

Atout France - Espagne & Portugal

Présentation de marché Espagne

Bureau de Madrid



ATOUT
FRANCE

Agencia de Desarrollo
Turístico de Francia



SOMMAIRE

1 Indicateurs Clés & SWOT Espagne

2 Bilan 2022

3 Conjoncture 2023

4 La Distribution en Espagne

5 Le MICE



ESPAGNE –

Données générales

- 505 000 KM²
- 626 km de frontières avec la France
- 2021 : 47,32 M habitants
- Taux de natalité (2020) : 1,18 enfants

Macro-économie du pays

- 4ème économie de la Zone Euro
- Population : 47,3 millions
- PIB par Habitant : 24 440€ (2021)

- Ralentissement de la croissance économique
- Inflation importante 3,3 % (mars 2023)
- Taux de chômage : 12,8% (Fév 2023)
- Été 2022 : +10,9% de création d'emploi (hôtellerie, agences de voyages/TO)

**Plan de relance
Tourisme 743 M€**



Prévisions PIB du pays

	Taux de croissance PIB (2022)	Taux de croissance PIB (2023)
Gouvernement	4,30%	2,70%
FMI	4%	2%
Commission européenne	4%	2,10%
Autorité budgétaire indépendante (Airef)	4,20%	-
Think tank FUNCAS	4,20%	2%
BBVA	4,10%	1,80%



SWOT – FRANCE

FORCES

- Proximité /facilité d'accès
- L'Intérêt touristique (patrimoine, offre culturelle, beauté des paysages, gastronomie, shopping, parcs d'attractions...).
- Respect et goût pour l'authenticité française

LES FAIBLESSES

- Informations et accueil en espagnol
- Offre festive et soirées animées en ville
- Rapport qualité-prix en restauration et hébergement
- Flexibilité d'ouverture des restaurants et commerces

OPPORTUNITÉS

- Tourisme durable à faible impact environnemental
- Amélioration constante de l'accès
- Positionnement et communication sur certains segments (ski, tourisme religieux, shopping, culture, gastronomie, slow tourisme...)
- Large audience très influencée par les RS, blogs, offres online...

MENACES

- Mouvements sociaux, sécurité, inflation
- Compétitivité des nouvelles destinations touristiques → se renouveler avec des nouveaux produits et des événements à mettre en avant pour garder cette clientèle de repeaters.
- Changement climatique (Chaleur, Incendies, inondations...)

RAPPEL DES CHIFFRES CLÉS ESPAGNE

→ **RELATION GLOBALE**

UNE RELATION BILATÉRALE FORTE
UN PARTENARIAT ÉCONOMIQUE EN CROISSANCE
PARTENAIRE COMMERCIAL ÉCONOMIQUE MAJEUR EN EUROPE
4ÈME CLIENT ET 4ÈME FOURNISSEUR ÉCONOMIQUE DE LA FRANCE
ÉCHANGES COMMERCIAUX SOLIDES : 42,2 Mds EXPORTÉ ET 35,2MDS IMPORTÉ

→ **TOURISME**

6ÈME MARCHÉ INTERNATIONAL DES ESPAGNOL
3,3 MDS DE RECETTES TOURISTIQUES
5,9 M TOURISTES ESPAGNOLS (2022)
590 € PAR PERSONNE ET PAR SÉJOUR LOISIRS
SÉJOURS LONGS , 5 , 4 JOURS
1.TOURISME URBAIN, 2.GASTRONOMIE, 3.CULTURE EVENEMENTIELS, 4. PARQUES
ETE 46% , PRINTEMPS 32% PERIODES DE VOYAGES .

→ **PROFIL**

80% LOISIRS / 20% AFFAIRES
46% DES SÉJOURS : ÉTE
56% AVION / 33% VOITURE
VOYAGENT EN COUPLE 72%
39 ANS VOYAGENT EN FRANCE AGE MOYEN
49 % VOYAGES A PARIS REGION, AUSSI BIEN COURT (44%) OU LONG SEJOURS (54%)
58% RESERVENT MOINS D UN MOIS A L AVANCE

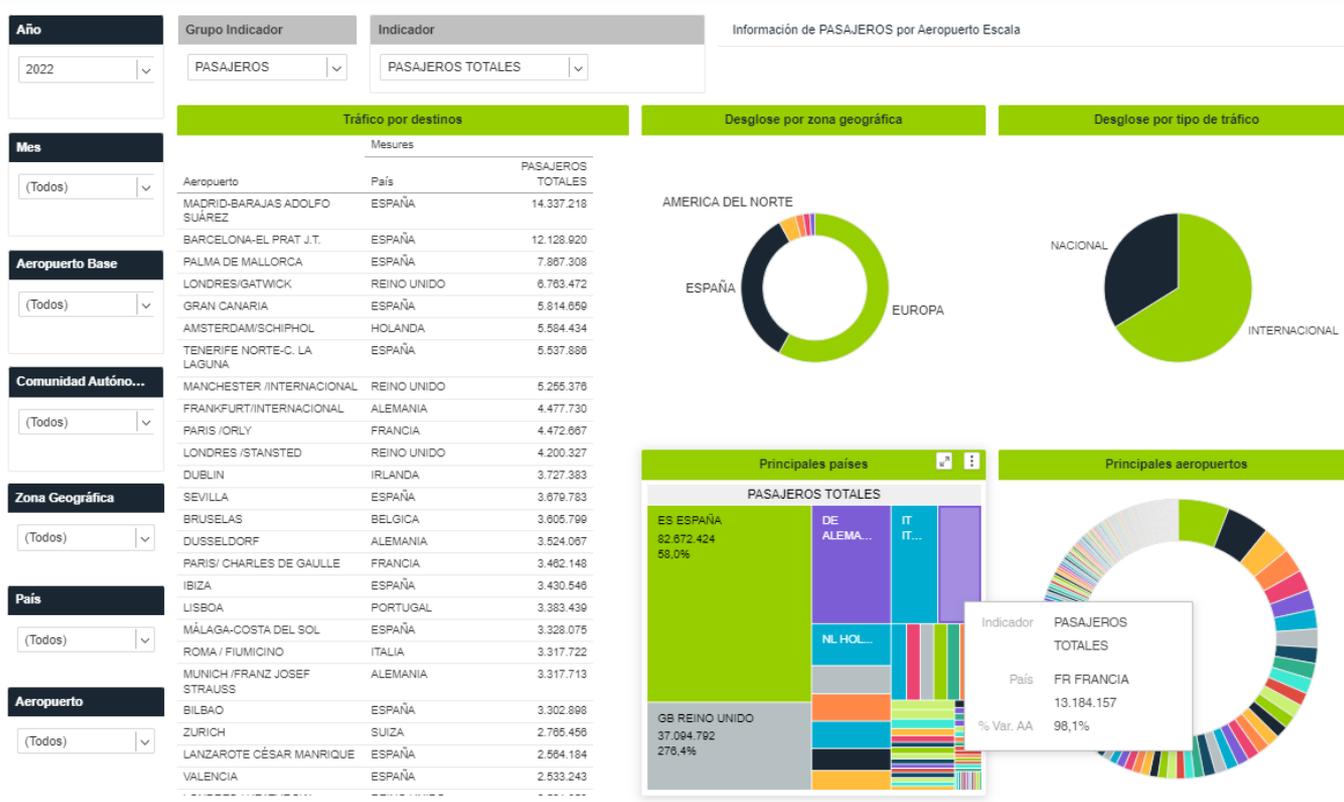
BILAN 2022 - Consommation touristique des espagnols

- Total voyages des espagnols : 171,3 M dont **16,1 M de voyages effectués hors d'Espagne** en 2022 (20 millions 2019) chiffre INE Espagne.
→ **5,9 millions de voyages en France (Oxford economics Atout France - 2022)**.
- **TOP 3** des destinations européennes privilégiées (Nielsen 2022) par les espagnols : **France** (28%) / Portugal (23%), Italie (22%)
 - La part de marché de la France est stable
- Les espagnols ont dépensés plus de **50 millions d'euros** durant leur voyages à l'étranger en 2022. C'est une hausse de **4%** par rapport à 2019. (Chiffre INE Espagne).
- Durée moyenne de temps passé en voyage à l'étranger tous pays confondus: **9 jours ; (2022)**

2022 – Consommation touristique à l'étranger des espagnols

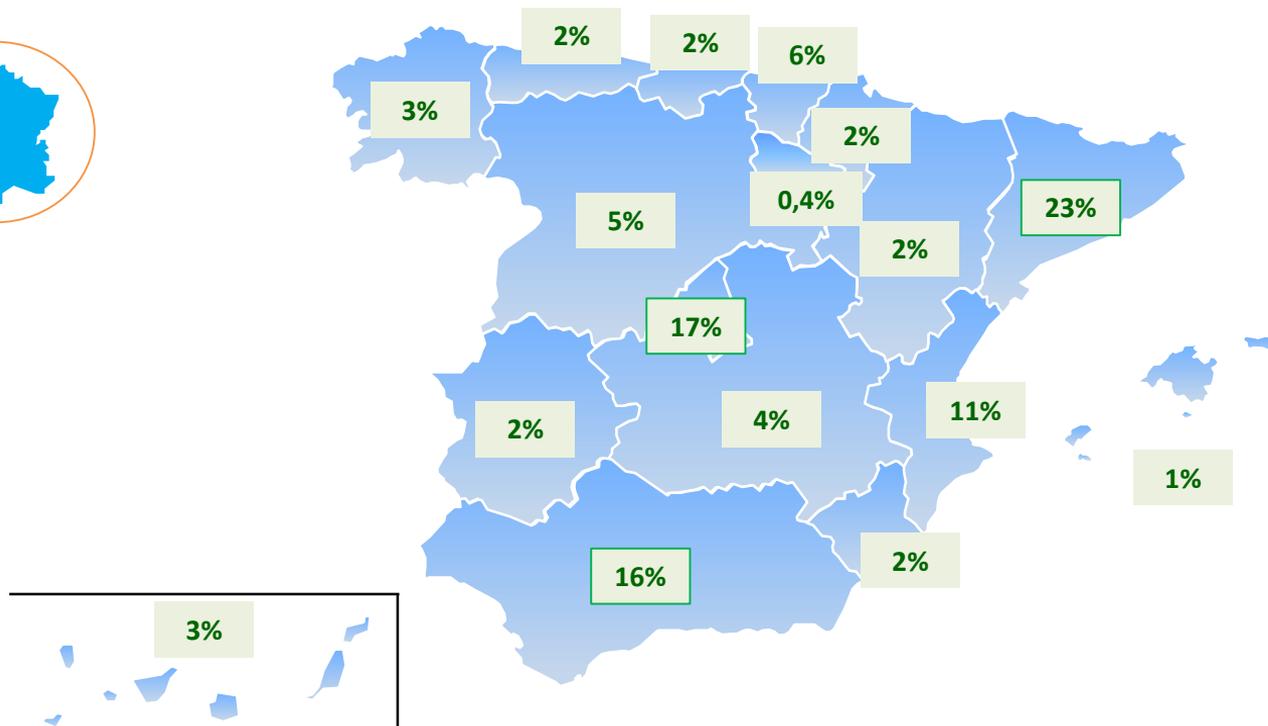


Datos de los aeropuertos y destinos (I)

