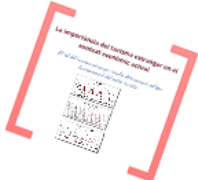


# El mercat turístic del Regne Unit en xifres

*Barcelona, 19 d'octubre de 2012*

Conclusions



El nombre dels turistes britànics que visiten Catalunya ha augmentat un 10,5% respecte a l'any anterior.

Què és la importació d'indústria turística per l'Estat Espanyol?

El sector turístic és una de les principals fonts de creixement econòmic i generació d'ocupació a Espanya. La importació d'indústria turística per l'Estat Espanyol és el resultat de la demanda dels turistes britànics que visiten Catalunya.

Què és el nombre de turistes britànics que visiten Catalunya?

El nombre de turistes britànics que visiten Catalunya ha augmentat un 10,5% respecte a l'any anterior.



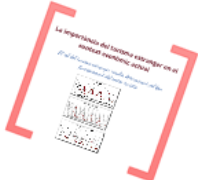
El perfil del turista britànic que visita Catalunya

El perfil del turista britànic que visita Catalunya és similar al del turista britànic que visita Espanya.

# El mercat turístic del Regne Unit en xifres

*Barcelona, 19 d'octubre de 2012*

Conclusions



Què ha canviat amb la recuperació de l'economia britànica?

El nombre de viatgers britànics que viatgen al Regne Unit ha augmentat significativament des de la crisi econòmica. A més, s'observa un canvi en els tipus de viatges, amb un augment dels viatges de curta durada i dels viatges de negocis.

Què és la importació d'indústria turística per l'Estat britànic?

La importació d'indústria turística per l'Estat britànic es refereix al valor dels serveis turístics que els britànics consumeixen a l'estranger. Aquest valor ha augmentat significativament des de la crisi econòmica, reflectint el creixement del sector turístic britànic.

Què ha canviat amb la recuperació de l'economia britànica?

El nombre de viatgers britànics que viatgen al Regne Unit ha augmentat significativament des de la crisi econòmica. A més, s'observa un canvi en els tipus de viatges, amb un augment dels viatges de curta durada i dels viatges de negocis.

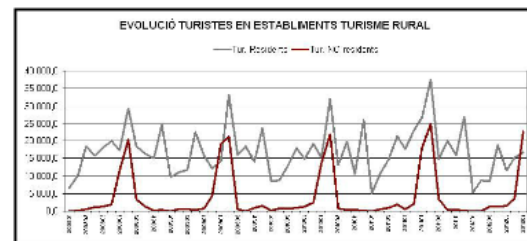
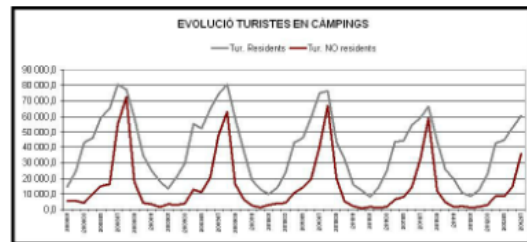
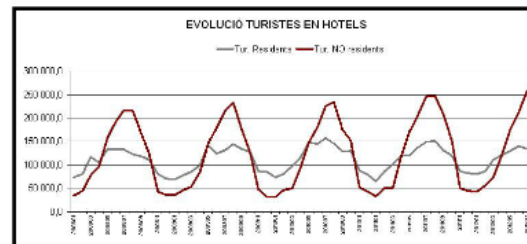


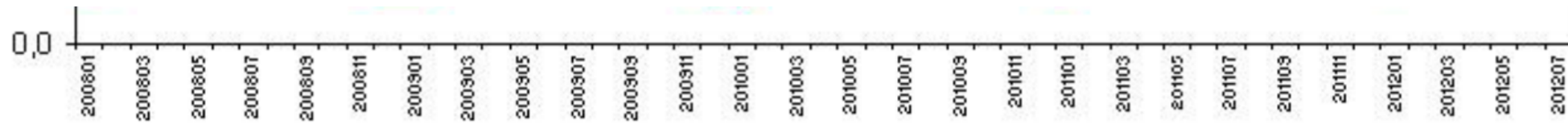
El perfil del turista britànic que viatja al Regne Unit

El perfil del turista britànic que viatja al Regne Unit és divers, amb un augment dels viatges de curta durada i dels viatges de negocis. A més, s'observa un canvi en els tipus de viatges, amb un augment dels viatges de curta durada i dels viatges de negocis.

