

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Juny 2023

Novetats Intel·litur

Indicadors clau de l'activitat turística

Juny 2023

“Les previsions per a aquest estiu són molt positives, però caldrà estar atents a la vaga de pilots anunciada per a totes les companyies aèries.”

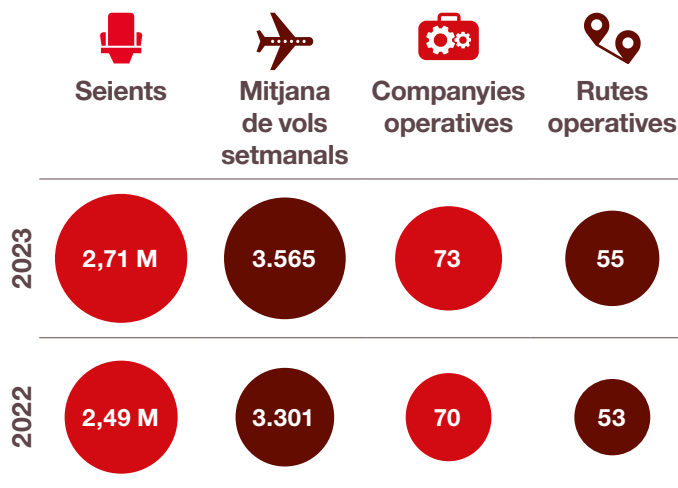
0. Continguts



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 maig Aeroports catalans



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

Font: ForwardKeys

1.1. Trànsit de maig Aeroports catalans

Vols

	Àsia	Àfrica	Amèrica Llatina	Orient Mitjà	Nord-amèrica	Intercontinental (OAG/CAPA)	Europa (inclòs domèstic) (OAG/CAPA)	Total capacitat (OAG)
2023	14	85	18	57	106	280	3.285	3.565
2022	5	85	19	41	88	238	3.063	3.301
%	180%	0%	-5%	39%	20%	17%	7%	8%

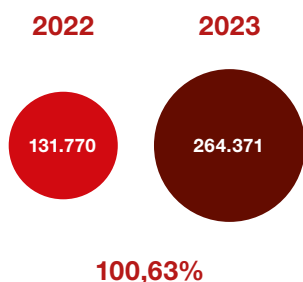
Seients

2023	15 m	61 m	21 m	61 m	115 m	276 m	2,44 M	2,71 M
2022	6 m	61 m	19 m	43 m	97 m	227 m	2,26 M	2,49 M
%	156%	0%	13%	43%	18%	21%	7%	9%

Font: ForwardKeys

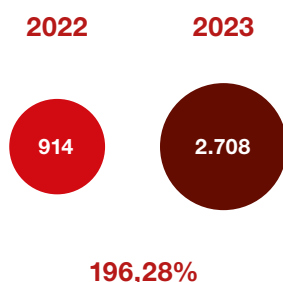
1.2. Trànsit marítim i ferroviari Viatgers

Port de Barcelona
Acumulat gener-abril



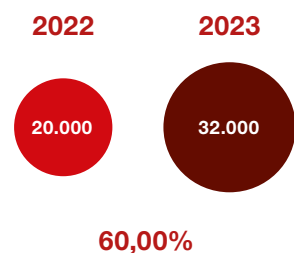
Font: Port de Barcelona

Port de Tarragona
Abril

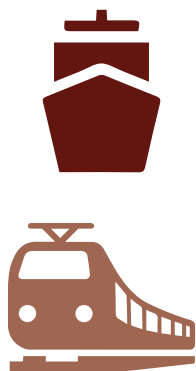


Font: Port de Tarragona

Trànsit ferroviari
Acumulat gener-març



Font: INE/Frontur



1.3. Serveis de transport en destinació

- ✓ Es recuperen de tots els mercats excepte el rus i el xinès.
- ✓ Continua el gran creixement del mercat americà.
- ✓ Pel que fa al mercat francès, destaca l'increment dels esdeveniments corporatius, principalment pel darrer quadrimestre de l'any.
- ✓ En l'àmbit internacional, la demanda de serveis es fa amb més planificació i antelació que abans de la pandèmia.
- ✓ El mercat domèstic tendeix a reservar amb molt poca antelació.

Excel·lent recuperació del transport marítim i terrestre respecte a les xifres de l'any 2022.

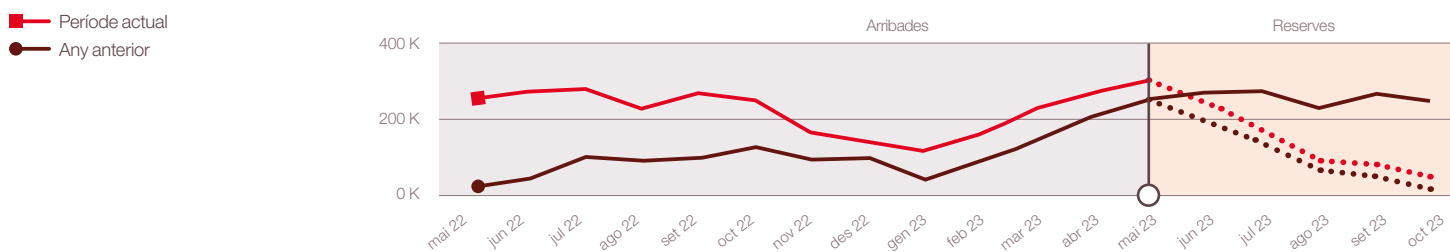




2. Arribades, reserves i cerques de vols

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

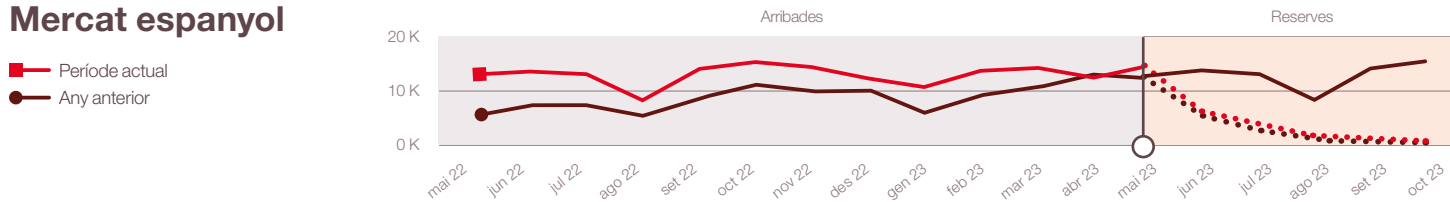


💡 La tendència continua sent de creixement i un mes rere l'altre les arribades són superiors.

