

Foro Mallorca, destino MICE



Ramón Vidal, Asun Prats, Marta Blasco, Eva Garde, Luis Gandiaga y Félix Torralba durante el foro celebrado el pasado viernes en el Club Diario de Mallorca.

B. RAMON

SILVIA VELERT. PALMA

El sector de Eventos y Convenciones reclama una mayor visibilidad como industria clave en la economía balear. Para conseguirlo propone incentivar la demanda, mejorar la comunicación y una mayor implicación de las Administraciones para situar a Mallorca como uno de los referentes del Turismo MICE nacional en un contexto marcado por la crisis socioeconómica derivada de la pandemia.

Así se destacó en el Foro Mallorca, destino MICE, un acto organizado por MBS (Mallorca Business Support) y el Club Diario de Mallorca, celebrado el pasado viernes, con la presencia de relevantes profesionales de este ámbito y los interesados en el sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions).

Bajo la premisa de reflexionar sobre los retos de un sector que genera un importante impacto económico en Mallorca, el encuentro contó con la participación de Luis Gandiaga, director general corporativo de BEON Worldwide; Eva Garde, directora del Granada Convention Bureau; Félix Torralba, director Gerente eJmotion Sport España; Ramón Vidal, presidente de Mallorca

El sector de eventos pide más visibilidad por su papel clave en la economía

► Destacados expertos proponen incentivar la demanda y mayor implicación de las Administraciones para situar a Mallorca como un referente del Turismo MICE nacional

Convention Bureau; Asun Prats, Directora de MallorcaLeads; Marta Blasco, directora de MBS y Andreu Serra, presidente de la FMT (Fundació Mallorca Turisme). El encuentro, presentado por la coordinadora del Club DM, María Jesús Riera, y que contó con el equipo de azafatas de Apunto y unos medios audiovisuales que fueron a cargo de Alco, comenzó con una exposición de tres ejemplos de empresas relacionadas con este segmento que expusieron su labor dentro de este segmento en el que Mallorca destaca por su liderazgo.

En el evento, que tuvo lugar en formato mixto (presencial y streaming)

siguiendo todas las medidas de seguridad sanitarias, colaboraron la Fundación Mallorca Turismo del Consell de Mallorca, las asociaciones del sector, Mallorca Convention Bureau y Mallorca Leads. Luis Gandiaga analizó el caso de BEON del grupo

EL EVENTO TUVO LUGAR EN STREAMING Y PRESENCIAL CON TODAS LAS MEDIDAS SANITARIAS

Worldwide como entidad líder nacional y la más premiada en servicios integrales de eventos, comunicación, producción, entretenimiento, tecnología y espectáculos, que ahora está embarcada en la organización de musicales que se estrenarán en Mallorca en septiembre. Gandiaga explicó que los ejes del sector MICE en Mallorca son la generación de un impacto económico y social positivo para la isla, la atracción de talento relacionado con la digitalización del sector y una comunicación y promoción positiva. En su opinión, el aspecto comunicativo se ha gestionado mal y es esencial lanzar unos «mensajes

positivos que generen certeza y confianza con una campaña sin discrepancias que ponga los valores positivos de la isla por encima de los negativos».

En este sentido, Gandiaga destacó que uno de los retos prioritarios de este sector debe ser su valorización ya que a nivel nacional genera unas ventas y beneficios inducidos de 15.000 millones de euros por lo que para su promoción son esenciales los incentivos fiscales y la participación de las Pimes (pequeñas y medianas empresas) en el segmento MICE.

A continuación intervino Eva Garde, quien expuso algunas de las conclusiones que se plantea-

Foro Mallorca, destino MICE

LAS FOTOS DE LA JORNADA / UNA AMPLIA REPRESENTACIÓN DEL SECTOR ESTUVO PRESENTE EN EL ACTO



► **LAS IMÁGENES DEL FORO.** **1** Un momento del debate con público. **2** El gerente de Diario de Mallorca, Sebastià Oliver; Eva Garde, Andreu Serra y Luis Gandiaga. **3** El director de eventos de Diario de Mallorca, Arturo Ramos, Asun Prats; Marta Blasco; Luis Gandiaga; Eva Garde y Félix Torralba. **4** **5** La artista Elena Urizar con sus dibujos sobre el evento. **6** Christian Bosch, CEO de Aico **7** Luis Gandiaga durante su ponencia **8** Se celebró un coffee break en los jardines del Club **9** Marta Blasco junto a su equipo de MBS, Andrea Bueno y Cristina Manitta. **10** Ramón Vidal acompañado de Gabriela Cañellas, Nuria Basilio y Elsa Fornés. **FOTOS DE B.RAMON**





«Debemos lanzar mensajes positivos que generen certeza y confianza en el sector»

LUIS GANDIAGA BEON WORLDWIDE



«El cliente MICE es un profesional que espera algo único y un partner fiable»

EVA GARDE GRANADA CONVENTION BUREAU



«Los eventos deportivos de primer nivel ayudan a posicionar a la isla en el mundo»

FÉLIX TORRALBA EMOTION SPORT ESPAÑA



«Mallorca es un reclamo para generar eventos porque ofrece calidad y sostenibilidad»

ANDREU SERRA FMT

ron en el Congreso Nacional de OPC (Organización Profesional de Congresos) celebrado en Granada hace unas semanas. Entre ellas puso de relieve los valores que atraen a la demanda MICE con los que cuenta Mallorca como un rico patrimonio, el buen clima, la gastronomía, las buenas comunicaciones, la seguridad, la sostenibilidad y la flexibilidad. «El cliente MICE es un profesional que viaja mucho, gasta por encima de la media, ayuda a la desestacionalización turística y espera que le ofrezcas algo único y un partner fiable en el que confiar», sostuvo.

