

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Abril 2023

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Abril 2023

“Les reserves per als propers mesos apunten bones ocupacions, malgrat l'increment de preus i la inflació del darrer any.”

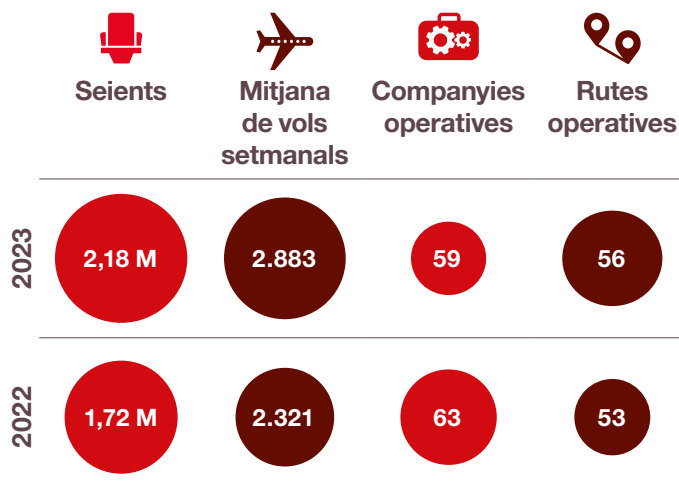
0. Continguts



Us fem arribar els principals indicadors d'activitat turística que obtenim fent seguiment de les tendències des de les oficines a l'exterior de l'ACT i a partir de fonts de dades massives (*big data*), enquestes i diferents estudis identificats o generats per l'equip d'Intel·litur.



1. Operativa de vols de març Aeroports catalans



En aquest enllaç trobareu el [quadre amb les connexions de la destinació.](#)

Font: ForwardKeys

1.1. Trànsit de març Aeroports catalans

Vols

	Àsia	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
2023	14	79	22	54	56	225	2.658	2.883
2022	5	75	18	36	46	180	2.141	2.321
%	180%	5%	22%	50%	21%	25%	24%	24%

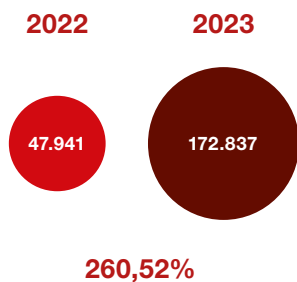
Seients

	Àsia	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
2023	15 m	56 m	23 m	58 m	58 m	212 m	1,97 M	2,18 M
2022	5 m	54 m	18 m	37 m	47 m	162 m	1,56 M	1,72 M
%	165%	4%	29%	54%	23%	30%	26%	26%

Font: ForwardKeys

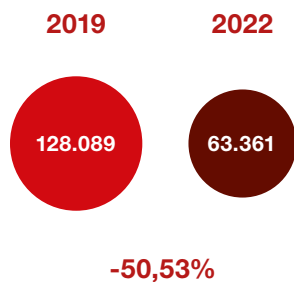
1.2. Trànsit marítim i ferroviari Viatgers

Port de Barcelona
 Acumulat gener-febrer



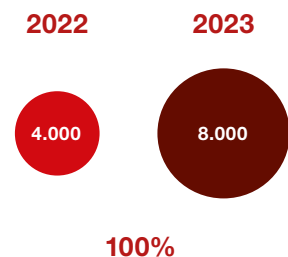
Font: Port de Barcelona

Port de Tarragona
 Acumulat gener-desembre

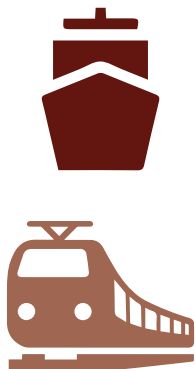


Font: Port de Tarragona

Trànsit ferroviari
 Gener



Font: INE. Frontur



1.3. Serveis de transport en destinació

- ✓ Increment del volum de demanda per als propers mesos.
- ✓ Continua en augment el període d'antelació de les reserves.
- ✓ El mercat nord-americà continua la seva tendència a l'alça (es situa per sobre del 2019).
- ✓ El mercat europeu (especialment el centreeuropeu) s'apropa en volum a les xifres de 2019 i pel que fa a l'antelació de les reserves dels serveis aquestes se situen en gairebé 40 dies.
- ✓ Increment de la demanda de serveis corporatius del mercat francès i belga amb destinació Catalunya.

El transport aeri, marítim i terrestre ha experimentat un gran creixement els primers mesos de l'any respecte al mateix període de l'any anterior.

