

# COMPTE RENDU D'OPERATION

**IBTM World  
Barcelone**

**18 au 20 novembre 2025**

## 01

# DESCRIPTION DE LA MANIFESTATION

**Nom :** IBTM WORLD

**Lieu :** Barcelone, Espagne

**Type :** Salon international Tourisme d’Affaires

**Dates :** 18 au 20 novembre 2025

**Cibles :** Professionnels du secteur MICE / Agences MICE / entreprises / associations

**Zone(s) géographique(s) concernée(s) :** Europe majoritairement – Amérique du Nord (USA et Canada)

## 02

# Description de l’espace

**Format :**

3 journées de Rendez-Vous préprogrammés en amont de la manifestation

**Partenaires présents :**

- ATC (Agence du Tourisme de la Corse)
- DMC Corsica Events
- Hotel Radisson Blu Resort & SPA 4\*

## 03

# Evaluation

**Nombre et qualité des contacts :**

Au total, quarante rendez-vous avaient été programmés avant l’événement et treize rendez-vous spontanés ont été réalisés sur le stand, permettant d’obtenir 53 contacts qualifiés. La majorité des interlocuteurs buyers étaient issus d’agences MICE ou de tour-opérateurs internationaux, représentant 60 % des rencontres. Les entreprises et directions événementielles représentaient 26 % des visiteurs rencontrés et les associations 14 %. Les professionnels rencontrés provenaient de secteurs variés, notamment technologie, pharmacie, automobile, finance et luxe. Sur le plan géographique, 19 % des contacts étaient français, 13 % américains, 13 % allemands, 9 % belges, 8 % polonais, 4 % chacun pour le Royaume-Uni, l’Autriche et le Brésil, et 26 % pour d’autres marchés tels que l’Italie, la Suisse, l’Espagne, les Pays-Bas, le Canada et les pays asiatiques.

### Tendances observées :

- **RDéconnexionrce des incentives nature**, parfaitement alignés avec l'ADN corse (déconnexion, grands espaces).
- **Recherche de destinations préservées** : volonté de sortir des destinations sur-fréquentées ou connues.
- **Programmes hybrides**, mixant productivité et outdoor.
- **Sensibilité accrue aux enjeux RSE** : nécessité de démontrer des engagements concrets (mobilité douce, gestion des ressources, choix responsables).

## 04 Bilan général de l'opération :

Six contacts ont été identifiés comme leads « chauds » présentant un intérêt immédiat et des projets identifiés, trois comme leads « tièdes » à moyen terme et quarante-quatre comme contacts en phase de prospection ou de collecte d'informations. Des demandes d'informations complémentaires ont menées à la mise en relation avec les partenaires locaux, notamment au sujet de l'accessibilité aérienne hors saison et pour l'organisation de séminaires. Il a également été discuté des possibilités d'organisation d'un événement tourisme d'affaires et d'un congrès, tous deux internationaux, à partir de 2027.

Les tendances observées sur le marché indiquent un retour des incentives centrés sur la nature et le bien-être, un intérêt accru pour des destinations préservées, une demande pour des programmes hybrides alliant productivité et activités de plein air, et une sensibilité croissante aux critères de responsabilité sociale et environnementale des destinations. Ces éléments confirment l'adéquation de l'offre corse avec les attentes des organisateurs internationaux.

La participation à l'IBTM World Barcelone 2025 a permis de consolider la position de la Corse comme destination MICE alternative et attractive. Les contacts qualifiés démontrent un intérêt soutenu sur les marchés européens principaux, ainsi qu'un intérêt exploratoire sur les marchés nord-américains et d'Europe centrale. L'ensemble des échanges recueillis constitue une base solide pour envisager des projets sur les années 2026 et 2027, tout en confirmant l'attractivité de la Corse pour des événements professionnels de tous types, dans un cadre naturel, premium et durable.