

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Octubre 2022

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Octubre 2022

“Les dades de l'estiu gairebé han arribat a nivells de 2019; la temporada d'estiu es tanca amb sentiment positiu però contingut, a l'espera de com es desenvoluparà la tardor.”

0. Continguts



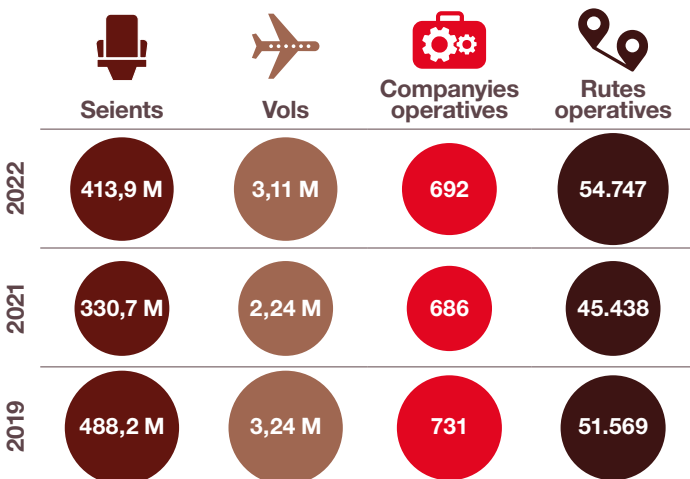
Us fem arribar els principals indicadors d'activitat turística que es poden obtenir en les circumstàncies actuals: fent seguiment des de les oficines a l'exterior de l'ACT i obtenint informació a partir de dades massives (*big data*).



1. Transports. Operativa de vols setembre

Dades globals de freqüència i capacitat

Global del mes de setembre respecte al mateix mes dels anys 2021 i 2019.

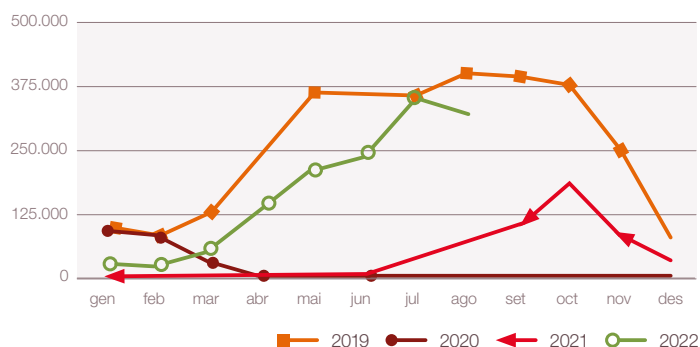


La capacitat a escala global continua creixent, cosa que significa que les companyies van afegint seients a les seves programacions, respecte a l'any 2021.

Font: MIDT de Sabre

1.1. Trànsit marítim

Creueristes	2019	2020	2021	2022	Dif. 2019/2022
gener	94 m	91 m	0	27 m	-70,61%
febrer	81 m	76 m	0	20 m	-75,02%
març	129 m	30 m	0	45 m	-65,06%
abril	247 m	295	0	130 m	-47,45%
maig	362 m	0	0	213 m	-41,00%
juny	361 m	0	2.850	234m	-35,13%
juliol	358 m	0	39 m	348 m	-2,97%
agost	400 m	0	72m	318 m	-20,60%
setembre	396 m	0	99 m		
octubre	377 m	0	186 m		
novembre	251 m	0	85 m		
desembre	76 m	0	33 m		
Total	3,13 M	198 m	520 m		



Font: Port de Barcelona

1.2. Trànsit mes de setembre Aeroport de Barcelona

Vols



	Àsia*	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
16.09.2019	92	402	128	290	476	1.388	12 m	14 m
19.09.2022	30	364	92	267	355	1.108	10 m	11 m
%	-67%	-9%	-28%	-8%	-25%	-20%	-18%	-18%

Seients

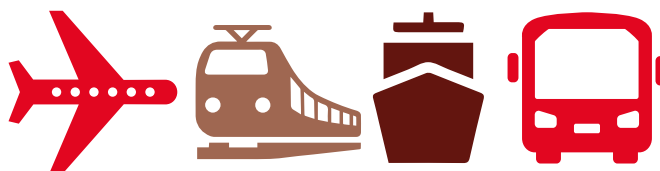


	Àsia*	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
16.09.2019	13 m	33 m	16 m	44 m	65 m	172 m	1,19 M	1,37 M
19.09.2022	4 m	32 m	12 m	32 m	49 m	131 m	981 m	1,11 M
%	-69%	-4%	-24%	-26%	-24%	-24%	-18%	-19%

(* Singapore Airlines via Milà)

Font: Sabre/OAG/CAPA // TWO-WAY

1.3. Connexions i mesures vigents



En aquest enllaç trobareu el quadre amb les connexions de la destinació:

Podem consultar les mesures vigents de reobertura i lliure circulació a l'enllaç de la **Unió Europea** i al de la **IATA**.

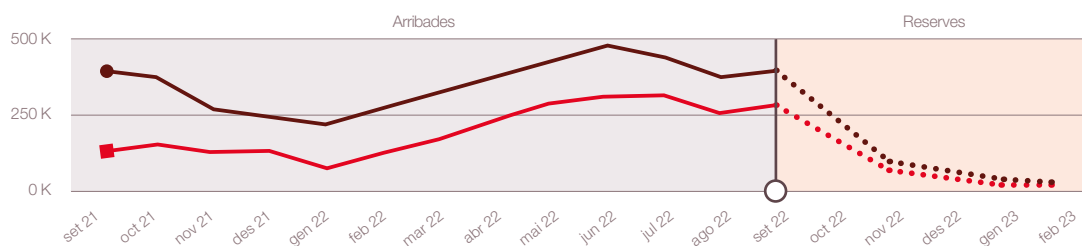


2. Arribades, reserves i cerques de vols

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

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

■ Període actual
● Període prepandèmic

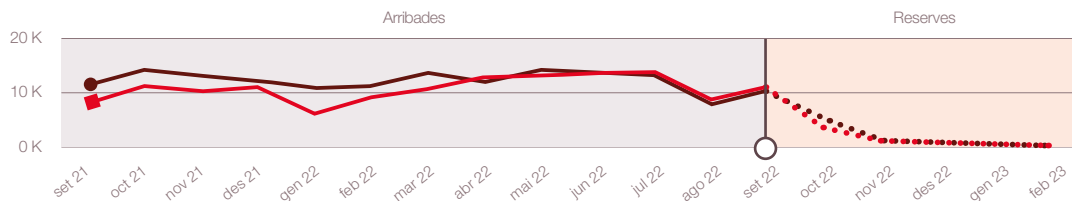


Font: ForwardKeys (setembre 2022)

