

Andalucía

Turismo italiano en Andalucía

Año 2015



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional



TURISMO ITALIANO EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

EDITA

Consejería de Turismo y Deporte

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

—

ÍNDICE DE CONTENIDOS

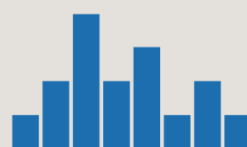
MERCADOS TURÍSTICOS: ITALIA

Informe realizado para su incorporación en el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Fecha de realización: junio 2016.

- Cómo ha evolucionado el mercado italiano
- Principales claves del turismo italiano
- Tabla de datos

MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA: ITALIA

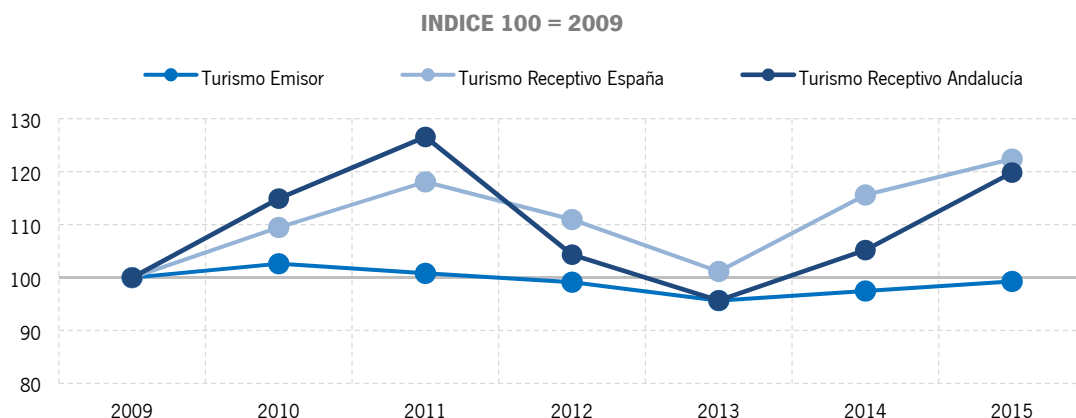
- Resultados año 2015



Mercados turísticos: Italia

MERCADOS TURÍSTICOS | FRANCIA

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO EL TURISMO ITALIANO?



Fuentes: Canadean Travel and Tourism para las series Turismo Emisor
 Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (Turespaña e INE) para la serie Turismo Receptivo España.
 Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para la serie Turismo Receptivo Andalucía.

PRINCIPALES CLAVES DEL TURISMO ITALIANO

1. Italia muestra una recuperación económica pero más lenta de lo esperado.

En 2015 los italianos realizaron un total de 28,9 millones de viajes al extranjero, lo que supone un crecimiento del +1,9% respecto al año anterior. Estos viajes computan tan sólo el 30,3% del total del movimiento turístico realizado por este mercado y muestran, que por término medio, cada italiano ha realizado 0,5 viajes al extranjero en dicho año. En el ranking de emisores europeos al extranjero Italia se sitúa en tercera posición, siendo España y Francia sus principales destinos con cuotas de participación del 12,6% y 10,6%, respectivamente. Cabe destacar que mientras que el destino francés predomina para vacaciones cortas, en España prevalecen las de larga duración.

Después de tres años continuos de recesión, la economía italiana comienza a registrar en 2015 signos de recuperación (+0,7%), aunque algunos indicadores turísticos todavía no han superado los efectos de la crisis pasada. Así, la evolución de las salidas italianas en los últimos cinco años muestra un descenso del -0,4%, ya que el incremento del flujo de este mercado en los dos últimos años no ha sido suficiente para compensar el descenso registrado en los primeros años del período 2011-2015.

2. Los signos de recuperación son alentadores pero el mercado es incierto.

Aunque la recuperación de Italia es lenta, los italianos la están percibiendo. La previsión de crecimiento en el número de viajes al extranjero para los próximos cinco años registra un ascenso del +3,2 anual. No obstante, en 2015 el crecimiento de la economía todavía se sitúa bajo la media europea, la deuda pública del país continua siendo enorme y el mercado laboral se encuentra afectado por una tasa de desempleo del 12,2%).

