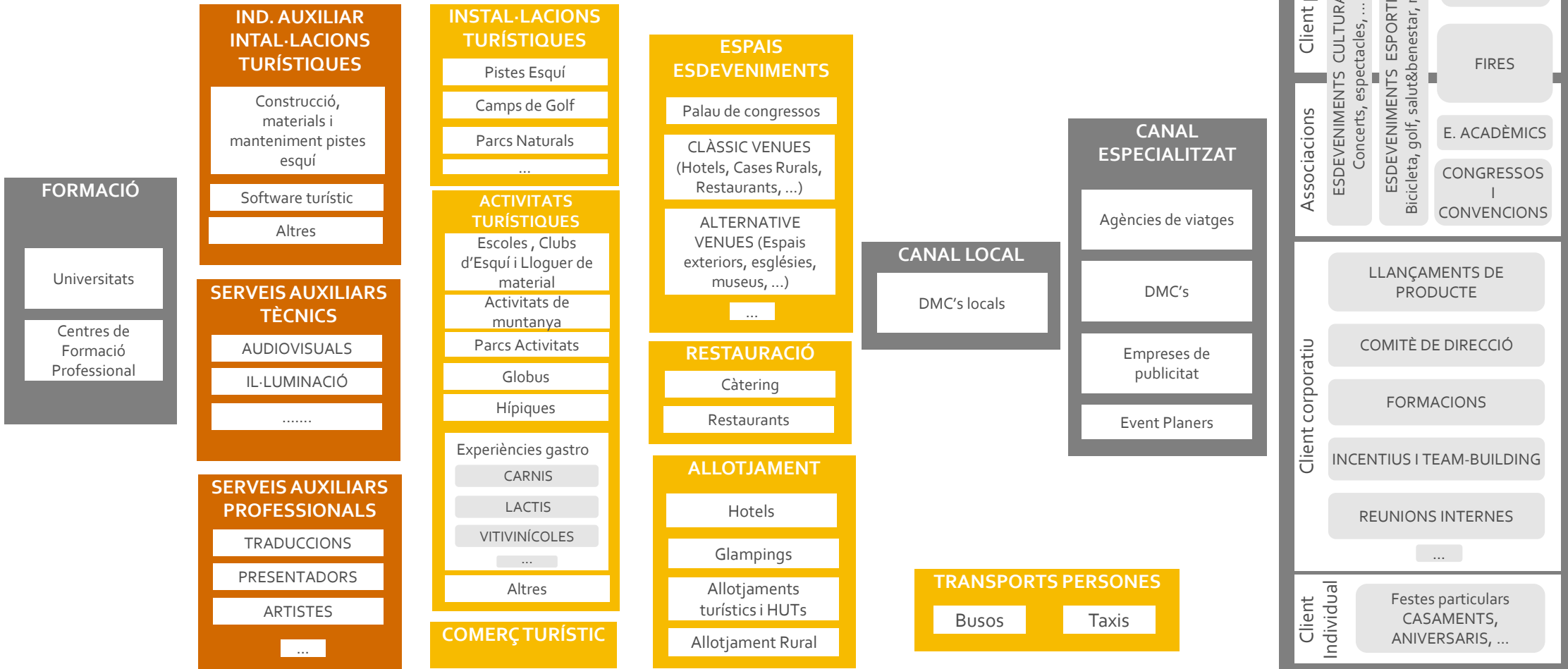


El turisme corporatiu a la Cerdanya

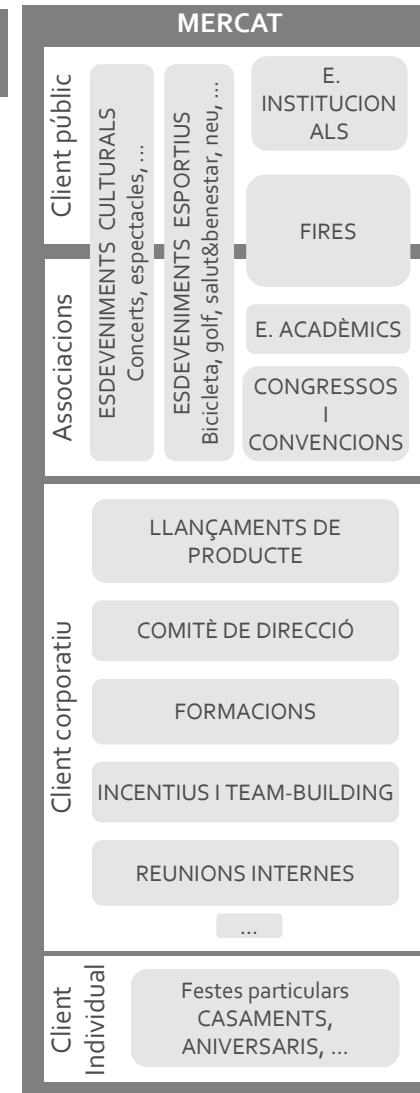
Cadena de valor Turisme MICE a la Cerdanya

AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...