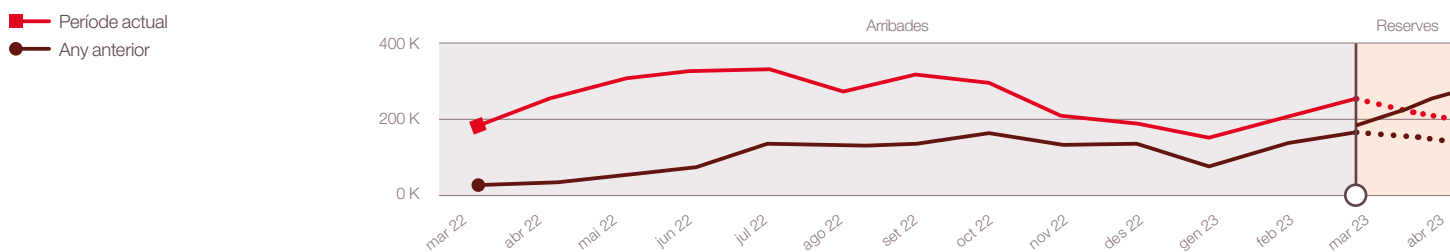




2. Arribades, reserves i cerques de vols

Evolució de les arribades previstes per als propers cinc mesos a partir de les reserves de vols.

2.1. Evolució d'arribades i reserves de vols per viatjar a Catalunya

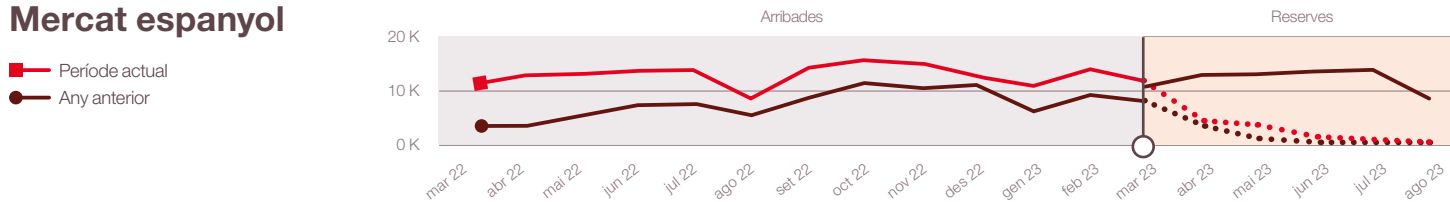


💡 La tendència continua sent de creixement, i mes a mes les arribades també son superiors.

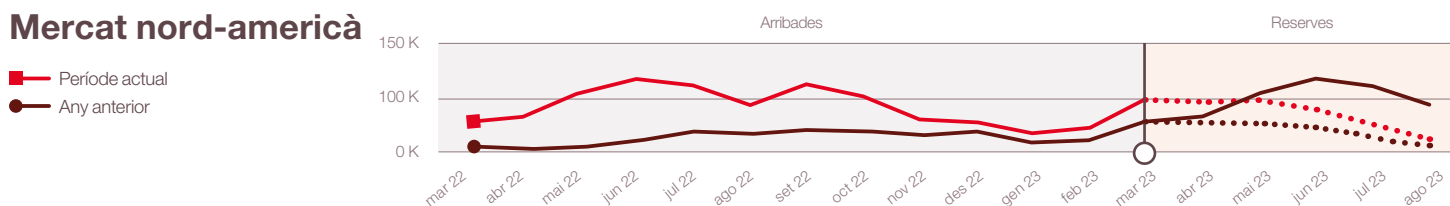
Font: ForwardKeys (març 2023)

