

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Octubre 2023

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Octubre 2023

“Un cop finalitzada la temporada d'estiu, les perspectives per a la tardor són positives i tot apunta que les reserves s'incrementaran.”

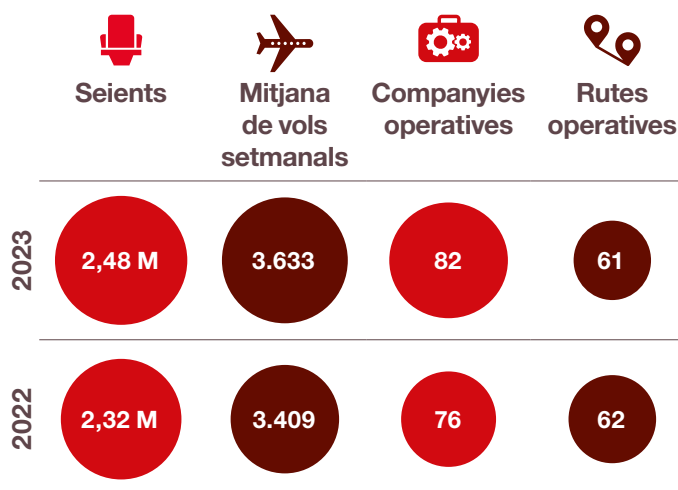
0. Continguts

 <p>1. Transports pàgina 3</p>	 <p>2. Arribades, reserves i cerques de vols pàgina 4</p>	 <p>3. Activitat hotelera pàgina 9</p>	
 <p>4. Els viatges dels suecs pàgina 10</p>	 <p>5. Indústria de reunions. Mercat suec pàgina 11</p>	 <p>6. Viatges sostenibles. Mercat suec pàgina 12</p>	 <p>7. Reputació online pàgina 13</p>

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 setembre Aeroports catalans



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

Font: ForwardKeys

1.1. Trànsit de setembre Aeroports catalans

Vols

	Àsia	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
2023	20	87	26	56	116	305	3.328	3.633
2022	11	95	17	47	103	273	3.136	3.409
%	81 %	-8 %	52 %	19 %	12 %	11 %	6 %	6 %

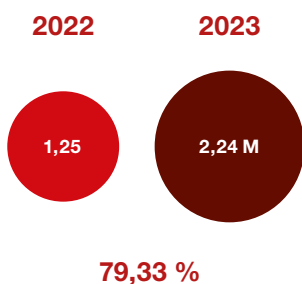
Seients

2023	22 m	61 m	30 m	61 m	132 m	308 m	2,48 M	2,79 M
2022	11 m	67 m	17 m	53 m	114 m	265 m	2,32 M	2,59 M
%	89 %	-9 %	75 %	16 %	15 %	16 %	6 %	7 %

Font: ForwardKeys

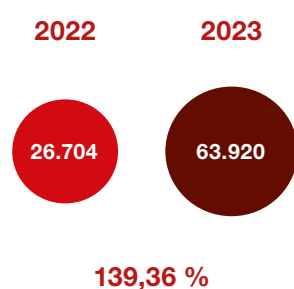
1.2. Trànsit marítim i ferroviari Viatgers

Port de Barcelona
Acumulat gener-agost



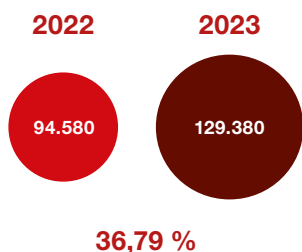
Font: Port de Barcelona

Port de Tarragona
Acumulat abril-agost

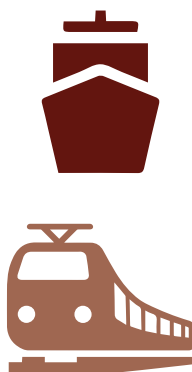


Font: Port de Tarragona

Trànsit ferroviari
Acumulat gener-juliol



Font: INE, Frontur



1.3. Serveis de transport en destinació

- ✓ Demanda creixent d'activitats i esdeveniments corporatius internacionals.
- ✓ Gran increment de la demanda de serveis de transport pel darrer quadrimestre de l'any, principalment d'origen europeu i corporatiu del sector químic/farmacèutic i tecnològic.
- ✓ Augment continuat del mercat asiàtic.
- ✓ La demanda del mercat americà continua en augment i ja supera les xifres del mateix període de l'any anterior.

La tendència pel que fa al transport aeri, terrestre i marítim continua sent de creixement i les xifres són superiors a les de l'any anterior.