Cadena de valor Turisme MICE a la Cerdanya

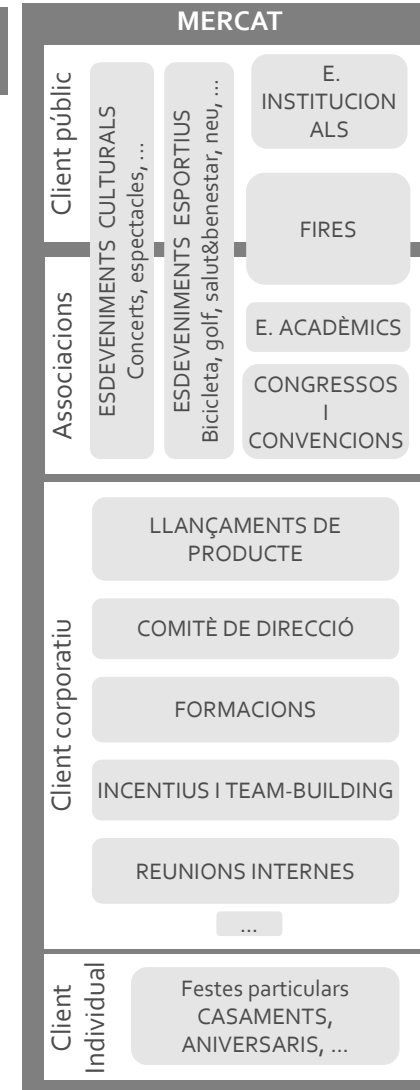
AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...



Cadena de valor Turisme MICE a la Cerdanya

AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...

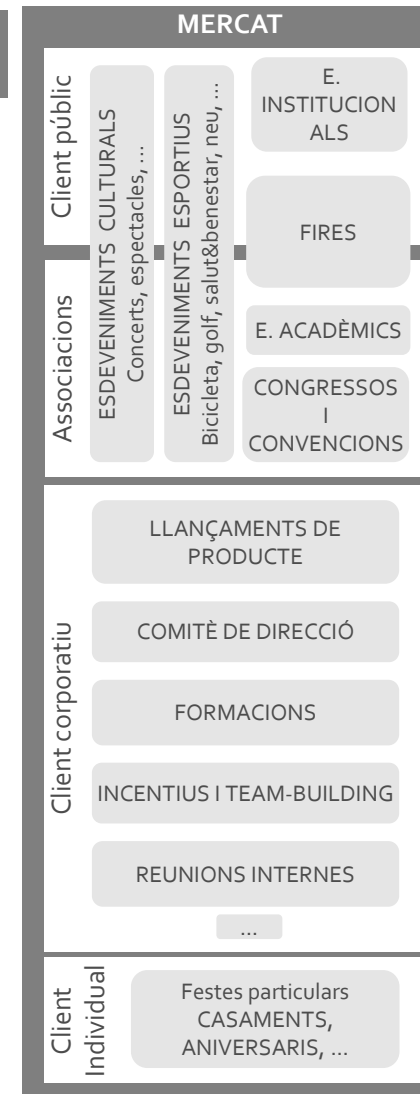
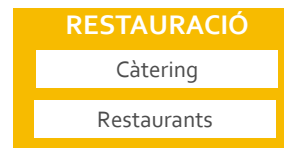
- Hi ha poques places hoteleres en total – no estem preparats per acollir grans esdeveniments
- Hotels petits i no preparats per acollir a grups de més de 50 persones en un mateix allotjament – més preparats per acollir grups escolars que no grups empresarials – dificultat de gestionar dos tipologies de grups simultàniament
- Només 2/3 hotels poden acollir fins a 100 persones
- Moltes vegades no disposen de les instal·lacions necessàries per acollir reunions d'empresa
 - Sales de reunions petites – màxim 30-40
 - En general poc sofisticades tecnològicament
 - Moltes vegades no situades en els millors entorns (soterranis reconvertits en espais de reunions)
- Apareixen noves alternatives d'allotjament (glampings) que poden tenir cert potencial en el turisme corporatiu
- Els allotjaments turístics comencen a considerar-se com a alternativa per alguns viatges corporatius



AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...

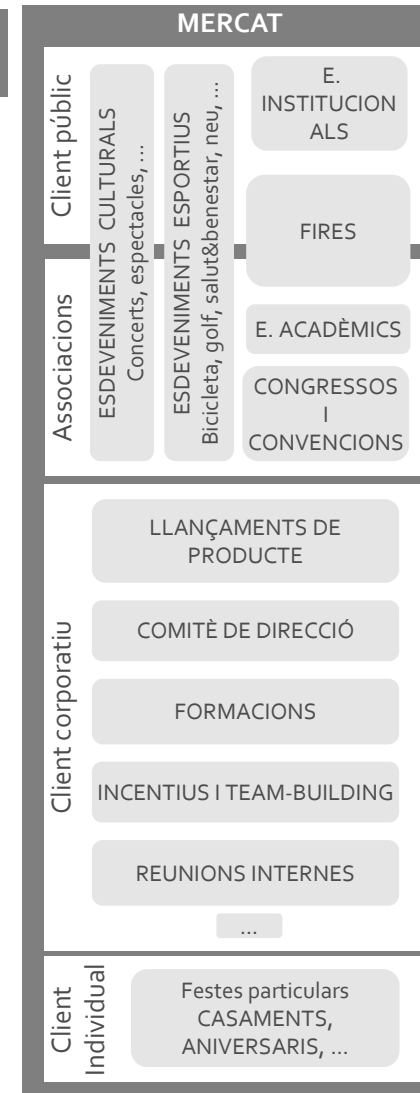
RESTAURACIÓ

- Existeixen iniciatives interessants com Cuina Pirinenca enfocada a reforçar el producte local a la zona
- Entre setmana la oferta gastronòmica oberta és molt limitada "Tenim problemes perquè obrim entre setmana! No podem portar grups si després no els podem enviar a sopar enlloc"
- Manca d'empreses de càterring especialitzades tot i que alguna vegada des dels restaurants actuals s'ha pogut cobrir el tema, però no per atendre a un congrés de 500 o 700 persones



AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...