2.2. Evolució d'arribades i reserves de vols per viatjar a Catalunya segons origen

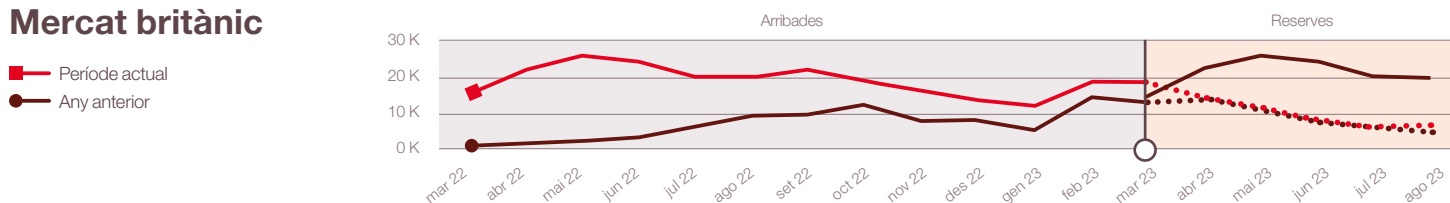
Mercat espanyol



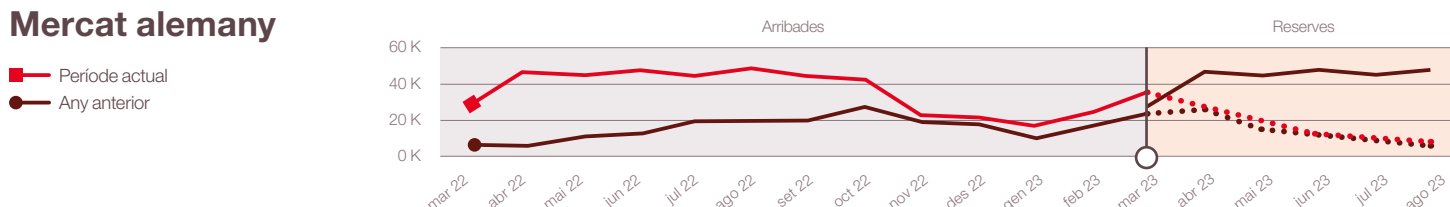
Mercat nord-americà



Mercat britànic



Mercat alemany

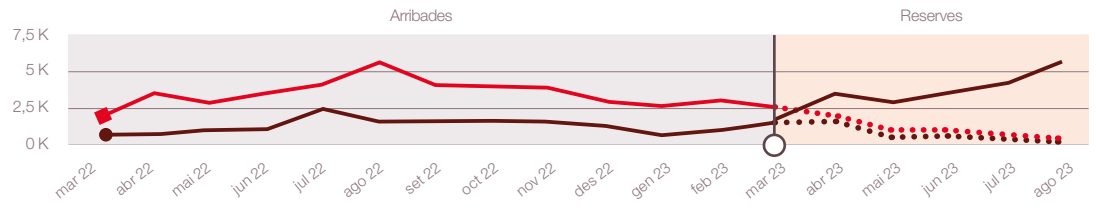


Font: ForwardKeys (març 2023)