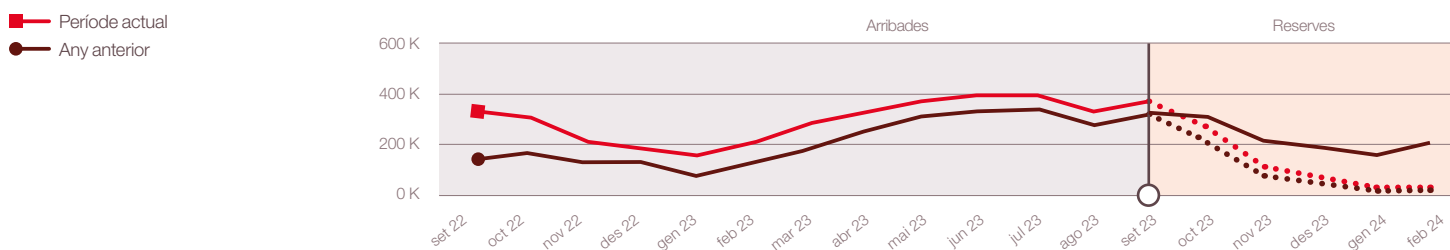




2. Arribades, reserves i cerques de vols

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

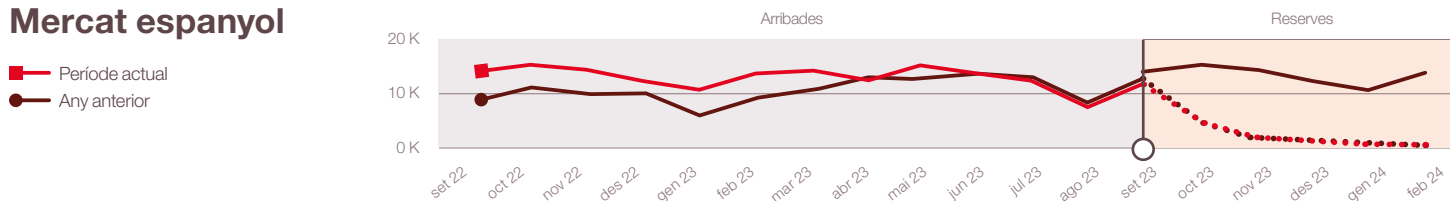
2.1. Evolució d'arribades i reserves de vols per viatjar a Catalunya



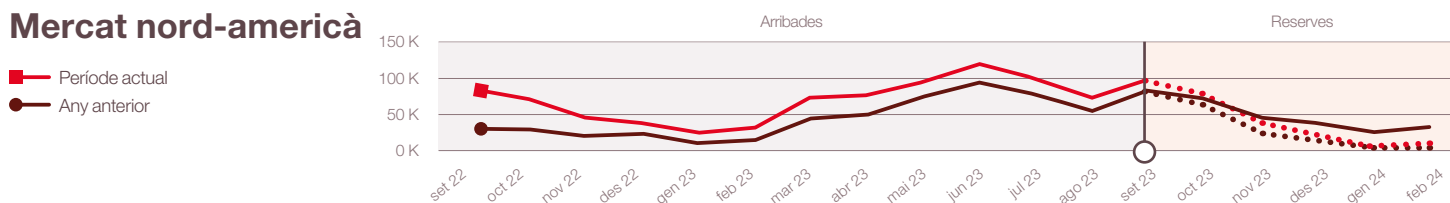
💡 La tendència continua sent de creixement i un mes rere l'altre les arribades són superiors.