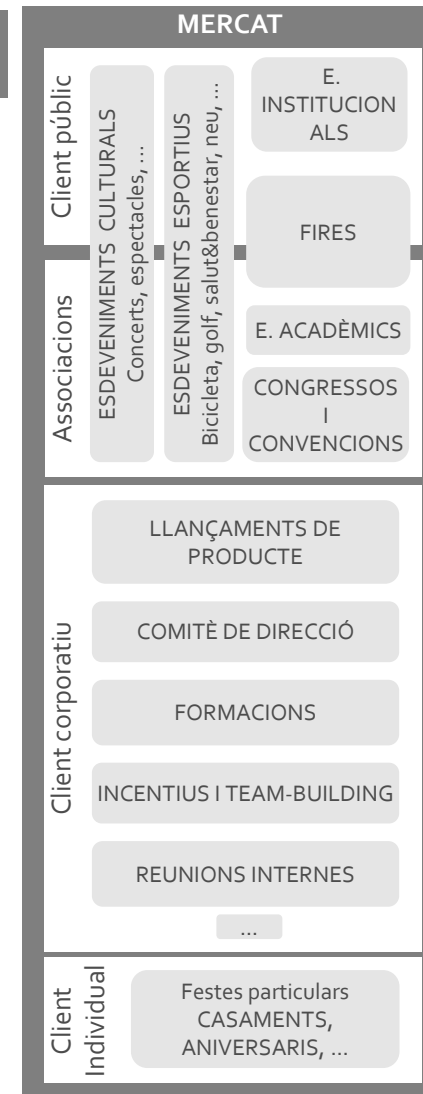
- El Palau de Congressos d'Alp té limitacions tecnològiques i de flexibilitat de l'espai per poder-hi fer grans esdeveniments
- Existeixen alternative venues que podrien usar-se per esdeveniments corporatius amb algunes petites inversions



AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...



- Existeix una oferta rica d'espais i activitats turístiques especialitzades, algunes treballen de manera habitual amb el client corporatiu, però per la majoria és un gran desconegut
- Hi ha certa dificultat per treballar de manera simultània amb grups grans
- Existeix una oferta d'experiències gastronòmiques que podrien desenvolupar productes específics per al client corporatiu

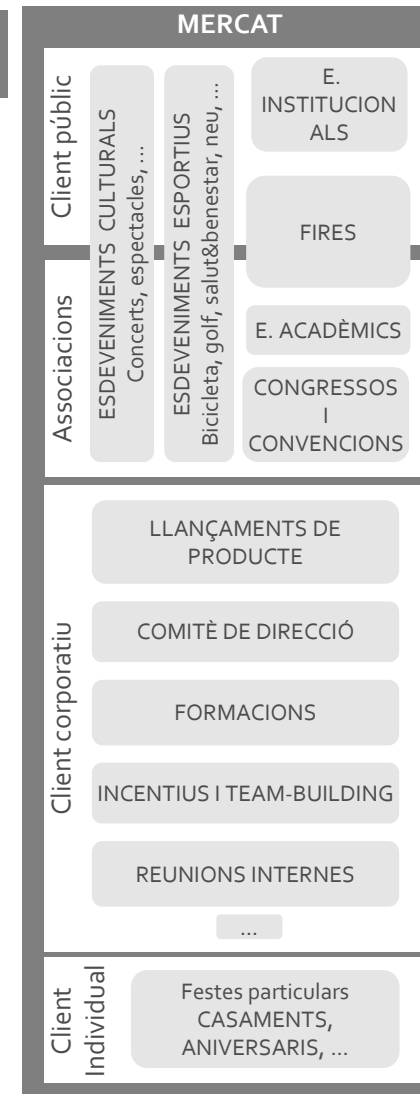


Cadena de valor Turisme MICE a la Cerdanya

AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...



