



INFORME
DE FERIA

2021



ITB / Internationale Tourismus-Börse

Berlín

8-12 de marzo de 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berlín

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

12 de abril de 2021
Berlín

Este estudio ha sido realizado por
Adrián Martínez Blanco

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berlín

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-013-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
2. Descripción y evolución de la Feria	5
2.1. Datos de participación	5
2.2. Presencia española	6
2.3. Programa de la feria	7
3. Tendencias y novedades presentadas	8
3.1. Turismo sostenible	8
3.2. Tecnología en el sector turismo	8
3.3. <i>Marketing</i> de destino	9
3.4. Turismo de negocios	10
3.5. Destino cultural oficial	10
4. Valoración	11
5. Anexos	12
5.1. Enlaces útiles	12





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

ITB – Internationale Tourismus-Börse

Fechas de celebración del evento: 8-12 de marzo de 2021

Fechas de la próxima edición: 9-13 de marzo de 2022

Frecuencia, periodicidad: anual

Lugar de celebración (localización detallada): *online*

Horario de la feria: 8:00 – 20:15

Precios de entrada y del espacio:

- Entrada normal: 99 euros
- Entrada reducida (estudiantes): 49 euros
- *Pack* de 5 entradas (sólo disponible para expositores): 300 euros

Sectores y productos representados: sector turístico

Otros datos de interés: La edición de este año se denominó ITB NOW por tratarse de una edición *online*.



2. Descripción y evolución de la Feria

La ITB Berlin es la mayor feria del sector turístico del mundo. Entre las compañías representadas en la feria se encuentran operadores de turismo, agencias de viajes, hoteles, aerolíneas, empresas de alquiler de vehículos, así como asociaciones nacionales representantes de los intereses turísticos de determinados países, entre otros.

Como no podía ser de otra forma, la edición de este año se ha visto marcada por la situación actual de pandemia, siendo el lema de esta edición “repensar, regenerar, reanudar – turismo por una normalidad mejor”. Se trata de la primera vez que se celebra en formato *online*. La edición del próximo año se planea que se celebre en formato presencial, aunque los organizadores no se descartan que se conserven algunos elementos del formato digital en el futuro, como añadido a los eventos tradicionales, para conseguir llegar a un público todavía más amplio.

La feria consistió en una serie de ponencias *online* retransmitidas a través de la página web de la organización (acceso previo registro, de pago), y una plataforma *online* que permitió encuentros virtuales entre profesionales del sector. Aunque la feria se dio por concluida el día 12 de marzo, se ofrece un tique “After Event”, por valor de 29 euros, que permite ver todas las conferencias en formato *video-on-demand* hasta el 31 de mayo, así como el acceso a comunicados de prensa y a las presentaciones de los expositores, además de permitir organizar encuentros entre empresas hasta dicha fecha.

2.1. Datos de participación

En la siguiente tabla se exponen los principales datos de participación. Aunque la participación fue inferior a ediciones anteriores, realizadas de forma presencial, cabe destacar que el 80 % de los participantes hicieron uso de la oferta de herramientas de *networking* puestas a disposición por la organización, entre las que se encuentran reuniones virtuales, tanto individuales como en grupo, herramienta de chat y un buscador de socios comerciales.

PRINCIPALES DATOS DE PARTICIPACIÓN

Métrica	Valor
Visitantes <i>online</i>	65.700
Porcentaje de visitantes extranjeros	64,5 %
Expositores	3.513
Expositores españoles	226
Países de procedencia de los expositores	120



Representantes de medios de comunicación	>1.000
Horas de vídeo	265
Ponentes	700
Ponencias (presentaciones, tablas redondas, entrevistas)	>400

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ITB Berlín.

2.2. Presencia española

El número de empresas expositoras españolas en el evento fue de un total de 226. A continuación, se ofrece un listado de todas las ponencias realizadas con presencia española:

- **BARCELONA MEDICAL DESTINATION: High complex treatments and COVID-19.**
Martes, 9 de marzo 2021 13:00 - 13:30
Ponentes: Esther Orriols y Dr. Antoni Aria
- **Economy and tourism: challenges for improving the post-COVID model in the Balearic Islands** Miércoles, 10 de marzo 2021 12:00 - 12:30
Ponentes: Iago Neugueruela y Francina Armeng
- **The Balearic Islands. Distinct services to meet future challenges and opportunities.**
Jueves 11 de marzo 2021 10:00 - 10:30
Moderador: Toni Pons
- **Andalusia, your best and safest travel option for 2021. Discover the southernmost region in Spain and travel to Andalusia with the free travel assistance insurance provided by the Andalusian Tourist Office until the end of this year.**
Jueves, 11 de marzo 2021 11:00 - 11:30
Ponentes: Fátima Blanco, Esther Romero y José María Pérez
- **ITB Roundtable: Restarting of LGBT+Tourism. Greeting from the Spanish Tourism Minister**
11 de marzo 2021 15:50 - 16:40
Moderador: Thomas Bömkes
Panelistas: John Tanzella, Maria Elena Rossi, Arturo Ortiz Arduan, Rika Jean Francois, María Reyes Maroto Illera, Fred Dixon, Philip Ibrahim y Luca Martinazzoli
- **European Capitals of Smart Tourism – The Road to Recovery**
Jueves, 11 de marzo 2021 17:00 - 17:30
Ponentes: Sandra Bumbar, Jonathan Gómez Punzón y Helena Lindqvist



