

RENCONTRES & ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS

ESPAGNE

2024 ► CONJONCTURE ÉCONOMIQUE
ET TENDANCES DU TOURISME D'AFFAIRES



SOMMAIRE

| PAGE | | |
|------|---|---|
| 3 |  | CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ESPAGNE |
| 4 |  | LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ESPAGNOLE |
| 4 |  | CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ESPAGNOL |
| 5 |  | LES AGENCES ► DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME |
| 7 |  | CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX |
| 8 |  | CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ESPAGNOLS |
| 9 |  | FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE |
| 11 |  | COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ? |
| 12 |  | CONTACT ATOUT FRANCE ESPAGNE ET PORTUGAL |

ESPAGNE

Ce rapport offre une analyse de la conjoncture économique, des indicateurs clés et des tendances du secteur MICE en Espagne. Il met en lumière les opportunités pour le marché français, en détaillant les secteurs porteurs, les préférences en matière de destinations et les attentes des organisateurs d'événements espagnols.

Les défis et les stratégies pour renforcer l'attractivité de la France en tant que destination MICE sont également abordés avec un focus sur le style de communication, la durabilité et l'attrait de l'ensemble des destinations françaises.

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EN ESPAGNE

INDICATEURS CLÉS

48,5 MILLIONS d'habitants

31720 DOLLARS US
C'est le PIB annuel par habitant en 2023, *Statista*

418 MILLIARDS de DOLLARS US
d'exportations en 2022, *Statista*

99,83 INDICE de CONFIANCE
des entreprises [Novembre 2023]

25% D'IMPÔTS sur les bénéfices
des sociétés en % du PIB
au 01/01/2023, *Trading Economics*

2,40% TAUX D'INFLATION
Novembre 2024, *Trading Economics*

12,44% TAUX de CHÔMAGE
2024, *Statista*

CROISSANCE ÉCONOMIQUE

► Après une récession profonde entre 2009 et 2013, l'économie espagnole a entamé une période de rattrapage en 2014, avec un différentiel de croissance favorable par rapport à la zone euro, qui s'est poursuivi jusqu'en 2019. Cependant, l'impact économique de la crise sanitaire de 2020 a bouleversé ce panorama, l'Espagne étant l'un des pays européens les plus touchés par la crise du Covid-19.

► En 2023 et 2024, l'Espagne a poursuivi sa phase de croissance malgré le ralentissement économique qu'ont connu les pays européens en 2021-2022 à la suite de l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Les défis majeurs pour les prochaines années concernent la mise en œuvre du plan national de relance et de résilience, la maîtrise de l'inflation et l'absorption par l'économie du revirement de la politique monétaire de la BCE.

Source Banque centrale européenne

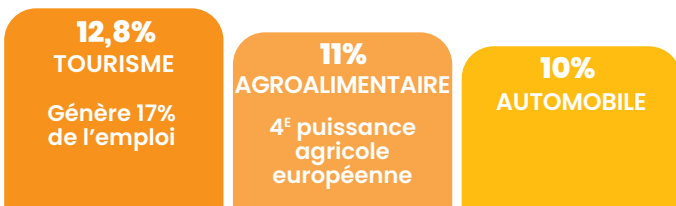




LES PILIERS DE L'ÉCONOMIE ESPAGNOLE

L'Espagne est un pays leader dans les secteurs du tourisme, de l'agro-alimentaire et de l'automobile.

PART DES SECTEURS EN % DU PIB 2023



Source : INE [Institut National de la Statistique] 2023



CARACTÉRISTIQUES DES RENCONTRES ET ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS DU MARCHÉ ESPAGNOL



À NOTER

De par leur culture, les Espagnols sont sensibles au relationnel et attachent une grande importance aux contacts directs, idéalement en espagnol. Les échanges professionnels sont généralement moins formels et plus chaleureux qu'en France, où la distinction entre les sphères professionnelles et personnelle est plus marquée. Un rapport amical est courant, avec un usage du tutoiement, des gestes amicaux, et des conversations qui s'étendent souvent au-delà du cadre professionnel. Parler espagnol est un atout qui peut faire la différence.



2023 a été une année record pour la plupart des entreprises du secteur MICE.

