

Asamblea de la AIPC 2009

Buscando recetas para superar la crisis

Ante un contexto económico global francamente desfavorable, la última asamblea de la AIPC (Asociación Internacional de Palacios de Congresos) estuvo enfocada a analizar las posibilidades de supervivencia y recuperación del negocio de las reuniones, que ha registrado un bajón significativo en 2009.

Al mal tiempo buena cara...

Unos 300 representantes de palacios de congresos de todo el mundo asistieron el pasado mes de julio en A Coruña (Galicia, España) a la 51ª conferencia y asamblea anual de la AIPC. El encanto atlántico del puerto gallego y el programa social preparado por el anfitrión de la conferencia -el equipo gestor del palacio de congresos Palexco, miembro de la AIPC- contribuyeron a infundir un espíritu positivo y relajado, que tiende a faltar en estos tiempos de recesión.

Recesión en 2009

Está claro que las cifras no pintan bien... Según la encuesta anual llevada a cabo por la AIPC entre sus miembros, el 52% de los que respondieron al sondeo ha confirmado haber perdido negocio en 2009 (contra sólo un 16% en 2008). El pesimismo domina: el 58% de los encuestados también había previsto más pérdida de negocios hasta finales de 2009, cuando este porcentaje sólo era del 12% el año pasado. Asimismo, otro estudio de la asociación americana Profesional Convention Management Association (PCMA), junto con American

Express, también revela que el total de las pérdidas causadas por cancelación o aplazamiento de reuniones (planificadas por miembros de la asociación que respondieron a la encuesta) asciende a 2,5 mil millones de dólares sólo para el período 2009-2010.

Recuperación en 2010

La gran pregunta es, por lo tanto, saber si esta tendencia negativa seguirá en 2010 y más allá... Según la economista americana Linda Yueh, que intervino en la asamblea, la economía mundial debería estabilizarse en 2010, gracias a las medidas de rescate de los grandes bancos. "La recuperación será desigual. Las economías emergentes, a pesar de estar también en recesión, contribuirán a evitar el colapso de la economía mundial", dijo. El PIB mundial permanecerá por debajo del 3% durante un par de años y ya se verán señales de recuperación en 2011 (en particular, en cuanto a rentabilidad de las empresas) aunque con contrastes "regionales": los EEUU y las grandes economías emergentes liderarán el crecimiento mientras Europa y Japón se quedarán atrás...



AIPC Meeting 2009

Por / By: Nathalie Pédestarres
Fotos/Photos: AIPC

Looking for ways to overcome the crisis

In view of a clearly unfavourable economic climate, the last AIPC (International Association of Conference Centres) meeting focussed on analysing the meeting market's possibilities for survival and recovery, given the significant drop in business recorded in 2009.

One must try to put a brave face on it...

Around 300 representatives from conference centres across the world attended the 51st AIPC conference and annual meeting in A Coruña (Galicia, Spain) in July. The Atlantic charm of the Galician port and the social programme prepared by the meeting's hosts – the management team at the Palexco centre (AIPC member) helped create a positive and relaxed atmosphere, much needed in these times of recession.

Recession in 2009

It's obvious that the figures don't look good... According to the annual AIPC survey carried out among its members, 52% of those who completed the survey confirmed they had lost business in 2009 (against only 16% in 2008). Pessimism reigns: 58% of those surveyed also envisaged a further loss of business before the end of 2009, when this figure only stood at 12% last year. While another survey by the American Professional Management Association (PCMA), in association with American Express, also

reveals that the total losses caused by cancellation or postponement of meetings (planned by association members who responded to the survey) amounted to 2.5 billion dollars, just for the 2009-2010 period.

Recovery in 2010

The burning question is therefore whether or not this negative trend will continue in 2010 and beyond ... According to the American economist, Linda Yueh, who took part in the meeting, the world economy should stabilise in 2010, thanks to the rescue measures adopted by the big banks. "Recovery will be uneven. Despite being in a recession, emerging economies will help prevent the world economy from collapsing", she stated. The world GDP will remain below 3% for a couple of years and signs of recovery will be seen in 2011 (in particular, in terms of companies' profitability) but with "regional" contrasts: the USA and large emerging economies will lead the growth, while Europe and Japan will lag behind...