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

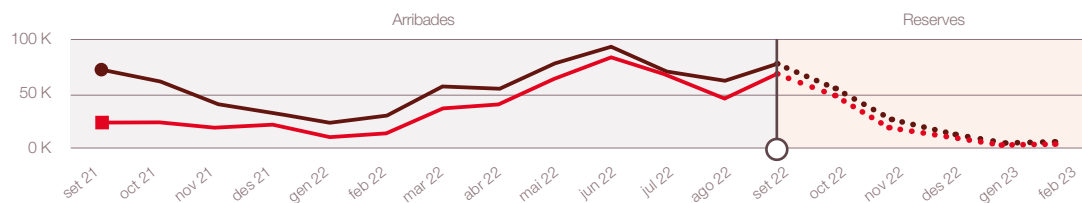
Mercat espanyol

■ Període actual
● Període prepandèmic



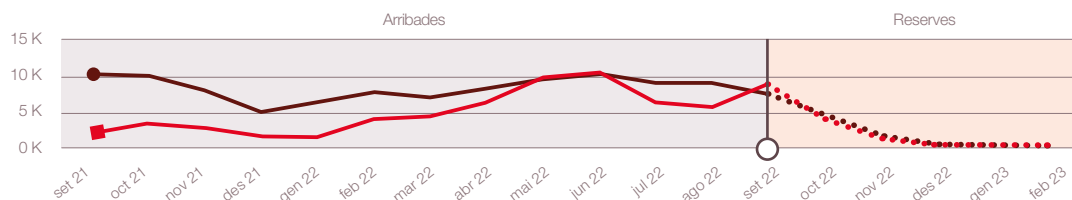
Mercat nord-americà

■ Període actual
● Període prepandèmic



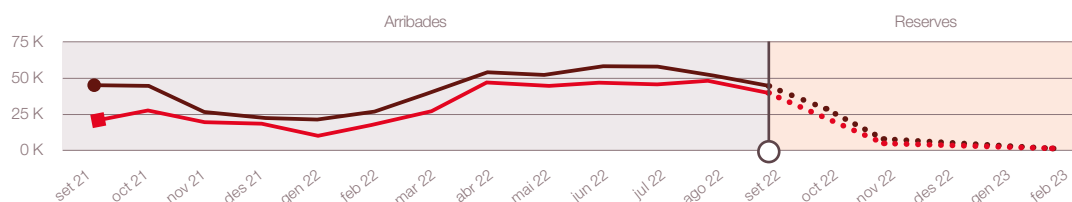
Mercat britànic

■ Període actual
● Període prepandèmic



Mercat alemany

■ Període actual
● Període prepandèmic

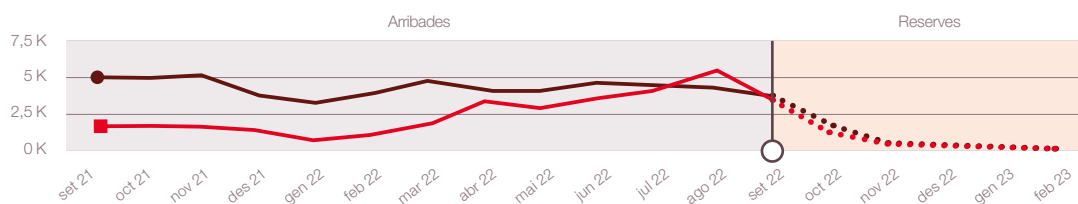


Font: ForwardKeys (setembre 2022)