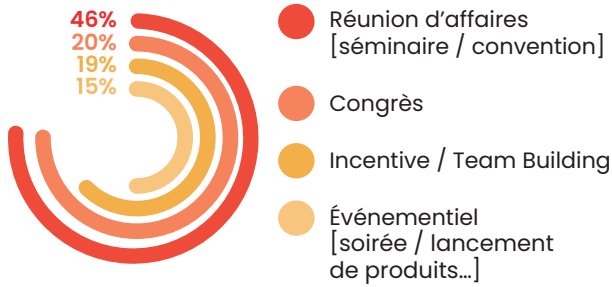
- Sur les 6 premiers mois de l'année 2023, les déplacements liés aux événements professionnels des Espagnols [toutes destinations confondues] ont enregistré une augmentation de 21,8% atteignant le chiffre de 9,6 millions de voyages au total. *Source INE - Institut National Espagnol*
- En 2023, le nombre de voyages d'affaires ou autres voyages professionnels effectués par les résidents espagnols à l'étranger s'élevait à environ 2,11 millions, contre 2,17 millions en 2019, marquant ainsi un retour au niveau d'avant la pandémie du Covid-19.

TENDANCES

La durabilité gagne en importance dans le secteur MICE espagnol, avec une demande accrue pour des événements écoresponsables. Une éco-pratique clé inclut la mesure de l'impact environnemental [utilisation de matériaux recyclables, réduction des goodies, réalisation de bilan carbone].

Dynamisme du marché MICE espagnol et opportunités pour la France

PART DES SEGMENTS DU MARCHÉ MICE ESPAGNOL



L'Espagne représente 5% des voyages MICE vers la France, faisant d'elle le sixième marché émetteur.*

Le marché MICE espagnol est principalement porté par les réunions d'affaires [46%], notamment dans l'organisation de séminaires, conférences et conventions. Le segment incentive et team building est particulièrement dynamique [19%]. Cependant pour maintenir cette attractivité, il est essentiel pour la France de renforcer son offre en matière de nouveautés et d'innovation avec l'intégration de l'intelligence artificielle. La France reste une destination attractive sur le segment des congrès. Grâce à sa proximité géographique la France capte 20% des congrès du marché espagnol. Toutefois, la maîtrise des coûts est une priorité, particulièrement face à la forte concurrence du marché ibérique, incluant l'Espagne et le Portugal.

* Cf. World Travel Monitor® IPK International, 2023

Source : Étude Braintrust Tourisme d'Affaires, 2024



LES AGENCES ▸ DÉCRYPTAGE DE L'ÉCO-SYSTÈME

Structure, caractéristiques et attentes

RÉPARTITION DES AGENCES MICE ESPAGNOLES



Les agences sont principalement des entreprises de type TPE, comptant entre 5 et 15 employés. Toutefois en 2023 et 2024, plusieurs fusions d'agences ont eu lieu en Espagne : Atlanta par Reed & Mackay, BCD et Globalia, BMC par Transglobal, ou encore IAG7 avec BST Travel. Le secteur s'est incontestablement professionnalisé et capitalisé à pas de géant.

- Les agences fonctionnent sous appel d'offre, la réactivité est importante.
- Les project managers et meeting planners participent facilement à des workshops d'une ou deux journées pour découvrir de nouvelles offres internationales.



TOP 10 des agences MICE sur le marché

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. American Express M&E | 6. Grupo Pacifico |
| 2. Reed & Mackey | 7. IAG7 VIAJES |
| 3. Barcelo Congresos | 8. OMNITEL |
| 4. BCD M&E | 9. Viajes El Corte Ingles |
| 5. BMC GLOBAL | 10. Grupo RIC |

Source : Étude Braintrust Tourisme d'Affaires, 2024

Quelles sont les tendances et les challenges auxquels les spécialistes du MICE doivent s'adapter ?

S'adapter aux tendances et challenges



RÉACTIVITÉ

Le temps entre la demande et l'événement devient de plus en plus court. Il faut être très réactif quant aux demandes des clients car la concurrence entre agences est forte.



CRÉATIVITÉ

Mise en avant des nouveautés : organiser un événement dans un lieu inédit, proposer une activité unique ou collaborer avec un nouveau chef peut attirer l'attention des agences et générer de l'intérêt. Les clients cherchent des expériences distinctives et valorisent l'originalité dans les programmes.