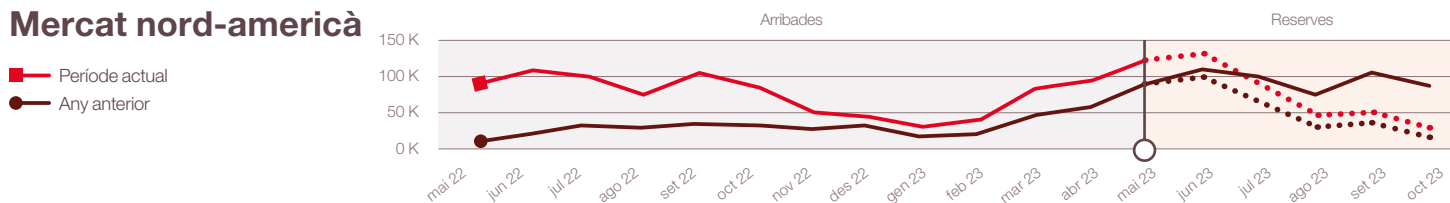
Font: ForwardKeys (maig 2023)

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

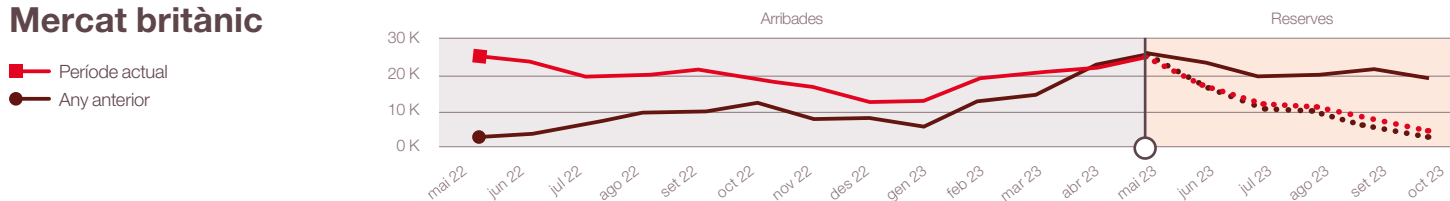
Mercat espanyol



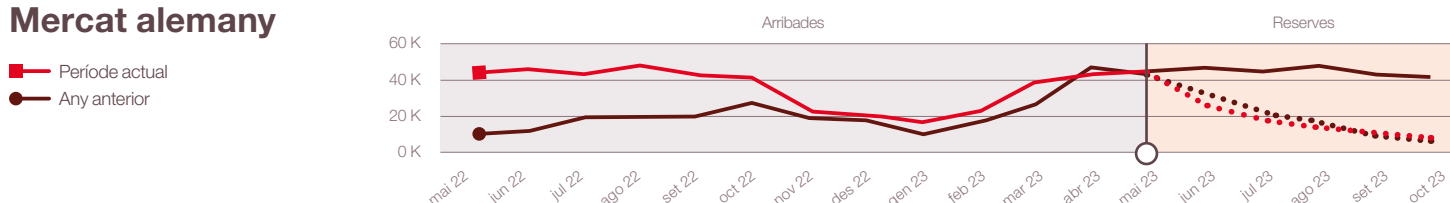
Mercat nord-americà



Mercat britànic



Mercat alemany

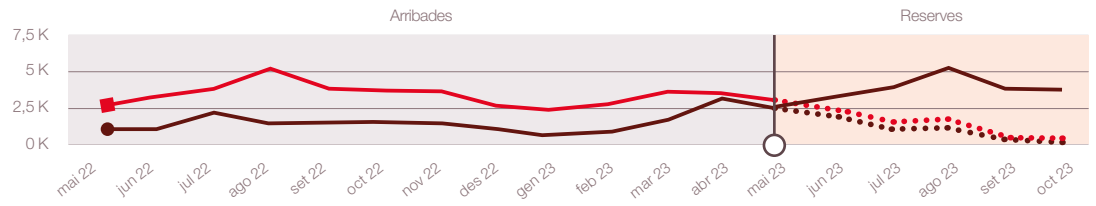


Font: ForwardKeys (maig 2023)