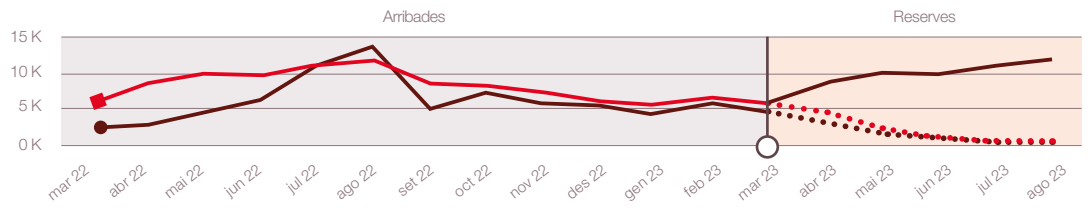
Mercat italià

■ Període actual
● Any anterior



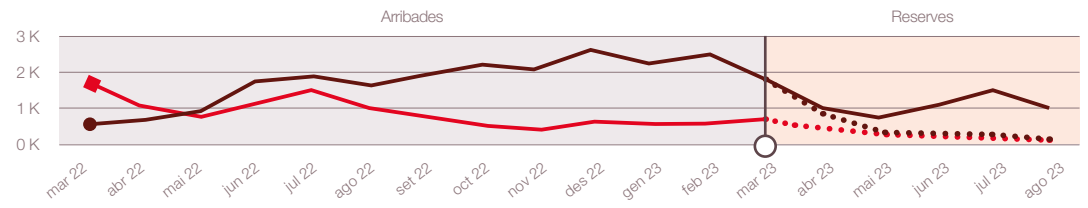
Mercat francès

■ Període actual
● Any anterior



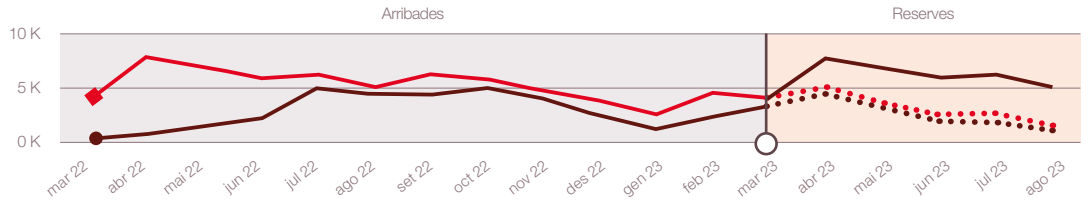
Mercat rus

■ Període actual
● Any anterior



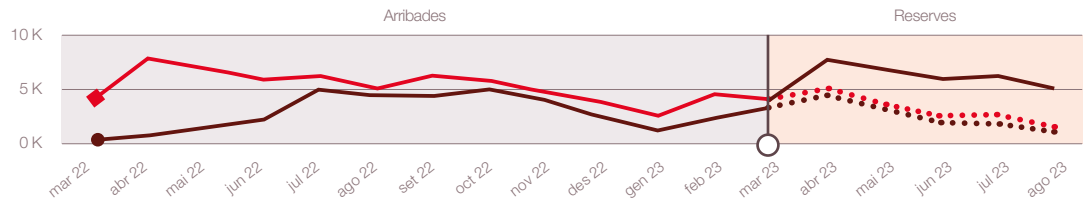
Mercat neerlandès

■ Període actual
● Any anterior



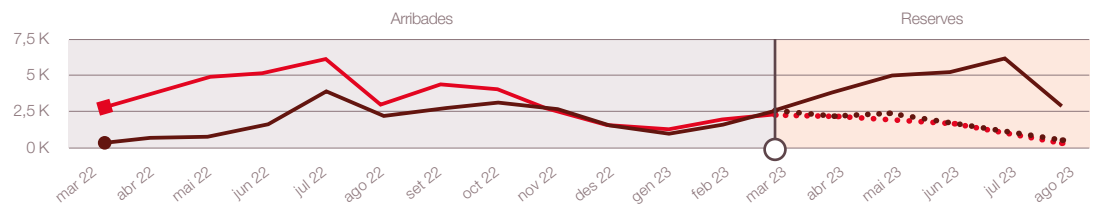
Mercat belga

■ Període actual
● Any anterior



Mercat suec

■ Període actual
● Any anterior



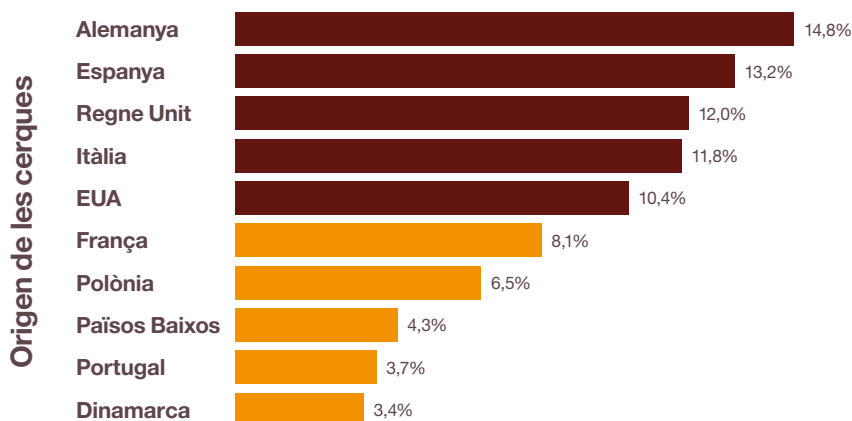
Font: ForwardKeys (març 2023)



2.3. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya



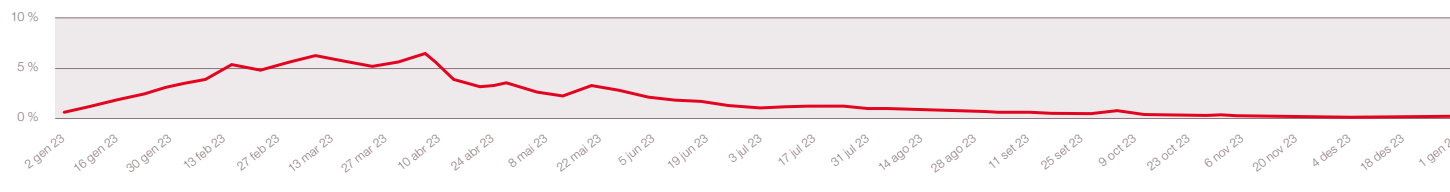
58 M
 de cerques de vols
 realitzades entre l'1 de gener
 i el 12 de març de 2023



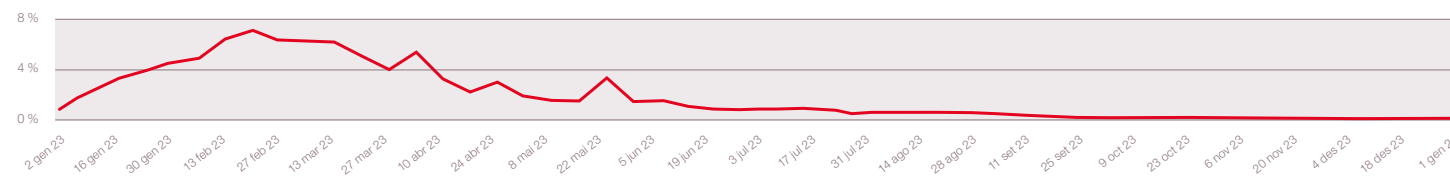
Nota: és interessant contrastar les dates de cerques segons origen amb el calendari de períodes vacacionals. Consulteu-lo en aquest enllaç: [Calendari de vacances i festius dels mercats emissors 2023](#)

2.4. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya segons data d'arribada