DURABILITÉ

Les événements durables ont gagné du terrain en Espagne, reflétant une prise de conscience environnementale croissante. Selon les données de Consultia Business Travel, une société espagnole spécialisée dans la gestion complète et le conseil en matière de voyages d'affaires et de MICE, de plus en plus d'entreprises demandent aux organisateurs d'événements d'accorder la priorité à la sélection de lieux respectueux de l'environnement, et nombre d'entre elles demandent même la mise en œuvre de pratiques durables au cours de leurs événements.

Secteurs générant le plus de business pour les agences selon les segments

RÉUNIONS ET CONGRÈS



1. Médical et Sanitaire



2. Technologie



3. Finance et Assurances

ÉVÉNEMENTS



1. Automobile



2. Alimentaire



3. Technologie

INCENTIVE



1. Finance et Assurances



2. Automobile



3. Cosmétique, Fashion



Bassins géographiques où sont implantés les agences





CORPORATE ► COMPRÉHENSION DES ENJEUX

Compréhension des enjeux et stratégies événementielles

Quelles tendances influencent la stratégie des entreprises espagnoles pour l'organisation de leurs événements MICE ?



DURABILITÉ

Organiser un événement dans une optique durable. Cela inclut le choix d'un lieu respectueux de l'environnement, jusqu'à l'objectif d'un événement sans émissions, avec un plan de compensation de l'empreinte carbone.



PERSONNALISATION

L'objectif est de créer des expériences uniques pour valoriser chaque participant et leurs besoins. Les cadeaux, bien que simples, témoignent de l'importance de l'événement et de l'engagement des organisateurs envers leurs invités.



INTERACTIVITÉ

Interactivité et engagement des participants lors des événements : un format dynamique et immersif qui assure aux participants des souvenirs mémorables.



SÉCURITÉ

La sécurité des événements en protégeant les personnes et leurs données. La mise en place de mesures sanitaires et de protocoles de sécurité tout au long de l'événement permet de réduire les risques, rassurant ainsi les organisateurs et garantissant une expérience inoubliable pour tous.

En Espagne, les entreprises gèrent souvent leurs événements professionnels de manière centralisée via leur propre agence.

Cette pratique varie toutefois en fonction de la taille de l'entreprise : alors que les petites et moyennes entreprises n'ont généralement pas recours à d'autres agences [elles ne le font que ponctuellement pour de la communication ainsi que pour des activités sur la destination], les grandes entreprises dans plus de 20% des cas ont tendance à changer de fournisseur, généralement pour trouver une expertise plus spécialisée.

Les principaux décideurs dans ces entreprises sont le Directeur Marketing & Communication et le Directeur Commercial.

TOP 3 des secteurs Corporate organisant régulièrement des événements MICE



Classement des activités MICE à l'étranger

1. Réunion d'affaires [séminaire / conférence / convention...]
2. Incentive / Team Building
3. Événementiel [soirée / lancement de produits...]



CHOIX D'UNE DESTINATION MICE POUR LES ESPAGNOLS

FOCUS SUR LES CRITÈRES DE CHOIX D'UNE DESTINATION



HÉBERGEMENT

La capacité hôtelière et la variété des services sur place et à proximité [restauration, activités, divertissements] sont les critères de choix essentiels.



ACTIVITÉS PERSONNALISÉES

Collaboration avec des institutions pour offrir aux groupes d'incentives des expériences personnalisées [par exemple des visites privées, événements singuliers, activités à impact, etc] sont des éléments clés pour le choix de la destination. Les activités sportives et culturelles sont également appréciées.



GASTRONOMIE

L'offre gastronomique et l'œnologie sont des points à mettre en avant.



ACCESSIBILITÉ

Un accès facile par avion ou train depuis l'Espagne, avec des transferts de moins de 1h30 depuis l'aéroport.

PRINCIPALES DESTINATIONS MICE

EN ESPAGNE

- Madrid
- Barcelone
- Valence

EN EUROPE

- Portugal
- France [Paris et Côte d'Azur]
- Italie



ÉMERGENCE DE NOUVELLES DESTINATIONS MICE

- Dubaï
- Marrakech
- Bangkok

Dans le paysage ultra-concurrentiel des destinations MICE, comment se positionne chaque pays sur le marché espagnol ?