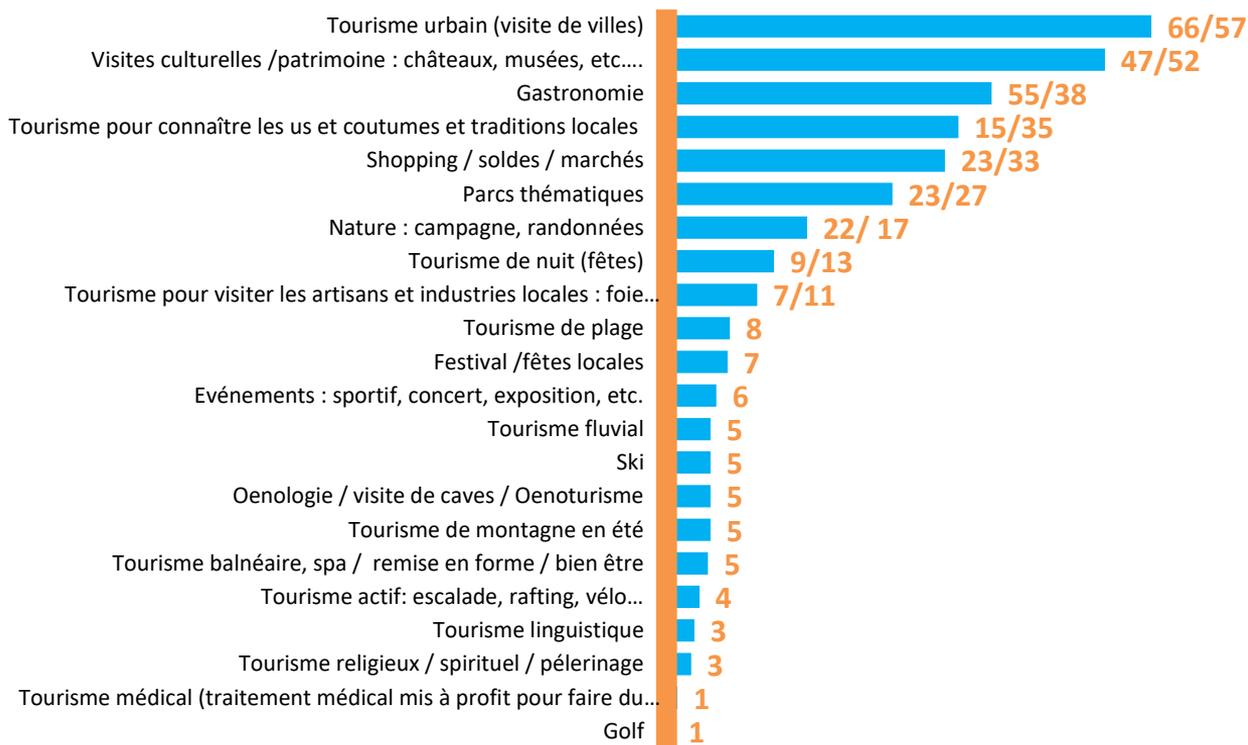


PARIS /ORLY 4.472.667 pax , PARIS/ CHARLES DE GAULLE 3.462.148 pax

Etude Nielsen 2022 - Bassins émetteurs de touristes espagnols



PRINCIPALES ACTIVITES REALISEES EN France en 2022



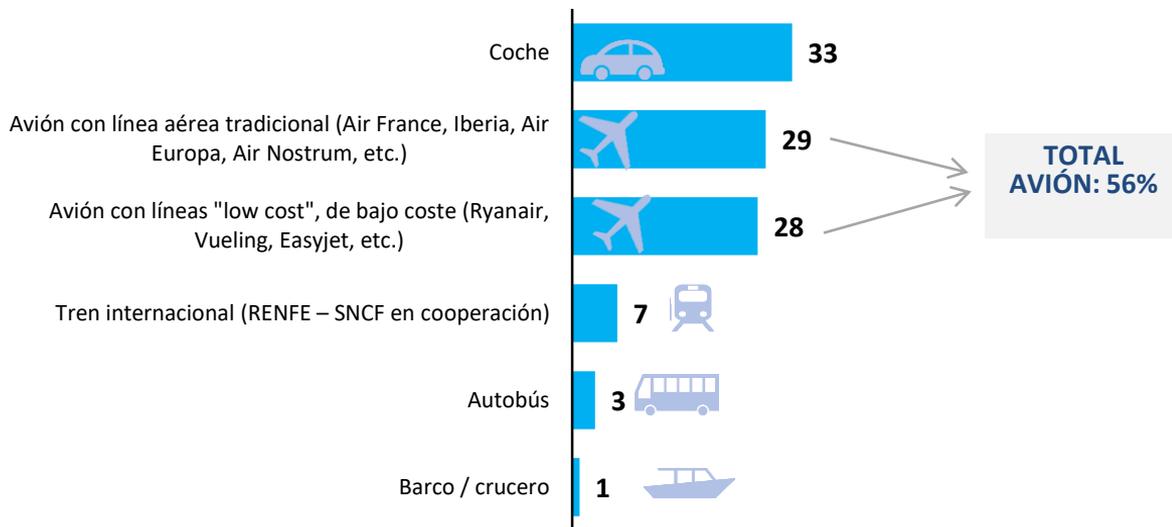
Le tourisme urbain (66 %) et la gastronomie (55 %) sont les principales activités du touriste espagnol en France.

Etude Nielsen Atout France 2022

En ce qui concerne le moyen de transport utilisé pour rejoindre la France, il ressort que l'avion est le moyen utilisé dans une plus large mesure (56%), suivi de la voiture (33%).



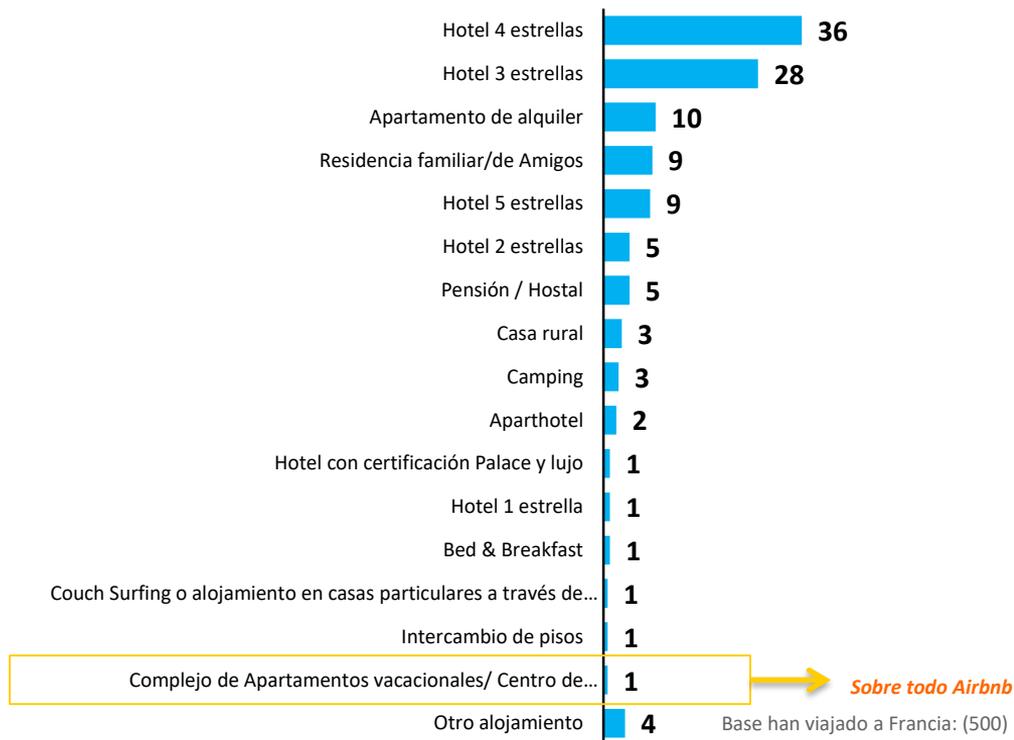
% Sobre el total viajes evaluados



Base han viajado a Francia: (500)

P7. ¿Qué **medio de transporte** utilizaste para viajar desde tu domicilio hasta Francia? (% Única)