2.3. Programa de la feria

El programa completo de la feria se puede consultar en la página web oficial del evento (<https://www.itb.com/ITBBerlinNOW/Program/>)

Asimismo, se pueden volver a ver todas las grabaciones hasta el día 31 de mayo de 2021, previa compra de un tique “After-Event”, por valor de 29 euros, en caso de no haber participado en la feria.

ICEX

3. Tendencias y novedades presentadas

El lema de la edición de este año ha sido “repensar, regenerar, reanudar – turismo por una normalidad mejor”, haciendo referencia a situación actual de crisis en el sector debido a la pandemia de COVID-19, y a la necesidad de recuperación del sector. A continuación, se ofrece un breve resumen de los temas más importantes discutidos en las videoconferencias que tuvieron lugar a lo largo de la semana.

3.1. Turismo sostenible

La situación de crisis sanitaria ha hecho aumentar el turismo local y de naturaleza, ya que se trata del tipo de turismo que permite en mayor medida mantener las distancias de seguridad, lejos de las multitudes.

Es en este sentido donde cobran relevancia las presentaciones de países como Lituania, promoviendo el segmento de *slow travel*. Algunas de las actividades propuestas en el contexto de esta forma de turismo fueron rutas de ciclismo y senderismo, acampadas, y terapias de relajación en la naturaleza.

La sostenibilidad es uno de los factores que más importancia están cobrando en la decisión de los viajeros a la hora de seleccionar el destino de sus vacaciones. Es lo que muestra el informe que Euromonitor presentó el día 12 de marzo en la feria. Se estableció un *ranking* de 99 países y se analizaron siete pilares: sostenibilidad ambiental, social y económica, riesgo, demanda de riesgo sostenible, transporte y alojamiento. Los 20 países que mejor clasificados están son todos europeos, siendo el más sostenible Suecia.

En un panel de expertos celebrado el día 10 de marzo, en la convención virtual, hubo unanimidad en la conclusión de que el turismo sostenible no se verá afectado por la necesidad de una rápida recuperación económica, sino que, al contrario, se producirá una aceleración del mismo, ya que los consumidores están más concienciados con la salud y la importa de cuidar del medio ambiente.

3.2. Tecnología en el sector turismo

La tecnología también jugará un papel fundamental en la recuperación del sector. Tanto los gobiernos como las empresas de la industria turística están investigando cómo posibilitar el retorno al trabajo de los empleados de dicho sector. Este retorno es fundamental, ya que el empleo en hostelería, aerolíneas, cruceros, agencias de viaje, empresas de alquiler de vehículos, organización

de eventos, y similares, representaba 1 de cada 10 empleos en el mundo pre-COVID, según el World Travel & Tourism Council.

Las propuestas incluyeron, entre otras: aplicaciones móviles que muestren notificaciones en directo para informar de brotes locales de COVID-19, así como posibles cambios de las restricciones establecidas por los gobiernos locales, aplicaciones móviles que faciliten el pago de forma completamente libre de contacto, así como el uso de biométrica (por ejemplo, identificación por voz o facial) para facilitar el *check-in* o pasar el control de seguridad o pasaporte en el aeropuerto.

Todo esto contribuiría a aumentar la confianza los turistas, de la misma manera que lo haría un documento electrónico universal que permita probar el estado de inmunidad de los viajeros.

Otras soluciones tecnológicas que han servido de ayuda en la crisis que está atravesando el sector han sido los *chatbots*, para ayudar a gestionar el gran volumen de cancelaciones y cambios de reserva.

3.3. Marketing de destino

Según se vayan levantando las restricciones a lo largo del año, una estrategia de comunicación que resalte la sostenibilidad del destino turístico se volverá clave. En concreto, expertos del sector recomendaron revisar las estrategias de contenido para conectar con nuevas audiencias, enfocadas hacia el turismo sostenible a través del *marketing* digital.

El mundo del turismo está experimentando un cambio fundamental. Los consumidores sufren una gran incertidumbre sobre cuándo y cómo podrán viajar, o incluso si será posible. Los viajeros acuden a cada vez más a fuentes *online* para organizar el viaje, sobre todo para saber cuáles son las recomendaciones de viaje más recientes, las restricciones vigentes, y descubrir nuevos destinos menos conocidos donde haya menos aglomeraciones.