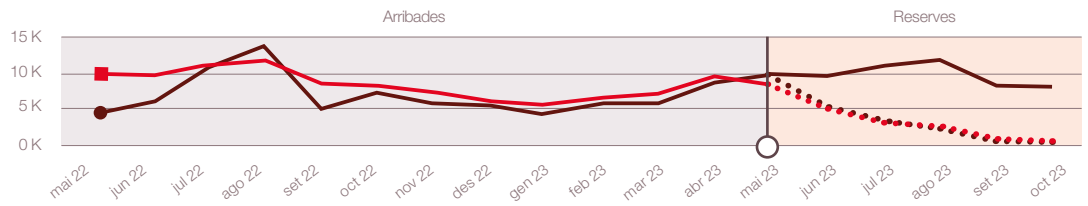
Mercat italià

■ Període actual
● Any anterior



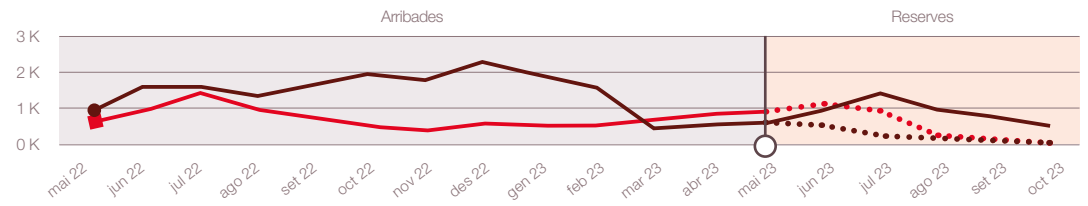
Mercat francès

■ Període actual
● Any anterior



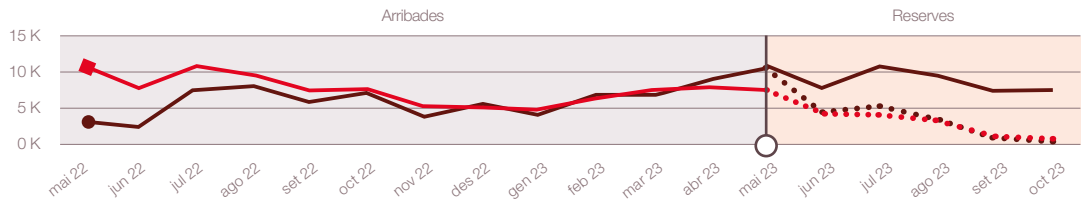
Mercat rus

■ Període actual
● Any anterior



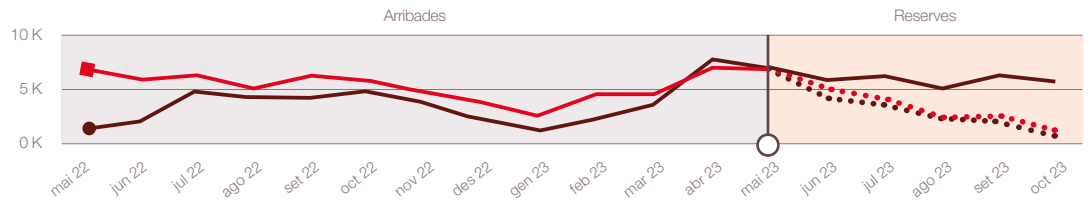
Mercat neerlandès

■ Període actual
● Any anterior



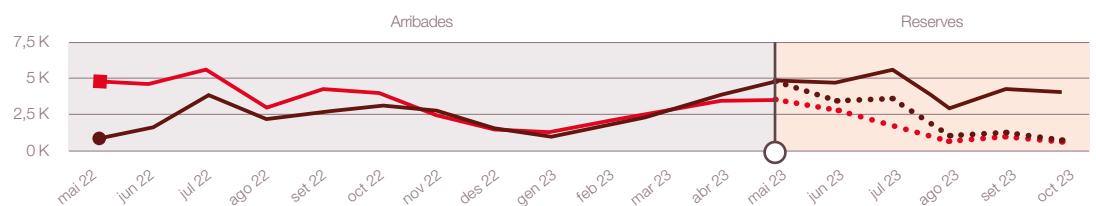
Mercat belga

■ Període actual
● Any anterior



Mercat suec

■ Període actual
● Any anterior

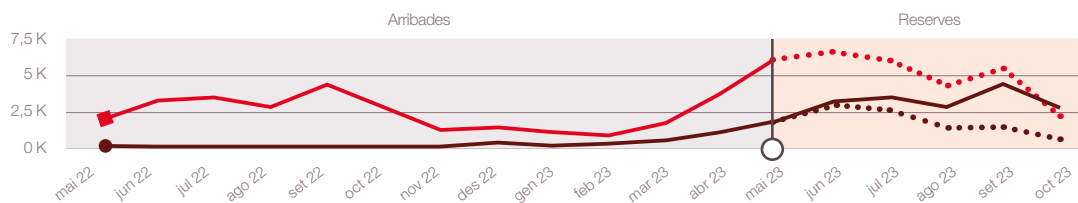


Font: ForwardKeys (maig 2023)