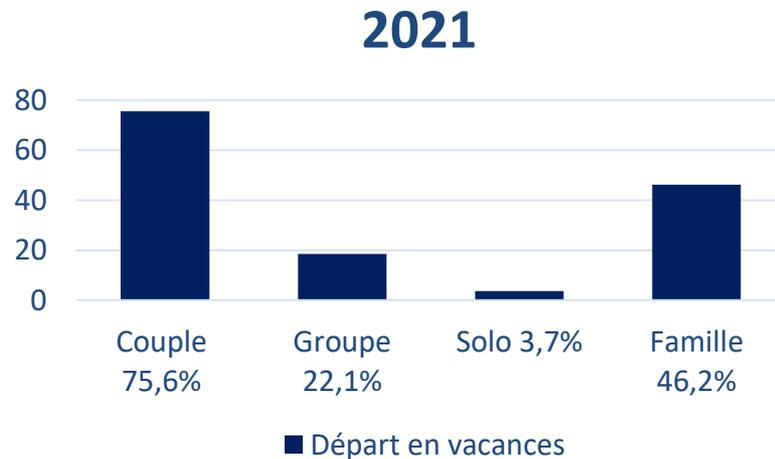
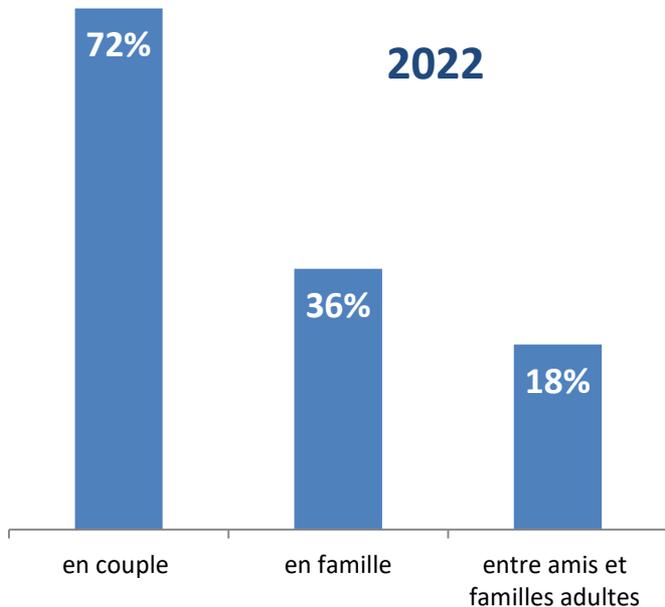
36% des touristes espagnols venus en France déclarent avoir séjourné dans des hôtels 4 étoiles lors de leur voyage. 28% l'ont fait dans des hôtels 3 étoiles.



P6a. ¿Que tipo de alojamiento/s ha utilizado en su viaje a Francia del último año? (% Puede ser respuesta múltiple)

PRINCIPALES CIBLES POTENTIELLES ESPAGNE

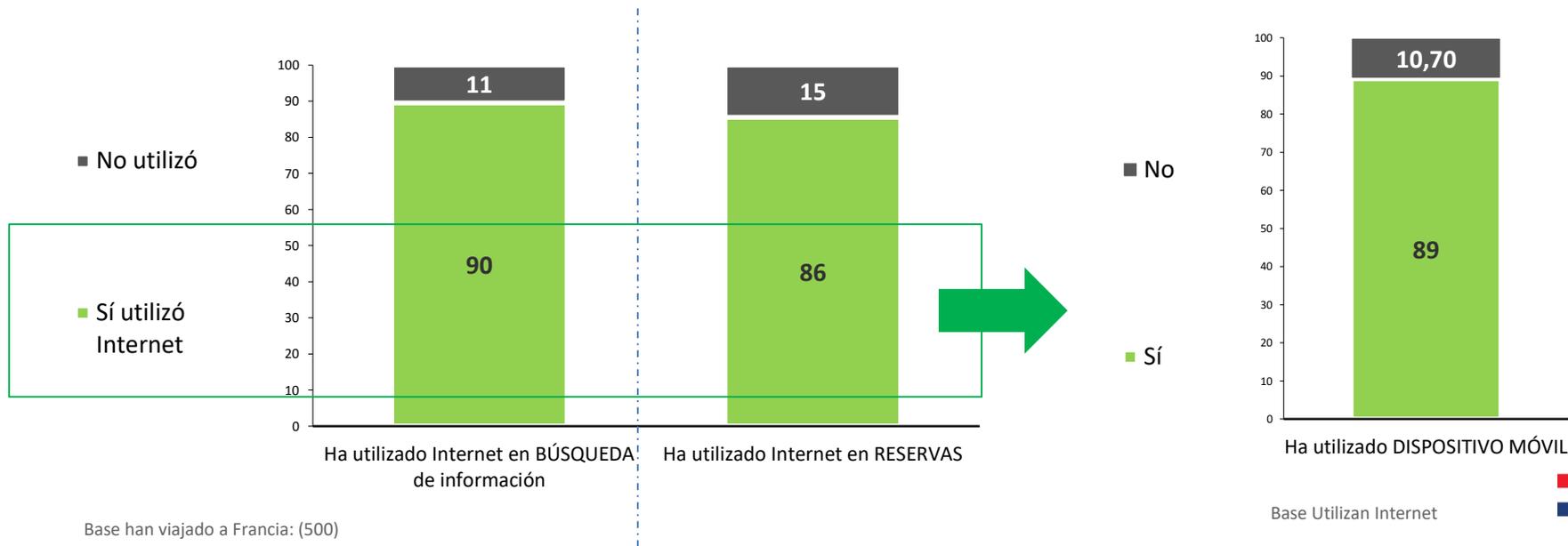
Etude Nielsen Atout France 2022



- Culturellement, le couple espagnol reste la cible première consommatrice de voyage.
- La tendance du voyage en solitaire chez les espagnols se renforce notamment chez les jeunes femmes.
- Les familles espagnoles se concentrent sur le tourisme national.

La mayoría de turistas españoles venidos en Francia en 2022 (90%) ont cherché sur Internet des informations pour leur voyage. Parmi ceux-ci, 89 % ont utilisé un appareil mobile.

% Sobre el total viajes evaluados



Base han viajado a Francia: (500)

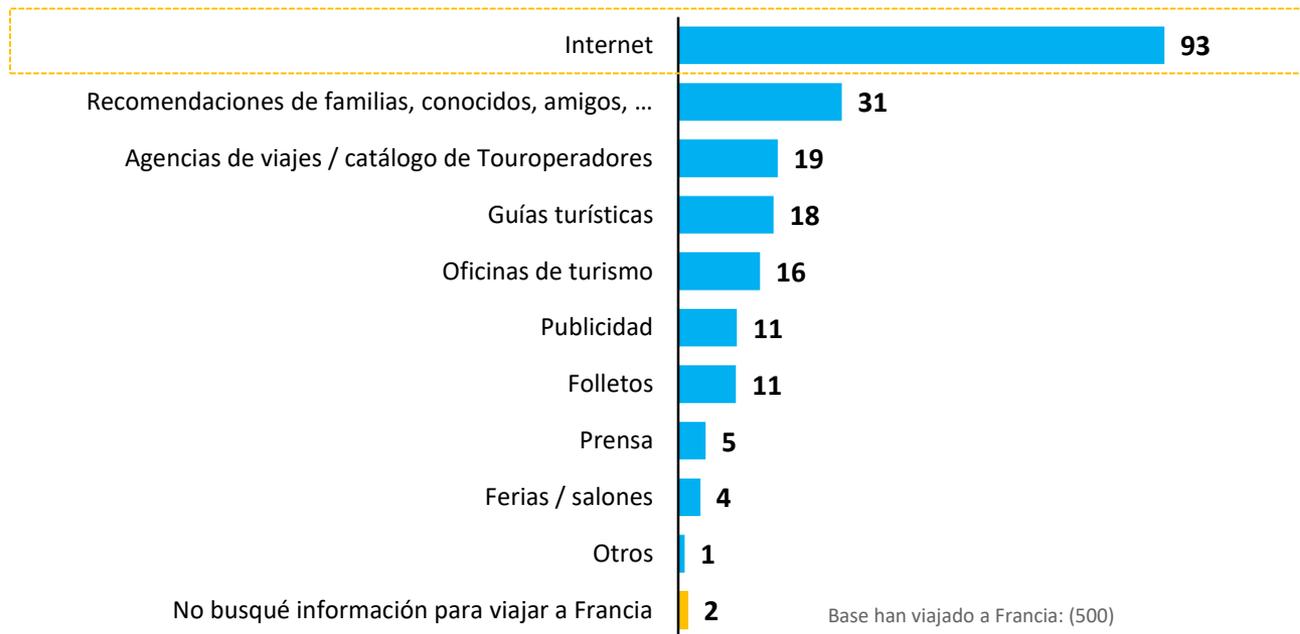
Base Utilizan Internet

P.11b En el proceso de búsqueda de información de tu viaje a Francia ¿has utilizado internet? (% Respuesta Única)

P.11c Y a la hora de realizar tus reservas para viajar a Francia ¿has utilizado internet? (% Respuesta Única)

P.11d En concreto y en el uso de internet en su búsqueda de información o reserva de tu viaje a Francia ¿has utilizado un dispositivo móvil (Smartphone, tablet, etc)? (% Respuesta Única)

En plus d'Internet (93 %), d'autres moyens de recherche d'information sur les voyages seraient : la recommandation de la famille ou des amis (31 %), les agences de voyages (19 %) et les guides touristiques (18 %).

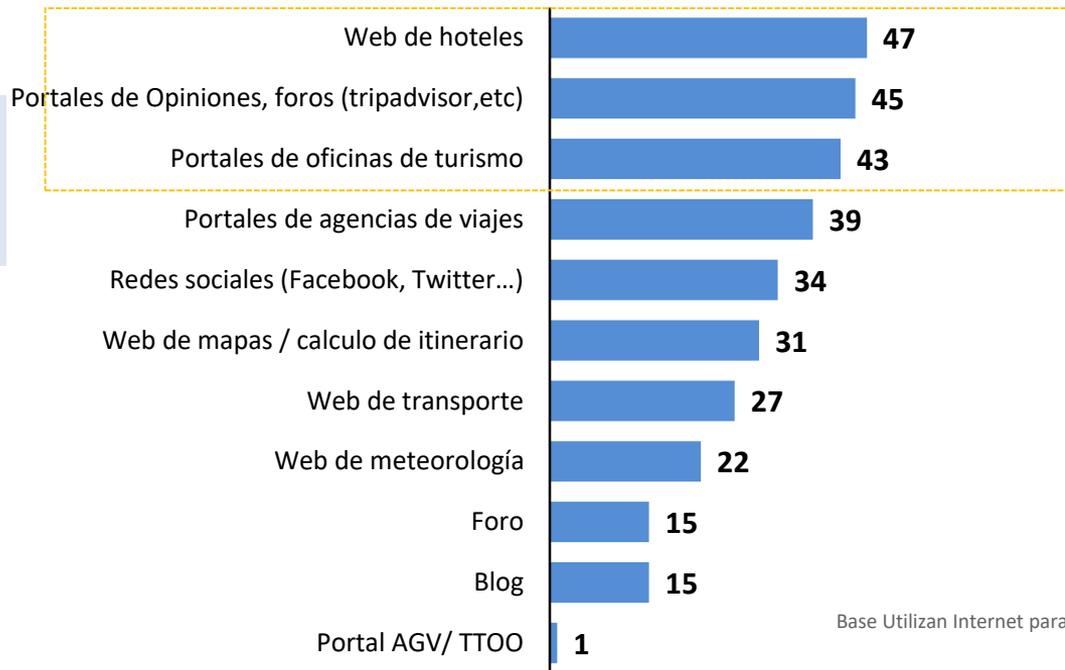


P.12 ¿A través de cuáles de los siguientes medios ha conseguido información para su/s viaje/s? (% Respuesta Sugerida y Múltiple)

Les sites Web des hôtels sont les pages qui visitent le plus de touristes lors de l'organisation du voyage (47%). Puis les portails d'opinion, les forums, ou les portails touristiques.