Algunos destinos que, tradicionalmente, se encontraban entre los más populares han perdido gran parte de su atractivo, mientras que otros han visto aumentar su demanda de forma considerable.

Ahora más que nunca, se demanda confianza y seguridad. El sector del turismo se basa en datos históricos para predecir la demanda futura, pero esto ya no es adecuado en la situación de alta volatilidad que estamos viviendo.

Aumentar la precisión y la agilidad con la que se realizan las predicciones del sector se ha vuelto clave. Las organizaciones de promoción turística deben cambiar la forma en la que planeaban y comunicaban hasta ahora. Un ejemplo de cambio necesario es, por ejemplo, según los potenciales viajeros buscan turismo local y de exteriores, la promoción debería centrarse en hacer campañas de *marketing* que pongan en valor los destinos de naturaleza, así como en estar preparados para un aumento de las reservas de última hora.

3.4. Turismo de negocios

El turismo de negocios es un segmento que también se ha visto profundamente afectado por la pandemia. Aunque se espera que los viajes de negocios vuelvan a niveles previos a la crisis en los próximos años, dado que un encuentro en línea no puede sustituir a la importancia de la interacción en persona, sí que se espera una ligera reducción del gasto que las empresas dedican a viajes de negocio.

No obstante, también han aparecido nuevas oportunidades para el sector. En concreto, el teletrabajo ha creado una demanda de alquiler de apartamentos o habitaciones dedicadas exclusivamente a trabajar desde casa. Además, el hecho de poder trabajar algunos días a la semana en remoto facilita los “fin de semana largos” y por lo tanto crea nuevas posibilidades en el sector *bleisure*, esto es, viajes de negocios con un componente de turismo personal.

3.5. Destino cultural oficial

El estado alemán de Sajonia ha sido el destino cultural oficial de la edición de este año, y será además el país socio oficial en la ITB Berlín de 2022.

Se realizaron una serie de presentaciones con 27 socios de la región, siendo los temas principales “cultura y ciudades”, “naturaleza activa” y “vacaciones en familia”. Debido a la situación de pandemia, desde la primavera de 2020 se ha apostado en mayor medida por el turismo nacional, así como por la digitalización y sostenibilidad.

Los responsables de promoción de turismo de la región de Sajonia afirman que el segmento con mayor potencial en la región es la cultura, pero la crisis sanitaria muestra un gran potencial para las vacaciones de naturaleza y turismo activo, así como destinos fuera de los circuitos habituales.

En 2022 el destino cultural oficial será Georgia, además de ser país organizador en 2023.

4. Valoración

Esta primera edición *online* de la feria ITB ha supuesto sin duda un reto para organizadores y participantes. Las cifras de participación han sido inferiores a años anteriores, pero después de subsanar algunos problemas técnicos surgidos el primer día, tanto expositores, como visitantes, compradores y medios de comunicación se mostraron satisfechos de la feria.

La organización de la feria se muestra satisfecha, asimismo, y recalca la importancia de tener un lugar de encuentro tan importante para los profesionales de la industria, especialmente en los tiempos tan complicados que vivimos. La feria es una excelente oportunidad para realizar *networking*, como muestra la calidad de las empresas inscritas en la plataforma *online*. Cuatro de cada cinco solicitudes de contacto entre empresas dieron lugar a una reunión.

Sin embargo, las empresas con las que hemos contactado no tienen una opinión muy favorable del formato *online* debido a sus limitaciones como, por ejemplo, los fallos técnicos de la plataforma, además de la menor flexibilidad a la hora de organizar las reuniones, y desean volver, en cuanto sea posible, al modelo presencial clásico que existía antes de la pandemia.

Aunque también es cierto que el formato *online* tiene su lado positivo. La plataforma sigue abierta a los participantes hasta el 31 de mayo, para que los participantes puedan volver a ver las conferencias de su interés, además de poder seguir organizando reuniones de negocios entre empresas participantes.

La experiencia de esta edición se verá sin duda reflejada en la planificación de la ITB Berlin 2022, que combinará la experiencia de varias décadas de la organización llevando a cabo la feria en formato presencial, con las lecciones aprendidas este año. Es muy probable que el evento del próximo año cuente con un formato híbrido, combinando lo mejor de los formatos presencial y *online*, con el fin de llegar a un público lo más amplio posible, independientemente de en qué parte del mundo se encuentre.



5. Anexos

5.1. Enlaces útiles

- Web oficial ITB Berlín: <https://www.itb-berlin.com/>
- Plataforma de noticias oficiales de ITB Berlín: <https://news.itb.com/>
- Listado de expositores: <https://www.itb.com/ITBBerlinNOW/ExhibitorList/index-2.html>
- Acceso a los vídeos de las conferencias (hasta el 31 de mayo, previo registro de pago): <https://www.itb-now.com/program>

ICEX

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones