**Kaderstuk**

**Het gemiddelde Belgische eventbureau is ongeveer de helft minder rendabel dan hun Nederlandse collega. De voornaamste oorzaak van dit fenomeen is de meer mature relatie tussen bureau en adverteerder.**

Meer bepaald:

1. De graad van loyaliteit, gemiddelde duurtijd dat een klant met hetzelfde bureau werkt, is een stuk langer dan in België.
2. De manier van een open en eerlijke pre- en postcommunicatie in Nederland zorgt voor constante bijsturing van verwachtingen onder het motto 'samen voor beter'.
3. De pitches worden dikwijls vooraf gegaan door een pre-onderzoek dat leidt tot een relevante shortlist van gemiddeld 2 à 3 bureaus

Uit het jaarlijkse sector-onderzoek van IDEA (NL) en ACC (B) in 2017 (cijfers over 2016) blijkt het volgende:

1. Een Nederlands eventbureau neemt gemiddeld aan 15 pitches per jaar deel, terwijl in België het gemiddeld aantal pitches per bureau steeg van 41 in 2015 tot 45 in 2016 (3x zoveel als in Nederland dus).
2. De deelname aan een pitch leidt in Nederland in 51% van de gevallen tot een project voor het eventbureau, in België slechts in 20% van de gevallen.