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

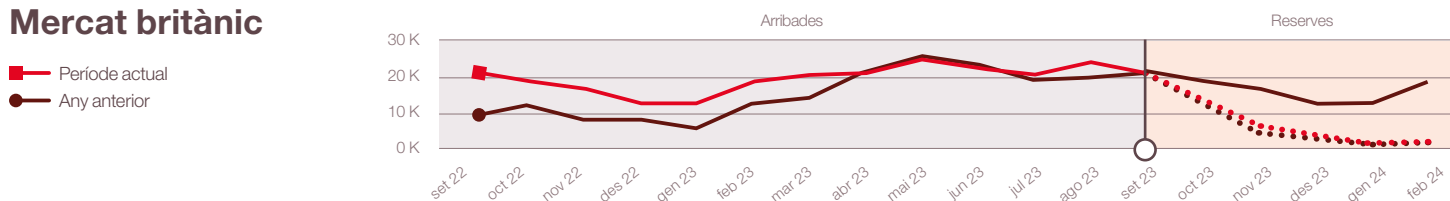
Mercat espanyol



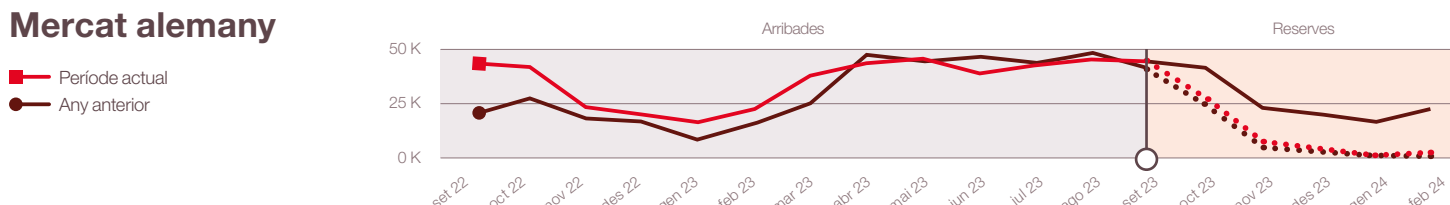
Mercat nord-americà



Mercat britànic



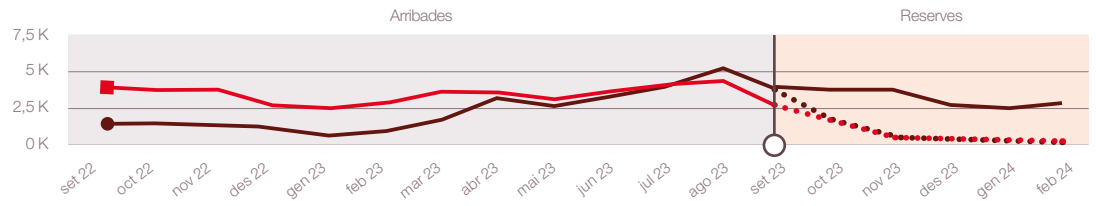
Mercat alemany





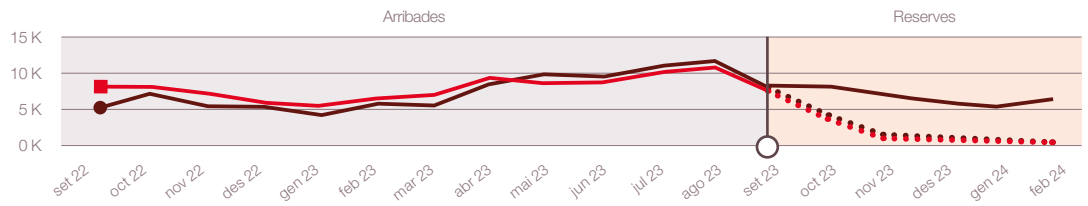
Mercat italià

■ Període actual
● Any anterior



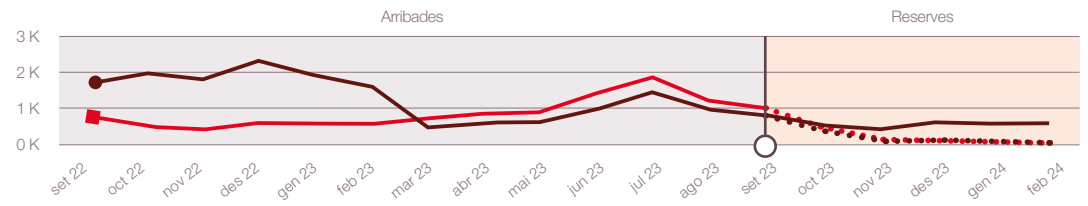
Mercat francès

■ Període actual
● Any anterior



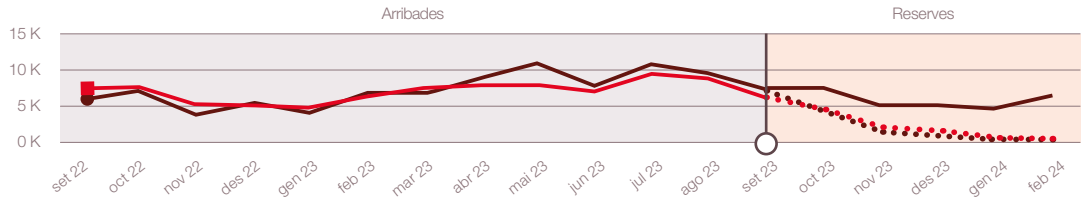
Mercat rus

■ Període actual
● Any anterior



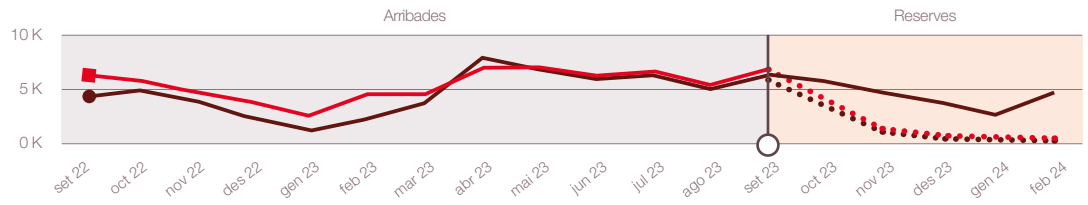
Mercat neerlandès

■ Període actual
● Any anterior



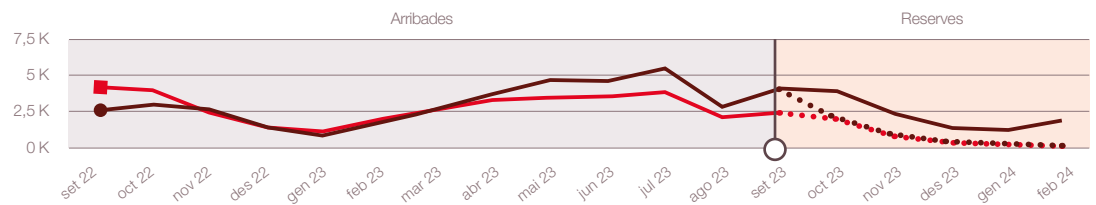
Mercat belga

■ Període actual