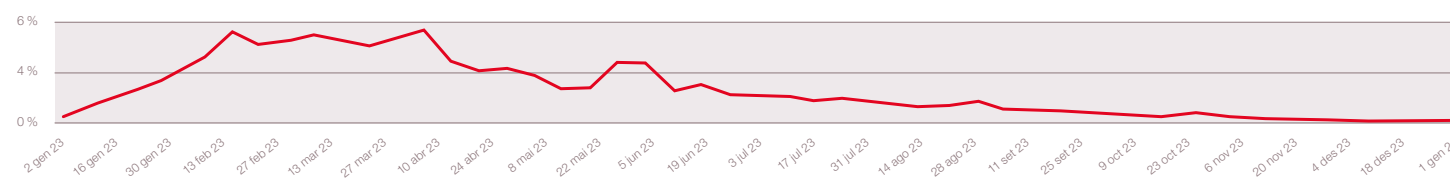
Mercat alemany



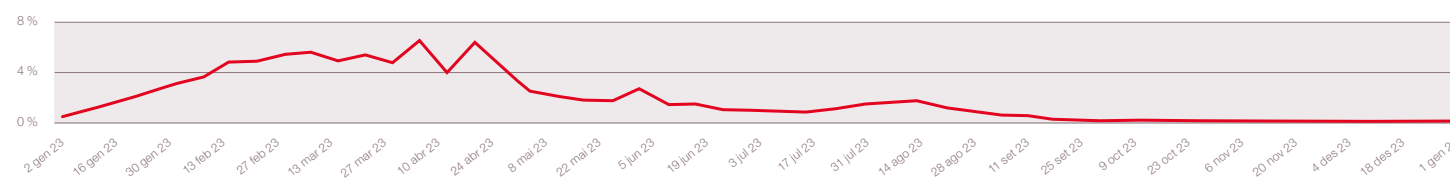
Mercat espanyol



Mercat britànic

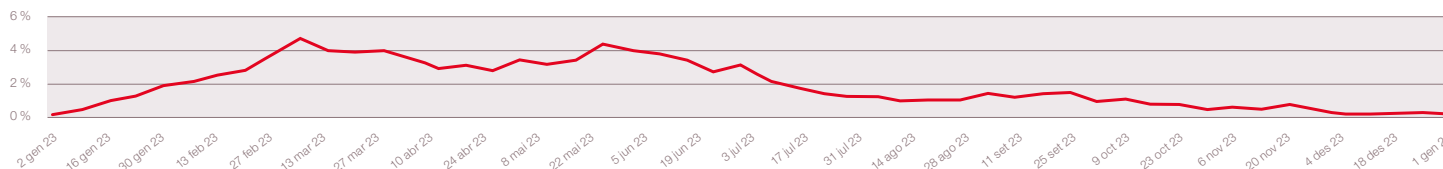


Mercat italià

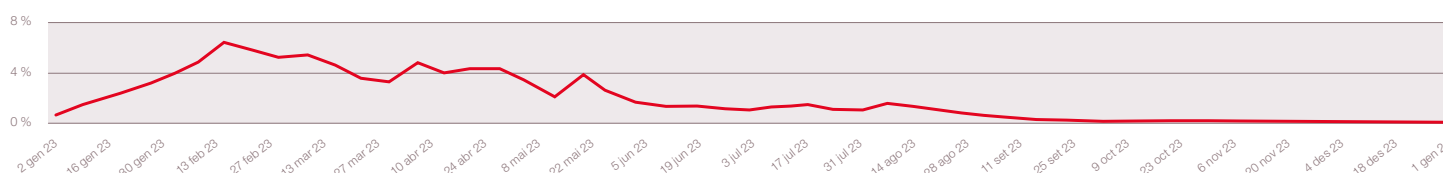




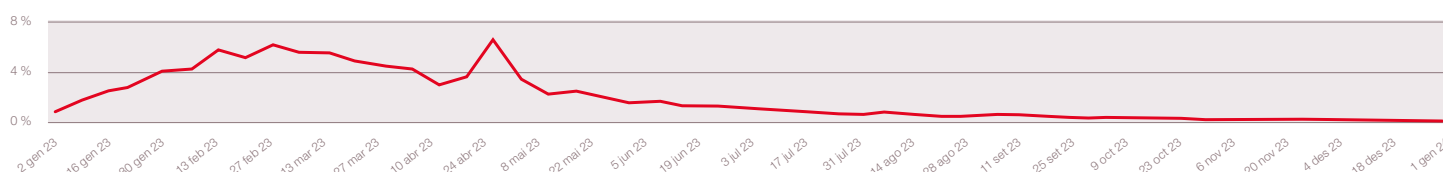
Mercat americà



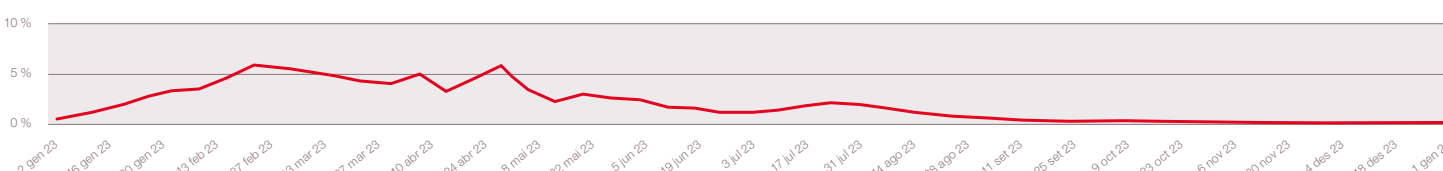
Mercat francès



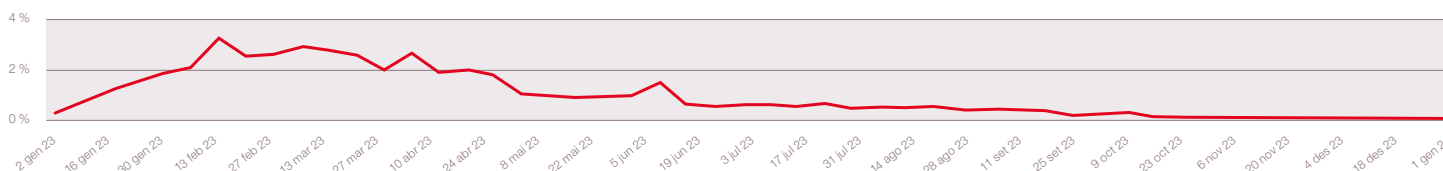
Mercat polonès



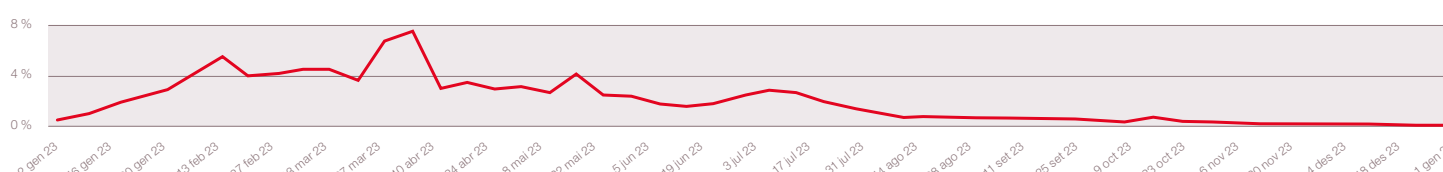
Mercat neerlandès



Mercat portuguès



Mercat danès



Font: ForwardKeys (març 2023)

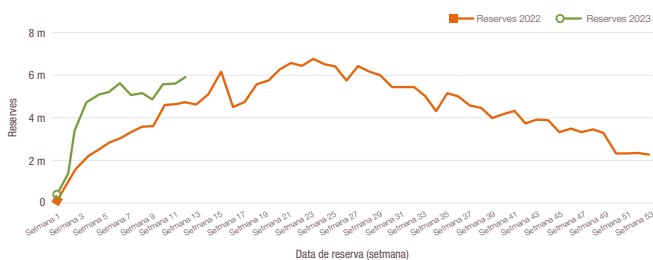


3. Activitat hotelera

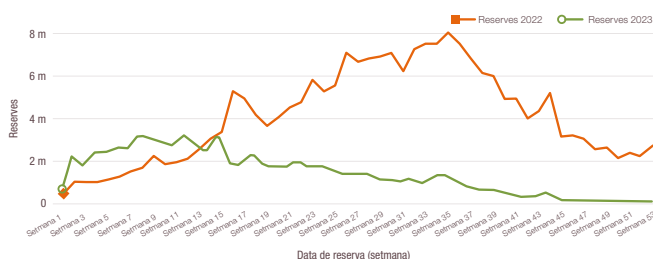
Les dades de reserves i cancel·lacions hoteleres B2B i C2B mostren setmana rere setmana com es comporta el sector de l'allotjament.

3.1. Reserves hoteleres B2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