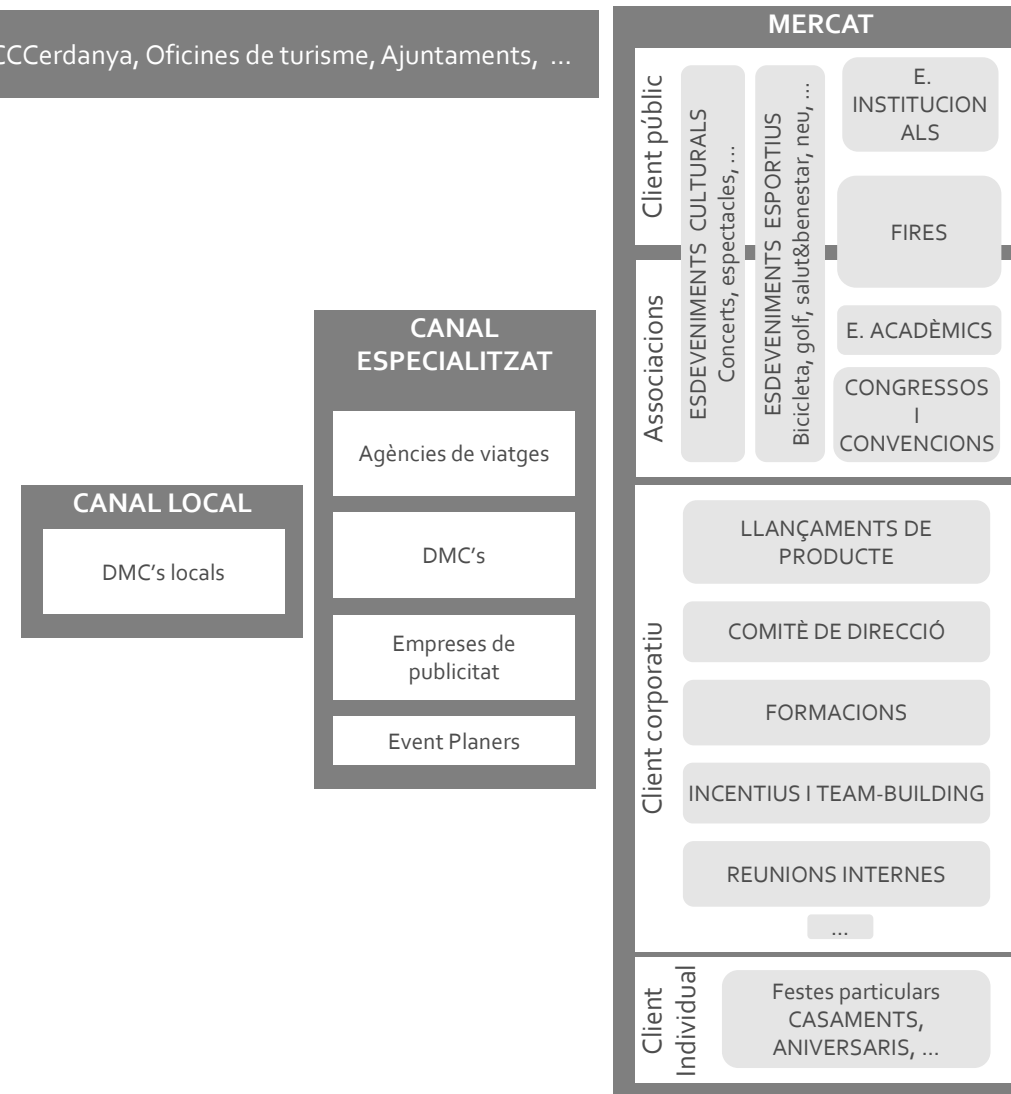
- Manca una cadena de valor de serveis auxiliars (professionals i tècnics) per donar servei a esdeveniments de certa dimensió



Cadena de valor Turisme MICE a la Cerdanya

AAPP: Patronat de Turisme de Lleida, Patronat de Turisme de Girona, Agència Catalana de Turisme, CCCerdanya, Oficines de turisme, Ajuntaments, ...

- S'han identificat molt pocs DMC's o organitzadors d'esdeveniments locals
- El canal especialitzat de referència (ubicat a Barcelona) no ens coneix com a destí que treballi amb el segment corporatiu tot i que mostra interès



Conclusions Caracterització

- La Cerdanya té una cadena de valor **especialitzada en donar servei al turisme d'oci d'origen català**
- A nivell de turisme de grups es treballa, sobretot a l'hivern, **el turisme escolar**
- Pel que fa al turisme corporatiu existeixen experiències prèvies exitoses impulsades sobretot per alguns hotels i empreses d'activitats, però:
 - En general no existeix una estratègia de captació d'aquests esdeveniments (ens venen a comprar)
 - L'oferta no està estructurada per oferir un producte complet
 - Els hotels actuen, a la pràctica, com a petit DMC's local que munta i coordina l'esdeveniment
 - No estan identificats tots els actors amb interès en treballar el sector corporatiu
 - Només una empresa forma part del Costa Brava Convention Bureau
 - No s'ha fet promoció conjunta com a destí per reunions corporatives (assistència a fires, promoció online, ...)
- Les **infraestructures** (allotjament, restauració, venues, ...) estan preparats per **captar grups petits**, amb certes dificultats s'ha pogut organitzar algun congrés per més de 600 de manera molt excepcional.
- **No existeix** una indústria auxiliar especialitzada en turisme corporatiu

Canvis i tendències en el turisme corporatiu

Què és el turisme MICE (corporatiu)?

Dins del turisme corporatiu tenim el turisme de negocis (qualsevol viatge per motiu de feina) i de manera diferenciada el turisme **MICE**. El turisme MICE està **vinculat a esdeveniments** és un acrònim anglès que fa referència al turisme de negocis vinculat a: reunions, congressos, convencions i incentius.