● Any anterior



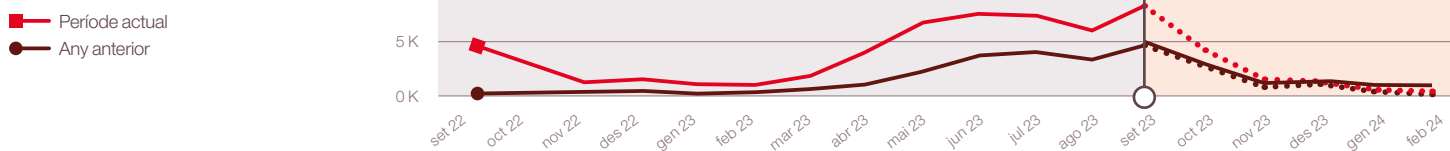
Mercat suec

■ Període actual
● Any anterior

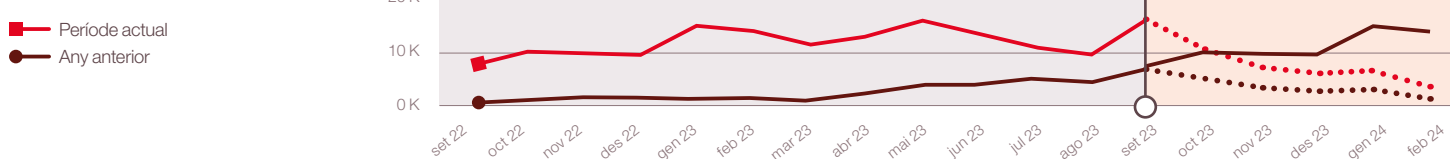




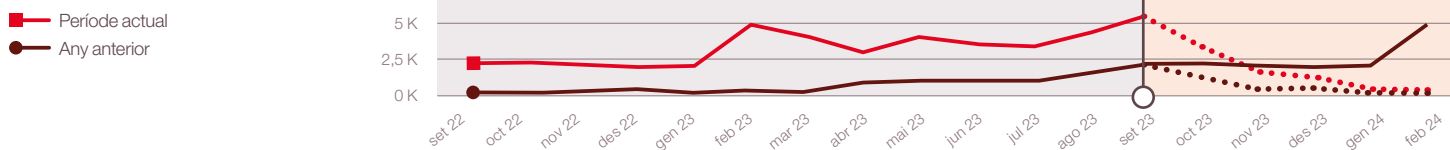
Mercat australià



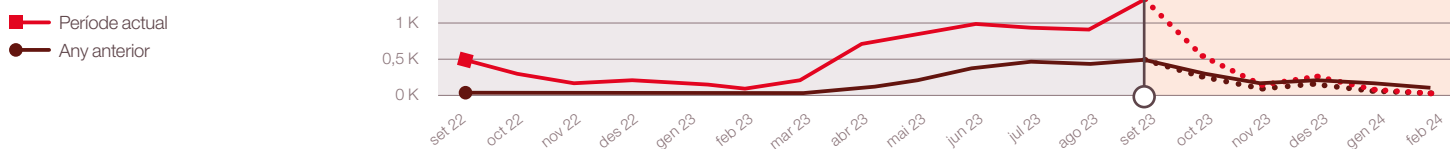
Mercat sud-coreà



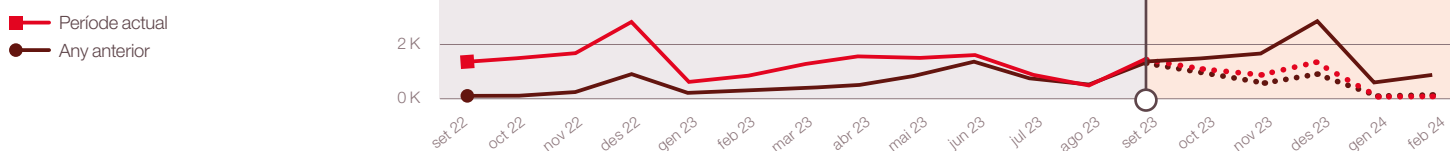
Mercat japonès



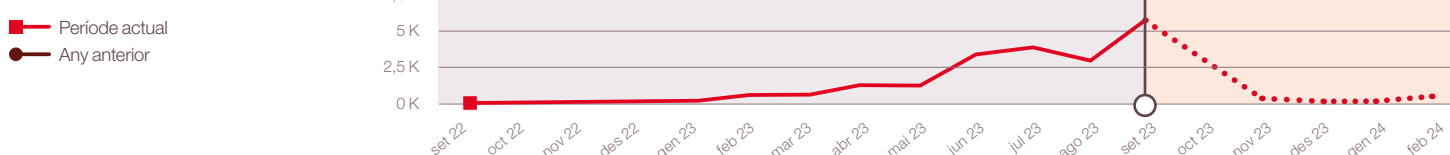
Mercat neozelandès



Mercat de Singapur



Mercat xinès



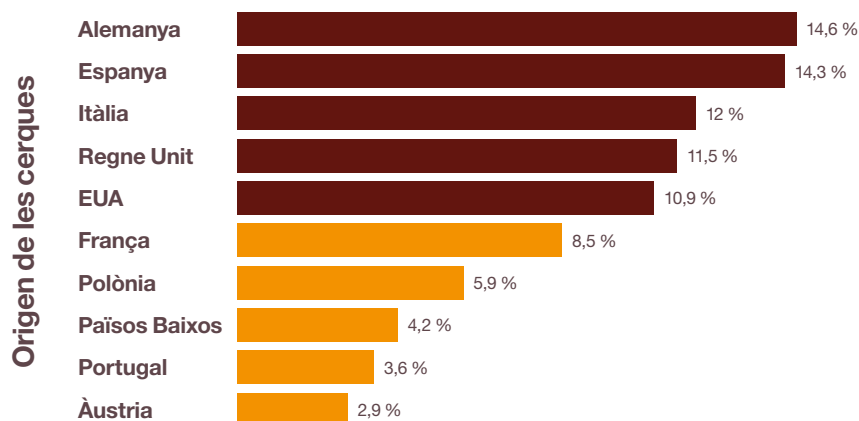
Font: ForwardKeys (setembre 2023)



2.3. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya



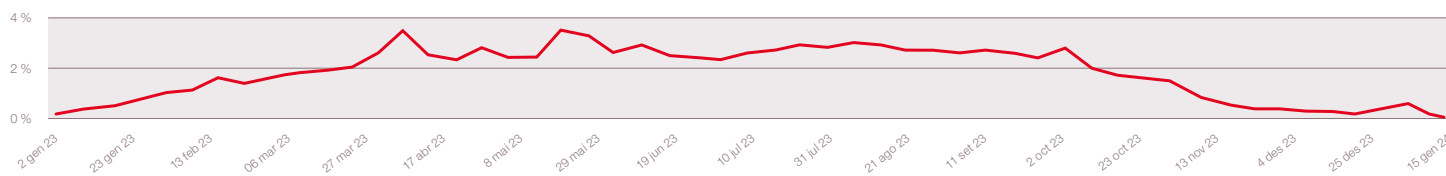
204 M
de cerques de vols
realitzades entre l'1 de gener
i el 17 de setembre de 2023