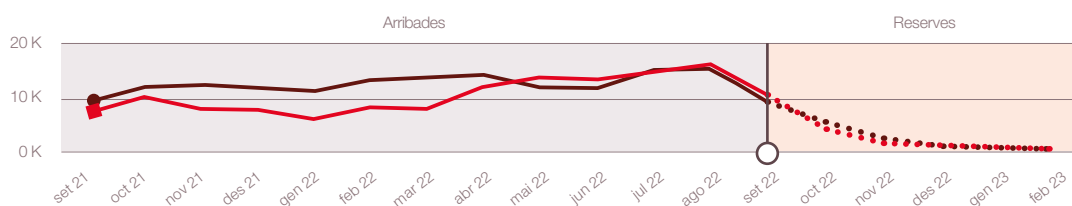
Mercat italià

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



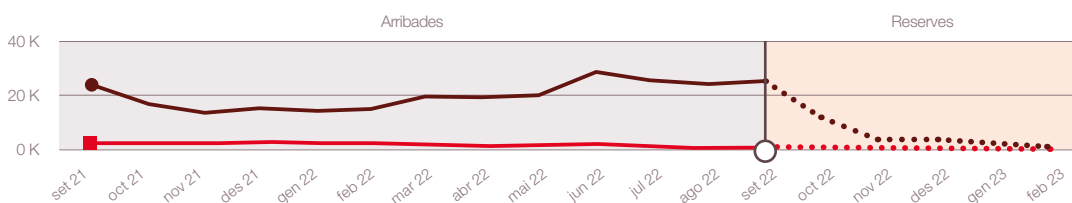
Mercat francès

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



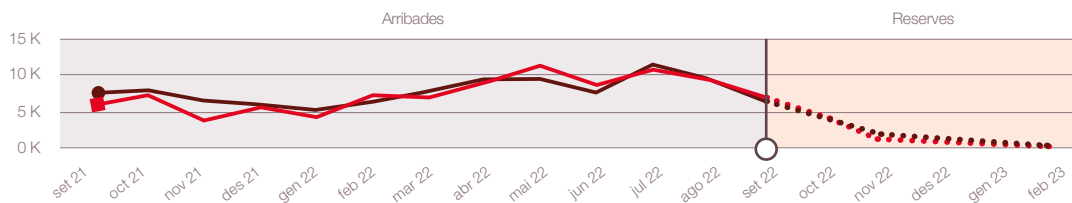
Mercat rus

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



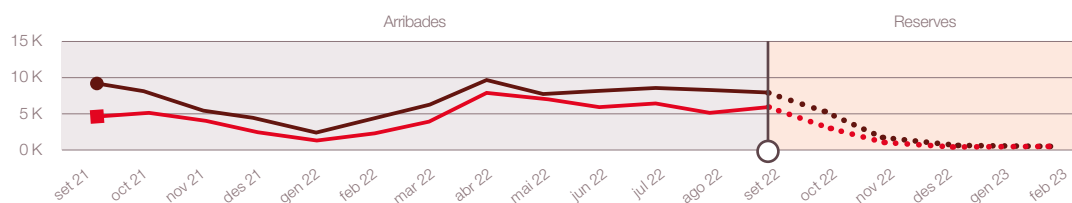
Mercat neerlandès

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



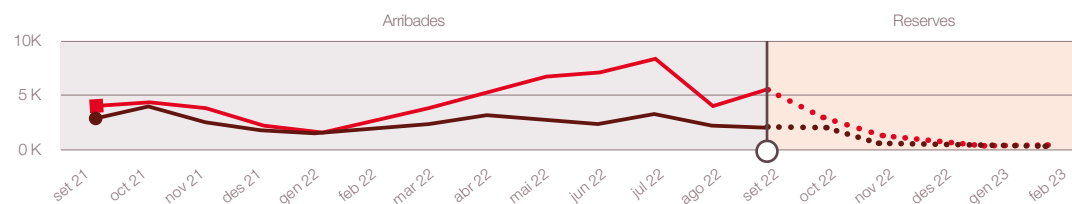
Mercat belga

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



Mercat suec

■ Període actual
 ● Període prepanidèmic



Font: ForwardKeys (setembre 2022)

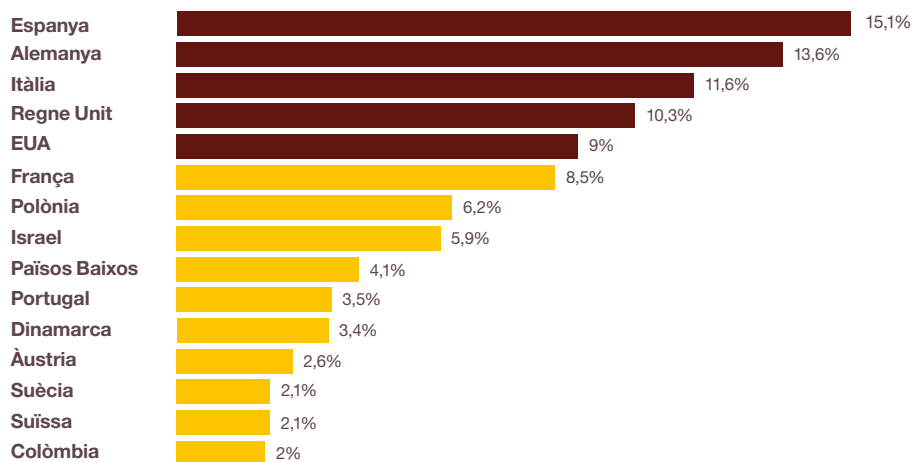


2.3. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya



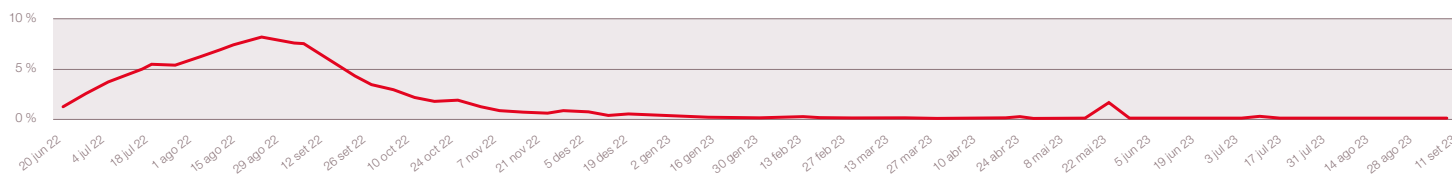
57 M

Evolució de les cerques de vols cap a Catalunya realitzades entre el 20 de juny i el 5 de setembre de 2022

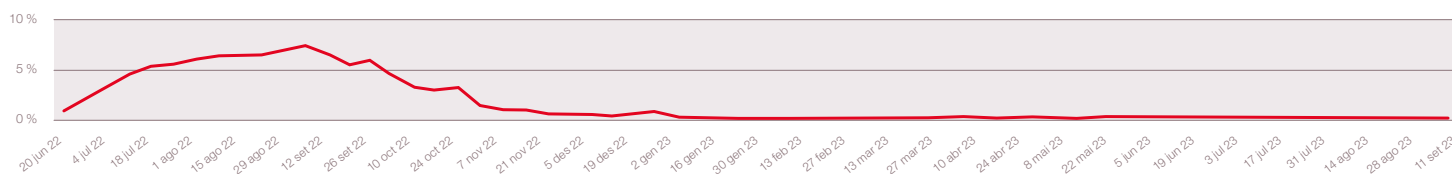


2.4. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya segons data d'arribada

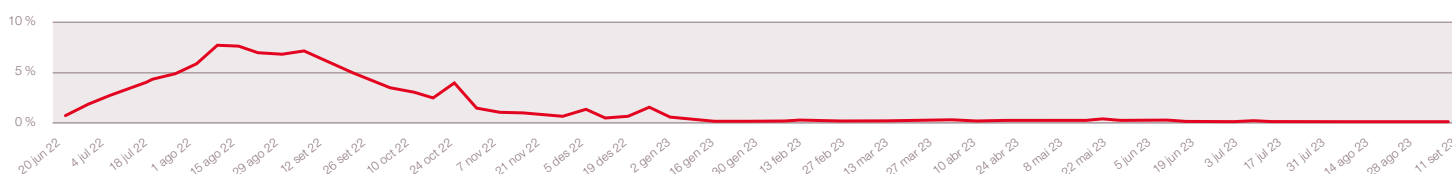
Mercat espanyol



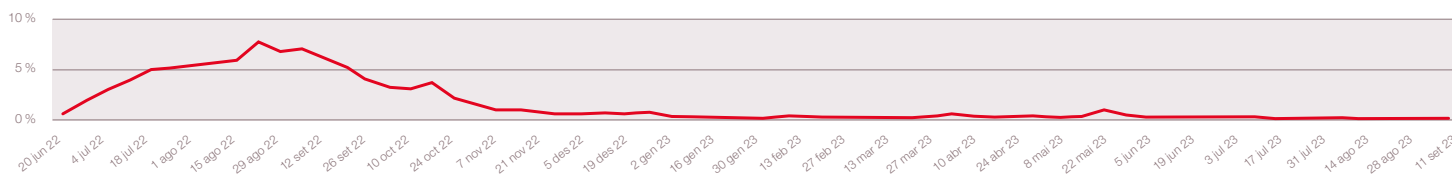
Mercat alemany



Mercat italià

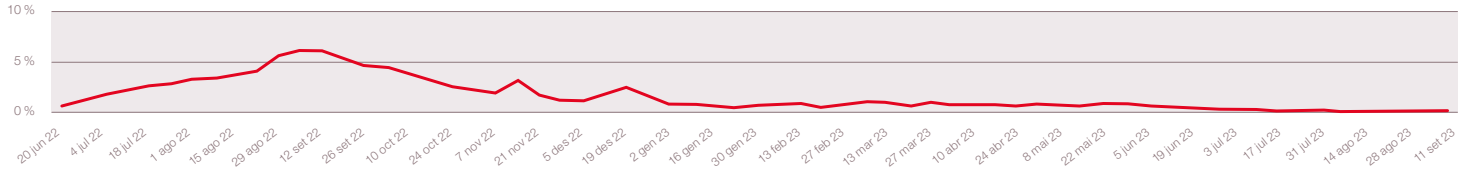


Mercat britànic

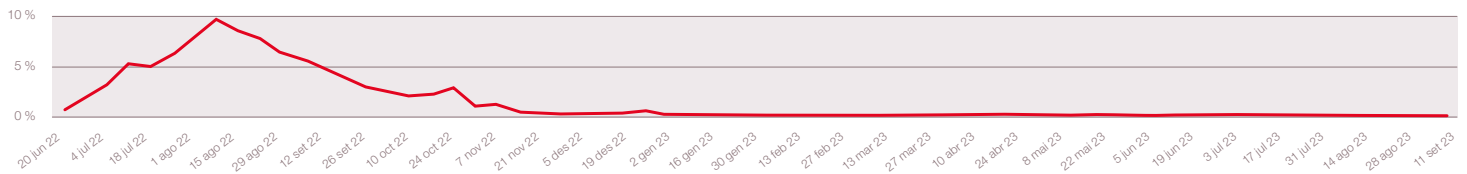




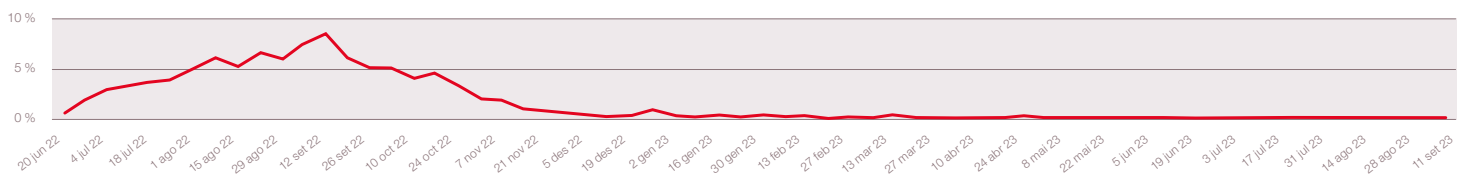
Mercat americà



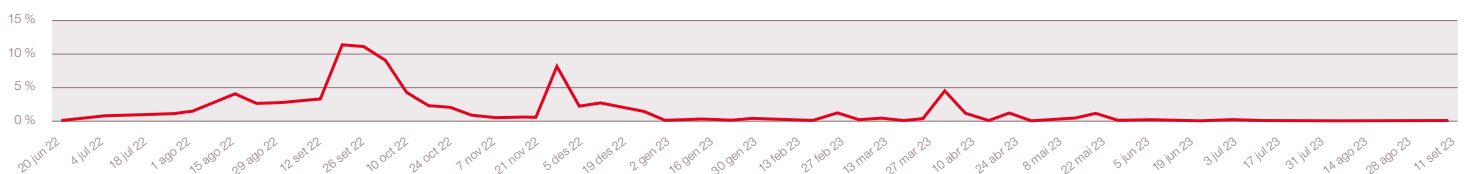
Mercat francès



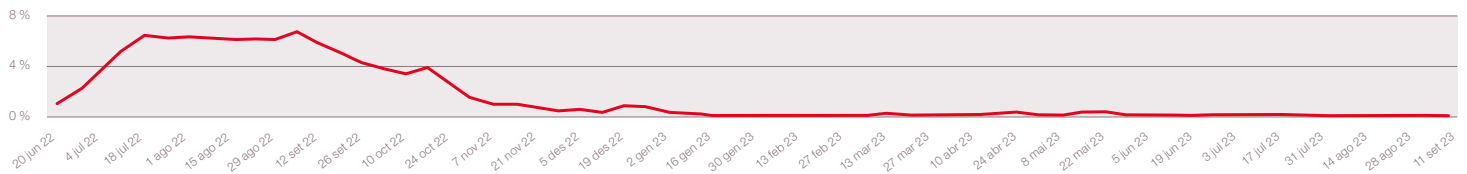
Mercat polonès



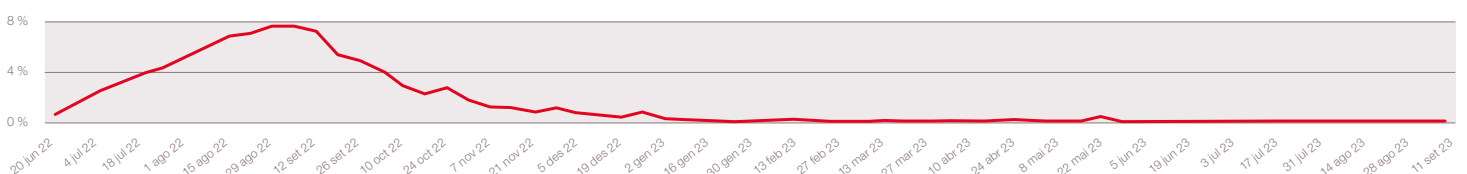
Mercat israelià



Mercat neerlandès



Mercat portuguès



Font: ForwardKeys (setembre de 2022)

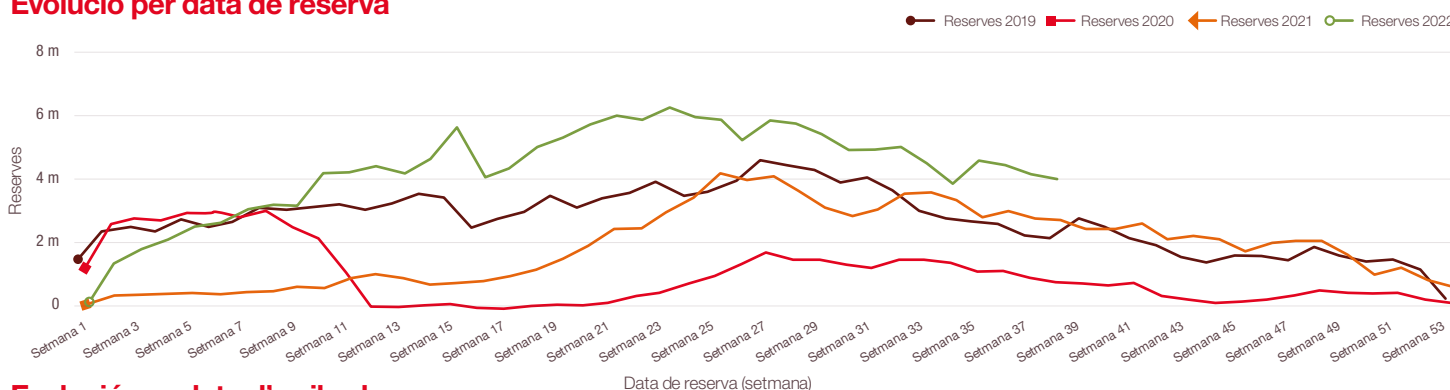


3. Activitat hotelera

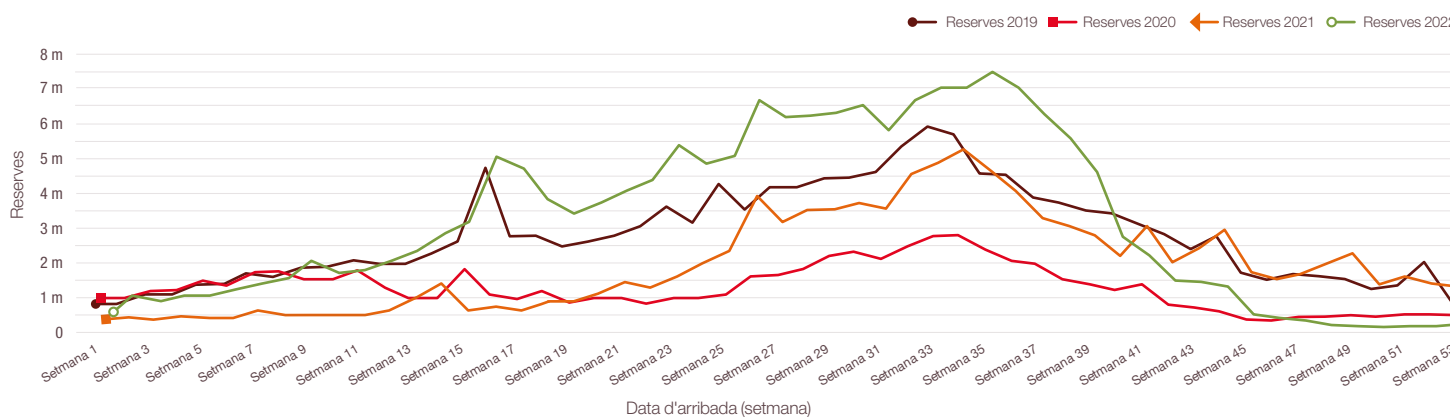
Dades de reserves i cancel·lacions hoteleres B2B, que mostren setmana rere setmana com es desenvoluparà la temporada.

3.1. Reserves hoteleres (2022 vs. 2021 vs. 2020 vs. 2019)

Evolució per data de reserva



Evolució per data d'arribada



Font: InsightsX for Destinations (setembre 2022)

3.2. Ràtio de cancel·lacions 2022



vs. 2021
-13,3%
vs. 2020
-52,0%
vs. 2019
+3,5%

Font: InsightsX for Destinations (setembre 2022)

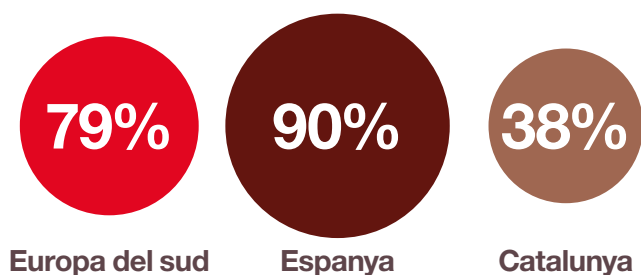
3.3. Antelació reserves 2022 (dies)

Mes	2019	2020	2021	2022
Gener	31	35	22	21
Febrer	34	37	36	21
Març	36	52	30	22
Abril	44	93	50	33
Maig	53	130	41	39
Juny	55	121	30	44
Juliol	55	78	31	46
Agost	56	70	36	56
Setembre	62	78	35	49
Octubre	54	76	30	-
Novembre	43	42	17	-
Desembre	44	37	30	-

4. Els viatges de golf dels finlandesos

Enquesta sobre la intenció de viatge dels finlandesos a destinacions de golf.