19% del total



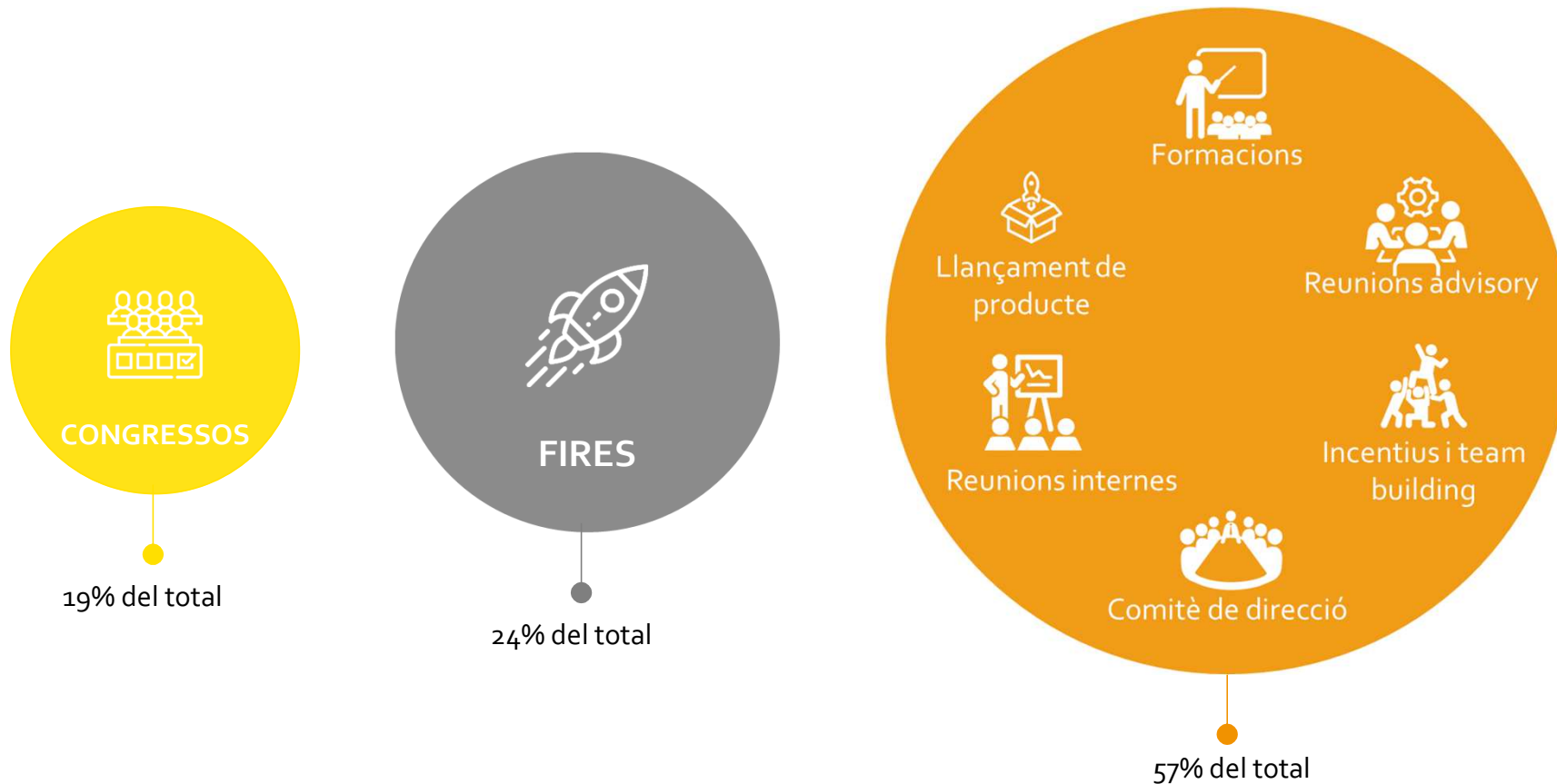
24% del total



57% del total

Què és el turisme MICE (corporatiu)?

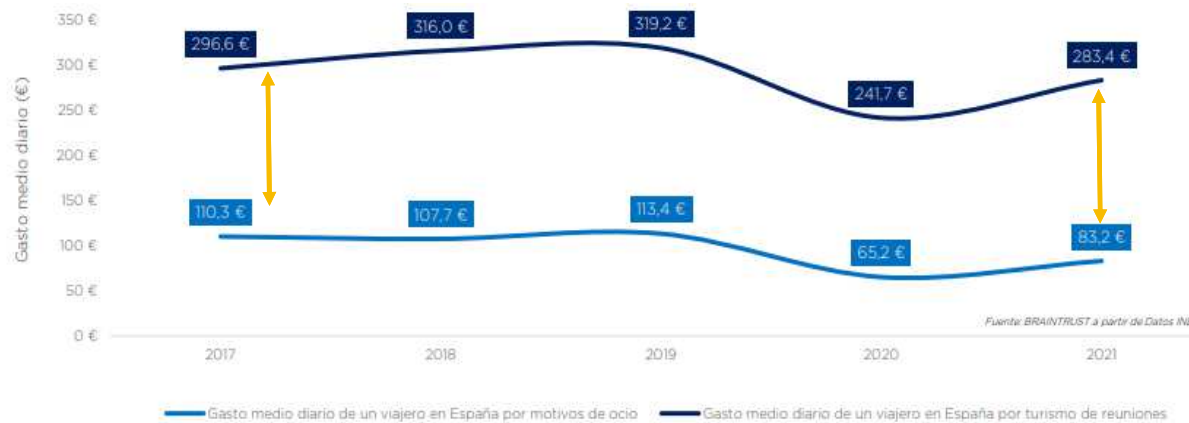
Dins del turisme corporatiu tenim el turisme de negocis (qualsevol viatge per motiu de feina) i de manera diferenciada el turisme **MICE**. El turisme MICE està **vinculat a esdeveniments** és un acrònim anglès que fa referència al turisme de negocis vinculat a: reunions, congressos, convencions i incentius.