# La importància del turisme estranger en el context econòmic actual

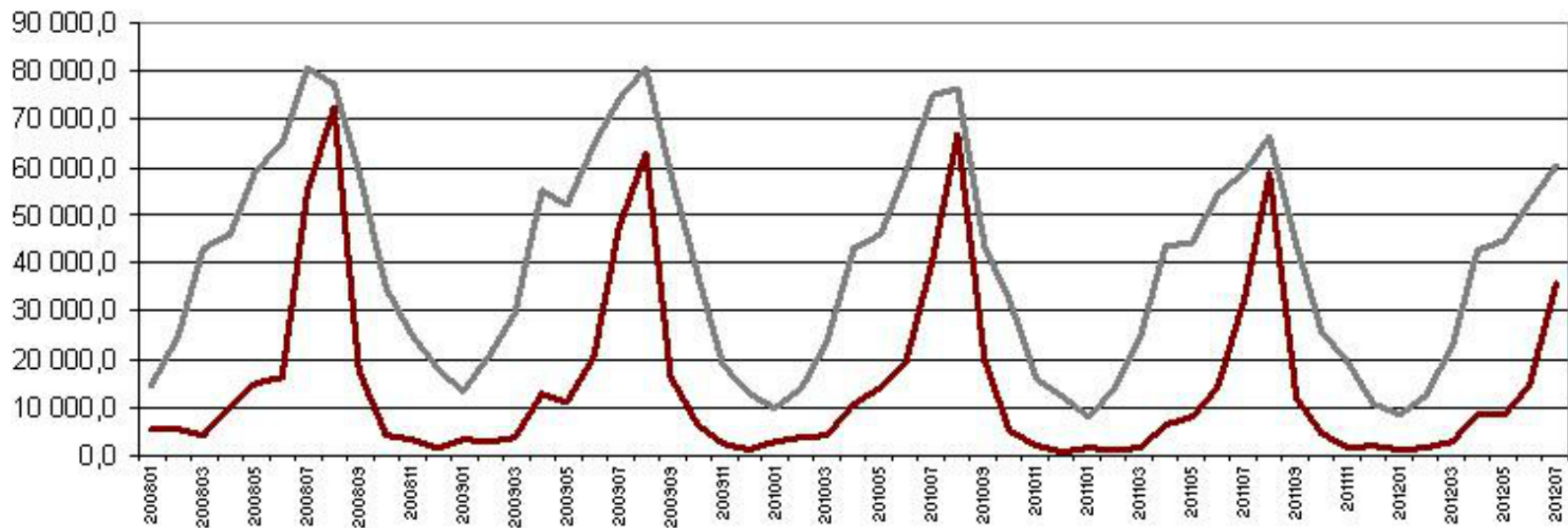
*El rol del turisme estranger resulta determinant pel bon funcionament del sector turístic*





## EVOLUCIÓ TURISTES EN CÀMPINGS

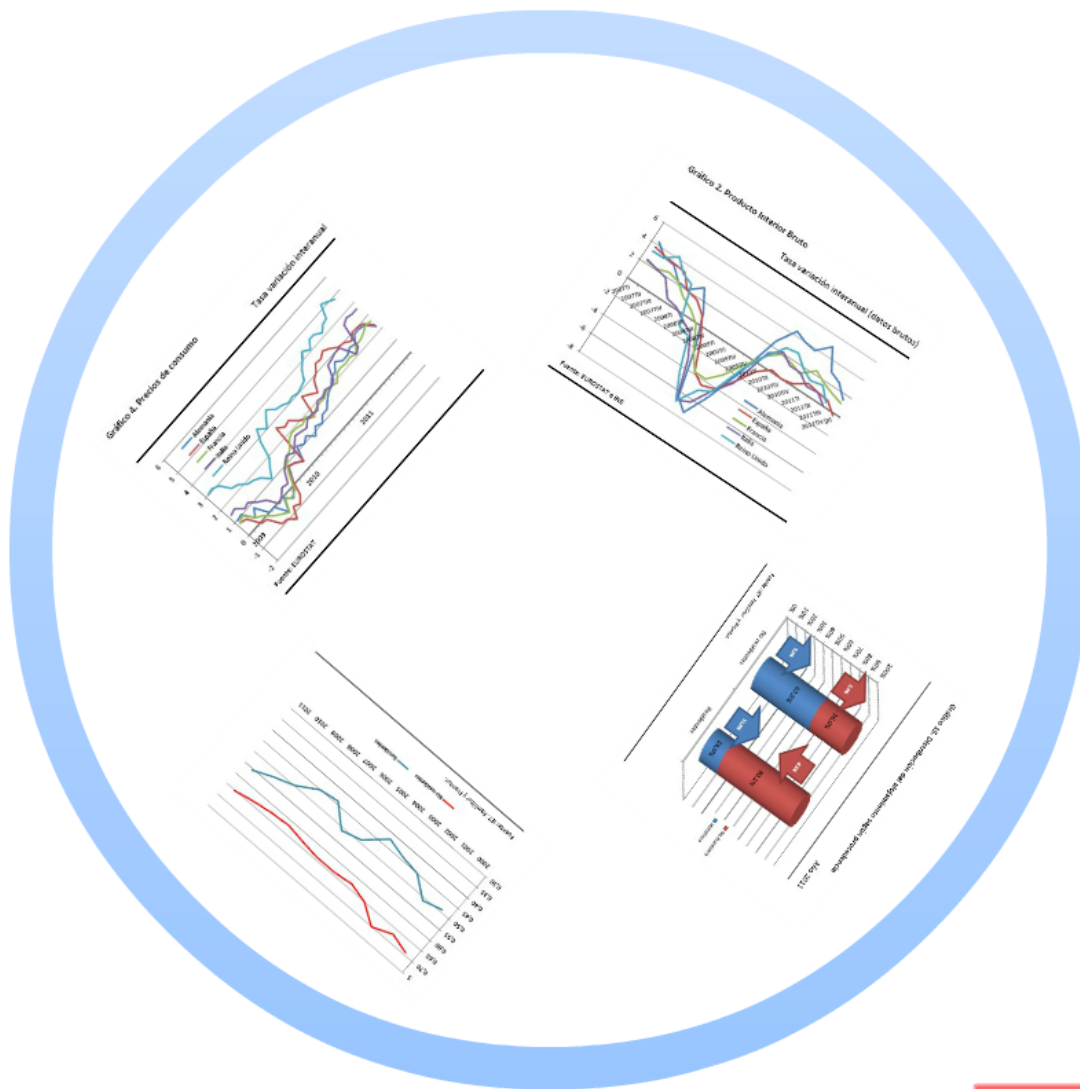
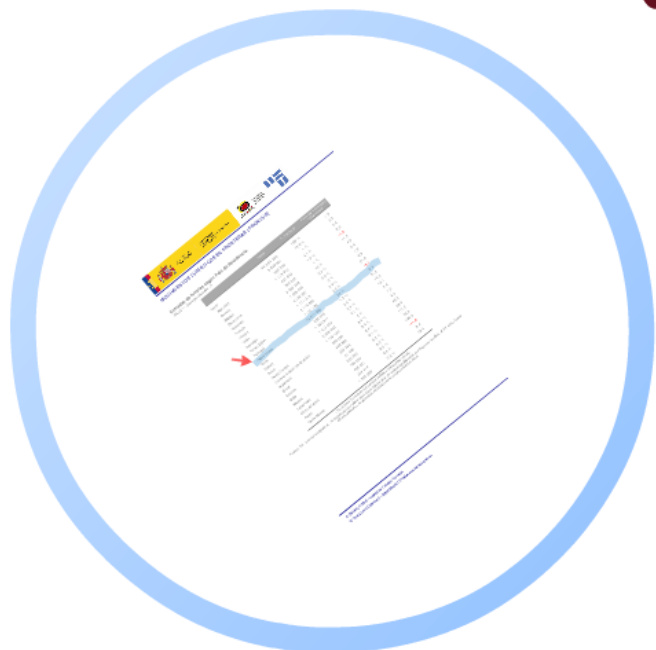
— Tur. Residents — Tur. NO residents



## EVOLUCIÓ TURISTES EN ESTABLIMENTS TURISME RURAL

— Tur. Residents — Tur. NO residents

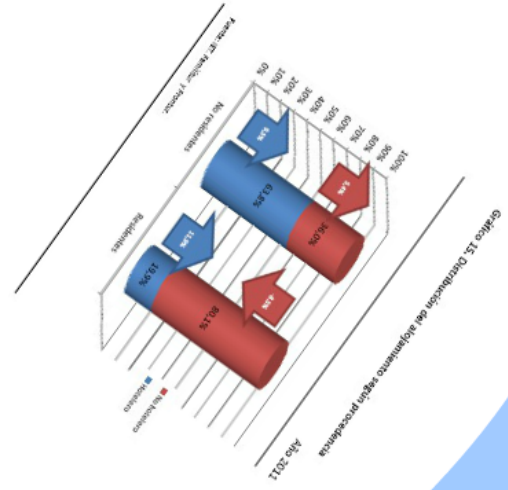
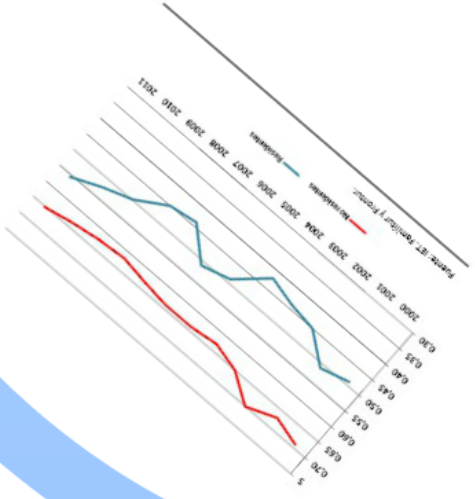
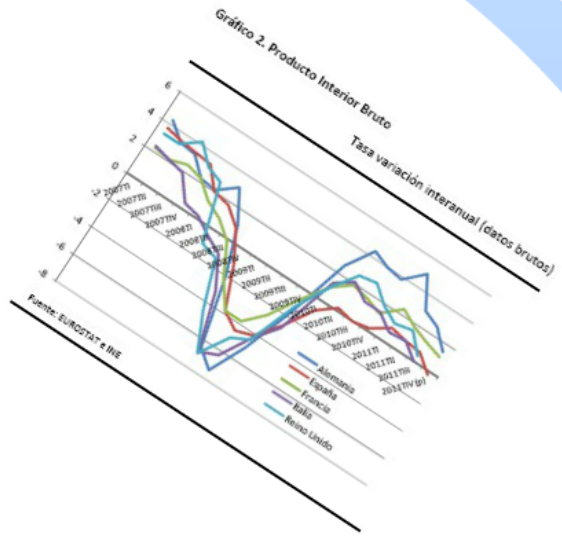
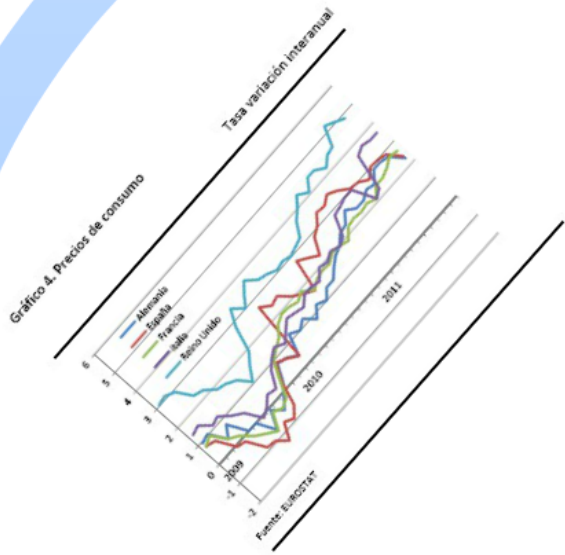
# El principals mercats estrangers de referència



MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS (FRONTUR)  
 Entradas de turistas según País de Residencia.  
 Año 2017. Datos preliminares (\*)

	Total	% Variación	Tasa de Variación Interanual
Total	86.694.208	100 %	7,6
Alemania	9.030.697	18,9 %	2,8
Belgica	586.539	1 %	4,5
Dinamarca	1.779.973	3,1 %	9,5
Francia	921.048	1,6 %	11,4
Irlanda	86.430	1 %	4,4
Italia	1.880.460	2,3 %	8,8
Reino Unido	3.764.897	2 %	9,9
Portugal	1.117.375	4,9 %	21,9
Países Bajos	2.776.038	3,2 %	10,7
Rusia	1.787.703	1,5 %	47,8
Suecia	868.545	2,4 %	15,1
Sueiza	1.203.919	4,7 %	16,7
Países Bajos	1.372.643	2 %	4,6
Estados Unidos de América	2.694.952	0,8 %	1,2
Argentina	1.148.185	0,8 %	8,3
Brasil	299.396	0,4 %	48,2
Canadá	360.009	0,1 %	20,8
Chile	229.285	0,4 %	111,2
México	37.396	0,2 %	25,6
Venezuela	333.293	0,6 %	10,4
China	103.854	0,8 %	10,4
Japón	499.887	0,6 %	10,4
Resto Mundo	334.314	2,8 %	10,4
	1.585.809		