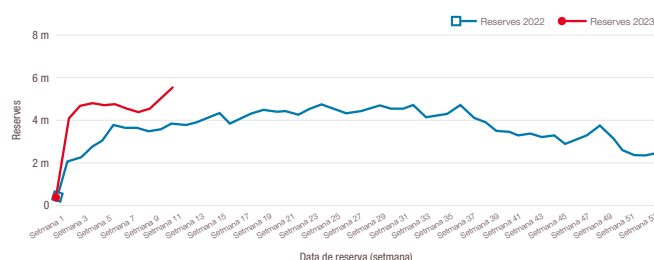
Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



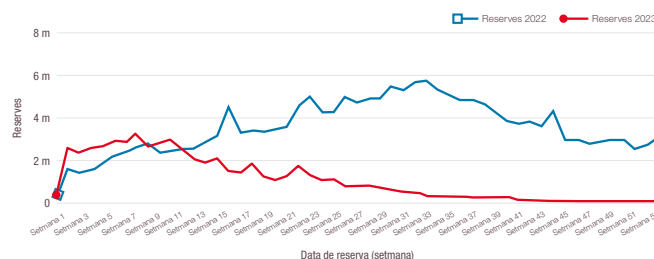
Font: InsightX for Destinations (març 2023)

3.2. Reserves hoteleres C2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



Font: Mirai (març 2023)

3.3. Antelació reserves B2B i C2B (dies)

Mes	B2B		C2B	
	2022	2023	2022	2023
Gener	22	28	39	61
Febrer	22	27	41	60
Març	23	36	39	55
Abril	33	-	38	-
Maig	39	-	35	-
Juny	44	-	33	-
Juliol	47	-	27	-
Agost	55	-	29	-
Setembre	49	-	34	-
Octubre	39	-	37	-
Novembre	29	-	46	-
Desembre	36	-	44	-

Les reserves continuen la seva tendència a l'alça i superiors a l'any 2022.





4. Els viatges dels italians

A partir de les dades que ens ofereix YouGov analitzem el perfil i hàbits de consum del turista italià.