El turisme corporatiu

GASTA MÉS I ENTRE SETMANA

El turisme corporatiu és especialment atractiu per la seva despesa superior respecte al turisme d'oci i també perquè es dona lloc fora de temporada alta (desestacionalitza)



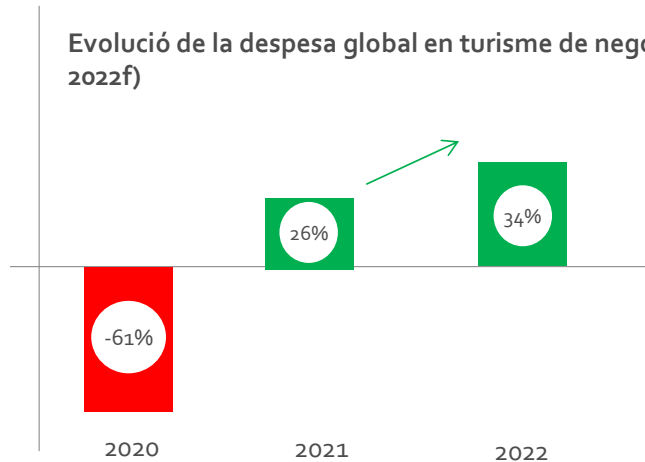
Font: Spain Convention Bureau, » SPAIN WHERE MEETING BUILDS SUSTAINABLE VALUE» 2021

El turisme corporatiu

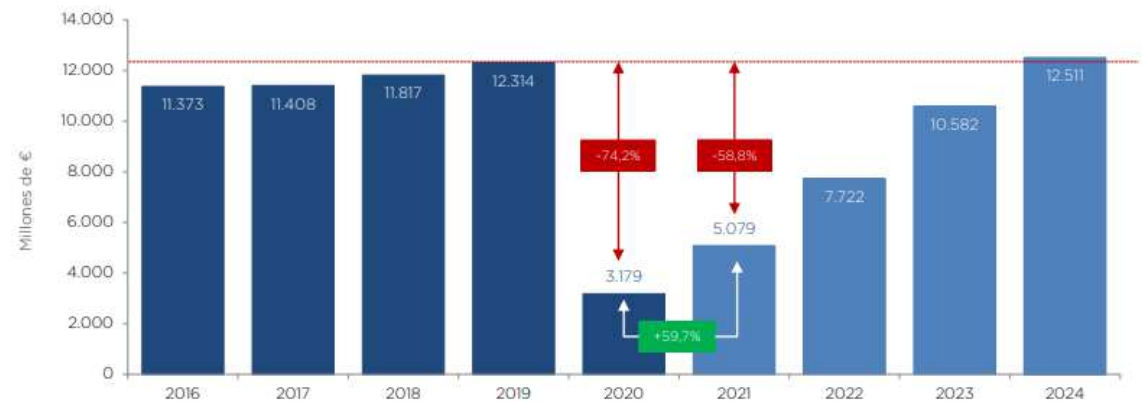
ES RECUPERA I CREIX

El turisme corporatiu es recupera i creix la despesa a nivell global tant a nivell internacional com per viatges locals. La recuperació total s'estima al 2024. El 96% dels viatgers de negocis volen tornar a viatjar per feina aquest 2022.

Evolució de la despesa global en turisme de negocis (2020-2022f)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de Adapting To Endemic Covid-19: The Outlook For Business (McKinsey, 2021)



Fuente: Estimaciones Braintrust a partir de datos de ETR, FRONTUR y EGA TUR (Instituto Nacional de Estadística)

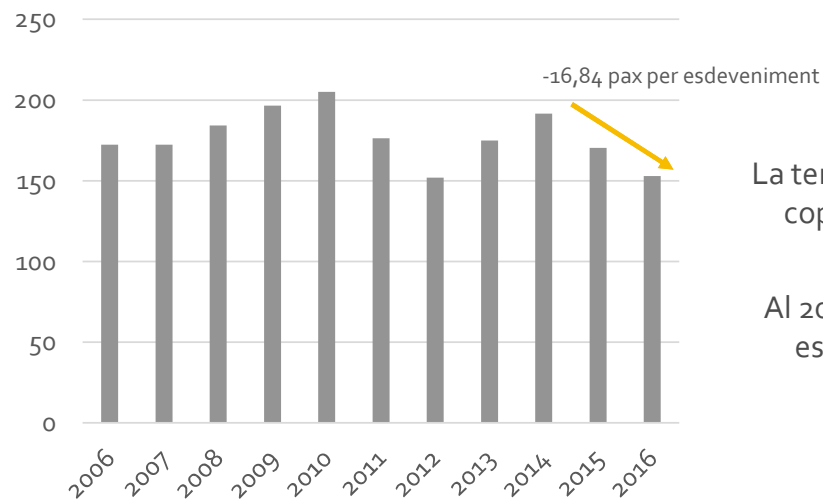
Font: Spain Convention Bureau, « SPAIN WHERE MEETING BUILDS SUSTAINABLE VALUE» 2021

El turisme corporatiu

PETIT I ALTERNATIU ESTÀ MILLOR POSICIONAT

Es consolida la tendència pre-covid de reunions més petites, en espais alternatius i vinculats amb la natura

Número de participant per esdeveniment (2006-2016)



La tendència és la d'organitzar cada cop esdeveniments més petits.