Asamblea de la AIPC 2009



Simon Anholt



Linda Yueh

AIPC Meeting 2009



Según Linda Yueh, las inversiones en la protección del medioambiente van a liderar el proceso de recuperación económica. “Esta crisis ha llevado a algunos gobiernos a darse cuenta del papel que tiene la responsabilidad social en la reactivación del consumo”, dijo la economista. Es también una de las observaciones que emanó de la encuesta de la AIPC: donde más se ha invertido últimamente es en la protección del medioambiente y en la formación profesional.

Medidas de emergencia

Los recortes de presupuesto para organización de reuniones y congresos han llevado a los clientes a entablar negociaciones más drásticas con los palacios de congresos. Estos últimos están tomando medidas de emergencia para encauzar las pérdidas de ganancias. Algunos casos concretos se presentaron en la conferencia de la AIPC. El palacio de congresos de Adelaide (Australia) decidió reducir las penalizaciones por cancelación para aliviar la presión financiera a sus clientes, al tiempo que les ofrecen descuentos, incentivos y subvenciones y les ayuda a mantener un buen número de delegados.

En el caso de Basilea, el palacio de congresos se “salva” gracias a la diversificación de sus negocios: su fortaleza en el segmento de las ferias les ayuda a capear la crisis. Asimismo, ha decidido seguir con sus planes de expansión en el extranjero (adquisición de un evento en Miami, el Art Basel Miami Beach) e investigar nuevos segmentos de mercado.

En cuanto al palacio de congresos de Cape Town (África del Sur), ha optado por tejer relaciones de colaboración con organizadores de eventos, ofrece su propio servicio interno de organización de eventos, ha flexibilizado su política de precios, ofrece paquetes de servicios en vez de descuentos, invierte en calidad y se concentra en

Linda Yueh believes investment in the protection of the environment is going to spearhead the economic recovery process. “The crisis has led some governments to realize the role social responsibility plays in reactivating consumption”, declared the economist. It’s also one of the observations that came to light from the AIPC survey: the area in which most investment has been made recently has been the protection of the environment, and professional education.

Emergency measures

Cuts in meeting and conference planning budgets have led clients to establish more drastic negotiations with conference centres. The latter are taking emergency measures to address loss of profits. Some specific cases were presented at the AIPC conference. Adelaide conference centre (Australia) decided to reduce cancellation charges to alleviate financial pressure on their clients, while offering them discounts, incentives and subsidies, as well as helping them retain a good number of delegates.

In the case of Basle, the conference centre “escapes” unscathed thanks to the diversification of its business: its strength in the exhibition sector helps it dodge the crisis. It has also decided to go on with its plans to expand abroad (acquisition of an event in Miami, the Art Basel Miami Beach) and to carry out research into new market sectors. As for Cape Town conference centre (South Africa), it has opted to establish closer-knit relations with events organizers; it offers its own in-house events organization service, has made its price policy more flexible, provides service



Edgar Hirt, presidente de la AIPC, entrega el Premio para la Innovación a la representante del centro de convenciones de Darwin.

Edgar Hirt, AIPC president, gives the AIPC Prize for Innovation to the representant of the Darwin Convention Centre.

Asamblea de la AIPC 2009

AIPC Meeting 2009



nuevos segmentos de mercados (los eventos religiosos y los eventos gubernamentales). San Diego (EEUU) por su parte, se ha volcado en el mercado de las asociaciones (en particular los clientes fieles, que repiten en el destino) y ha prometido descuentos a largo plazo (¡hasta el 2015!) puesto que la necesidad de dinero se hace urgente ahora.

Recuperar el prestigio

Rod Cameron, experto canadiense en gestión de palacios de congresos y exposiciones, cuestiona a su vez la “imagen” de las reuniones. “Hay que examinar de nuevo las relaciones con los convention bureaux –dijo-. Es necesario distanciar los palacios de congresos del turismo de ocio”. Según Rod Cameron, la imagen de las reuniones ha sido perjudicada primero por los códigos de buenas prácticas impuestos por el sector farmacéutico, y luego por los recientes planes de rescate con dinero público al sector empresarial, que en los Estados Unidos han influido negativamente en la percepción que tiene el público ahora de los gastos que se hacen en las reuniones. Es preciso recrear la reputación de las reuniones”, concluyó.