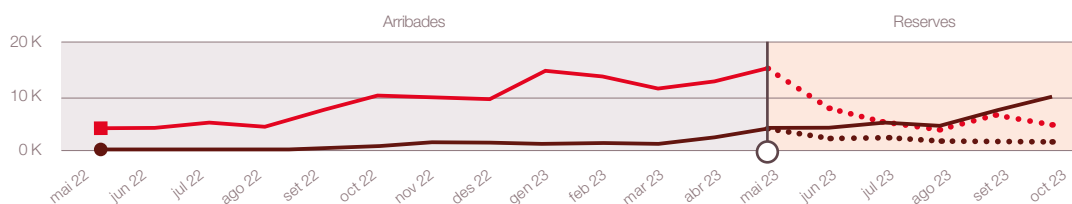
Mercat australià

■ Període actual
● Any anterior



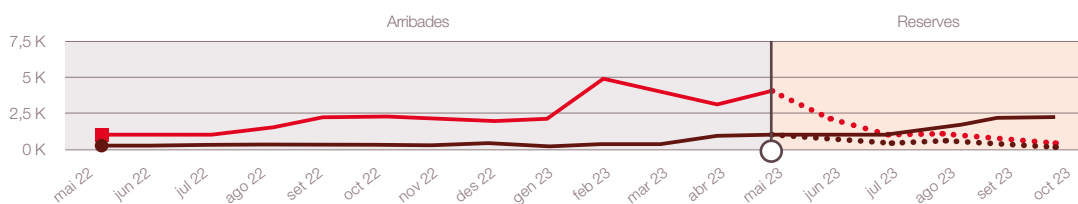
Mercat sud-coreà

■ Període actual
● Any anterior



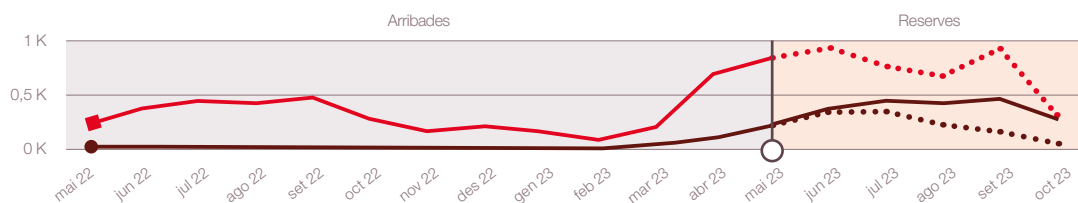
Mercat japonès

■ Període actual
● Any anterior



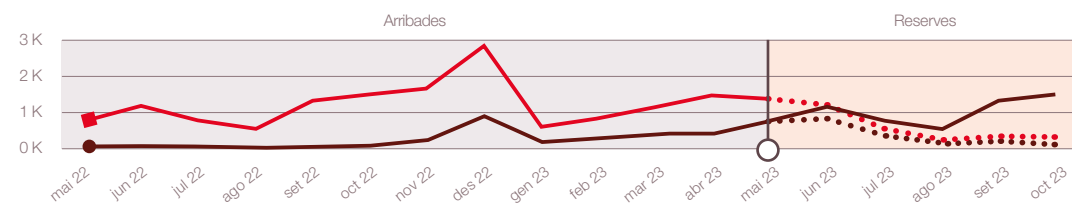
Mercat neozelandès

■ Període actual
● Any anterior



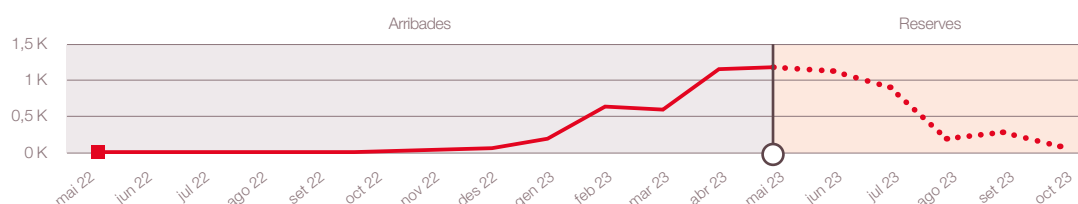
Mercat de Singapur

■ Període actual
● Any anterior



Mercat xinès

■ Període actual
● Any anterior



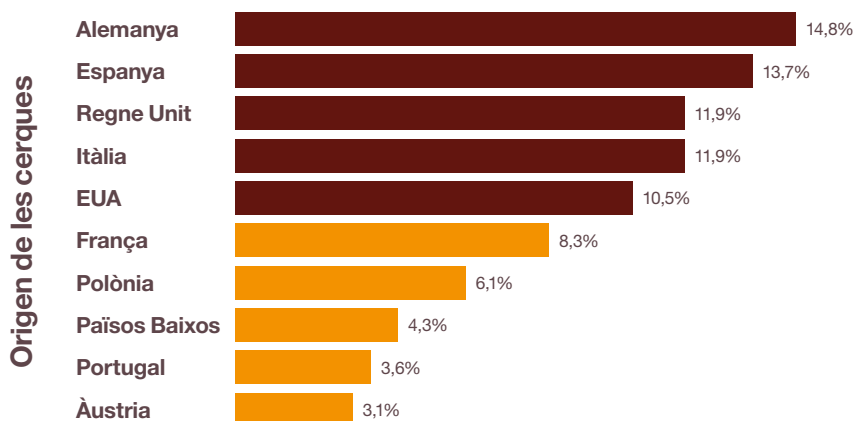
Font: ForwardKeys (maig 2023)



2.3. Cerques de vols per viatjar cap a Catalunya



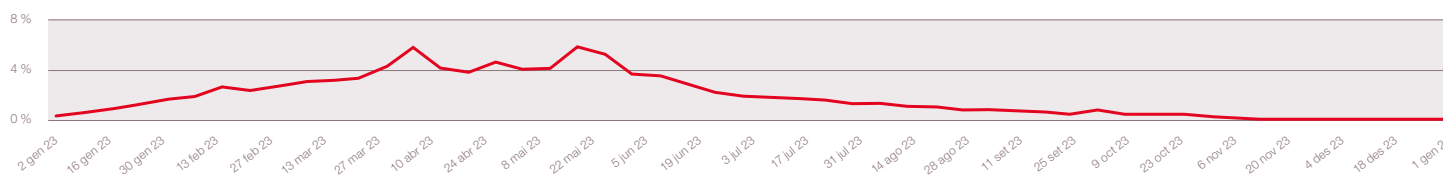
117 M
 de cerques de vols
 realitzades entre l'1 de gener
 i el 21 de maig de 2023



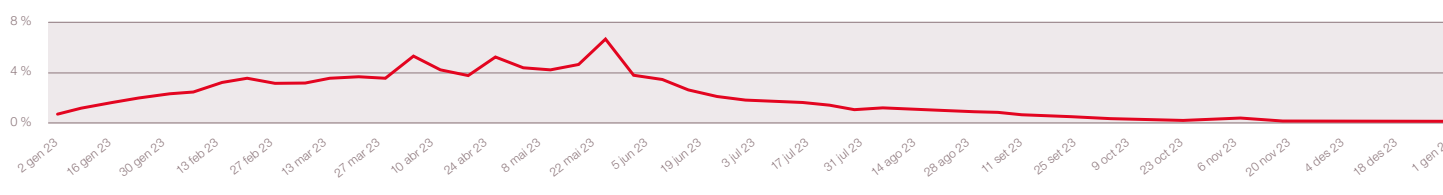
Nota: és interessant contrastar les dates de cerques segons origen amb el calendari de períodes vacacionals. Consulteu-lo en aquest enllaç: [Calendari de vacances i festius dels mercats emissors 2023](#)