91%

Consulta Internet



Base Utilizan Internet para informarse de viajes: (464)

P.31 ¿Qué tipo de páginas web suele visitar a la hora de organizar su viaje al extranjero? (% Respuesta Sugerida y Múltiple)

Lors de la consultation d'Internet, les informations considérées comme les plus pertinentes sont les offres, les lieux d'intérêt, les cartes et les informations générales sur la destination.

91%

Consulta Internet

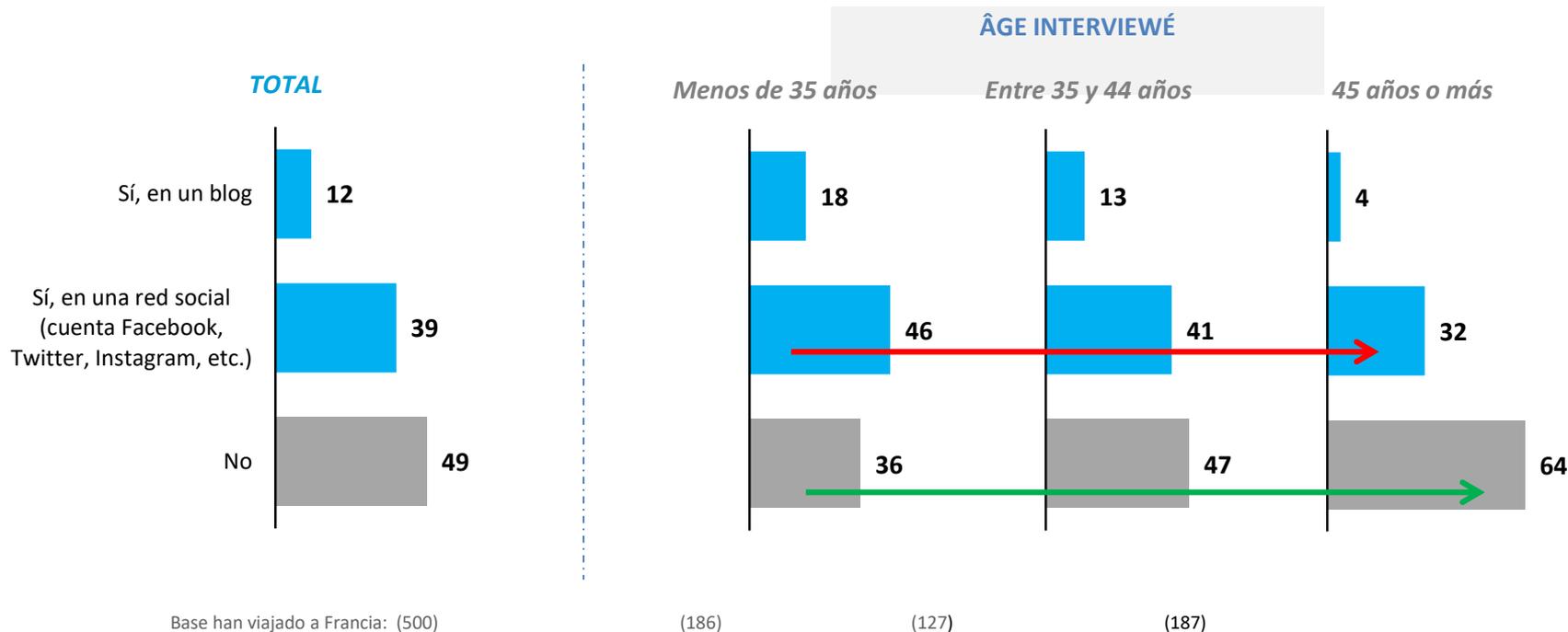


Media de menciones:
6,1 tipos de información

Base Utilizan Internet para informarse de viajes: (464)

P.32 ¿Qué tipo de información le resulta interesante encontrar en las páginas web de los destinos? (% Respuesta Sugerida y Múltiple)

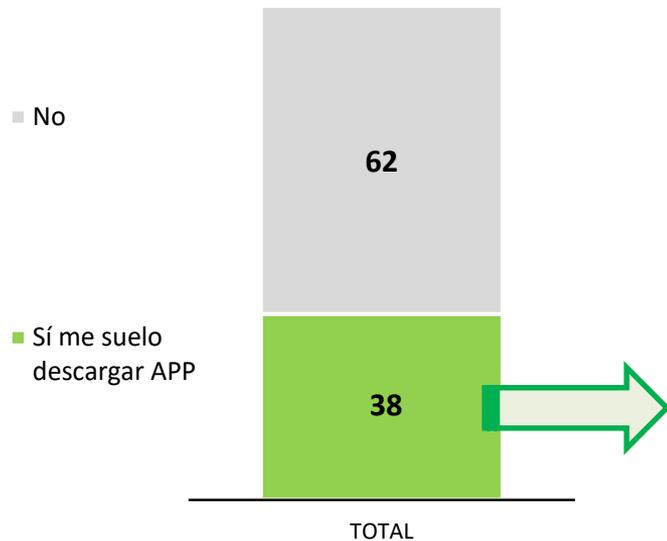
51% déclarent mettre leurs commentaires / photos de voyage sur Internet (39% sur les médias sociaux; 12% sur les blogs). Plus le touriste français est jeune, plus il utilise ces plateformes pour poster des commentaires sur ses voyages.



P.33 ¿Tiene la costumbre de poner sus comentarios / fotos de viaje en Internet? (% Respuesta Sugerida)

Parmi ceux qui ont téléchargé des APP, ceux de Tourisme en France sont les plus cités.

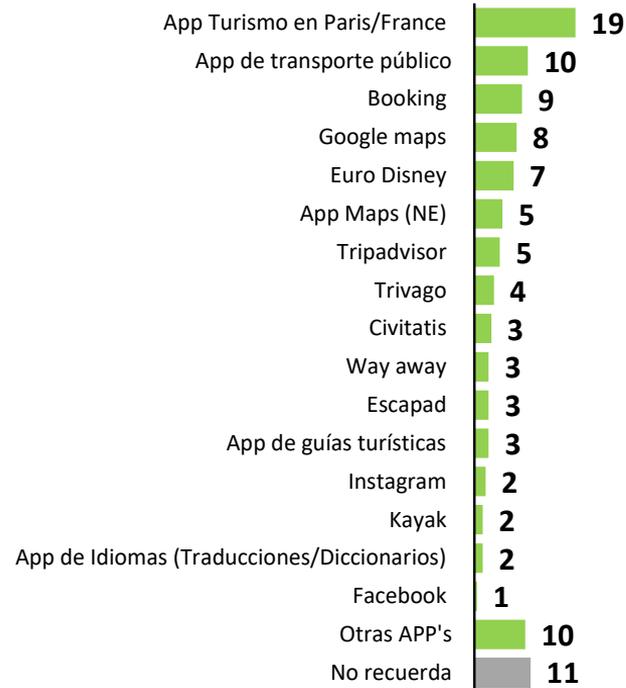
1 touriste sur 3 télécharge généralement une APP de la destination visitée pour son mobile. Cette habitude est plus fréquente chez les moins de 45 ans et les voyages de long séjour.



Base han viajado a Francia: (500)

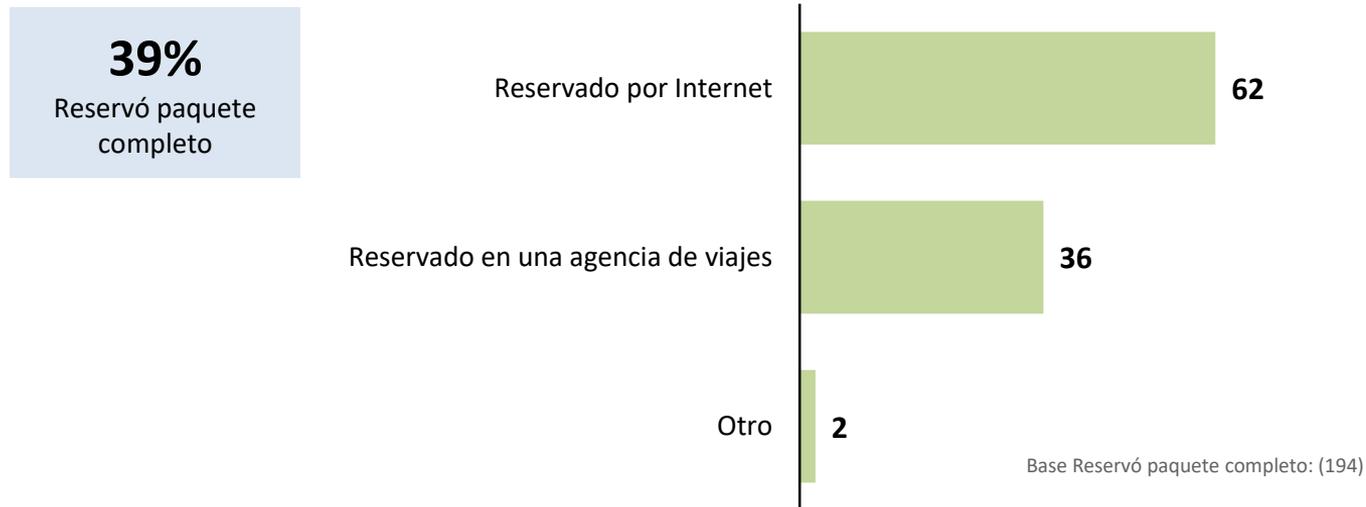
P.34 ¿Sueles **descargar una APP** del destino visitado en Francia a su móvil o Tablet durante el viaje? (% Única)