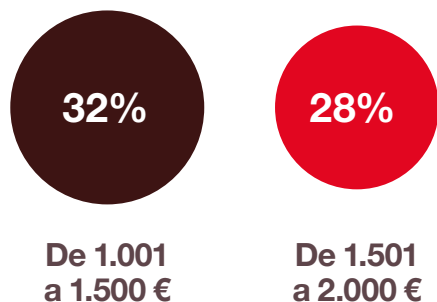
4.1. Destinacions visitades



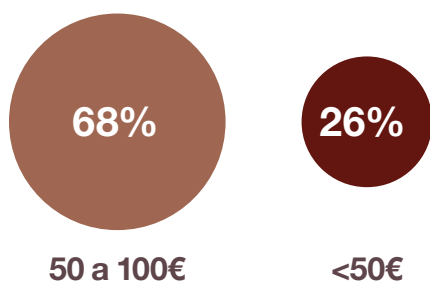
4.2. Despesa



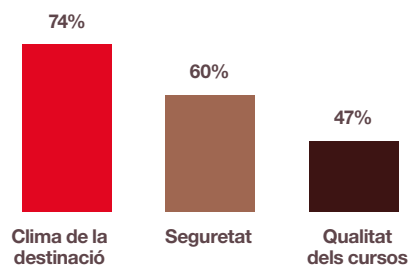
Despesa mitjana del viatge de golf



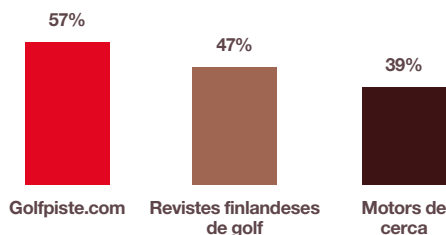
Preu mitjà/ronda de *green fee* adequat



4.3. Criteris d'elecció i fonts d'informació



Font d'informació



4.4. Els propers viatges de golf

Viatges

Propers 12 mesos	35% 1 viatge de golf 37% 2 viatges
Propers 24 mesos	55% 1 a 3 viatges de golf 31% 4 a 6 viatges

Durada

46% 5 a 7 dies
20% 8 a 14 dies

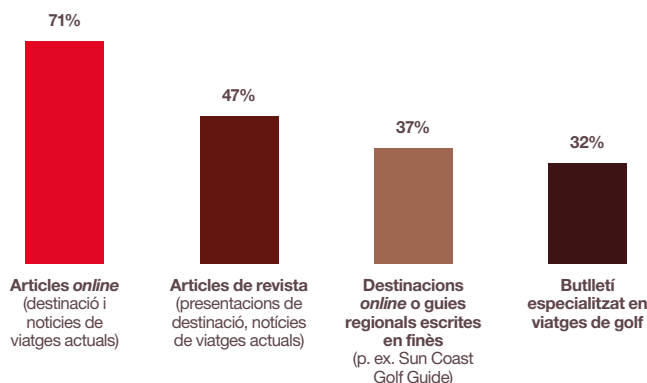
Estacionalitat

34% de març a maig
32% octubre – novembre
22% desembre a febrer

Propera destinació

75% Europa del sud
79% Espanya

Fonts d'informació

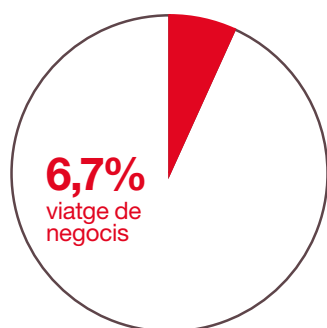


Font: Finnish golf travel survey spring 2022

5. Indústria de reunions. Mercat suec

A partir de les dades de vols que ens proporciona la plataforma ForwardKeys, analitzem el perfil del turista de reunions suec.

5.1. Distribució dels viatgers



El 6,7% dels turistes suecs (2.653 pax) que han viatjat a Catalunya entre meitats de setembre de 2021 i meitats de setembre de 2022 ho han fet per motius de negocis.

El 84% d'aquests turistes han emprat una agència de viatges especialitzada.

5.3. Característiques del viatge



Mitjana grup de viatge

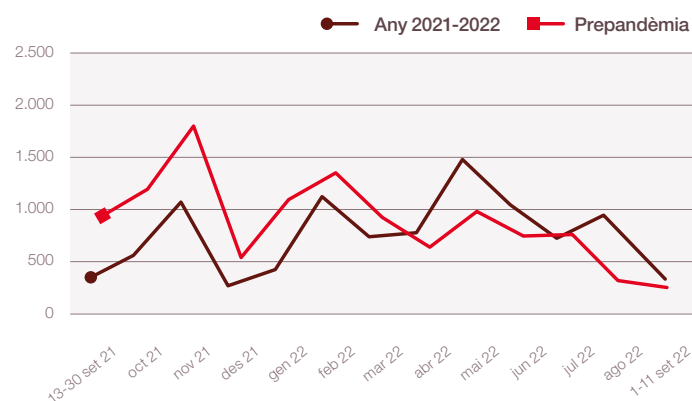


Mitjana de l'estada



Antelació de la reserva

5.2. Distribució de les pernотacions



5.4. Top 10 Agències de viatges

- 01 TICKET PRIVATRESOR, AB
- 02 SVENSKA RESEGRUPPEN, AB
- 03 AOB TRAVEL, AB
- 04 RESECENTRUM I STOCKHOLM, AB
- 05 VING SVERIGE, AB
- 06 INCA TOURS, AB
- 07 TRAVELLINK, AB
- 08 EGENCIA SWEDEN, AB
- 09 GBT SWEDEN, AB
- 10 LINGMERTHS RESEBYRA, AB

Principals agències de viatges tant de vols vacacionals com de vols de reunions.

6. Turisme sostenible

A mesura que les restriccions de viatge disminueixen, cada vegada més persones volen tenir experiències més significatives i conscienciades, i busquen opcions sostenibles i que redueixin el seu impacte en les destinacions i comunitats que visiten.

6.1. Comportament dels consumidors



90% cerquen opcions sostenibles a l'hora de viatjar



3 de cada 5 opten per transports i allotjaments respectuosos amb el medi ambient



7 de cada 10 eviten destinacions o mitjans de transports amb una política de sostenibilitat poc clara



65% triaran en el seu proper viatge transports i allotjaments respectuosos amb el medi ambient

6.3. Reptes i oportunitats



7 de cada 10 consumidors se senten aclaparats per iniciar el procés de convertir-se en un viatger més sostenible



2/3 dels consumidors volen més informació sobre la sostenibilitat dels allotjaments i els transports



El format preferit per cercar informació sobre viatges sostenibles són els llistats i pàgines d'informació de les destinacions

6.2. El preu de la sostenibilitat

74%

consideren que viatjar de manera sostenible és car

38%

estan disposats a pagar més per fer els seus viatges més sostenibles

74%

tritaria una destinació, allotjament o transport compromès amb la comunitat local i la seva cultura, encara que fos més car