4.1. Perfil



Grup de viatge



Tipologia de viatger



4.3. El viatge

Producte



Allotjament



Transport



Factor decisor

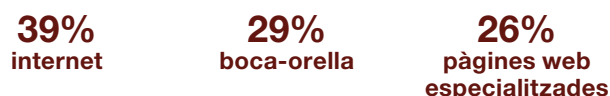


Viatges en els propers 12 mesos



4.2. Planificació

Com s'informa



Com reserva



Quan reserva

95%
de les reserves es concentren els nou primers mesos de l'any amb un pic significatiu entre els mesos de juny i setembre.

4.4. Barreres a l'hora de viatjar

31% cost del viatge

24% condicions laborals

20% riscos sanitaris

El turista italià està conscienciat amb la sostenibilitat i es considera un consumidor responsable.



Font: YouGov

5. Indústria de reunions. Mercat italià

Itàlia és un dels països que millor ha recuperat l'activitat de negocis i de reunions, gràcies a l'evolució de l'any 2021 i al turisme domèstic. Els països fronterers amb Itàlia, juntament amb Espanya, són les destinacions principals.

5.1. Destinació Espanya



L'any 2022 va generar un volum d'ingressos entre 220-270 milions d'euros (-20% respecte a 2019).



Representa el 4-6% de la indústria de reunions receptiva a Espanya.



Els sectors prioritaris de la indústria italiana són: moda i cosmètica, alimentació i begudes i medicofarmacèutic.

5.3. Tendències



Optimització i personalització de l'experiència



Sostenibilitat



Diversitat, igualtat i inclusió



Propòsit de l'esdeveniment



Experimentació en nous continguts audiovisuals



Sensibilitat al preu



Digitalització per ser més competitiu



Dades i anàlisi, imprescindibles per al negoci del futur

5.2. Atributs per escollir una destinació



Ecosistema de l'empresa: proveïdors i suport logístic



Disposar d'allotjament i infraestructures bàsiques



Reputació de marca com a destinació de reunions



Digitalització de l'esdeveniment



Professionalitat: especialització



Sostenibilitat

5.4. Oportunitats per a la indústria



Posicionament en sostenibilitat



Transformació digital



Focalització en demanda segmentada



Suport en marca paraigües

El 12% dels turistes de la indústria de reunions italiana fan una extensió del viatge (*bleisure*).





6. Viatges sostenibles. El turisme *silver*

El nou turista *silver* (+50) busca viure experiències a les destinacions que visita i conèixer en profunditat noves cultures. Se sent atret per un turisme molt més personalitzat, que atén les necessitats, i prioritza el benestar i la sostenibilitat en els seus viatges.

6.1. Perfil del viatger *silver*

Té **més de 50 anys**.

Representa el **50%** dels turistes dels EUA.

Representa el **47%** dels turistes de la UE.

El **80%** de les persones entre 55 i 75 anys té interès per viatjar.

Genera uns ingressos de **109.000 milions d'euros/any** en sectors directament relacionats amb el turisme (3% del PIB mundial).

6.3. Característiques del viatge

 El **81%** vol gaudir de les vacances amb la família i amics.

 El **78%** prefereix estades curtes i viatjar sovint.

 La despesa mitjana se situa en **190 €** per persona i dia.

Els viatges per a singles *silver*, els creuers i el sol i platja són tendència per a aquest segment.




6.2. Viatges accessibles


 El **35%** de persones de més de 65 anys té necessitats especials.

 Fan **7 viatges** cada any de mitjana.

 Redueixen l'estacionalitat del sector turístic.

 Viatgen acompanyats.

 Gasten un **28%** més per assegurar-se les condicions d'accessibilitat necessàries.

 Repeteixen i són fidels quan troben una destinació adaptada a les seves necessitats.

6.4. Motivacions del viatge

 **Turisme sostenible:** natura, agroturisme, ecoturisme i turisme d'aventura.

 **Turisme de salut i benestar:** balnearis o centres de salut.

 **Turisme urbà i cultural:** turisme educatiu.

 **Turisme creatiu:** fusió entre benestar i gastronomia.

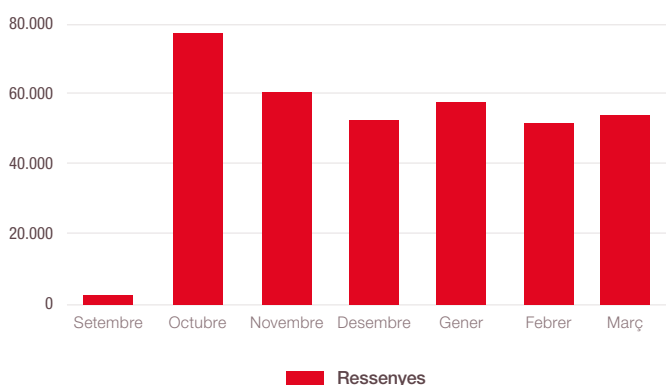


7. Reputació online

El seguiment de la reputació de la destinació Catalunya s'obté a partir de l'escolta de les converses en xarxes socials i webs (mitjans de comunicació, blogs, fòrums i altres canals socials).