P.34b Por favor, escribe a continuación a APP o APPs del destino visitado en Francia que te sueles descargar (% Espontánea)



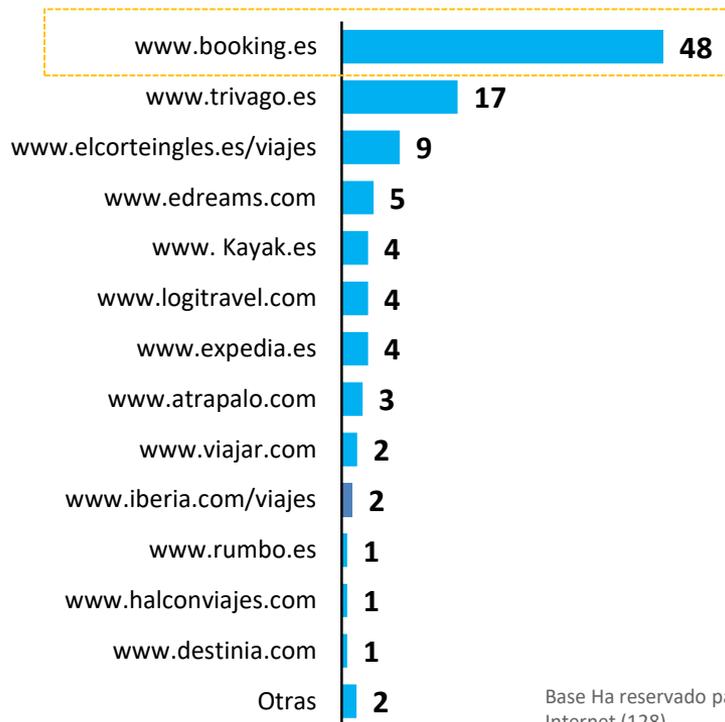
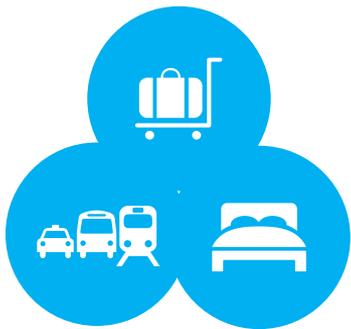
Base Se descarga APPs: (188)

Parmi les touristes qui ont réservé le voyage organisé complet, la réservation en ligne se classe en tête (62%), suivie de près par l'agence de voyages.



P.14 ¿Y a través de qué medio hizo sus reservas del paquete turístico completo? (% Respuesta Sugerida)

Le moteur de recherche de « réservation » la plus utilisée parmi ceux qui ont réservé le « forfait complet » de leur voyage.



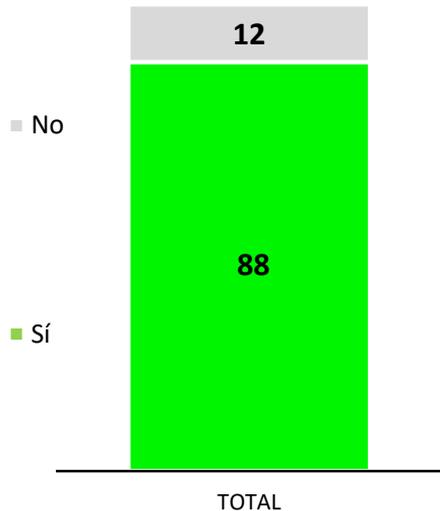
Base Ha reservado paquete turístico COMPLETO por Internet (128)

P.16 ¿En qué pagina web ha reservado su paquete turístico? (% Respuesta Sugerida)

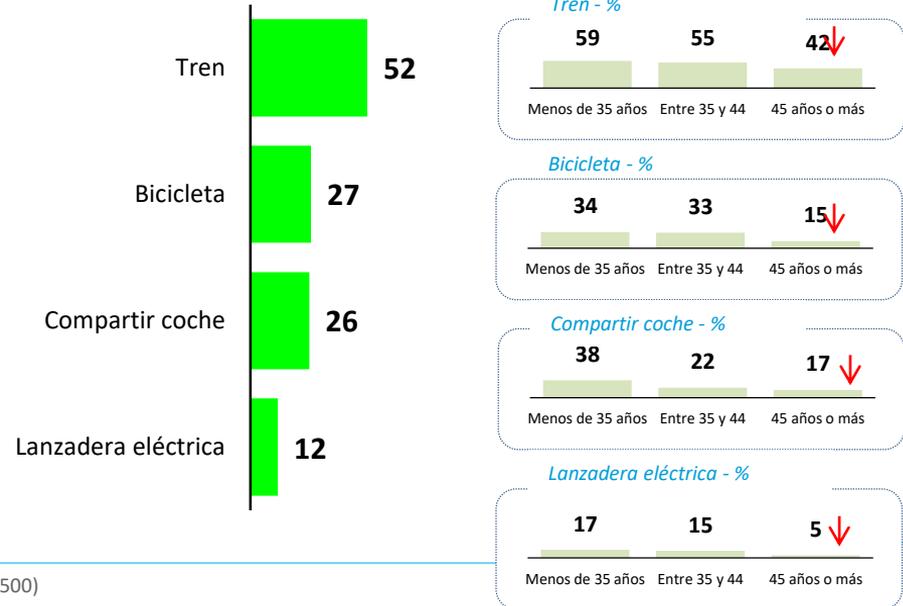
9 sur 10 considèrent la France comme une destination durable.

En ce qui concerne l'utilisation de moyens de transport durables, 1 touriste sur 2 déclare avoir utilisé le train.

¿Es destino sostenible?



Uso de medios de transporte sostenible

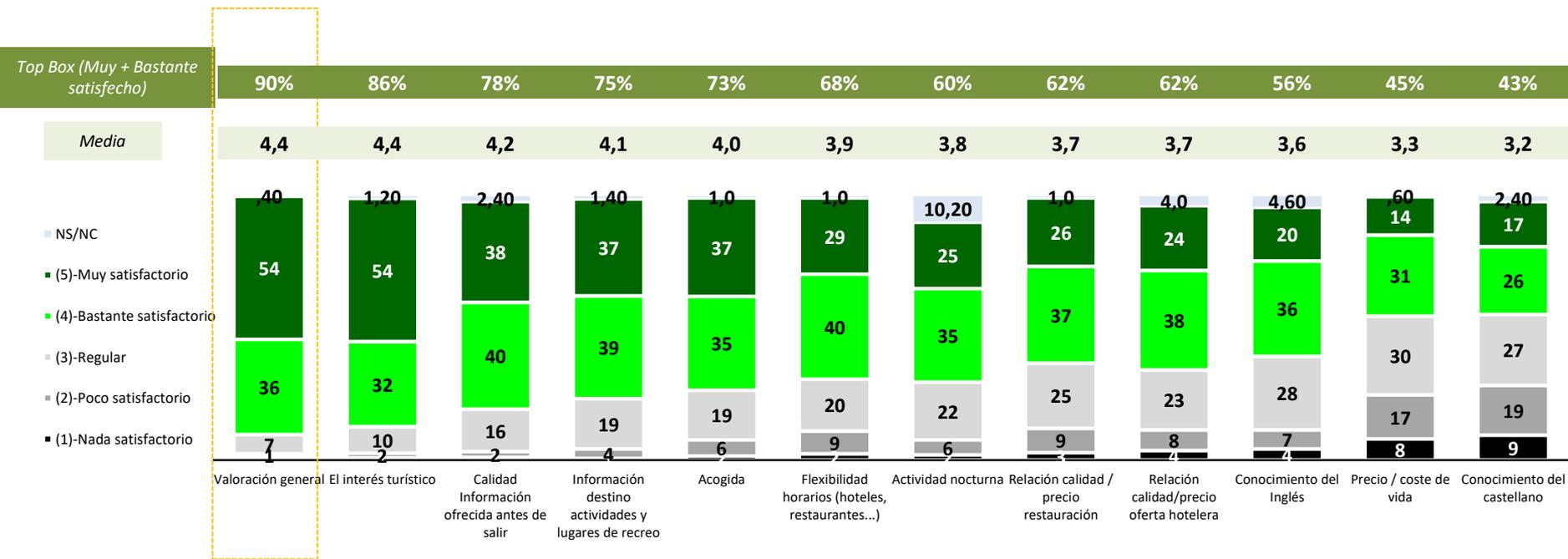


Base han viajado a Francia: (500)

P.21.1 En tu opinión, ¿es Francia un destino turístico sostenible? (% Única)

P.21.2 Pensando en medios de transporte respetuosos con el medio ambiente, ¿has utilizado alguno de ellos en tu viaje a Francia? (% Sugerido)

Dans l'ensemble, le voyage est bien noté, avec 90% de notes positives. Parmi les différents aspects analysés, l'intérêt touristique, les informations offertes avant de partir et à destination, et l'accueil sont les aspects les mieux valorisés, comme d'habitude.



Base han viajado a Francia (500)

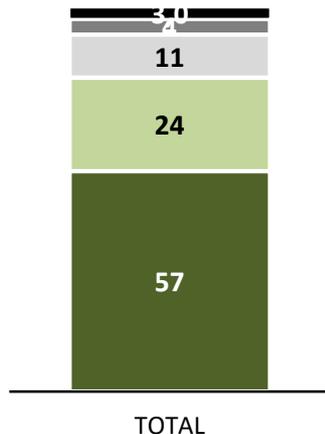
P.22 ¿Cómo **evaluaría el viaje** en cada uno de los siguiente aspectos, en una escala de 1 a 5, siendo 5 Muy satisfactorio y 1 Nada satisfactorio? (% y Media)

Paris et sa région est celle qui a reçu le plus de visites de touristes espagnols en France (49%), bien qu'elle soit en baisse par rapport à 2018. Puis Occitanie – Sud de la France et Provence – Alpes de la Côte d'Azur, qui grandissent par rapport à 2018.

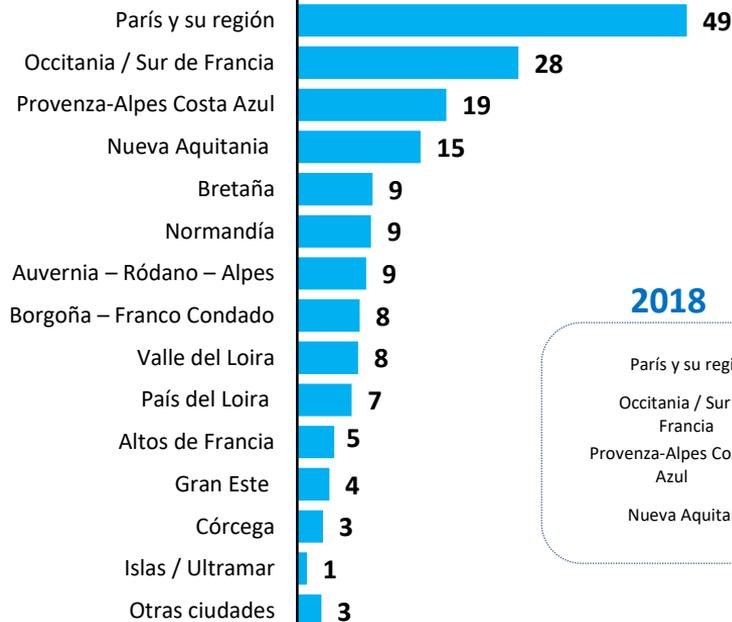
% Sur le nombre total de voyages évalués

Regiones visitadas

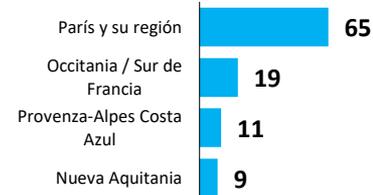
- 5 regiones o más
- 4 regiones
- 3 regiones
- 2 regiones
- 1 región



Base han viajado a Francia (500)



2018



P.24 ¿Cuántas **regiones has visitado** en cada uno de tus viajes a Francia de estos últimos doce meses? (%)

P.25 ¿Qué regiones/ciudades de Francia has visitado? (%)

La principale raison pour laquelle la France a été choisie comme destination est la richesse culturelle. Ensuite, nous trouvons la beauté des paysages, la proximité et le rapport qualité / prix.

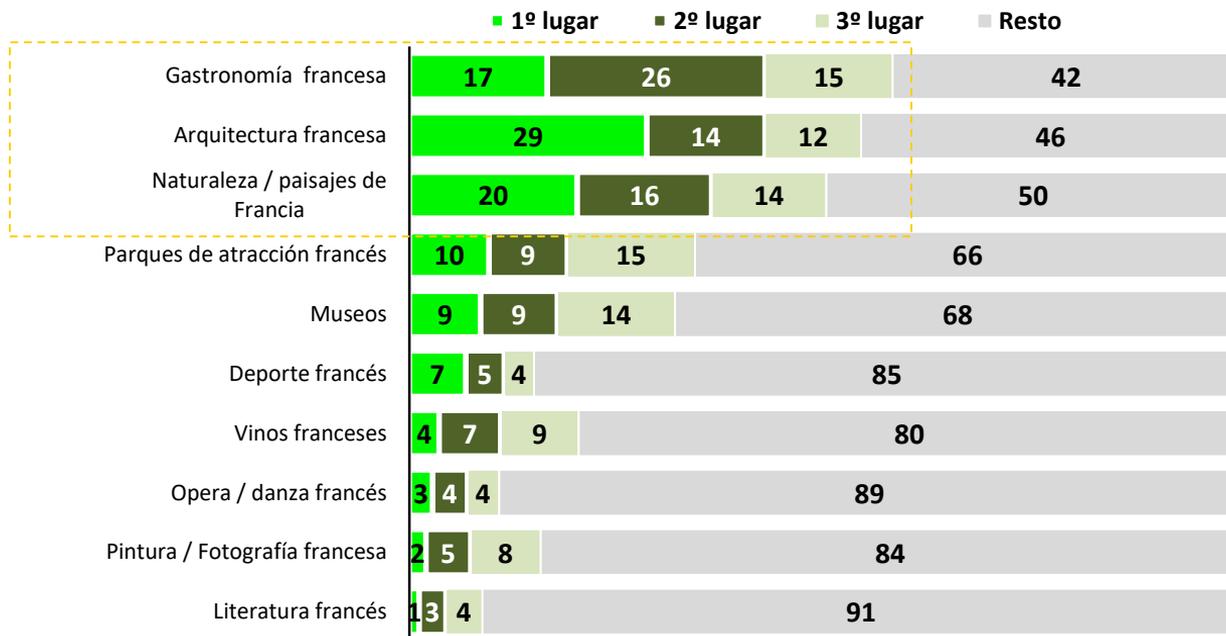


En moyenne, ils mentionnent: 3,3 raisons

Base han viajado a Francia (500)

P.26 De los siguientes motivos, indica cuáles han influido a la hora de escoger Francia como destino. (% Respuesta Sugerida)

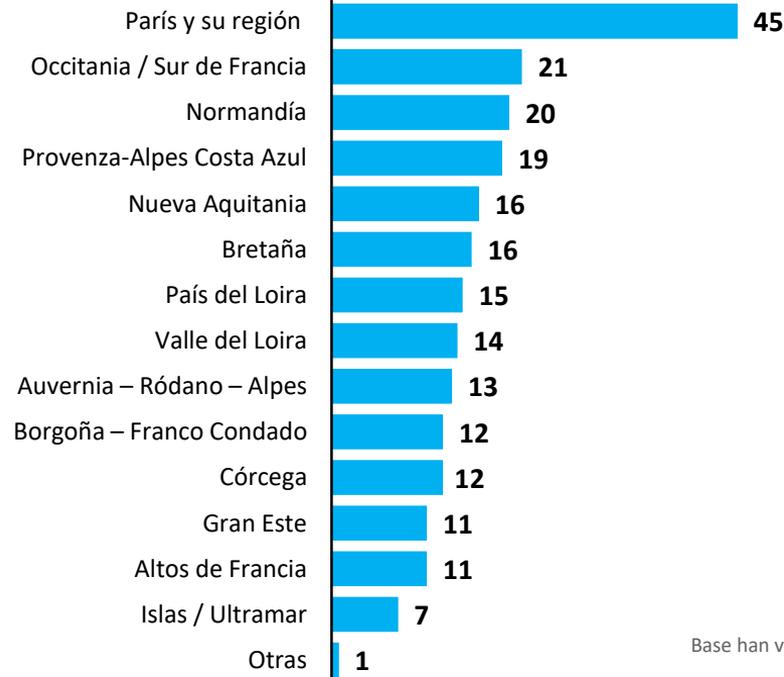
La gastronomía, l'architecture et la nature sont les aspects les plus importants suggérés lors du choix de la France comme destination.



Base han viajado a Francia (500)

P.42 De los siguientes aspectos / temas que aparecen a continuación, ¿cuál es el más importante para ti a la hora de elegir tu viaje a Francia? ¿Y después? ¿después? (%) Sugerida

Paris et sa région se positionne comme la principale destination à visiter lors de la prochaine visite en France (45%).



Base han viajado a Francia (500)

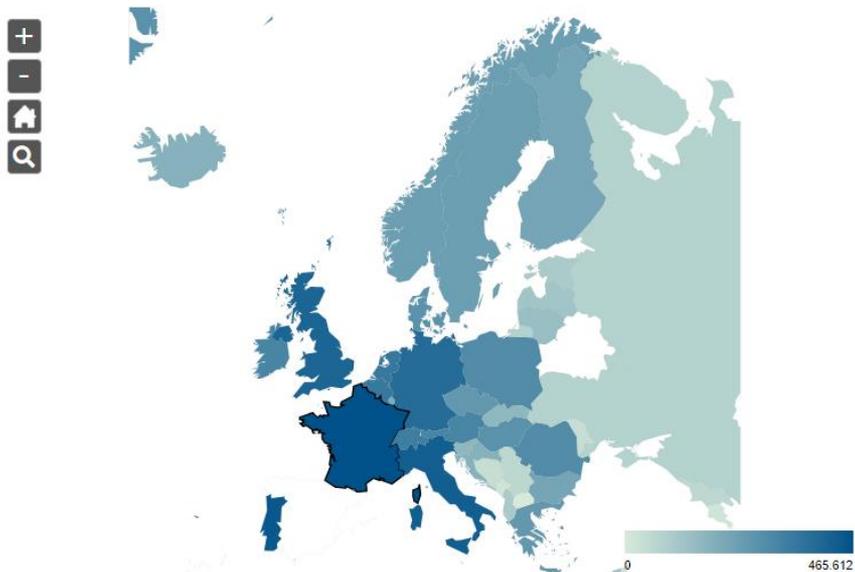
P.30 Indica qué regiones/ciudades piensas visitar en tu próxima visita a Francia: (% Respuesta Sugerida. Puede ser múltiple)