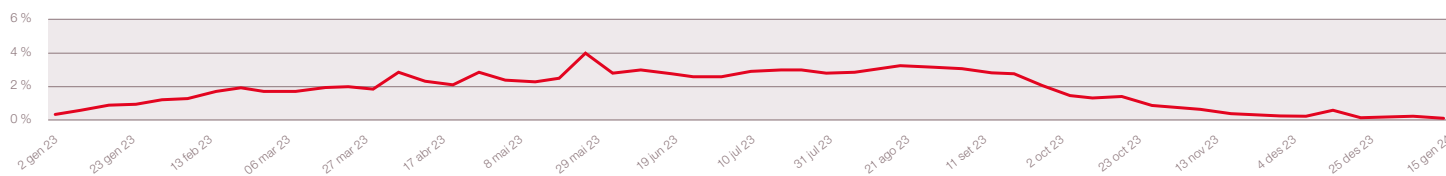
Nota: és interessant contrastar les dates de cerques segons origen amb el calendari de períodes vacacionals. Consulteu-lo en aquest enllaç: [Calendari de vacances i festius dels mercats emissors 2023](#)

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

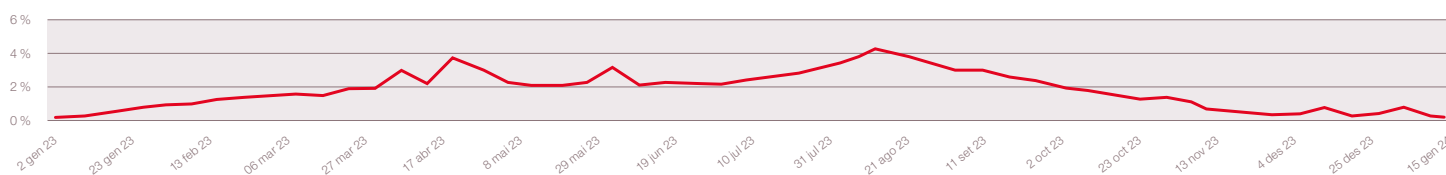
Mercat alemany



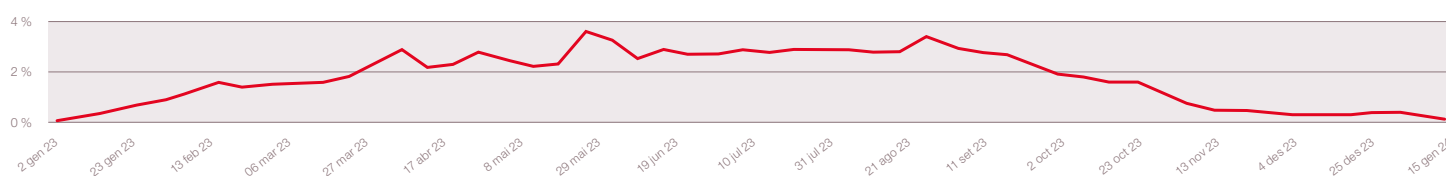
Mercat espanyol



Mercat italià

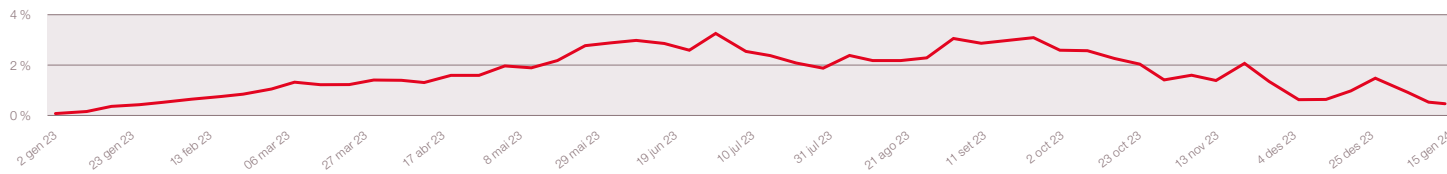


Mercat britànic

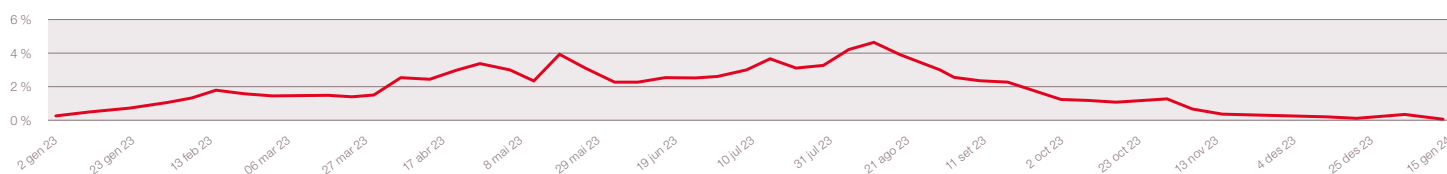




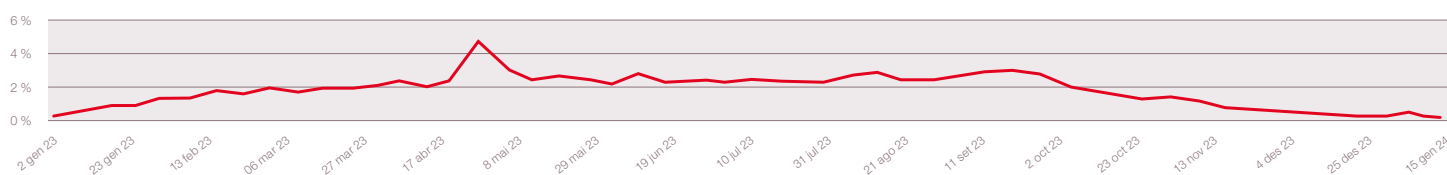
Mercat americà



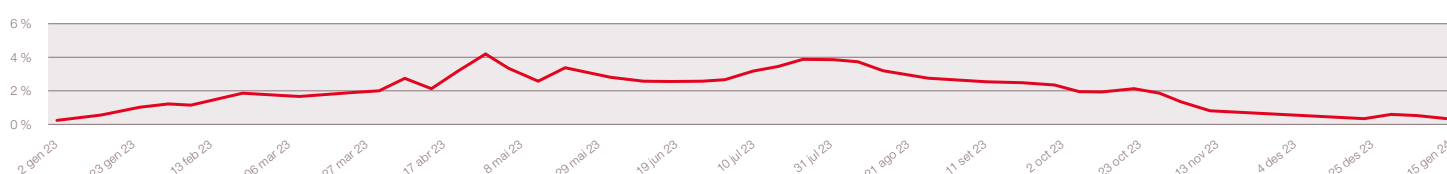
Mercat francès



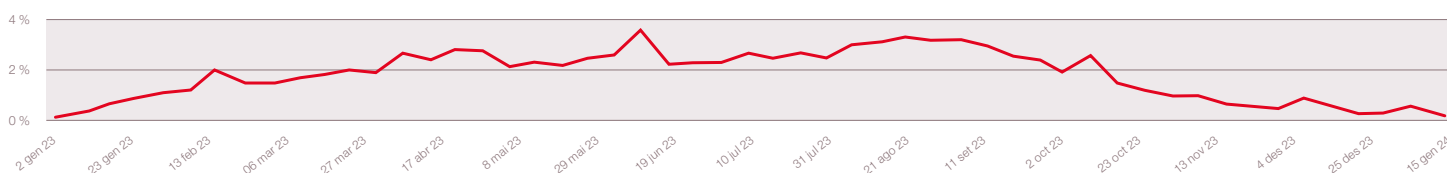
Mercat polonès



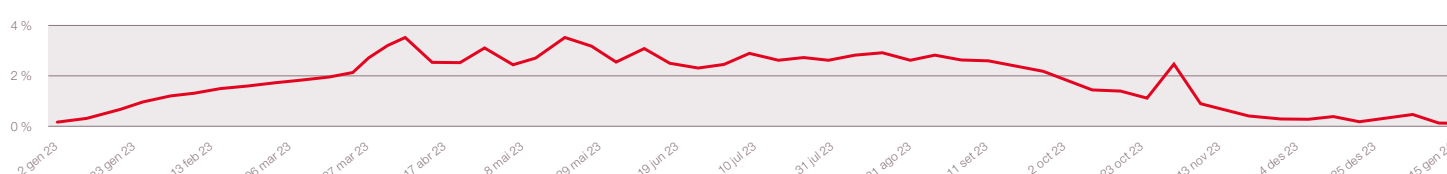
Mercat neerlandès



Mercat portuguès



Mercat austríac



Font: ForwardKeys (setembre 2023)

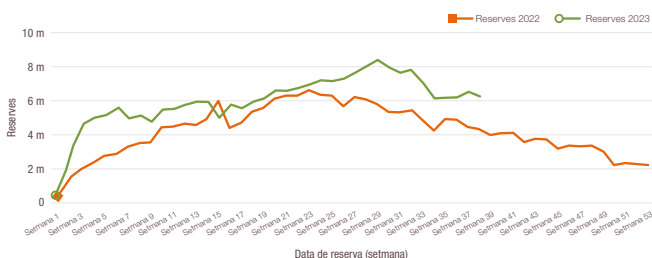


3. Activitat hotelera

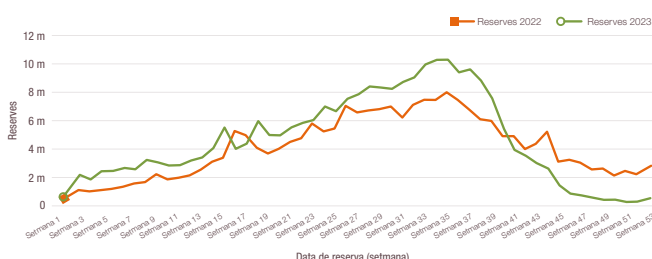