70%

sacrificaria comoditat per ser més sostenible



Font: <https://info.advertising.expedia.com/sustainability-study-2022>

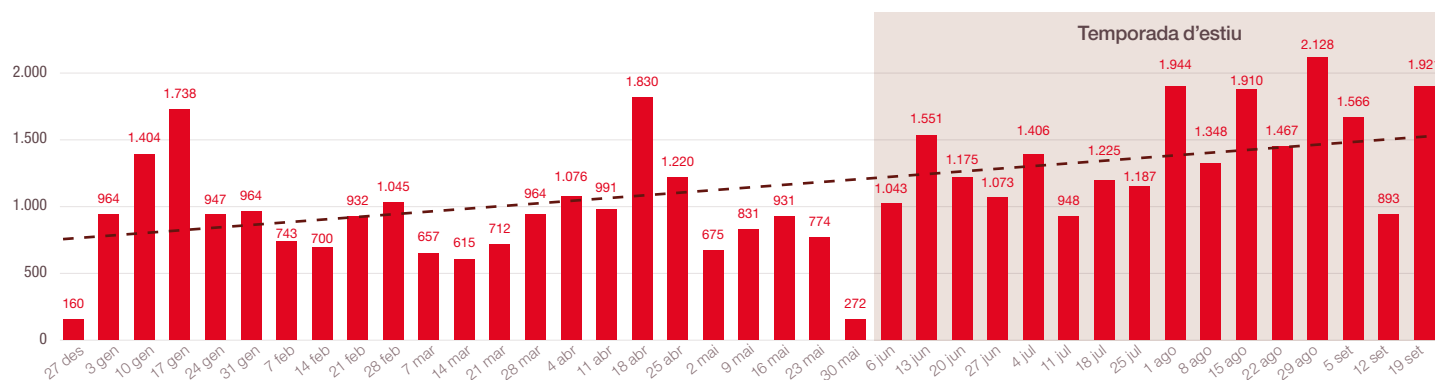


7. Reputació online

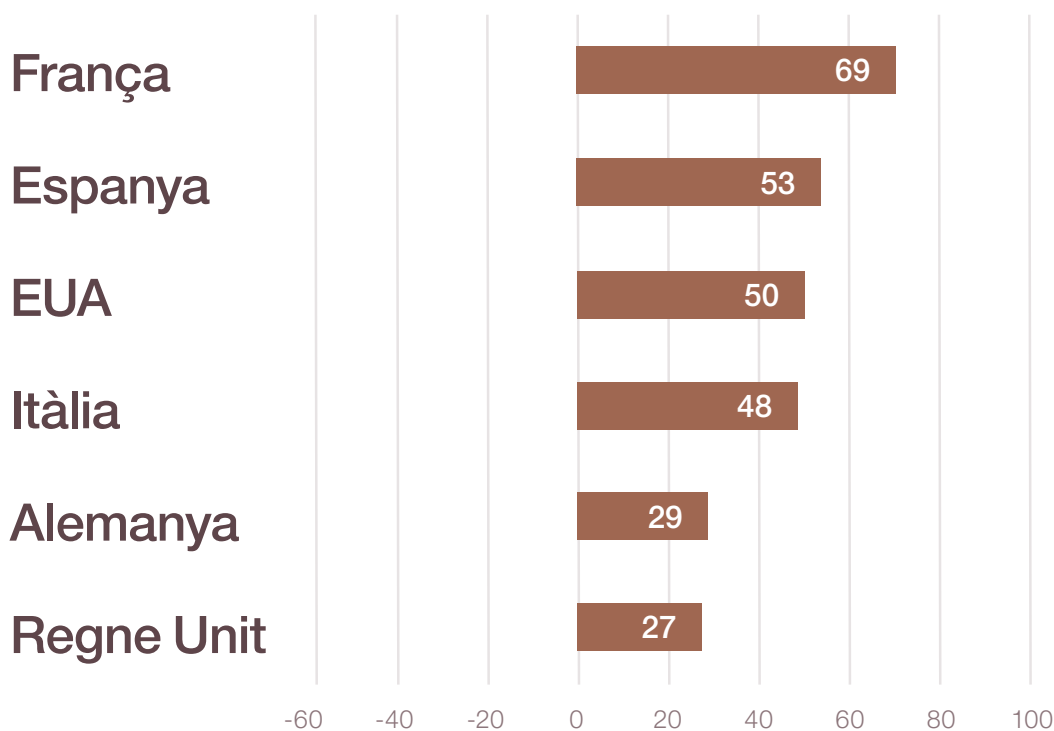
El seguiment de la reputació de la destinació Catalunya l'obtenim a partir de l'escolta de les converses en xarxes socials i web (mitjans de comunicació, blocs, fòrums i altres canals socials). Focus període estiu (juny-setembre).

7.1. Catalunya a les xarxes

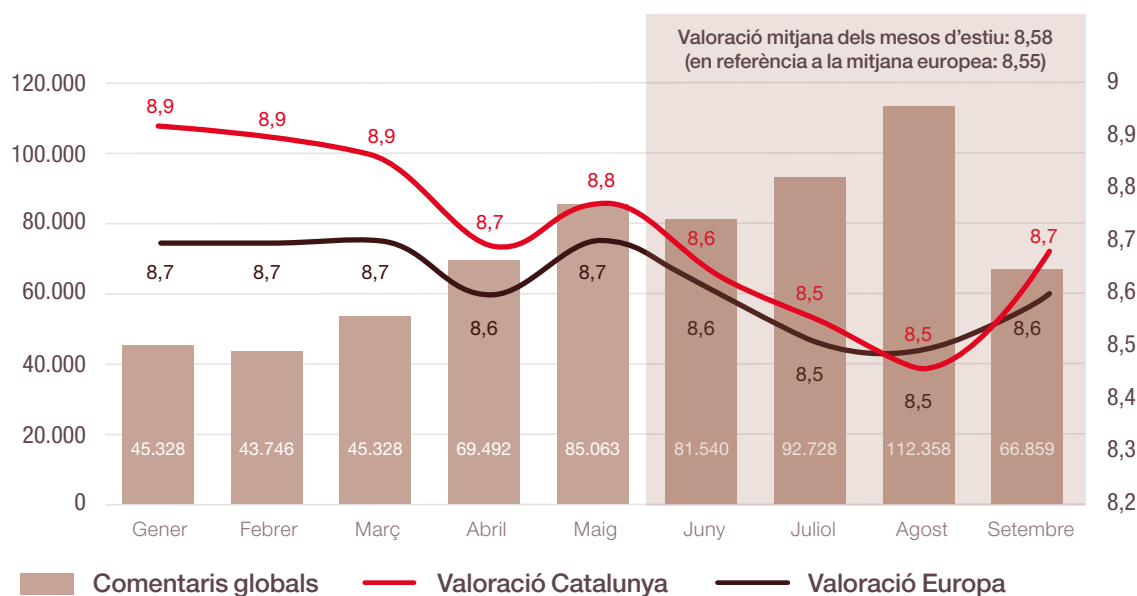
Volum de converses relacionades amb Catalunya en el context dels viatges