2022 – Touristes résidents espagnols en voyage en France

Turistas en el extranjero de residentes en España en el periodo de referencia

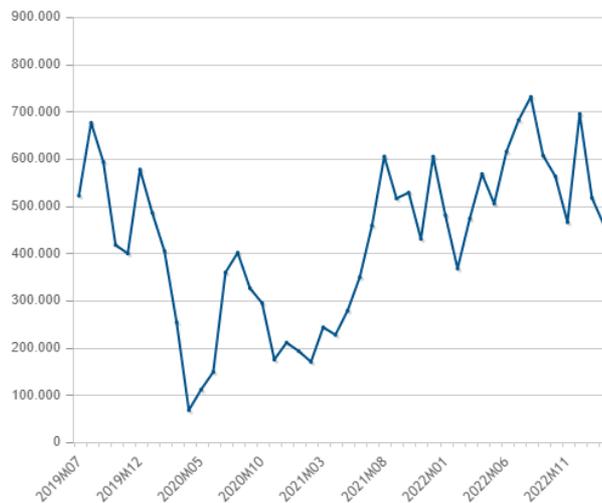
Periodo: 2022M11

Selecciona el ámbito geográfico: Europa América Asia África Oceanía



Ver Total

Francia

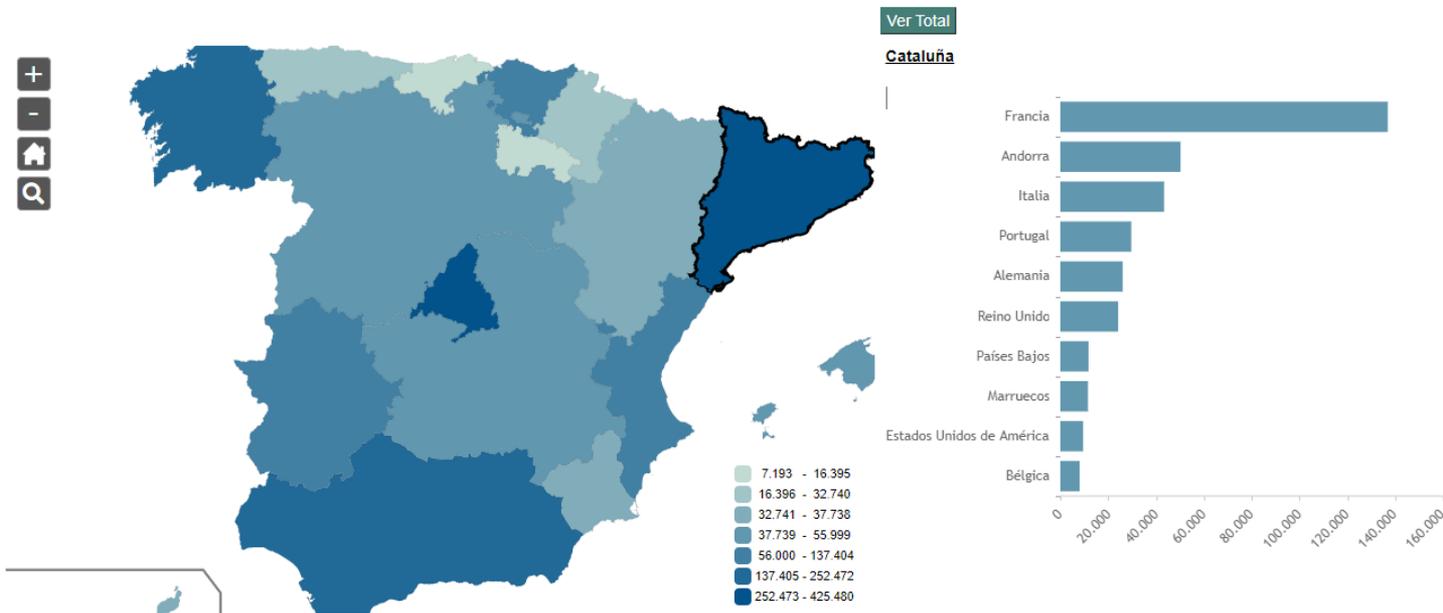


2022 – Touristes résidents espagnols en voyage à l'étranger

Turistas en el extranjero de residentes en España desglosados por ccaa/provincia/municipio en el periodo de referencia

Periodo: 2022M11

Selecciona el ámbito geográfico: Comunidades y Ciudades Autónomas Provincias Municipios

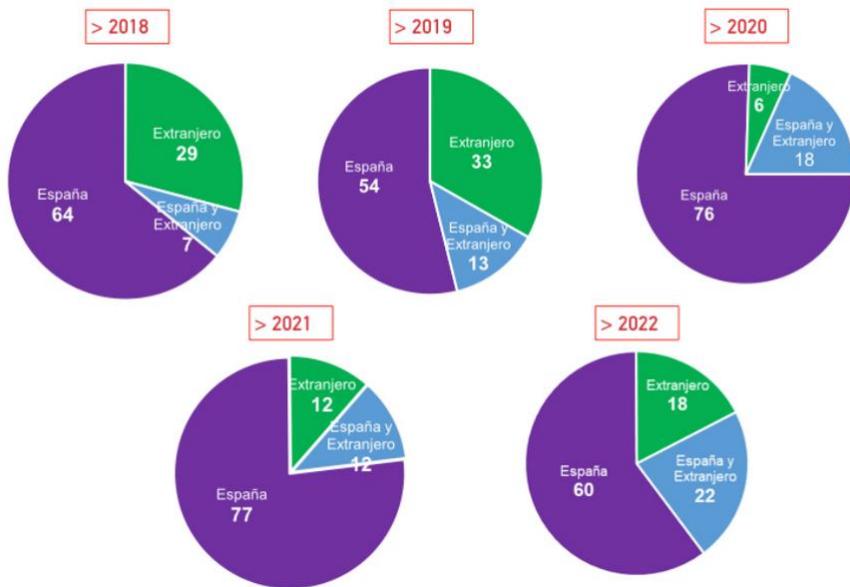


Aquellos municipios para los que no se ofrece información pueden estar sujetos a secreto estadístico o en éstos no se ha dado el fenómeno objeto de estudio.

BILAN 2022 - Consommation touristique des espagnols

- ▶ Depuis 2020, la reprise du goût du voyage en Espagne et à l'étranger est beaucoup plus fort qu'en 2018-2019

DESTINO DECIDIDO (%) · evolución 2018-2022



- Source : Rapport d'analyse comportement été - Observatur 2022

Jeunesse espagnole & Tourisme

- **42 % des espagnols de la Génération Z (-25 ans) s'inspirent des réseaux sociaux pour choisir leur voyage via des influenceurs et personnalités.** (Etude Booking.com - 2020)

- **55 % des jeunes espagnols choisissent leur destination pour son potentiel « instagramable ».** (Etude réalisée par Edreams 2021).

Info

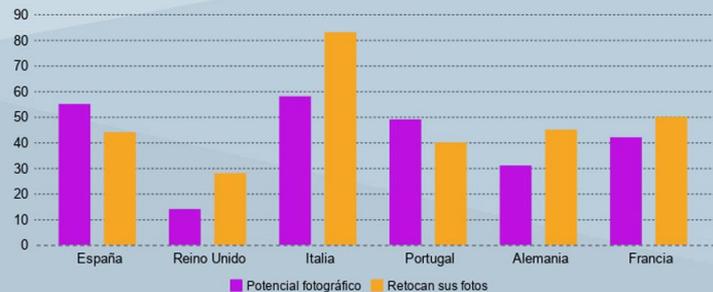
- **8 jeunes espagnols sur 10 s'engagent vers davantage des destinations écoresponsables** et 58,8 % admettent qu'ils écarteraient une destination en raison de sa dégradation environnementale. (Etude réalisée entre 2019 et 2020 UAB et IATI)

Info marché :

Nombre d'utilisateurs Instagram - 2021

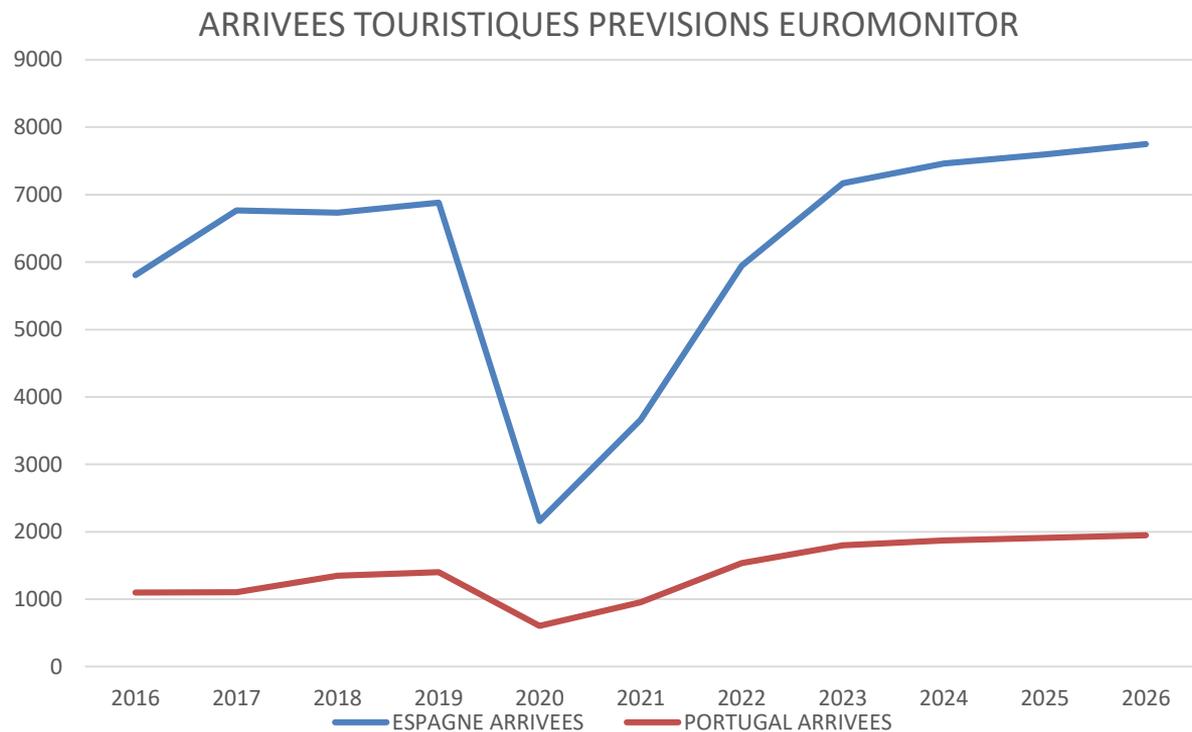
- **Espagne 20 M**
- **France 24 M**

Importancia de la instagramabilidad del destino según la nacionalidad



agenttravel.es

Voyages à l'étranger des espagnols & portugais en France 2016-2026



Source : Euromonitor Sept 2021

ESPAGNE

→ FORT POTENTIEL DE TOURISTES

« *France is back* » pour les touristes espagnols ;

- **La France a repris la 1ère place des destinations** la plus voyagé pour l'année 2022 (devant le Portugal et l'Italie).
- Réel intérêt du voyage avec une **recherche d'une offre globale ayant des similiarités culturelles espagnoles**
- 70 % des espagnols sont disposés à payer plus pour du tourisme durable
- **Recuperation des connections aeriennes au niveau 2019**
- **La récupération touristique de 2022** sera autour de **90 %** des chiffres de 2019.