Les dades de reserves i cancel·lacions hoteleres B2B i C2B mostren setmana rere setmana com es comporta el sector de l'allotjament.

3.1. Reserves hoteleres B2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



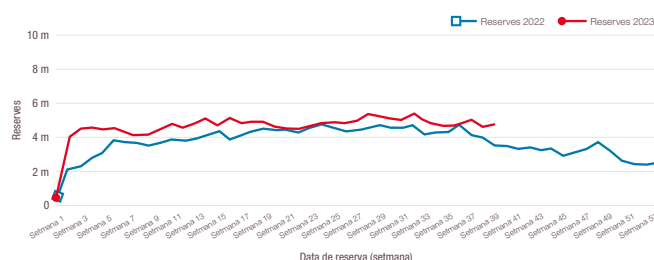
Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



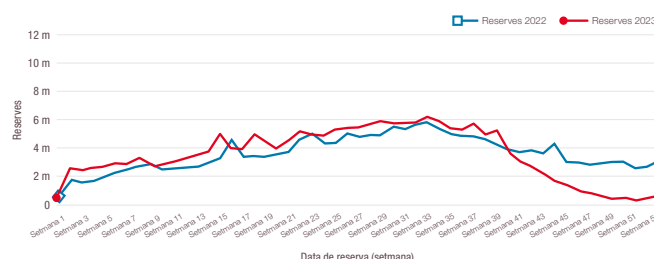
Font: InsightX for Destinations (setembre 2023)

3.2. Reserves hoteleres C2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



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



Font: Mirai (setembre 2023)

3.3. Antelació reserves B2B i C2B (dies)

Mes	B2B		C2B	
	2022	2023	2022	2023
Gener	22	28	39	56
Febrer	22	27	41	55
Març	23	33	39	48
Abril	33	42	38	43
Maig	39	52	35	40
Juny	44	51	32	35
Juliol	47	51	26	33
Agost	55	57	28	35
Setembre	49	60	32	40
Octubre	39	-	35	-
Novembre	29	-	42	-
Desembre	36	-	40	-

Les reserves intermediades es fan amb gairebé 2 mesos d'antelació, a diferència de les que fa el client directament a l'hotel, que se situen en 40 dies.





4. Els viatges dels suecs

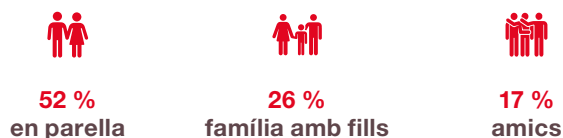
Analitzem les dades del perfil i hàbits de consum del turista suec.

4.1. Perfil

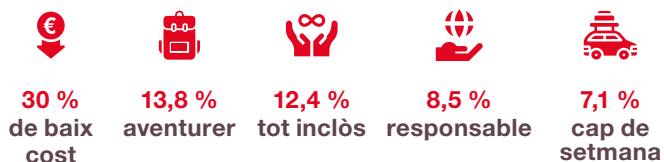
Home Dona Ingressos Estacionalitat



Grup de viatge



Tipologia de viatger



4.3. Barreres a l'hora de viatjar

30 % cost del viatge

20 % riscos sanitaris

18 % preu dels allotjaments

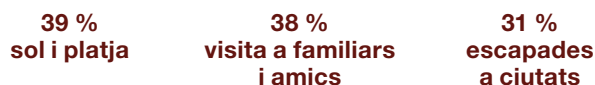
El 48 % dels suecs consideren viatjar a Espanya en el proper viatge.



4.2. El viatge



Producte



Allotjament



Transport



Factor decisor



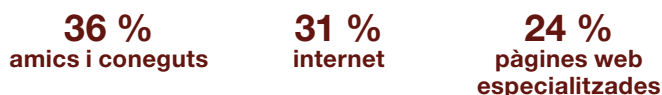
Viatges en els propers 12 mesos



4.4. Planificació i reserva



Com planifiquen



Com reserven



Font: YouGov



5. Indústria de reunions. Mercat suec

Fer reunions virtuals s'ha convertit en una tasca habitual per a la majoria de les persones i, tot i la necessitat de retrobar-se presencialment amb el sector, les circumstàncies econòmiques pronostiquen una desacceleració en el creixement de la demanda.

5.1. Característiques de l'esdeveniment

67 % Propòsit i continguts clars

49 % Presencialitat

35 % Compartir coneixement

30 % Facilitat d'accés

26 % Pausas de cafè agradables

5.3. Criteris de compra

45 % Preu

40 % Durada del desplaçament / viatge

27 % *Venue* funcional i agradable

25 % Haver-hi treballat anteriorment

25 % Servei i hospitalitat

5.2. Canals d'informació i reserva

Canals d'informació



50 % Amics i col·legues



49 % Contactar directament amb el *venue*/organitzador



44 % Internet

Canals de reserva



66 % Directament amb el *venue*/organitzador



27 % *Online*



14 % TTOO especialitzat MICE

5.4. Turoperadors principals


→ AMERICAN EXPRESS GBT

→ EGENCIA

→ CWT MEETING

→ BOKNINGSBOLAGET

→ RESIA

El factor preu té molta importància a l'hora de decidir la destinació on fer l'esdeveniment. 



6. Viatges sostenibles. Mercat suec

Suècia és el primer país del món en tenir certificació d'ecoturisme i el segon a tenir un ministeri propi en aquesta matèria. La consciència mediambiental forma part de la societat sueca.




6.1. Perfil del turista sostenible

-  Protegeix el medi ambient.
-  Compensa la petjada de carboni.
-  Beneficia a la comunitat local.
-  Consumeix producte local.
-  Redueix la brossa.
-  S'inspira i reserva en línia.
-  Ha augmentat els viatges internacionals en tren.
-  S'allotja en hotels de 3 estrelles i allotjaments rurals.

6.3. Destinació

-  Espanya com a primera opció.
-  Augmenta la cerca de destinacions secundàries i viatges fora de temporada.
-  Influeixen: preu, natura, oferta cultural i activitats.

6.2. Motivacions

-  Visitar espais naturals protegits.
-  Experiències gastronòmiques i culturals.
-  Activitats de senderisme i nàutiques.

6.4. Contribució a les 4D

Despesa

- ➔ Disposats a pagar més per menjar orgànic.
- ➔ Disposats a pagar més per beneficiar l'economia local.

Desestacionalització

- ➔ Primavera, tardor, estiu.

Diversificació

- ➔ Visiten productors, degustacions gastronòmiques, patrimoni romànic.

Desconcentració

- ➔ Baix i Alt Empordà, Pirineu, Vall d'Aran, Tarragona, Delta de l'Ebre, Garrotxa, espais naturals protegits.

A l'hora de viatjar al turista suec li preocupen les emissions de CO₂ dels vols i la massificació de les destinacions turístiques.



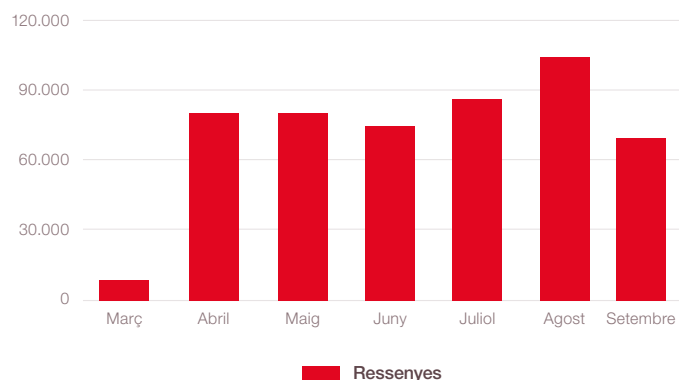


7. Reputació online

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



Valoració de la destinació	Sentiment global	Índex de satisfacció*	Volum de comentaris
8,7	8,8	8,7	507.466

* 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	102.762	23,0 %	8,9
Regne Unit	68.970	15,4 %	8,6
França	61.510	13,8 %	7,5
Estats Units	41.938	9,4 %	8,9
Itàlia	18.943	4,2 %	9,0

7.2. Valoració de la destinació Top 5 mercats

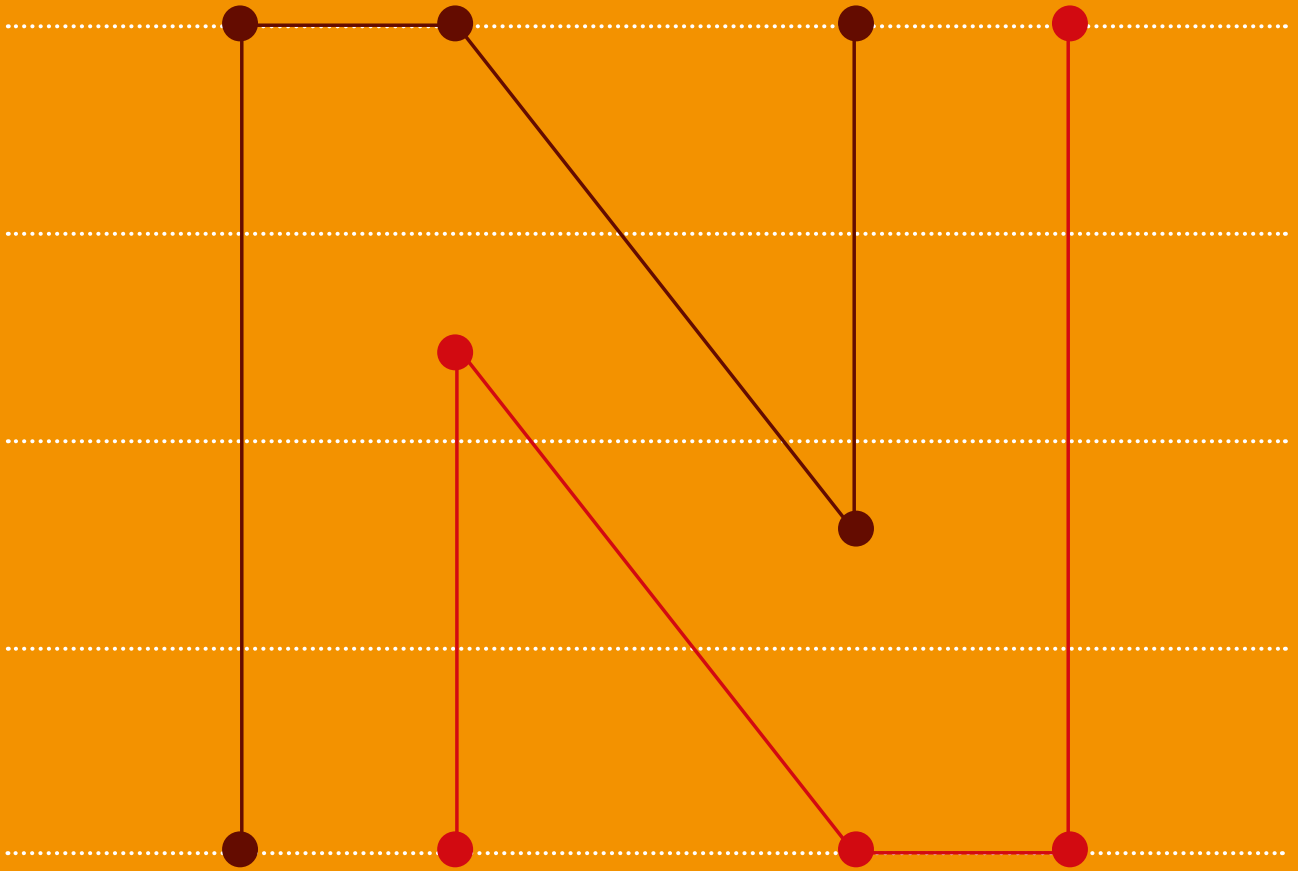
País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	44.145	28,4 %	8,1
França	20.581	13,2 %	8,0
Regne Unit	11.873	7,6 %	8,4
Estats Units	8.879	5,7 %	8,8
Itàlia	8.021	5,2 %	8,3

7.4. Índex de satisfacció segons plataforma

Plataforma	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Google	315.024	62,1 %	8,9
Booking.com	135.317	26,7 %	8,2
TripAdvisor	28.122	5,5 %	8,5
GetYourGuide	8.610	1,7 %	9,3
Expedia.com	6.247	1,2 %	8,7

El sentiment global respecte a Catalunya en el context de viatge valora la destinació amb un **8,8**.





act.gencat.cat
catalunya.com



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Treball**