Al 2016, el promig d'assistents per esdeveniment va ser de 153,6 persones.

Font: Spain Convention Bureau

Resumption of activities by phase

	Proximity	Travel reason	Sector
Earlier recovery	<p>Regional travel that can be completed in a personal or rented vehicle</p>	<p>In-person sales or client meetings, and essential business operations</p>	<p>Manufacturing, pharmaceuticals, and construction</p>
	<p>Domestic travel by air or train</p>	<p>Internal meetings, training programs, and other small-group gatherings</p>	<p>Tech, real estate, finance, and energy</p>
Later recovery	<p>International air travel abiding by government regulations and restrictions</p>	<p>Industry conferences, trade shows, exhibitions, and events</p>	<p>Healthcare, education, and professional services</p>

Source: Interviews with travel managers conducted between June 22 and July 9, 2020; McKinsey analysis

El turisme corporatiu

SOSTENIBILITAT

La sostenibilitat és clau i està evolucionant cap a turisme regeneratiu, on es busca una visió 360° i que les experiències generin un impacte positiu en els llocs visitats (on es realitzen els esdeveniments).

CONSUM DE PRODUCTES LOCALS I SOSTENIBLES (càterings, ...)



ACTIVITATS NO CONTAMINANTS I SOSTENIBLES

ÚS de MATERIALS SOSTENIBLES

CÀLCUL DE LA PETJADA DE CARBONI



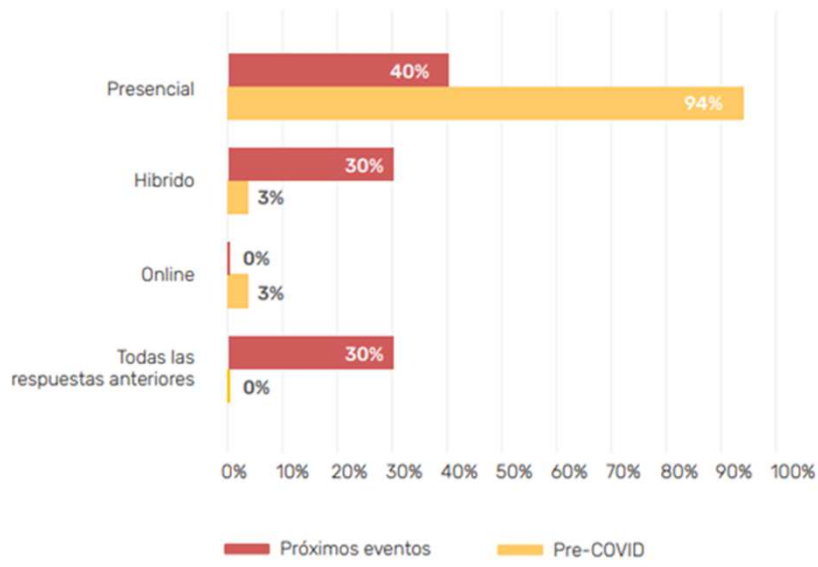
TRANSPORT SOSTENIBLE

IMPACTE POSITIU en el DESTÍ

El turisme corporatiu

HÍBRID I DIGITAL

El nou dia a dia digital ha impactat clarament (1) desenvolupant esdeveniments híbrids i digitals (2) revaloritzant les reunions presencials (són especials) on es busca potenciar l'experiència



Font: 2021, Spain Convention Bureau, Barómetro 2021

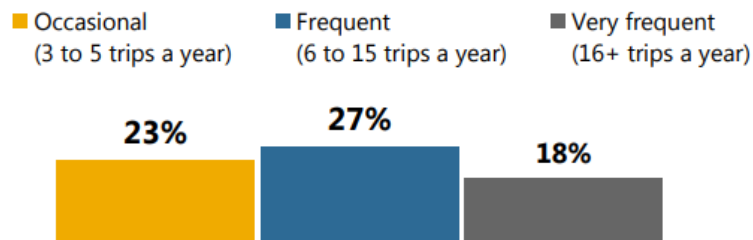
El turisme corporatiu

BLEISURE

Les activitats més enllà de la feina es converteixen en clau a l'hora d'organitzar els viatges corporatius, ja sigui com a bleisure o com a part del viatge laboral es posen al centre de l'organització de l'esdeveniment. Activitats relacionades amb l'alimentació, visita d'entorns naturals o activitats d'exterior són algunes de les més destacades.

BUSINESS + LEISURE: Turista corporatiu que allarga l'estança un o dos dies per fer activitats d'oci a algun esdeveniment fora de l'entorn laboral.

The Bleisure Bump: Business travelers who don't travel quite as much are even more eager to make the most of it...



Travelers Adding Vacation Time to 26%-50% of Trips

Table 2: What Makes a Great Bleisure Destination?