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

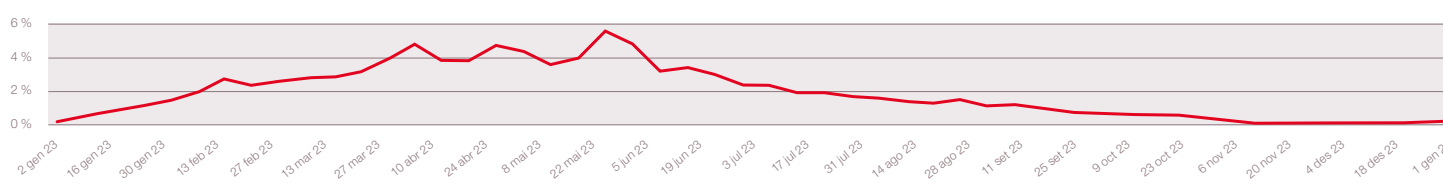
Mercat alemany



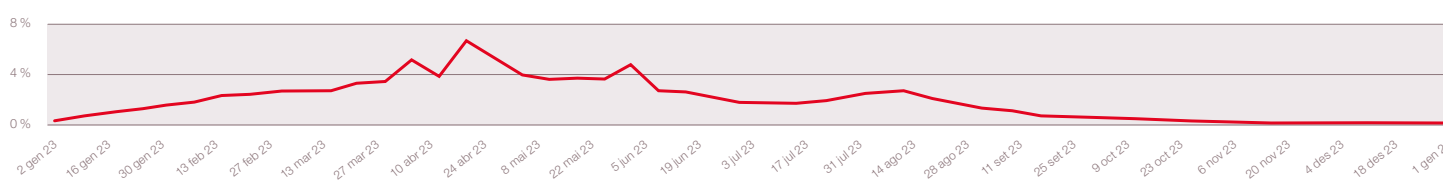
Mercat espanyol



Mercat britànic

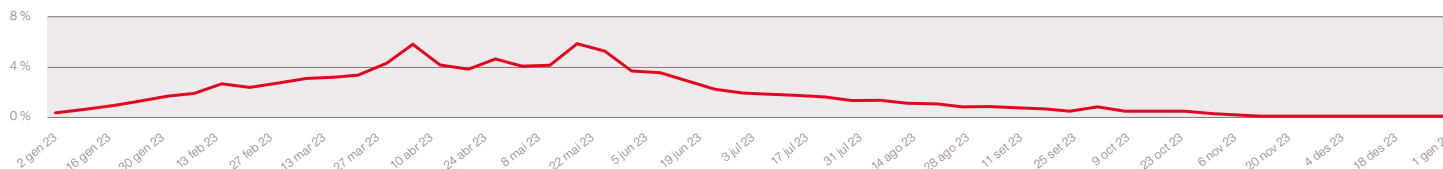


Mercat italià

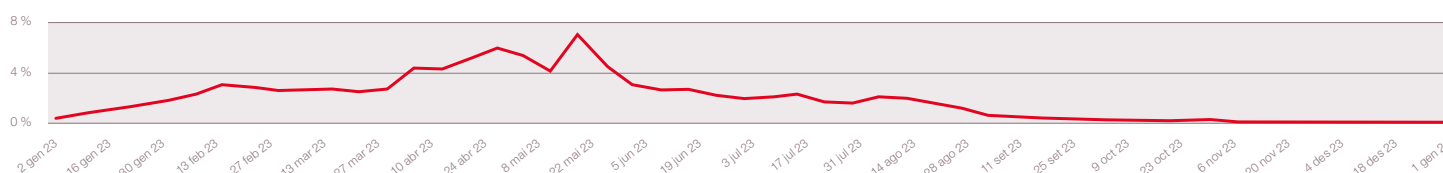




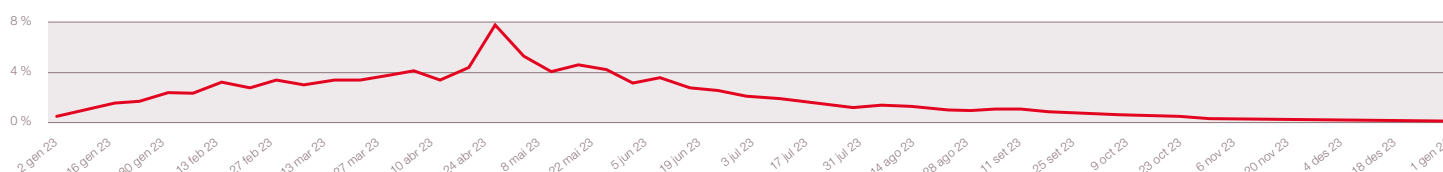
Mercat americà



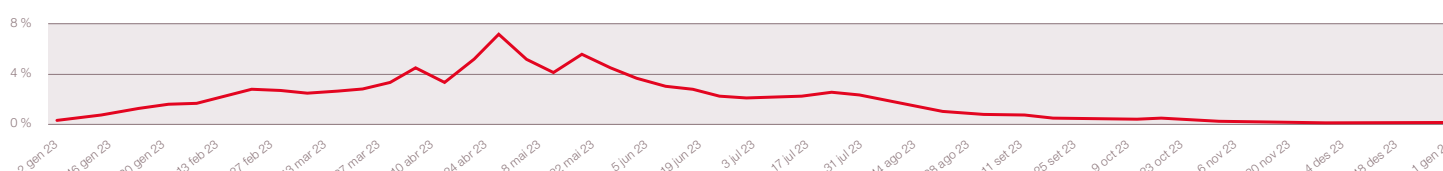
Mercat francès



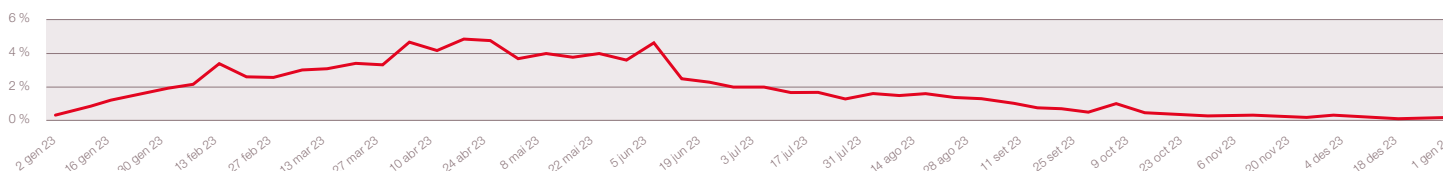
Mercat polonès



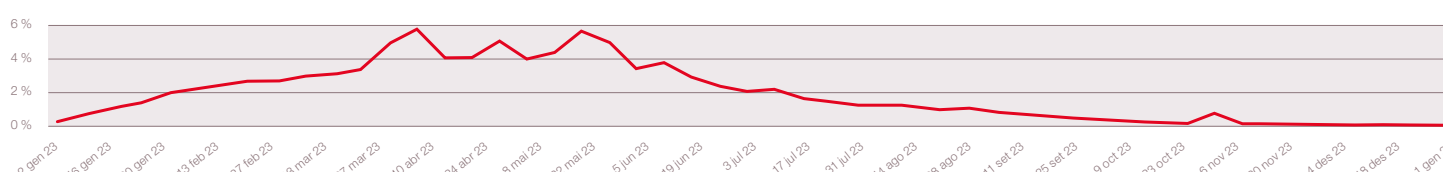
Mercat neerlandès



Mercat portuguès



Mercat austríac



Font: ForwardKeys (maig 2023)

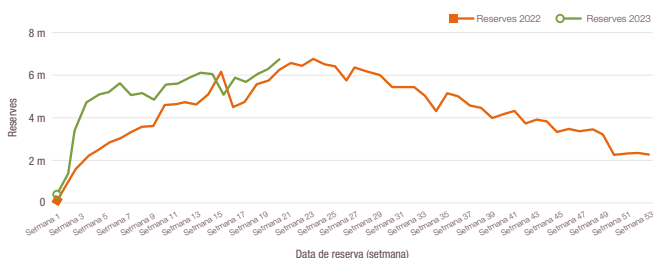


3. Activitat hotelera

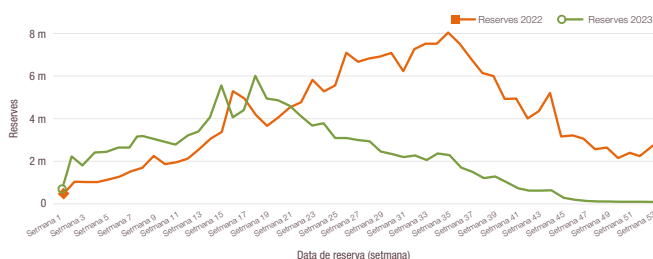
Les dades de reserves i cancel·lacions hoteleres B2B i C2B mostren setmana rere setmana com es comporta el sector de l'allotjament.

3.1. Reserves hoteleres B2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