7.1. Catalunya a les xarxes

Volum de converses relacionades amb Catalunya en el context dels viatges en el darrer any



Valoració de la destinació	Sentiment global	Índex de satisfacció*	Volum de comentaris
8,8	8,9	8,8	356.701

* L'índex de satisfacció és la mitjana entre la valoració de la destinació i el sentiment global

7.3. Sentiment global. Top 5 mercats

País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	47.130	19,1%	8,9
Regne Unit	33.806	13,7%	8,8
França	30.772	12,5%	7,6
Estats Units	25.237	10,2%	8,9
Itàlia	15.389	6,2%	9,1

7.2. Valoració de la destinació Top 5 mercats

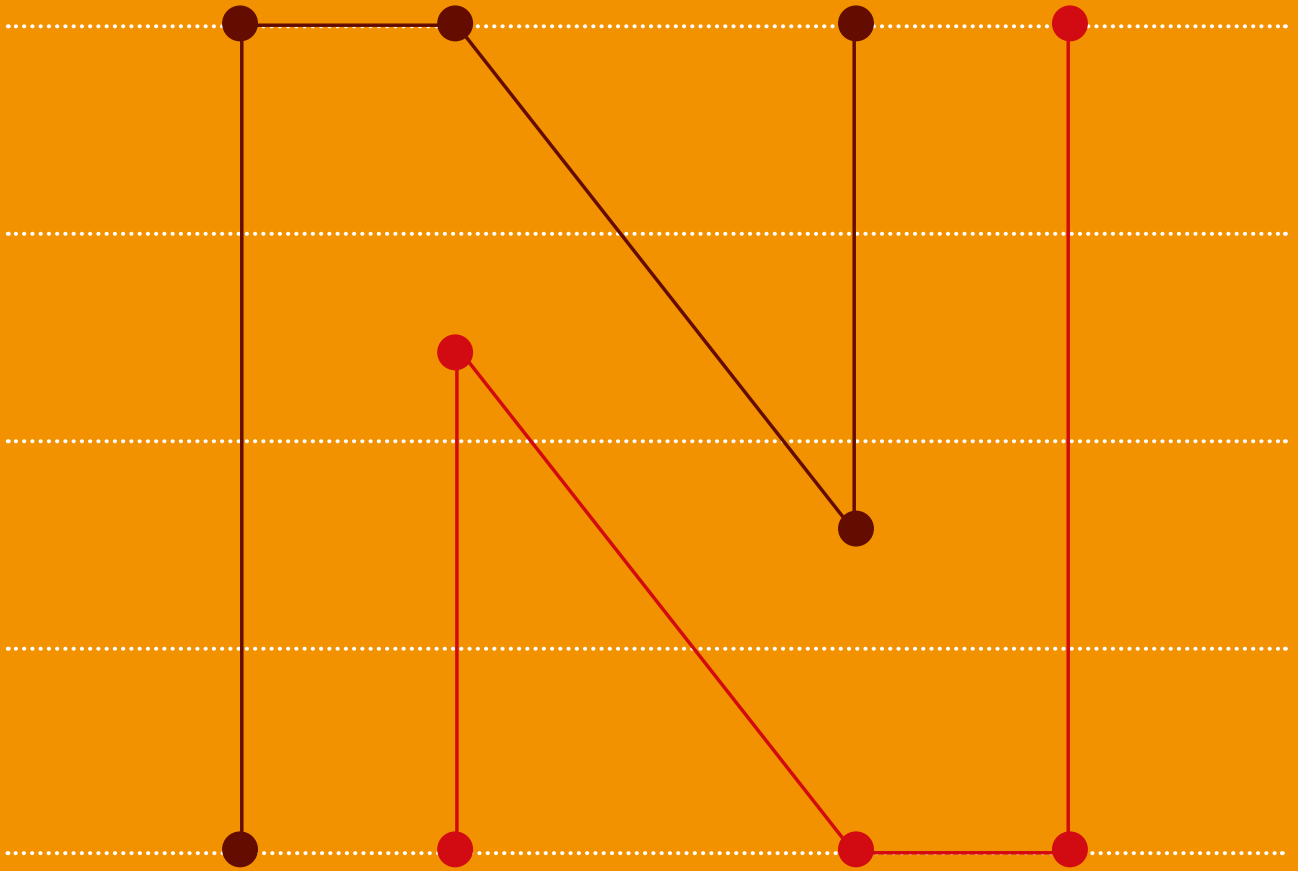
País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	29.123	26,3%	8,3
França	12.254	11,1%	8,2
Regne Unit	8.042	7,3%	8,5
Itàlia	7.649	6,9%	8,5
Estats Units	5.711	5,2%	8,9

7.4. Índex de satisfacció segons plataforma

Plataforma	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Google	221.765	62,2%	8,9
Booking.com	96.094	26,9%	8,4
TripAdvisor	18.780	5,3%	8,8
TheFork	6.667	1,9%	8,9
GetYourGuide	4.080	1,1%	9,3

El volum de converses relacionades amb Catalunya en el context dels viatges valora la destinació amb un 8,8.





act.gencat.cat
catalunya.com