

eurecat

Centre Tecnològic de Catalunya



Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics

Informes del LAB IIT 2/2020



Patronat de Turisme



Diputació Tarragona


Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics

Els esdeveniments són un gran catalitzador de l'activitat turística i una eina clau per a les estratègies de les organitzacions. Segons les dades de l'INE, l'any 2019 l'afluència a Catalunya de viatgers estrangers per motiu de viatge negocis/ congressos, va ser de 1.610,4 milers de turistes, amb una despesa de 1.741,9 milions d'euros.

En concret, a Barcelona, que encapçala la quarta posició de les ciutats d'Europa i del món en acollir un major nombre de congressos internacionals, segons l'Associació de Congressos i Convencions Internacionals (ICCA), la despesa per congressista va ser de 120,22€/dia.

A la Destinació Barcelona, la durada mitjana dels congressos es va situar en 3,19 dies, l'any 2019. La mitjana a la ciutat

de Barcelona fou de 3,13 dies i a la resta de ciutats, de 3,43 dies. No obstant, l'estada mitjana dels congressistes va ser superior a la capital catalana que a la resta de la Destinació Barcelona, amb una prolongació mitjana de 2,12 dies en el primer cas i d'1,23, en el segon, segons el resum executiu 2019 de l'Observatori del turisme de Barcelona.

 Observatori del turisme de Barcelona
Resum executiu 2019



Tendències abans de la Covid-19

Abans de l'arribada de la Covid-19, el món dels esdeveniments ja estava vivint una transformació. Així, l'any 2019 el turisme de reunions, congressos, convencions i viatges d'incentiu (MICE de les sigles en anglès) ja estava immers en una clara tendència cap a la **digitalització**. De fet ja des d'abans de la Covid-19, la revolució digital i l'ús de les xarxes socials han afavorit la creació de valor en les reunions, facilitant l'*engagement*, el debat, la discussió, la conversa i el *networking*.



La revolució digital i l'ús de les xarxes socials han afavorit la creació de valor en les reunions.

Tot i així, la presencialitat continua sent l'element més important per als participants en un esdeveniment i és bàsica per a l'intercanvi. D'altra banda, els clients demanen viure experiències i comptar amb activitats per involucrar-se millor en el contingut.

L'augment de la personalització permet als assistents gaudir d'una experiència més ajustada als seus gustos i necessitats concretes. Per a això, el **Big Data** és essencial perquè permet elaborar un perfil de comportament i hàbits de viatge dels assistents molt útil per personalitzar productes i serveis de seus, hotels i altres empreses turístiques. D'altra banda, conèixer millor al client permet personalitzar la seva experiència, augmentar la seva satisfacció i generar més ingressos. Algunes de les activitats que són tendència actualment giren al voltant dels recursos i de la identitat de la cultura local oferint per exemple, experiències gastronòmiques originals que aporten valor afegit a l'esdeveniment.



El Big Data permet elaborar un perfil de comportament i hàbits de viatge dels assistents.

Per altra banda, han aparegut **nous formats** que deixen enrere la pròpia sala de reunions com a espai exclusiu per celebrar un esdeveniment i donen pas a espais modulables i amb mobiliari a mida segons l'acte. Hi ha els espais dels hotel, que es dissenyen per facilitar el diàleg i el pensament creatiu, però també d'altres de diferents i originals, com ara antigues fàbriques, pàrquings, palaus, naus industrials, hivernacles, mercats i, fins i tot, cellers.

En relació a la **localització**, és important que la destinació on es desenvolupa l'esdeveniment tingui una àmplia oferta d'activitats disponibles més enllà de la reunió, ja que en els últims anys, el fenomen de "**Bleisure**" ha guanyat molt de pes i els turistes de reunions aprofiten els seus viatges de negoci per a fer uns dies de turisme a la destinació.

Cal destacar, finalment, entre les tendències en el sector dels esdeveniments abans de la Covid-19, la **sostenibilitat**. Com en altres segments i productes ha adquirit també importància en el turisme de negocis i es preveu que continuï creixent els propers anys. Així doncs la seva incorporació en l'àmbit dels esdeveniments es converteix en una palanca de canvi amb el compromís integral de tots els agents implicats.