3. Nuevas propuestas turísticas para el mercado italiano

En los últimos años, la tendencia del mercado muestra la realización de menos viajes pero de mayor duración. Aunque España ofrece a Italia una excelente combinación de sol y playa, cultura y ocio, se observa una tendencia creciente a realizar viajes relacionados con la naturaleza y actividades al aire libre, gastronomía, cruceros o turismo de compras. Es necesario por tanto mostrar el amplio abanico existente en la oferta turística del destino para lograr disminuir la fuerte estacionalidad de este mercado asociada al turismo de sol y playa.

4. Principales competidores del destino español

España y Francia son los destinos preferidos de los italianos que viajan al extranjero. Alemania es sin embargo su país más visitado por motivos de negocios, si bien le sigue España en orden de importancia. Fuera de la Unión Europea Marruecos y EE.UU han sido destinos elegidos para disfrutar del ocio y del descanso. En este contexto, también comienzan a despuntar destinos emergentes como Malta, Croacia, Rumania y Albania.

Una vez en España, Cataluña, las Islas y Madrid son los principales competidores de Andalucía. Canarias se mantiene como uno de los principales destinos en temporada de invierno, seguido a gran distancia por grandes ciudades como Barcelona o Madrid, Valencia en Navidad o Sevilla y Málaga en períodos próximos a Semana Santa.

5. Elección de un destino seguro

El fuerte posicionamiento de España en el mercado italiano, la facilidad de acceso a través de transporte aéreo (especialmente en compañías de bajo coste), la buena percepción que existe entre la calidad y el precio del destino español, la valoración del carácter hospitalario y la cantidad, calidad y variedad de infraestructuras turísticas, son factores que suponen una gran oportunidad para fidelizar al turista italiano que opta por otros destinos competidores que actualmente se encuentran en situaciones de incertidumbre e inestabilidad.

6. Gran protagonismo del turista digital

Ocho de cada diez italianos que reservaron un viaje al extranjero lo hicieron vía online, situándose esta cuota dos puntos por encima de la registrada para la media europea. Del total de estas reservas online, el 87% se hicieron a través del ordenador, el 8% con una tablet y el 3% a mediante un Smartphone.

El turista digital italiano es especialmente activo en internet durante todas las fases del viaje. Durante la visita al destino, el 86% utiliza aplicaciones móviles del destino que mejoran su experiencia de viaje y el 44% compra alguna actividad para realizar. También al término de su experiencia el turista continúa con actividad online vinculada con su viaje.

Fuentes: Canadean Travel and Tourism y Turespaña.

