. Zones emissores i destinacions



5. Tendències



Prioritzen la bona ubicació de l'establiment hotel·ler (49%), un preu competitiu (29%) i l'experiència prèvia amb l'hotel o la seva cadena (24%)



Un 39% s'interessa per tastar la cuina local



Compren marques o articles que no troben al seu país (38%), regals (37%) i articles amb identitat pròpia de la destinació (23%)

6. Suggeriments per al tractament d'aquest mercat



Adaptar alguns materials informatius disponibles de la destinació visitada en tailandès



Els mesos més adients per a les campanyes de comunicació i màrqueting en general són desembre-gener, i juny-juliol

7. Mitjans especialitzats



Thailand MICE
thailandmice.com

TTG MICE Asia-Pacific
ttgmice.com

Biz Events Asia
bizeventsasia.com

8. Agències del sector



Abacus Travel Service co. Ltd.
goholidaynow.com

Cbs Travel Asia
cbstravelasia.com

Version Three Travel
version3travel.com

World Surprise Travel
worldsurprise.com

Serveis del Catalunya Convention Bureau

Serveis per a empreses proveïdores

Darrera 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:



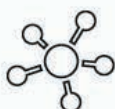
Et donem **accés complert a informació especialitzada** del sector



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 d'altres agents del sector**, facilitant la generació d'**oportunitats de co-màrqueting i networking**



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



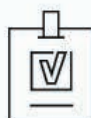
Et donem **cabuda i visualització** als diferents canals de comunicació de l'Agència Catalana de Turisme

Serveis per a empreses organitzadores

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

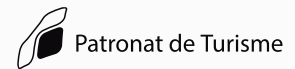


Et facilitem la **documentació** que puguis necessitar a **nivell turístic o informatiu** per als teus congressistes



Tenim un **ampli coneixement del país** i dels seus recursos a **nivell de turisme de negocis** que tindràs a la teva disposició

Socis / Membres ACT



Partners



act.gencat.cat
catalunya.com

Agència Catalana de Turisme
Febrer 2019

