

EMPRESAS ALEMANAS

LAS QUE MÁS INVIERTEN EN EVENTOS

ASÍ LO REVELA EL PRIMER ESTUDIO EUROPEO SOBRE TIPOLOGÍA DE EVENTOS REALIZADO POR MCI Y MDK

por REDACCIÓN

El análisis, del que se ha avanzado una parte, consta de siete apartados y será dado a conocer en su totalidad a partir del próximo mes de septiembre. De este anticipo de datos, llevado a cabo por los responsables del estudio, Juan Pablo Sánchez y Sergio Romero, el pasado 22 de junio en el Club de Marketing de Barcelona, se desprende que las ferias y los congresos son la clase de eventos que más valoran y utilizan las principales empresas europeas.

Los eventos gozan de buena salud en Europa, según se destila de una encuesta realizada por MCI y MDK Investigación de Mercados a directivos de grandes empresas de Alemania, España, Francia y Reino Unido, que admitieron un gasto en marketing experiencial de un 21,9% de media. Así, los eventos se posicionan como una poderosa herramienta de marketing, situándose casi al nivel de la publicidad convencional, que recibe un 25,6% de media del presupuesto. Buena parte de este gasto se realiza en Alemania, cuyas empresas realizan la más importante inversión de

EL ESTUDIO REVELA DE FORMA CLARA QUE LOS EVENTOS SE POSICIONAN COMO UNA PODEROSA HERRAMIENTA DEL MARKETING EMPRESARIAL

los países estudiados. Tras Alemania le siguen de cerca el Reino Unido y Francia, mientras que España se sitúa a la cola, con un índice poco representativo de la inversión en el sector. Esto se debe a la situación de liderazgo ferial y congresual del país germano, que goza de un mercado consolidado y maduro. En España, el sector es incipiente y está en crecimiento, a pesar de