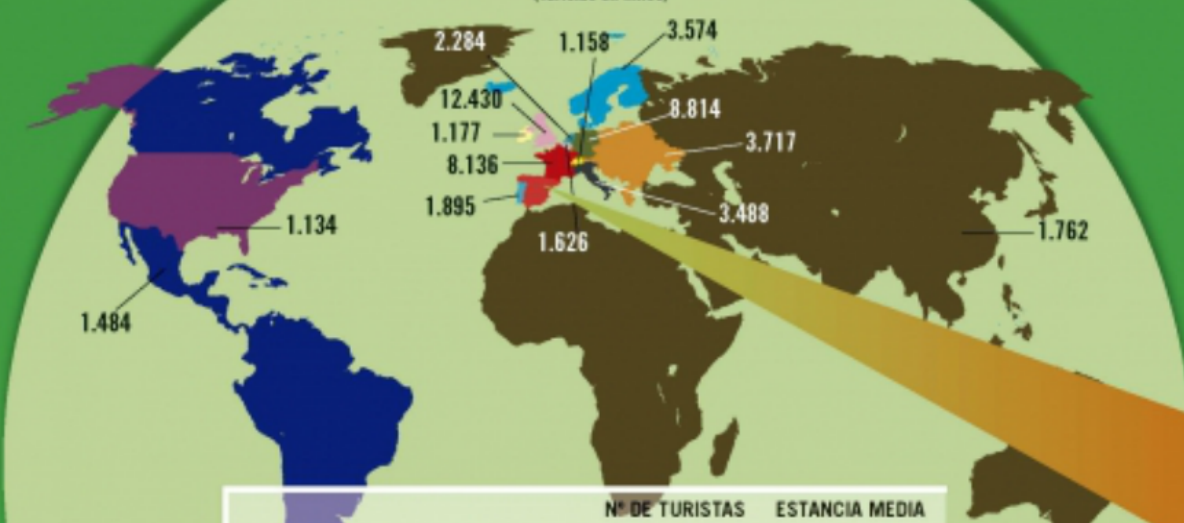
Fuente: IET - www.iet.es  
 (\*) Los datos se revisan con carácter periódico. No obstante, en este caso, para evitar que se produzcan errores de cálculo, se han publicado los datos definitivos de 2017. Los datos de 2016 se revisaron con carácter definitivo. No obstante, en este caso, para evitar que se produzcan errores de cálculo, se han publicado los datos definitivos de 2016.



# DE DÓNDE VIENEN, A DÓNDE VAN

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos. Frontur.

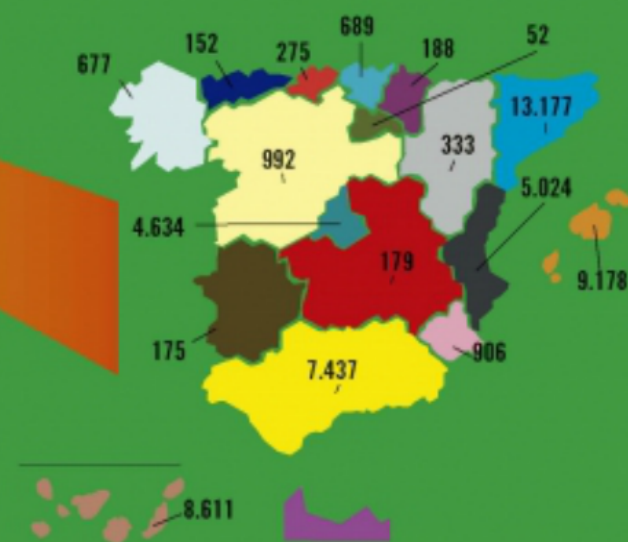
**ORIGEN DE LOS TURISTAS  
NO RESIDENTES EN ESPAÑA. 2010**  
(Turistas en miles)



País	Nº DE TURISTAS	ESTANCIA MEDIA
Reino Unido	12.430	9,3
Alemania	8.814	10,4
Francia	8.136	8,0
Países Nórdicos	3.574	10,1
Italia	3.488	8,4
Países Bajos	2.284	10,1
Portugal	1.895	5,1
Bélgica	1.626	10,0
Irlanda	1.177	9,3
Suiza	1.158	9,9
Resto Europa	3.717	9,1
Estados Unidos de América	1.134	14,1
Resto América	1.484	14,1
Resto mundo	1.762	13,5