El consultor británico Simon Anholt, especializado en el campo de las marcas, proclamó, no sin cierta ampulosidad: “Ustedes tienen el control sobre la imagen de sus centros de congresos. Si quisieran, podrían recrear la imagen de las reuniones y como todo se decide durante los congresos ¡podrían cambiar el mundo!”. Animó a su audiencia a distanciarse urgentemente del turismo de ocio y de poner en marcha una estrategia de reposicionamiento de imagen que pasa por tres etapas: definir la imagen que se quiere vincular; dar sustancia al producto, mejorarlo; emprender acciones simbólicas para mostrar al público que un centro de congresos aporta también al bienestar de una comunidad.

packages instead of discounts, invests in quality and concentrates on new market segments (religious events and governmental events). San Diego (US) has thrown itself into the association market and promised long-term discounts (until 2015) since the need for money is more urgent now.

Restoring prestige

Rod Cameron, a Canadian expert in conference and exhibition centre management, in turn, questions the “image” of meetings. “We should re-examine relations with convention bureaux – he said. We have to distance conference centres from leisure tourism”. According to Rod Cameron, the image of meetings has been tarnished, first by the codes of good practice imposed by the pharmaceutical industry, and then by recent rescue plans with public money for the business sector, which in the US has had a negative influence on the public’s current perception of expenditure on meetings. We need to recreate the reputation of meetings”, he concluded.

The British consultant Simon Anholt, a brand specialist, claimed, slightly exaggeratedly that: “You have control over the image of your conference centre. If you wanted to you could recreate the image of meetings, and as everything is decided at meetings, you could therefore change the world! He encouraged his audience to urgently move away from leisure tourism and set up an image repositioning strategy, which goes through three stages: defining the image you want it to be linked to, giving substance to the product, improving it; undertaking symbolic actions to show the public that a conference centre also brings wellbeing to a community.



Asamblea de la AIPC 2009

AIPC Meeting 2009

Enrique Pena, director de Palexco

“Tenemos que buscar fórmulas imaginativas”

En 2010 Palexco cumplirá 5 años. Su director general, Enrique Pena, hace un balance bastante positivo de la actividad del palacio de congresos, que ha conocido un crecimiento estable desde sus comienzos hasta hoy; con 165 eventos registrados en 2008, esta cifra no debería bajar este año pese a la crisis. Para Enrique Pena, la diversificación de la actividad del palacio es clave hoy: “No podemos hacer sólo congresos; tenemos que buscar fórmulas imaginativas en temas de hostelería, de exposiciones comerciales, pequeñas ferias... El recinto clásico de centro de convenciones tiene que dar paso a un nuevo formato.” Observó que segmentos aún poco explotados, como el del catering y hostelería, está cobrando un peso significativo dentro de la facturación del edificio. De hecho, Palexco lo promueve a través de ferias y jornadas gastronómicas, presentaciones de denominaciones de origen, etc. “El desafío, en estos momentos en que se ha cerrado un modelo de negocios, es convertirnos en empresarios. Ahora tenemos que promocionar también el negocio, inducir congresos, ferias y convenciones.”

Enrique Pena, Palexco's manager

“We have to find imaginative formulas”

In 2010 Palexco will be celebrating its 5th anniversary. Its general manager, Enrique Pena, gives a quite positive balance of the conference centre's business, which has experienced stable growth to date, with 165 events recorded in 2008, and this figure shouldn't drop this year despite the crisis. For Enrique Pena, diversification of the centre's business is essential today: “We can't just host meetings; we have to find imaginative formulas as regards catering, trade shows, small exhibitions...The classic convention centre needs to give way to a new format.” He observed that relatively undeveloped segments, for example catering, are gaining significant weight within the building's turnover. In fact, Palexco is promoting it via food fairs and conferences, presentations on denominations of origin, etc. “The challenge at this time in which a business model has concluded, is to become business executives. We now have to promote business too, induce meetings, exhibitions and conventions.”

Edgar Hirt, Rod Cameron y/and Enrique Pena