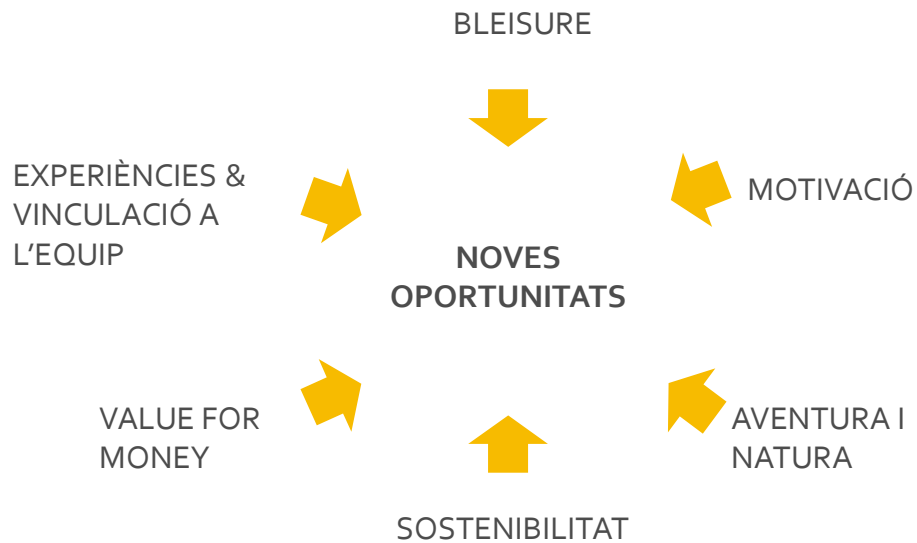
Bleisure Activity	% Popularity
Food/restaurants	56%
Beaches	52%
Natural sightseeing locations	51%
Weather	50%
Historical monuments/sightseeing	49%
Museums/art/culture	41%
Iconic/bucket list/must visit	39%
Outdoor Recreation	34%

Source: Expedia Group Media Solutions, Unpacking Bleisure Traveller Trends

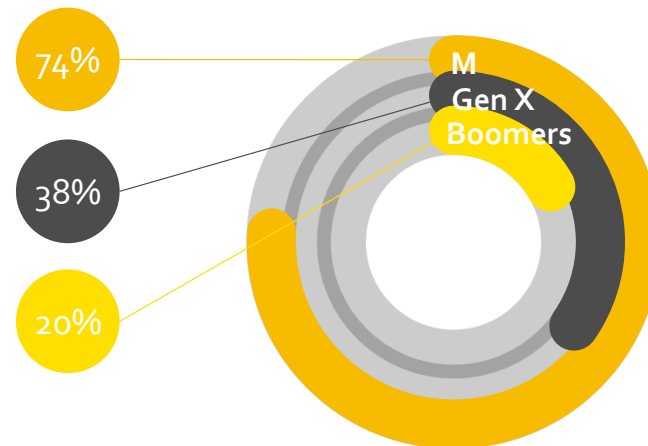
El turisme corporatiu

NOVES GENERACIONS, NOVES FORMES DE VIATJAR

Les noves generacions están obertes a noves formes de viatjar i allotjar-se. Busquen destins més alternatius (natura) i vinculats a l'aventura



74% dels millenials s'ha allotjat en apartaments a l'hora de viatjar per feina



Font: Elaboració pròpia a partir de Generation Gap, How your age says about how you travel? Hipmunk Annual Report 2016

El turisme corporatiu

CONCLUSIONS

- El 2023 i sobretot el 2024 seran els anys de la recuperació del turisme corporatiu, tant a nivell de captació de visitants internacionals com del turisme intern (català)
- Els esdeveniments de grups reduïts i en entorns naturals cada vegada són més valorats
- Les reunions presencials són esdeveniments més especials que mai i l'atenció a l'experiència de l'usuari és clau
- La sostenibilitat evoluciona cap a turisme regeneratiu amb un important impuls del consum de productes locals, realització d'experiències vinculades a la cultura o amb les comunitats locals
- No es busca el luxe per el luxe sinó l'exclusivitat de participar en esdeveniments únics en entorns especials
- La presència de noves generacions obre la porta a allotjaments, activitats i venues alternatius



El turisme corporatiu

QUINS SÓN ELS PRINCIPALS CRITERIS DE COMPRA DE LA DEMANDA?



TRAVELADVISORS



Costa Brava Girona
Convention Bureau

MEETCERDANYA



amfivia
OUTDOOR EVENTS MANAGEMENT



INTERNATIONAL MEETINGS



GRUPO PACIFICO
The power of meeting



Dicom
The unique
events Agency



El turisme corporatiu

QUINS SÓN ELS PRINCIPALS CRITERIS DE COMPRA DE LA DEMANDA?

ALLOTJAMENTS

- Oferta d'allotjament **tots junts** en un mateix espai (cohesió de l'equip)
- Hotels habitualment de 4*
- En menor mesura allotjaments alternatius

RESTAURACIÓ

- És un dels puntals en la organització dels esdeveniments
- Durant les reunions es busca producte saludable, i sostenible (opcions veggie, sense alcohol als dinars, ..) i a "domicili"
- Descobrir el territory per la seva gastronomia (no sempre el mateix)
- Opcions de sopar fora després de les reunions

ACTIVITATS

- Activitats complementaries (molt variable perquè no tothom sport)- boom bici elèctrica , raquetes
- Desplaçaments màxim a 30 min un cop en destí (hotel-activitat-sopar- venue)
- Alguna activitat diferencial per posicionar (esqui nocturn..)

RELACIÓ PROVEÏDORS

- Rapidesa en la relació i resposta (pressupostos, ...)
- Flexibilitat i capacitat d'adaptació

ALTRES

- Desplaçaments fins al destí menors de 200km
- Sostenibilitat "certificada"
- Proveïdors auxiliars locals i fiables
- Flexibilitat i capacitat d'adaptació