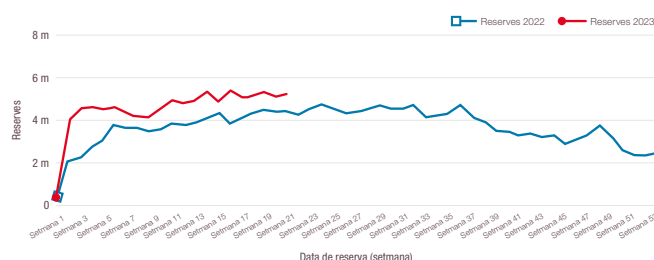
Evolució per data d'arribada (2023 vs. 2022)



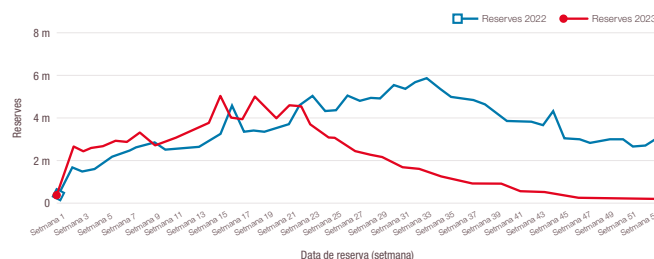
Font: InsightX for Destinations (maig 2023)

3.2. Reserves hoteleres C2B

Evolució per data de reserva (2023 vs. 2022)



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



Font: Mirai (maig 2023)

3.3. Antelació reserves B2B i C2B (dies)

Mes	B2B		C2B	
	2022	2023	2022	2023
Gener	22	28	39	59
Febrer	22	27	41	58
Març	23	33	39	52
Abril	33	42	38	47
Maig	39	61	35	44
Juny	44	-	32	-
Juliol	47	-	26	-
Agost	55	-	28	-
Setembre	49	-	32	-
Octubre	39	-	36	-
Novembre	29	-	43	-
Desembre	36	-	41	-

Les reserves, tant B2B com C2B, continuen la seva tendència a l'alça i són superiors a l'any 2022.



4. Els viatges dels sud-coreans i dels japonesos

S'observa una clara tendència de recuperació del turisme d'aquests mercats gràcies a l'eliminació de les restriccions sanitàries.

4.1. Els viatges a Espanya 2022

Corea del Sud - mercat emissor

- 8a destinació** a l'estranger
- 1a destinació** europea
- 180.000 turistes** van viatjar a Espanya
- El **59%** d'aquests van viatjar a Catalunya

Japó - mercat emissor

- 29.000 turistes** van viatjar a Espanya
- El **47%** d'aquests van viatjar a Catalunya
- Espanya és la **1a destinació** en intenció de viatge en el futur

4.3. Motivacions i activitats

Corea del Sud

Motivacions

86% oci

13% negocis

Activitats

77%
visites culturals

71%
compres

63%
visitar ciutats

Japó

Motivacions

63% oci

26% negocis

Activitats

65%
compres

53%
visites
culturals

50%
visitar
ciutats

32%
gastronomia

Font: Fichas ejecutivas; Informes Tendencias de Corea del Sur y Japón. Turespaña

4.2. Trets bàsics dels viatges

Corea del Sud

- Despesa mitjana per viatge: **2.899 €**
- Despesa mitjana per persona/dia: **376 €**
- Estada mitjana: **7,7 nits**
- Allotjament: **95% hotels**
- 77%** viatja sense paquet turístic

Japó

- Despesa mitjana per viatge: **3.371 €**
- Despesa mitjana per persona/dia: **262 €**
- Estada mitjana: **12,9 nits**
- Allotjament: **100% hotels**
- 90%** viatja sense paquet turístic

4.4. Conclusions i tendències

- Recuperació progressiva i constant d'aquests mercats.
- Increment dels viatges a l'estranger per l'eliminació de les restriccions sanitàries.
- Flexibilitat per cancel·lacions o modificacions de viatge.
- Paquets de luxe: el viatge somiat.
- Propostes locals; contacte amb la natura, la cultura i la gastronomia.
- Viatges intergeneracionals en família.

La meitat dels turistes que viatgen a Espanya fan les seves vacances o visiten Catalunya.











5. Indústria de reunions. Mercat sud-coreà i japonès

Amb la reobertura de l'espai aeri el mercat asiàtic està reprenent la seva activitat i en aquest sentit els viatges d'incentius són el principal segment que podem atraure com a destinació.

5.1. Viatges d'incentius

-  Els agents de viatges influencien molt en la selecció de la destinació i dels proveïdors.
-  El 61% preveu que el 2024 els viatges d'incentius superaran les xifres del 2019.
-  Es reactiven els viatges de llarg recorregut.
-  La relació qualitat-preu i la seguretat són els criteris més importants per seleccionar una destinació.

5.3. Associacions

-  Gran part d'executius formen part del consell d'associacions internacionals.
-  Associacions nacionals japoneses i sud-coreanes (no internacionals) han intentat organitzar les reunions a l'estranger per internacionalitzar les seves associacions nacionals.
-  Hi ha poques seus d'associacions internacionals amb seu al Japó i Corea.
-  Hi ha interès per organitzar reunions a l'estranger per desenvolupar internacionalment el seu negoci associatiu.




Els compradors d'incentius volen trobar activitats sostenibles.






Font: Market Research for Business Events Industry in Japan & Korea

5.2. Viatges d'incentius. Reptes i selecció de la destinació

Reptes




-  Cost: preus ajustats i flexibilitat per part dels proveïdors.
-  Sostenibilitat: les empreses han de garantir els criteris ESG (ambiental, social i governança).
-  Presencialitat: represa del contacte personal tot i que suposa un increment de cost.

Selecció de la destinació



-  Seguretat geopolítica.
-  S'eviten destinacions on siguin necessaris visats o calguin mesures sanitàries derivades de la covid.
-  Noves destinacions familiars i ben comunicades.

5.4. Associacions. Reptes i selecció de la destinació

Reptes

-  Represa de la relació amb proveïdors qualificats per part de les associacions.
-  Identificació d'espais per a reunions híbrides.
-  Identificació d'associacions i corporacions estrangeres.

Selecció de la destinació

-  Busquen quelcom inusual, que inspire els delegats i faciliti la connexió entre ells.
-  Busquen relacions acadèmiques per desenvolupar programes científics i esperen el suport dels convencions bureaux locals.

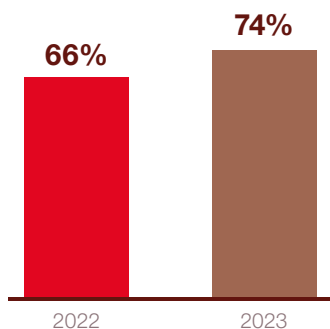
6. Viatges sostenibles

El context actual d'incertesa econòmica posa el focus sobre dues circumstàncies: d'una banda, la necessitat de reduir despeses de l'economia familiar, i de l'altra, la de triar opcions de viatge més sostenibles.

6.1. Urgència d'actuar per salvar el planeta

El 80% dels viatgers afirma que és important viatjar de manera més sostenible.

Cal actuar ara triant viatges més sostenibles:



6.3. Cost vs. consciència



76% vol fer viatges més sostenibles en els propers 12 mesos.



76% creu que la crisi energètica i l'increment del cost de la vida impactarà en la seva capacitat de despesa.



49% pensa que els viatges més sostenibles són massa cars.



47% vol fer viatges més sostenibles de manera econòmica.



43% està disposat a pagar més per una opció sostenible.

6.2. Fonts d'informació

Les notícies són l'element clau d'influència:

43% té coneixements sobre sostenibilitat (notícies i xxss).

53% està influït per triar opcions de viatge més sostenibles.

49% pensa que el medi ambient empitjorarà.

64% creu que el nivell de vida empitjorarà en els propers 6 mesos.

6.4. Bonificacions

49% espera obtenir descomptes per triar viatges sostenibles.

42% voldria un programa de recompensa amb contraprestació.