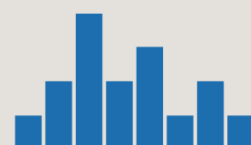
TABLA DE DATOS: ITALIA

DATOS GENERALES		Año 2015
Evolución de la economía (PIB real - variación anual)		0,7%
Evolución de los precios (IPC - variación anual)		0,1%
Tasa de desempleo		12,2%
Tipo de cambio (moneda local/euro)		-
Renta anual disponible del hogar (euros)		23.846,0
Población con acceso a Internet		62,0%
Población con acceso a Internet vía móvil		65,7%
DATOS TURÍSTICOS EN ORIGEN		
MOVIMIENTO TURÍSTICO AL EXTRANJERO		Año 2015
Propensión de la población a viajar (viajes/habitante)		0,5
Número de viajes (millones)		28,9
Evolución viajes - Último año (variación anual)		1,9%
Evolución viajes - Últimos 5 años (variación anual)		-0,4%
PREVISIONES DEL MOVIMIENTO TURÍSTICO AL EXTRANJERO		Años 2016 - 2020
Evolución viajes - Próximos 5 años (variación anual)		3,2%
COMPORTAMIENTO TURÍSTICO EN LOS VIAJES AL EXTRANJERO		Año 2015
Importancia de los viajes al extranjero (cuota)		30,3%
Principales destinos visitados (cuota)		
	1. España (12,6%)	4. Alemania (7,4%)
	2. Francia (10,6%)	5. Austria (6,0%)
	3. Reino Unido (7,9%)	6. EEUU (5,1%)
Gasto medio por viaje (euros)		1.119,69
Estancia media (días)		7,4
Meses preferidos para viajar (cuota)	Agosto (21,8%)	Julio (15,8%)
Motivos del viaje (cuota)	Personales (88,9%)	Negocios (11,1%)
Uso de paquete turístico (cuota)		36%
Uso de reservas online (cuota)		80,0%
Dispositivos utilizados en la reserva online (cuota)	Ordenador (87%)	Tablet (8%) Smartphone (3%)
DATOS TURÍSTICOS EN DESTINO		Año 2015
MOVIMIENTO HOTELERO		Andalucía España
Viajeros en hoteles	429.935 (14,5%)	2.581.553 (10,8%)
Pernoctaciones en hoteles	970.250 (13,9%)	8.474.809 (10,2%)
Cuota sobre total pernoctaciones	2,0%	2,7%
Estacionalidad (concentración tercer trimestre)	37,6%	43,9%
MOVIMIENTO AEROPORTUARIO		Andalucía España
Pasajeros en aeropuertos	458.702 (12,6%)	5.930.536 (13,3%)
Principales compañías aéreas (cuota)		
	RyanAir (58,1%)	RyanAir (41,5%)
	Vueling (17,1%)	Vueling (20,0%)
	Easyjet Airline (14,9%)	Iberia (10,0%)
Principales aeropuertos de salida (cuota)		
	Roma/Fiumicino (35,1%)	Roma/Fiumicino (26,3%)
	Milan/Orio Al Serio (18,6%)	Milan/Malpensa (15,7%)
	Milan/Malpensa (15,6%)	Milan/Orio Al Serio (14,3%)

Fuentes internacionales: Canadean Travel and Tourism, Naciones Unidas, FMI, Banco Mundial, OMT, OCDE, Eurostat, WTTC e

Instituto de Estadística del país.

Fuentes nacionales: INE y AENA



Movimiento hotelero: Italia

MOVIMIENTO HOTELERO EN ANDALUCÍA | ITALIA RESULTADOS AÑO 2015

Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de Andalucía

	ANDALUCÍA			ESPAÑA		
	Año 2014	Año 2015	% var / Dif	Año 2014	Año 2015	% var/Dif
Viajeros	375.520	427.890	13,9%	2.329.343	2.588.734	11,1%
Pernoctaciones	851.728	967.654	13,6%	7.693.269	8.522.505	10,8%
Estancia Media	2,27	2,26	-0,01	3,30	3,29	-0,01
Cuota s/ total Extranjeros	3,8%	4,0%	0,15	4,0%	4,3%	0,27

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

Serie mensual

Año 2015	Pernoctaciones	%
Enero	44.903	4,6%
Febrero	39.749	4,1%
Marzo	49.474	5,1%
Abril	85.651	8,9%
Mayo	96.798	10,0%
Junio	86.310	8,9%
Julio	94.004	9,7%
Agosto	179.572	18,6%
Septiembre	101.849	10,5%
Octubre	86.591	8,9%
Noviembre	47.907	5,0%
Diciembre	54.846	5,7%
Total	967.654	100,0%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

Serie Anual

AÑO	Pernoctaciones	% var.
2003	835.874	-10,9%
2004	733.029	-12,3%
2005	804.611	9,8%
2006	857.841	4,6%
2007	939.707	9,5%
2008	923.886	-1,7%
2009	809.612	-12,4%
2010	930.476	14,9%
2011	1.024.774	10,1%
2012	844.752	-17,6%
2013	774.552	-8,3%
2014	851.728	10,0%
2015	967.654	13,6%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

Principales destinos en España de este mercado

TOP 5 DESTINOS - 2015	Pernoctaciones	% s/ total
Balears, Illes	1.999.150	23,5%
Cataluña	1.986.442	23,3%
Canarias	1.462.900	17,2%
Andalucía	967.654	11,4%
Madrid, Comunidad de	893.282	10,5%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE

Principales mercados extranjeros Andalucía

TOP 5 ORIGEN 2015	Pernoct.	% s/ total
Reino Unido	6.269.204	13,1%
Alemania	3.785.881	7,9%
Francia	2.453.198	5,1%
Países Bajos	1.132.733	2,4%
Bélgica	1.057.760	2,2%

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera. INE