Positionnement des destinations MICE sur le marché espagnol

| PAYS / VILLES | Formats | | | | Les atouts de la destination |
|---------------|---------|--------------------|-----------|--------------|---|
| | Congrès | Réunion d'affaires | Incentive | Événementiel | |
| Marrakech | | ✓ | ✓ | | Paysages, nature chaleureuse et accueillante, artisanat traditionnel |
| Dubaï | | ✓ | ✓ | | Attractions culturelles, hôtels de luxe, installations d'avant-garde. |
| Bangkok | | ✓ | ✓ | | Attractions culturelles, nombreux palais des congrès |



FOCUS SUR LA DESTINATION FRANCE

ACCESSIBILITÉ VERS LA FRANCE



AVION

Lignes directes depuis l'Espagne

Iberia, Air France, Air Europa, Vueling, Ryanair, Transavia, EasyJet et Volotea.

Destinations françaises

Paris, Nice, Lyon, Marseille, Bordeaux, Toulouse, Nantes et Strasbourg.



TRAIN

Villes desservies en direct

Paris, Marseille, Lyon, Montpellier et Toulouse.

Perception et Compétitivité



ANALYSE SWOT DE LA FRANCE COMME DESTINATION MICE POUR LE MARCHÉ ESPAGNOL

FORCES

- Relation économique forte entre la France et l'Espagne, avec des liens fructueux en termes d'échanges économiques, scientifiques et culturels.
- La notoriété de la France comme un acteur majeur dans l'organisation de divers types d'événements.
- Accessibilité facile en train depuis plusieurs grandes villes espagnoles [Madrid, Barcelone] vers de nombreuses villes françaises [Paris, Marseille, Lyon, etc.].

FAIBLESSES

- Prix élevés pour les Espagnols, limitant l'attractivité de la France.
- Barrière linguistique, certaines entreprises espagnoles peuvent préférer une communication en espagnol plutôt qu'en anglais.
- Besoin de flexibilité pour s'adapter aux habitudes culturelles espagnoles, notamment pour les horaires des repas.

OPPORTUNITÉS

- La montée du tourisme durable, avec un intérêt croissant des entreprises pour les événements écoresponsables. La France, grâce à ses initiatives écologiques et ses infrastructures durables, peut capitaliser sur cette tendance.
- Diversité des offres régionales : En dehors de Paris, de nombreuses régions françaises offrent des opportunités moins coûteuses tout en proposant un cadre attractif pour les événements MICE.

MENACES

- Des destinations MICE comme le Portugal et l'Italie offrent des tarifs plus compétitifs, ce qui peut détourner les entreprises espagnoles de la France.
- Réduction des budgets MICE en Espagne face aux incertitudes économiques, favorisant ainsi les offres à prix plus bas des concurrents.

TOP 3 des destinations Françaises

| PAYS / VILLES | Formats | | | Les atouts de la destination |
|--------------------|---------|--------------------|-----------|--|
| | Congrès | Réunion d'affaires | Incentive | |
| Paris | ✓ | ✓ | ✓ | Proximité et accessibilité [également porte d'entrée pour LATAM Airlines], diversification de l'offre, architecture et patrimoine. |
| Nice & Côte d'Azur | | ✓ | ✓ | Attractions culturelles, hôtels de luxe, installations d'avant-garde. |
| Lyon | ✓ | ✓ | ✓ | Offre diverse, facilité de mobilité, et gastronomie |

Quelles sont les tendances sur lesquelles chercher à se positionner pour gagner des parts de marché en Espagne ?

Identifier les opportunités et s'adapter

FACTEURS ESSENTIELS ET DÉCISIFS

1. DURABILITÉ ET RESPONSABILITÉ SOCIALE

L'engagement de la destination envers le tourisme durable et les pratiques respectueuses de l'environnement devient de plus en plus crucial. Les organisateurs y sont sensibles et cherchent à réduire leur empreinte carbone.

2. DIGITALISATION

Il s'agit désormais d'intégrer les expériences physiques et numériques pour optimiser l'efficacité et la qualité des événements.

3. ACCESSIBILITÉ

L'accessibilité à la destination par train ou avion, avec des transferts à moins de 1 heure 30, est un facteur clé.