El viatger està cada vegada més conscienciat; l'oferta ha de ser més visible en el moment de la cerca i tria del seu viatge.



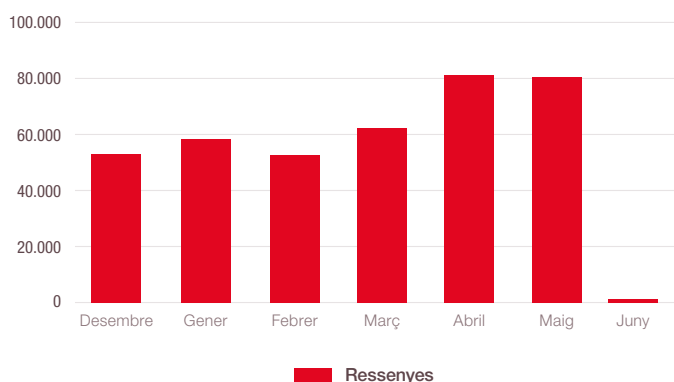


7. Reputació online

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
8,8	8,9	8,8	386.516

* 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	60.406	21,5%	8,9
França	37.365	13,3%	7,6
Regne Unit	36.376	13,0%	8,8
Estats Units	26.470	9,4%	9,0
Itàlia	16.289	5,8%	9,0

7.2. Valoració de la destinació Top 5 mercats

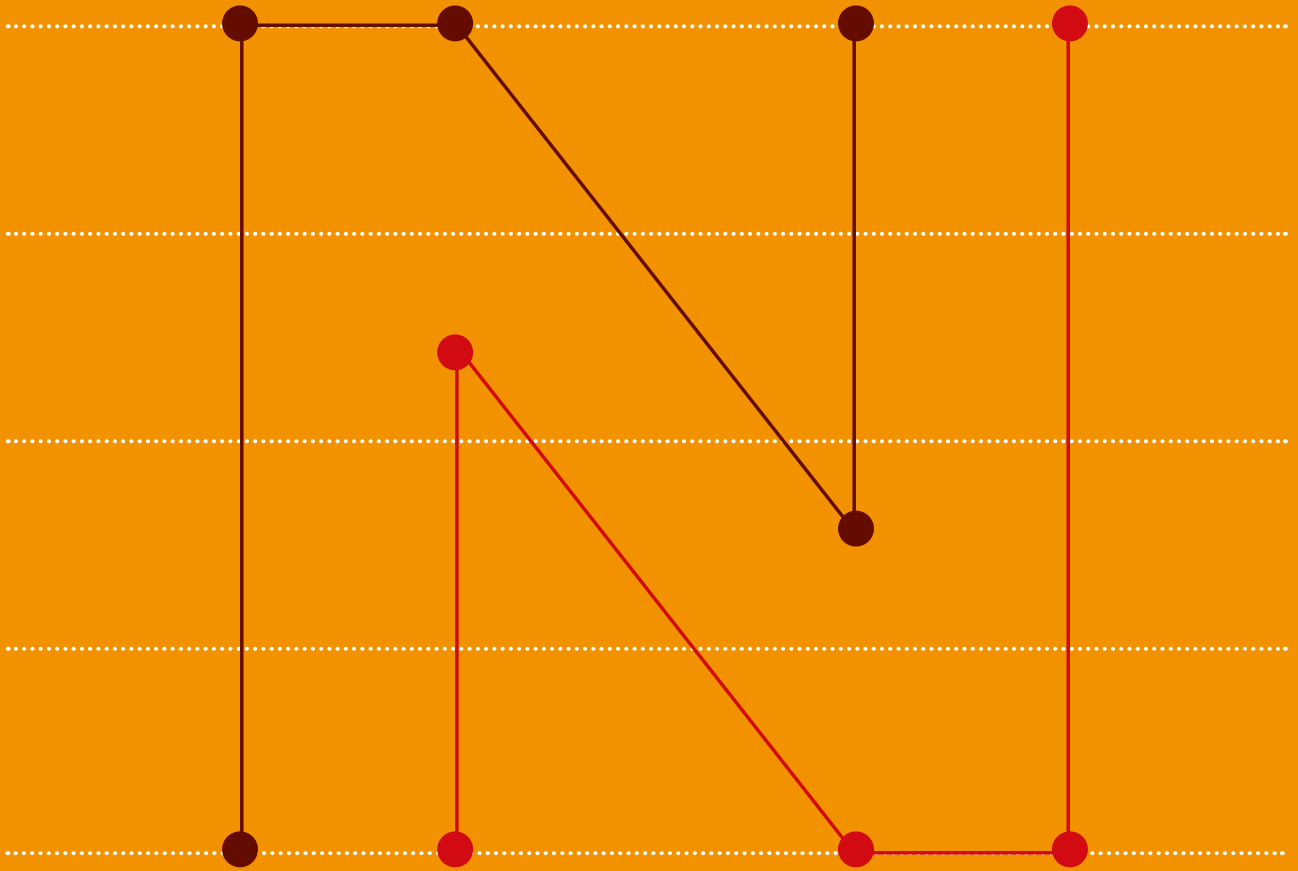
País	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Espanya	32.969	28,5%	8,3
França	13.704	11,8%	8,2
Regne Unit	8.196	7,1%	8,5
Itàlia	7.512	6,5%	8,4
Estats Units	5.700	4,9%	8,9

7.4. Índex de satisfacció segons plataforma

Plataforma	Ressenyes	Ràtio	Qualificació
Google	239.608	62,0%	9,0
Booking.com	102.003	26,4%	8,4
TripAdvisor	20.737	5,4%	8,8
TheFork	7.288	1,9%	8,9
GetYourGuide	6.481	1,7%	9,3

El sentiment global respecte a Catalunya en el context de viatge valora la destinació amb un 8,9.





act.gencat.cat
catalunya.com



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