7.2. Índex de sentiment segons mercats

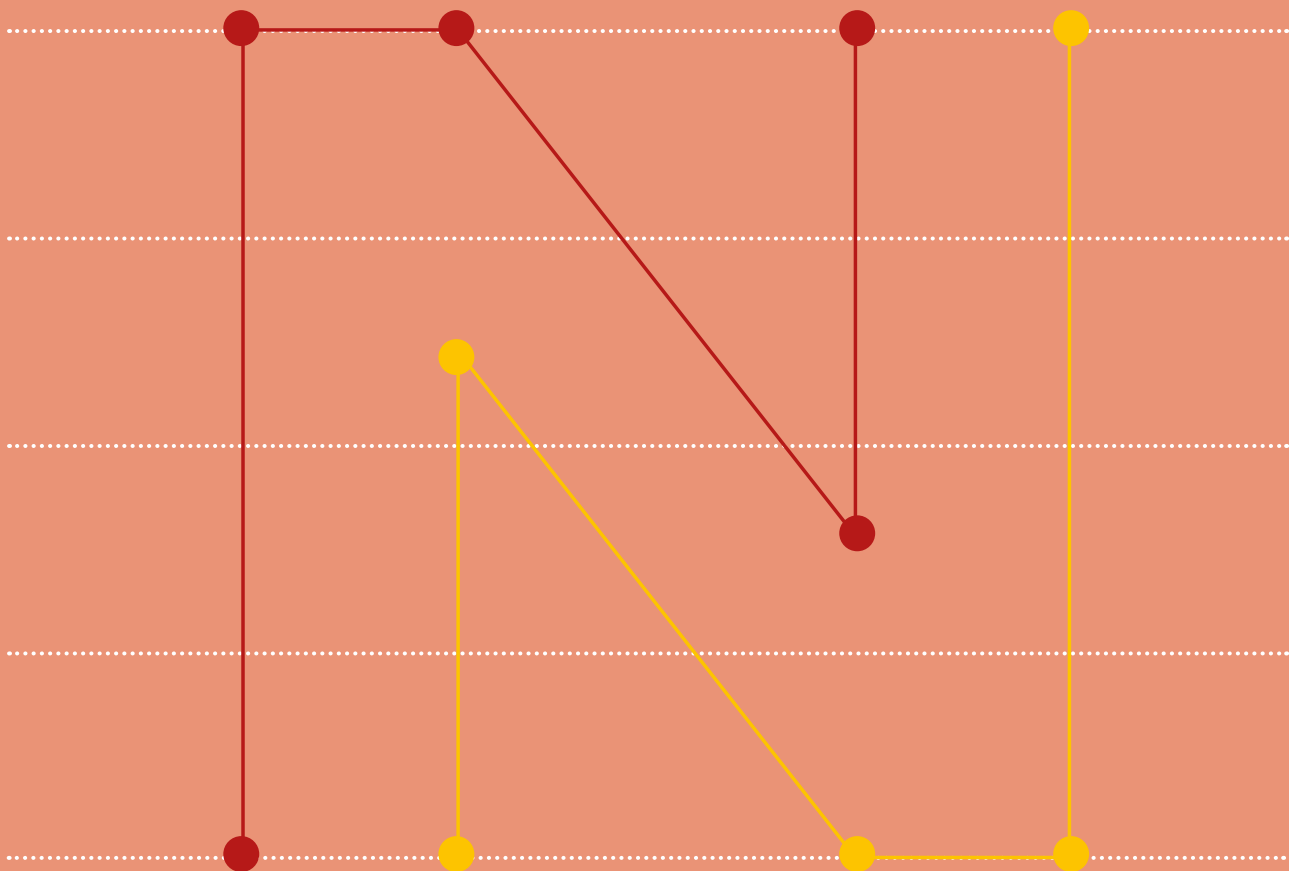


7.3. Reputació de l'experiència a Catalunya



7.4. Punts clau

- El pols del volum de converses socials relacionades amb Catalunya en el context dels viatges ha mostrat una tendència creixent fins a l'actualitat i volums dinàmics constants durant l'estiu, senyal d'un augment d'interès i debat al voltant de la destinació.
- La polaritat de les converses socials web sobre Catalunya ha disminuït a l'estiu, reflectint una tendència observada a tot Europa. La caiguda de tonalitat s'explica per factors combinats turístics i no turístics que influeixen en l'e-Reputació de la destinació. No obstant això, la puntuació es va mantenir competitiva (+21 punts davant la reputació europea a l'estiu) i ha començat a repuntar al setembre.
- Catalunya s'esmenta d'una manera molt positiva en les converses socials a França durant l'estiu. El Net Sentiment Score també és robust al mercat nacional i a Itàlia.
- Les converses socials han estat impulsades massivament en positiu a nivell turístic per la cultura, els esdeveniments i l'allotjament. La gastronomia i l'aire lliure també van estar ben presents i molt positius en les converses.
- El concepte global de recerca de turisme de qualitat, obertura i diversificació és visible en el sentiment social.
- Factors negatius de reputació turístics i no turístics: massificació del turisme combinat amb factors externs, que afecten el medi ambient i la sensació general de segureta.
- Les qualificacions generals baixen durant aquest període, però l'experiència de Catalunya es manté a l'alçada de la mitjana europea de la mateixa temporada. A més, una reducció de les visites durant el setembre va acompanyada d'un augment de les puntuacions, una tendència que probablement es mantindrà durant els mesos més tranquils i càlids restants de l'any.
- Els atractius culturals, gastronòmics i d'actiu i natura són els millor valorats i els que aporten més valor a la destinació.
- L'experiència a Catalunya és apreciada en major grau pels visitants nord-americans i britànics. La valoració per segments d'amics, parelles i grups és la més entusiasta.
- La valoració del sentiment de viatge sostenible és positiva en l'experiència de Catalunya, probablement ajudades per experiències de menjar local i la proximitat a les activitats a la natura.
- Durant l'estiu, Catalunya ha estat esmentada en més de 20.000 converses en un context de viatges, generant més de 245.000 reaccions, compartides per més de 7.500 autors únics de més de 90 països.
- Les experiències turístiques han generat aproximadament 360.000 ressenyes.



act.gencat.cat
catalunya.com