Els turistes de reunions aprofiten els seus viatges de negoci per a fer uns dies de turisme a la destinació.

Reorientació del sector MICE a partir de la Covid-19

En vistes als propers anys, la tecnologia seguirà marcant el sector MICE, amb un augment dels **esdeveniments híbrids**, que reuneixen públic amb presència física i virtual simultàniament i que permeten l'accés de participants de diferents parts del món quan existeixen restriccions a la mobilitat i d'aforament.

 [Punto Mice. Esdeveniments híbrids](#)

“

El sector MICE estarà marcat per l'arribada dels esdeveniments digitals amb la presència d'intel·ligència artificial o realitat virtual.

Així mateix, el sector MICE estarà marcat per l'arribada dels **esdeveniments digitals** caracteritzats per la presència d'intel·ligència artificial o realitat virtual. Tot i això, es tracta encara de formats en evolució, segons l'informe del 2018 "XR Radiografía de la realidad virtual, aumentada y mixta en España".

 [Ostelea. Esdeveniments digitals](#)

 [XR Radiografía de la realidad virtual, aumentada y mixta en España](#)

El sector MICE afronta molts reptes pels efectes immediats de la pandèmia i com a conseqüència dels efectes econòmics generats. Es tracta d'una indústria notablement resilient amb professionals preparats per liderar la recuperació.

Sectorialment, els hotels especialitzats en MICE s'han adaptat per tal de mantenir o millorar el seu avantatge competitiu en el mercat. Per aquest motiu, ofereixen serveis com "Room Office", transformant habitacions en oficines privades o com "Work for Anywhere", que des del 2020 ofereixen alguns establiments de la cadena hotelera Marriott, que inclouen tres paquets turístics que permetien unir l'oci i el treball. Una iniciativa com "**Techmeetings by Vincci Hotels**" permet connectar als assistents sense la necessitat que tots es trobin de manera presencial en el mateix lloc, gràcies a la tecnologia avançada dels establiments de la cadena, a Espanya i Portugal.

“

Sectorialment, els hotels especialitzats en MICE s'han adaptat per tal de mantenir o millorar el seu avantatge competitiu en el mercat.

 [Techmeetings by Vincci Hotels](#)

Pel que fa als espais de reunions s'han reorientat també per poder celebrar esdeveniments amb èxit i amb totes les garanties de seguretat.



Perspectives de futur

El coronavirus ha marcat un abans i un després en el sector MICE, accelerant els canvis i generant noves tendències, amb possibilitats més versàtils i amb major capacitat d'afrontar nous reptes.

Segons l'informe **World Trends Watch Report 2021 de l'IBTM World**, que suposa el principal punt de trobada pel sector MICE a nivell mundial, la sostenibilitat, la seguretat, el benestar, la inclusió i les experiències virtuals seran temes clau en l'organització de reunions i esdeveniments del futur.

 **World Trends Watch Report 2021**

Sostenibilitat

Tal com ja s'ha apuntat anteriorment, una de les orientacions més transversals i genèriques en l'àmbit dels esdeveniments ha de ser la sostenibilitat, i és per això que molts organitzadors tindran un major interès en dissenyar els programes procurant evitar els desplaçaments innecessaris, afavorint l'estalvi energètic i el reciclatge i potenciant els productes locals per a l'oferta gastronòmica, així com pels materials de producció utilitzats, els obsequis i marxandatge. Aquestes accions contribuiran a aportar valor a les comunitats locals que els acullen.

“

Evitar els desplaçaments innecessaris, afavorint l'estalvi energètic i el reciclatge i potenciant els productes locals.

La consecució d'objectius no econòmics, derivats d'altres valors com la **responsabilitat social corporativa** serà no només rellevant en els futurs esdeveniments i reunions sinó una aposta d'èxit per incrementar i equilibrar els

valors, la imatge i la reputació d'una empresa o organització.

 **Responsabilitat social corporativa**

Salut i seguretat

La crisi sanitària ha influït en la implementació de noves formes d'organització de reunions amb protocols sanitaris i distanciament social. Es tracta d'una tendència de caràcter conjuntural, però que probablement es mantindrà durant uns anys, mentre hi hagi sensibilitat sobre la seguretat sanitària excepcional.

En aquest context, destaca el **passaport sanitari digital**, una eina que emmagatzema dades mèdiques i permet als usuaris viatjar amb plena seguretat amb solucions com “*hi + health icard*” i “*PassCare*”, que ofereixen aquesta tecnologia en format d'aplicació i targeta, respectivament. També, les eines d'identificació digital o de recompte de persones i control de l'aforament es convertiran en imprescindibles així com aplicacions com “*Smart Tour*” o “*Rombit*”, que permetran la traçabilitat de contactes.

“

Les eines d'identificació digital o de recompte de persones i control de l'aforament es convertiran en imprescindibles.

Per altra banda, l'epidemiòleg Oriol Mitjà va presentar a principis de 2021 el pla estratègic per al retorn als esdeveniments presencials de forma segura mitjançant tests d'antígens ràpids, sota el nom de **Back to Events**, a la Llotja de Mar de Barcelona.

 **Back to Events**

Benestar

Els organitzadors han començat a planificar els esdeveniments al voltant del concepte de benestar tant corporal, com mental i espiritual

dels assistents. Es tracta d'un aspecte a tenir en compte en la selecció d'espais, el disseny de l'agenda, i fins i tot el menú de l'esdeveniment. Aquest benestar s'aconseguirà incorporant en els esdeveniments cert exercici físic, "mindfulness" i/o ioga per a estimular el cervell, la capacitat de concentració i la creativitat, segons es va comentar a la jornada 'Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics', celebrada el novembre de 2020.

Inclusió social

La inclusió es considera important en el sector MICE d'una manera significativa, segons l'informe **World Trends Watch Report 2021 de l'IBTM World**, amb l'aposta per arribar a audiències més diverses. Aquest concepte inclou des del treball que ha de fer el sector MICE al voltant de la igualtat i la diversitat, fins a com s'aborda la crisi del canvi climàtic.

Experiències virtuals

La tecnologia ha donat l'oportunitat al sector MICE de poder evolucionar i reinventar-se, per continuar reunint grans volums d'assistents fins i tot de països diferents en temps de pandèmia. Les empreses s'han adonat de la importància d'aquest aspecte i centren la tecnologia en les persones en els seus esdeveniments, és a dir, la incorporen com una eina per fomentar la seva participació ("user-friendly") i millorar la seva experiència.



Les empreses centren la tecnologia en les persones en els seus esdeveniments.

Alguna de les eines destacades són els **chatbots i els assistents virtuals** que permeten donar un millor servei als usuaris i també als organitzadors difonent tota la informació relacionada amb l'activitat, captant així possibles assistents i utilitzant plataformes virtuals. Exemples

d'aquestes possibilitats són la incorporació d'**Avatars** en 3D, **hologrames** o **realitat augmentada** que permetin als assistents endinsar-se en una experiència més presencial i personalitzada segons la imatge de l'empresa.

Chatbots i assistents virtuals



Alguna de les eines destacades són els chatbots i els assistents virtuals.

Altres tendències que s'han detectat, segons Ostelea a "**Últimas tendencias en organización de eventos**", es detallen a continuació:

Últimas tendencias en organización de eventos

Promoure la socialització

La socialització serà un aspecte important degut a la cerca del contacte humà. Es plategen, però, dues tendències amb dinamismes contraposats. D'una banda, la digitalització com a recurs de suport, que ajudarà en la celebració en el format presencial com a eina de socialització, fomentant el networking entre els assistents i apostant per la gamificació i l'ús d'aplicacions mòbils.

Per altra banda, es recuperaran els esdeveniments més tradicionals com s'apuntava a la Jornada 'Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics', en els quals no es requerirà cap mena de dispositiu digital, per desconnectar-se i centrar-se en les persones.

Focus en l'experiència

En tot cas, l'objecte serà reforçar l'experiència. Un concepte clau en la nova visió i organització d'esdeveniments. Es contempla un futur en què aquesta nova aproximació a l'experiència, serà necessari dissenyar-la a partir d'unes noves pautes:

Taula 1.

Noves pautes per dissenyar l'experiència

Segmentació del públic	<ul style="list-style-type: none"> Eines clau: Big Data i la Intel·ligència artificial. La digitalització permetrà la personalització de l'esdeveniment.
Identificació dels objectius	<ul style="list-style-type: none"> El factor humà com a valor estratègic. Component emocional: transmetre missatges, promoure la participació i provocar el record de l'experiència. Aposta per la creativitat en el contingut, generar confiança i connectar amb l'assistent.
Festivalització	<ul style="list-style-type: none"> Les claus de la festivalització són conèixer l'assistent i motivar-lo mitjançant activitats que permetin conformar una petita societat on els individus comparteixin interessos i experiències.
Avaluació dels resultats	<ul style="list-style-type: none"> Avaluació rigorosa de l'esdeveniment. Eines: entrevistes en profunditat, dinàmiques de grup i eines de reconeixement facial.

Elaboració pròpia a partir de:

Jornada: Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics.

Dies 11 i 12 de novembre de 2020, Eurecat i Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. OSTELEA. Últimas tendencias en organización de eventos i OSTELEA. Retos en organización de eventos.

<https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/retos-en-organizacion-de-eventos>

Apostar per les noves destinacions

Amb els canvis en els patrons turístics i de negoci, les ciutats mitjanes guanyen protagonisme perquè els assistents valoren atributs com l'autenticitat cultural, l'agilitat en el transport o la seva especialització industrial. En aquest sentit, un dels rols dels organitzadors consisteix en identificar noves destinacions on realitzar esdeveniments memorables i on es puguin oferir noves experiències als assistents.

“

Amb els canvis en els patrons turístics, les ciutats mitjanes guanyen protagonisme.

El paper del “Event Manager”

El “event manager” que pot ser tant intern com extern, ha de tenir coneixement dels valors de l'empresa i ha d'estar al corrent de l'estratègia general i la de cada departament, per poder aplicar-la a l'esdeveniment. El seu perfil haurà de passar d'un paper purament logístic a un molt més estratègic. D'altra banda, haurà de demostrar el valor dels esdeveniments en termes econòmics i financers i apostar per un retorn quantitatiu i qualitatiu a les empreses.

Segons Ostelea, els planificadors d'esdeveniments funcionaran com agents duals que, d'una banda, planificaran l'esdeveniment i, per l'altra, l'experiència del viatge, triant destinacions còmodes i atractives, i gestionant les activitats culturals i gastronòmiques per enriquir l'experiència, a més de garantir la seguretat i el benestar dels assistents.

 **Reptes en organització d'events**

Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics

Informes del LAB IIT 2/2020

Aquesta publicació és una síntesi d'un informe sobre les tendències en l'organització d'esdeveniments turístics elaborat al llarg de 2020 per part del LABIIT del Departament d'Innovació Turística del centre tecnològic Eurecat amb el suport del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, així com de l'estudi de casos pràctics. També reflecteix les aportacions realitzades pels ponents a la Jornada "Tendències en l'organització d'esdeveniments turístics" organitzada en dues sessions el mes de novembre de 2020 i del taller "L'organització d'esdeveniments digitals. Eines i recursos" celebrada el mateix mes de novembre.

S'han recollit les aportacions, que agraïm, de Rosa Garriga, Carmen Sampedro, Cristina Egido, Tomeu Sabater, Raimond Torrents, Maria Rey, Francisco Quereda i Sonia Serracarbassa.

Redacció: Lara Roca, LABIIT.

Consell Editorial: Salvador Anton, director del Departament d'Innovació Turística; Jordi Calabuig, cap del LABIIT; Lara Roca, LABIIT; i Meritxell Fuguet, comunicació corporativa.

Per ampliar la informació:

Jornada Esdeveniments

Taller Esdeveniments

Editat pel

Departament d'Innovació Turística d'Eurecat en el projecte LAB-IIT
Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística

Amb el suport de:

Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona

Edifici del PCT de Turisme i Oci

Carrer Joanot Martorell, 15 de Vila-seca
977 394 871

www.eurecat.org