→ FRAGILITÉ

- Un pouvoir d'achat diminué pour la classe moyenne, inquiétude d'une inflation constante et rapide (coût de l'énergie, des matières premières).

→ CROISSANCE ÉCONOMIQUE SE CONTRACTE

- **Croissance du PIB** mais en ralentissement par rapport aux autre pays européens
- **Chiffre du chômage** stable (12,8 % - mars 2023)

PLAN DE RELANCE DU TOURISME

- Le Plan de Récupération, Transformation et Résilience présenté fin avril 2021 (**Enveloppe de 720 M€**) par le gouvernement Sanchez permet de dynamiser l'activité – y compris de manière structurelle – ces prochaines années avec un impact économique attendu de 2 points de croissance par an, **800 000 nouveaux emplois**, un potentiel de croissance qui atteindra 2% grâce au plan (+0,4 point) et un appui marqué à l'investissement public qui atteindrait en moyenne 4% du PIB ces prochaines années.

La Distribution en Espagne



Réseaux de distribution – Conjoncture 2022

Source : AGENT TRAVEL

1/ Mars 2021 : Fusion BARCELO et de GLOBALIA. Création d'un conglomérat et obtention d'une aide de l'État de 320 millions d'euros pour devenir AVORIS.
→ Quelques chiffres ; 1 500 points de vente, plus de 3 milliards de CA et environ 6 000 employés et plus de 35 marques



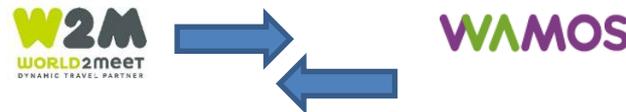
2/ Octobre 2021 : Fusion amorcée entre Viajes El Corte Inglés et Logitravel. La fusion, a été finalisé en juin 2022. VECI a acquis 75 % du capital de Logitravel. Les deux entités restent uniques et opèrent de nombreux transferts.



→ Quelques chiffres : + 3,5 milliards d'euros de CA et 5 000 employés, combine la force de VECI dans la vente traditionnelle et l'expertise de Logitravel dans la technologie. Création d'un groupe vertical, nouveau réceptif Contigo et d'une agence luxe UTOPICA; nouvelle gestion hôtelière, Avions



3/ Fin octobre 2021 : Négociations entamées entre les dirigeants de W2M et de Wamos. Les premiers n'ont pas caché leur intérêt pour un rapprochement avec le groupe qui possède l'un des réseaux d'agences les plus puissants du marché espagnol, Nautalia.



- ▶ Selon les dernières données recueillies par le cabinet DBK d'Informa, **les 5 premiers réseaux contrôlaient environ 38 % du chiffre d'affaires** généré par les agences de voyages espagnoles avant la pandémie. Dans le cas des voyages organisés, le poids des **cinq principales marques** était encore plus important, s'élevant à **41,7%**.

La distribution touristique des trois géants pourrait concentrer et contrôler une part de marché historique du secteur.

Réseaux de distribution – Conjoncture 2022

- ▶ L'Espagne compte aujourd'hui un réseau de **9 023 entreprises** dans l'intermédiation. On estime que la pandémie a provoqué la fermeture de **+ 700 entreprises**.
- ▶ En 2021, **le chiffre d'affaires de la distribution touristique a augmenté de 60 %** pour atteindre **6,2 Mds d'euros dont 2,2 Mds effectué via internet**. DBK estime que le secteur de l'intermédiation pourrait enregistrer en 2022 un CA global de 13 Mds ; soit des recettes autour de 70 % avant la pandémie.
- ▶ Les opérateurs espagnols rassemblent 91 % d'agences virtuelles et 9 % d'agences traditionnelles.
- ▶ La **vente *online*** du réseau des agences de voyages virtuelles a **augmenté de 69 %** en 2021.
- ▶ Le développement des acquisitions au sein des groupes a provoqué une réelle **centralisation** et **concentration** sectorielle de géants du tourisme provoquant :
 1. Des moyens financiers plus importants pour la promotion et la flexibilité des produits touristiques, la fidélisation de la clientèle
 2. Une segmentation de la clientèle plus importante par l'usage des marques d'agences
 3. Une concurrence plus rude et un fossé économique avec les agences indépendantes

Source : DBK ESTUDIO 2022

Réseaux de distribution – Conjoncture 2022

55,2 % de part de marché

Mayorista	2020		2021	
	Mill. euros	%	Mill. euros	%
W2M (a)	166,01	16,6	325,00 (b)	17,6
Ávoris Mayorista	41,77	4,2	225,40	12,2
Grupo Jumbo Tours	114,36	11,4	185,00	10,0
Viajes Sidetours (b)	75,00	7,5	150,00	8,1
Viajes Canarias Europa	98,90	9,9	135,00 (b)	7,3
Neo Travel	66,76	6,7	103,56	5,6
Traveltino (c)	31,32	3,1	70,00 (b)	3,8
Soltour	19,80	2,0	61,80	3,3
Tour 10	34,23	3,4	60,00 (b)	3,2
Wamos Tours (b)	22,00	2,2	45,00	2,4
Mapa Tours (b)	20,00	2,0	40,00	2,2
Grupo Juliatours (d)	28,80	2,9	39,20	2,1

42,9% de part de marché

Minorista	2020		2021	
	Mill. euros	%	Mill. euros	%
Viajes El Corte Inglés (a)	309,10	11,4	984,39	22,4
B the travel brand	270,45	10,0	353,11	8,0
eDreams (b) (c)	111,10	4,1	190,00	4,3
Nautalia (b)	110,00	4,1	190,00	4,3
CWT (b)	100,00	3,7	170,00	3,9
Lastminute.com (b)	90,00	3,3	165,00	3,8
Grupo Star (b)	75,00	2,8	125,00	2,8
Viajes Carrefour	75,00	2,8	120,00	2,7
Amex Global Business Travel	51,92	1,9	80,00 (b)	1,8
Viajes Para Ti	56,64	2,1	70,00 (b)	1,6
Atrápalo (b)	40,00	1,5	70,00	1,6
Logitravel (b)	40,00	1,5	70,00	1,6

TOP 12 des Tours-Opérateurs

TOP 12 des OTA / Réseaux d'agences

BILAN 2021 - Consommation touristique des espagnols

► Critères de réussite des opérateurs pour valoriser les produits touristiques

Operaciones	Valoración	Tendencia
Control de costes	5	▲
Transformación digital	5	▲
Alianzas con proveedores	4	▲
Integración vertical	4	=
Cualificación/especialización del personal	3	▲

► Critères de marketing pour valoriser l'offre des destinations

Marketing mix		
Precio	5	▲
Lanzamiento de ofertas y descuentos	5	▲
Calidad del servicio/atención al cliente	5	▲
Flexibilidad de los servicios	4	▲
Venta online	4	=
Fidelización de clientes	4	▲
Imagen de marca	4	▲
Amplitud de la gama de productos	4	▲
Publicidad y promoción	4	▲
Especialización por productos	3	▲
Amplitud de la red comercial	3	=

Le MICE en Espagne



MICE en Espagne

- 1) Industrie qui a **génééré + 12 milliards d'euros pour l'économie du pays en 2019**. Après une chute de 75 % avec l'arrivée de Covid-19 en 2020, le secteur MICE montre une reprise progressive, et atteindra plus de 61 % du niveau pré-pandémique à la fin 2021. Ceci à condition que la situation reste stable. Selon les données de l'Institut national de la statistique (INE), **+10 millions de délégués aux réunions, conventions, événements et salons ont été enregistrés en Espagne en 2019, un chiffre qui se redressera en 2024**.
- 2) **La reprise complète de l'industrie MICE en Espagne ne sera pas atteinte avant le deuxième ou le troisième trimestre de 2024**, selon les prévisions présentées par le Spain Convention Bureau.
- 3) Selon une analyse d'Ostelea, **un touriste d'affaires dépense environ 206 euros par jour**, tandis qu'un touriste estival dépense, en moyenne, 146 euros par jour. Cela signifie que le tourisme MICE génère 30 % de recettes en plus que le tourisme de loisirs.
- 4) **Madrid et Barcelone sont les deux villes qui accueillent près de 50 % des réunions professionnelles**.
- 5) **Barcelone est la 4e ville du monde qui organise le plus de congrès (156) et Madrid est 6^{ème} dans ce classement en 2021**, selon les statistiques de l'International Congress and Convention Association (ICCA). Seuls **23 %** des congrès en 2021 et 10 % des conventions étaient de nature internationale, ce qui est nettement moins qu'avant la pandémie.
- 6) En 2021, l'Espagne se classe **2^{ème}** au classement ICCA sur le nombre d'événement organisé.

Un secteur en pleine forme

- Tout au long de l'année 2022, on a constaté une augmentation considérable de l'occupation des espaces de réunion. Au cours du quatrième trimestre, plus de 60 % des destinations espagnoles ont enregistré un taux d'occupation compris entre 76 % et 100 %
 - **La reprise est là en 2022**
- 63 % des agences MICE ont déjà repris leurs activités d'avant la pandémie et 24 % prévoient de le faire en 2023**
- **Les clients visent une augmentation de leurs budgets événementiels de 5%**, un niveau de croissance très significatif.
 - Dans un contexte inflationniste, **les entreprises sont revenues à une politique de maîtrise des coûts**, et selon les agences, les appels d'offres et les négociations sont encore plus durs qu'en 2019
 - Suivant une tendance qui a commencé avant la pandémie, **les événements tendent à devenir plus petits et plus spécialisés (pour 74% des agences)** et beaucoup de Last minute.
 - Peu de choses sont plus importantes que les relations qui sont créées et maintenues lors des événements.

Source : Etude MICE Evento Plus

MICE en Espagne - La récupération du secteur



Source : BrainTrust