4. DIVERSIFICATION DES OFFRES

Proposer des formules efficaces et plurielles afin de maximiser l'expérience client. L'objectif des entreprises par exemple, est de gagner en efficacité et durabilité en mutualisant les différents modules du MICE [networking, teambuilding, congrès, réunion, etc...] en un voyage.

5. BUDGET

Il est crucial de rester attentif aux coûts afin de garantir l'accessibilité et la compétitivité des offres.

ATOUTS À VALORISER POUR LA FRANCE

- La diversité de l'offre, mettre en avant l'expertise des professionnels du secteur et proposer des activités authentiques, des lieux exclusifs ou singuliers.
- Mise en avant du patrimoine gastronomique, œnologique, culturel et naturel.
- Communication des nouveautés [hôtels, activités, venues, transports] et des réouvertures de sites, restauration et hôtels, en soulignant les initiatives liées au tourisme durable pour ajouter une valeur supplémentaire.
- Valoriser la diversité et la qualité des infrastructures disponibles adaptées aux besoins des événements professionnels.



TENDANCES POUR GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ EN ESPAGNE

1. ÉVÉNEMENTS HYBRIDES

Des événements en face à face, tout en maintenant des activités virtuelles.

2. LIEUX EXPÉRIENTIELS ET IMMERSIFS

Choix des espaces qui permettent d'organiser des événements axés sur l'expérience des participants.

3. INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

À travers les activités, les expériences et le contenu personnalisé pour améliorer l'engagement et la singularisation.

4. TECHNOLOGIE

Les outils tels que l'aide à la recherche de lieux [exemple : venue finder], la gestion de l'agencement des événements ou des réservations des salles.

5. ÉVÉNEMENTS ACCESSIBLES ET DURABLES



DÉVELOPPEMENT DURABLE ET STRATÉGIE D'HÉRITAGE

- ▶ De plus en plus, les organisateurs d'événements intègrent des facteurs liés au développement durable et privilégient les destinations et / ou activités qui partagent ces valeurs. Ils cherchent à réduire leur impact environnemental tout en contribuant positivement et de manière proactive aux communautés locales. À moyen et à long terme, les principes d'héritage, d'inclusion, de diversité et d'égalité sont devenus indispensables.
- ▶ Le Madrid Convention Bureau [MCB] a lancé « PLUS Legacy with us », une plateforme numérique pionnière en Espagne qui facilite la gestion de la durabilité et de l'héritage des événements, conformément aux 17 objectifs de développement durable de l'Agenda 2030 de l'ONU.
- ▶ Parmi les objectifs du MCB se trouve également le soutien aux associations et entités privées souhaitant que leur congrès ou événement contribue à un changement positif dans la ville. À cet égard, le MCB joue un rôle clé pour garantir que chaque réunion organisée à Madrid laisse une empreinte positive sur la ville.



COMMENT ASSURER SON DÉVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ ?

Participer aux rencontres BtoB en Espagne, telles que les workshops et le salon IBTM Barcelone, permet de présenter votre offre et de rencontrer les professionnels du secteur, ainsi que des acheteurs espagnols et internationaux.

Actions à envisager avec Atout France

- ▶ Salon IBTM Barcelone [18-20 Novembre 2025]
- ▶ Le workshop MIS [Meeting & Incentive Summit en Février] ;
- ▶ Le workshop Sports & Events.



À NOTER

Les agences espagnoles sont très intéressées par les actions de communication tels que les newsletters, les ouvertures, les nouveautés des destinations, des idées incentives, etc. Cela permet de rester informé sur les offres des destinations et d'envisager de nouvelles opportunités à proposer à leurs clients.

Atout France est à votre écoute pour construire avec vous une stratégie en phase avec vos objectifs. Grâce à notre expertise et notre réseau, nous vous accompagnons dans votre développement à l'international en vous proposant des actions ciblées et des opportunités adaptées à vos besoins.



CONTACT ATOUT FRANCE ESPAGNE & PORTUGAL

Ségolène Noual

BtoB / MICE & Events Manager



segolene.noual@atout-france.fr



FRANCE CONVENTION BUREAU

**ATOUT
FRANCE**
www.atout-france.fr



Atout France tous droits réservés / Cédric Helsly • AdobeStock / Dasom / Lubos Chlubny / Gatsi / GloopStock / InspireStock
Gallery / Robert Kneschke •