Para conocer el papel de los eventos deportivos en la promoción de la isla como foco de atracción de eventos y convenciones, estuvo presente Félix Torralba, director gerente de eemotion Sport España, organizadores, entre otros eventos deportivos, del torneo ATP de Santa Ponça y, a nivel europeo del de Stuttgart. Defendió las sinergias que el sector de eventos deportivos puede tener con el MICE a la hora de generar valor, consolidar y promover Mallorca como destino líder para eventos.

Abundó en el hecho de que estos encuentros deportivos de primer nivel ayudan a posicionar y visibilizar a la isla en el mundo «por su enorme impacto mediático con un factor social que va más allá de la participación de los deportistas». Ofreció como ejemplo la presencia de influencers que promocionan el destino.

Torralba también puso en valor los patrocinios que permiten generar negocio al tiempo que recordó el carácter cualitativo de su público objetivo por su elevado poder adquisitivo. Alabó las infraestructuras y la conectividad de la isla como valores que permiten competir con otros destinos. De este modo, concluyó que la



«Los eventos son seguros y debemos pensar en una recuperación rápida»

RAMÓN VIDAL MALLORCA CONVENTION BUREAU



«Mallorca tiene una reputación consolidada como destino MICE y hay que dar incentivos»

ASUN PRATS MALLORCALEADS



«El sector MICE genera un impacto económico pero no sabemos transmitirlo»

MARTA BLASCO MBS

LA CONECTIVIDAD, LA SEGURIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD HACEN LÍDER A MALLORCA COMO DESTINO MICE

LA FUNDACIÓN MALLORCA TURISME QUIERE PROMOVER LA INICIATIVA PÚBLICO-PRIVADA EN EL SECTOR

hospitalidad, los incentivos empresariales y la generación de negocio con la atracción de inversiones son las claves para dar una «valor diferencial» a la isla como destino de la organización de eventos y congresos.

Visibilizar el sector MICE

Posteriormente, tuvo lugar una mesa redonda, moderada por Marta Blasco, en la que participaron todos los expertos y que sirvió para clarificar el presente y el futuro de un sector que resulta estratégico en la isla aunque todavía alejado del que le correspondería por sus características e im-

portancia turística. Durante el debate se puso de manifiesto que el sector MICE genera un positivo impacto económico pero no se sabe transmitir esa relevancia. Luis Gandiaga reclamó que esta industria «deje de ser invisible» por su papel clave en la economía para lo que incidió en la necesidad de promover incentivos como en otros sectores. Ramón Vidal fue más allá y apuntó que todos debemos pensar en transmitir el mensaje de que «los eventos son seguros y pensar en una recuperación rápida gracias a las vacunas». Para conseguirlo, en parte, esgrimió que las Administra-

ciones «deben facilitar que ocurra de modo ágil». Para apoyar su argumentación Vidal mencionó el próximo Congreso Nacional de Medicina General y de Familia que se celebrará en el Palacio de Congresos de Palma en el mes de junio con la presencia de mil asistentes.

Desde la perspectiva del impacto que ha tenido la pandemia sobre la imagen de Mallorca como destino turístico, Asun Prats manifestó que la isla cuenta con una reputación consolidada y reconocida en el sector MICE aunque no se sabe comunicar. «Disponemos de infraestructuras y servicios pero no lo sabemos comunicar». Por este motivo, Prats mencionó como retos básicos, por una parte, la mejora de la comunicación interna y externa resaltando a la isla como «destino seguro, sostenible y cercano en cuanto a conectividad». Por otra parte, la necesidad de aplicar una política de incentivos a la demanda como sucede en destinos com-

petidores como Malta y Berlín para atraer el turismo MICE.

La necesidad de atraer talento dentro del sector fue otro de los puntos tratados durante el coloquio. Los ponentes coincidieron en señalar que es un sector joven con un elevado potencial de desarrollo que abre la oportunidad de crear nuevos perfiles profesionales que enriquecen la oferta.

La clausura del acto corrió a cargo de Andreu Serra, presidente de la FMT (Fundació Mallorca Turisme) quien se mostró como un «firme defensor del segmento» y mencionó los cuatro atributos de la isla como líder en el destino MICE: la seguridad, la calidad, la inteligencia y la sostenibilidad. Además, argumentó que la FMT cuenta con un presupuesto de 6,4 millones de euros de los que 1,5 millones se destinan a patrocinios. De igual modo anunció que antes de finales de este año prevé introducir la colaboración público-privada para promocionar la isla como destino MICE y un reclamo para generar eventos.