**DESTINO DE LOS TURISTAS  
NO RESIDENTES EN ESPAÑA. 2010**  
(Turistas en miles)

Comunidad Autónoma	Nº DE TURISTAS
Cataluña	13.177
Baleares	9.178
Canarias	8.611
Andalucía	7.437
C. Valenciana	5.024
C. Madrid	4.634
Castilla y León	992
Murcia	906
País Vasco	689
Galicia	677
Aragón	333
Cantabria	275
Navarra	188
Castilla - La Mancha	179
Extremadura	175
Asturias	152
La Rioja	52



# Aspectes més destacats de la conjuntura econòmica del mercat del Regne Unit

*Una economia en recessió però estable*

L'economia britànica va tornar a entrar en recessió a inicis d'aquest 2012 després de sortir-ne el 2010

La inflació va pujar el 2011 4,2pp i es situa al 3,5%. La taxa d'atur és del 8%

El tipus de canvi de la lliura s'ha estabilitzat en relació a l'euro (1,22 euros/lliura) després de fluctuacions irregulars durant tot el 2011

# Quina és la importància d'aquest mercat per l'estat espanyol?

*Què representa aquest mercat per l'activitat turística a l'estat espanyol ?*

Els britànics representen el 20,3% de les arribades internacionals a l'estat espanyol (9 milions d'arribades)

El Regne Unit és el mercat que més despesa turística genera a l'estat espanyol. En concret el 2011 aquest mercat va generar un total de 10.376,9 milions d'euros, un 2,1% més que l'any anterior i per sobre d'altres mercats de referència com l'alemany (8.668,7 milions d'euros).

La despesa mitjana per persona dels turistes del Regne Unit a l'estat espanyol és de 86,2 euros, 14 euros per sota la mitjana dels mercats turístics internacionals



## **Els mercats competidors**

*L'estat espanyol representa el 34% de la cuota d'aquest mercat emissor*

Els principals competidors de l'estat espanyol en aquest mercat perden més cuota. Tant sols Tuníssia passa del 2% al 2,6% gràcies a l'esforç d'ajuda a tt.oo i inversió publicitària

Les primaveres àrabs han beneficiat clarament l'estat espanyol en redirigir part de la quota de sol i platja cap a les nostres platges

La situació econòmica de Grècia genera sensació d'inseguretat entre els turistes d'aquest mercat, especialment les vagues que han ocasionat retrassos en vols i altres incomoditats que s'han reflexat en la premsa britànica

# I Quina és la importància d'aquest mercat per Catalunya?

*Què representa aquest mercat per l'activitat turística a Catalunya ?*

El pes relatiu del mercat del Regne Unit a Catalunya és menys important que pel global de l'estat, ja que els 1,28 milions de turistes britànics que visiten Catalunya representen el 9,3% del total de les visites

Després d'un 2009 on el mercat britànic va patir un retrocés del 12%, Catalunya ha anat recuperant quota d'aquest mercat (+0,3pp, el 2011)

Tot i això Catalunya és la quarta CCAA receptora de turistes britànics (10,2%) per darrera de les Canàries (43%), Andalusia (17%) i Comunitat Valenciana (13%)



FITXA D'ADES BÀSQUES MERCAT REGNE UNIT - Juny 2012 - Nòm 3

<p><b>Dades bàsiques del mercat:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2n mercat emissor per Catalunya</li> <li>15 viatges a l'estranger pel turisme de gener a abril 2012 han disminuït un 2% respecte amb els mateixos tres mesos de 2011. Però les visites a països europeus han augmentat un 2% (41,5 milions).</li> <li>De gener a abril de 2012 han augmentat un 3% els viatges de negocis a l'estranger i 574m març/març a 36,2 milions els viatges vacacionals.</li> <li>Despesa del britànic a l'estranger de gener a abril 2012 ha caigut un 3%.</li> <li>Espanya és la principal destinació turística per aquest mercat.</li> </ul>	<p><b>Dades econòmiques:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Desviada del 0,2% del PIB durant el primer quadrimestre de l'any 2012.</li> <li>La inflació del mes d'abril és del 3%, una xifra més baixa del mes anterior 3,5%.</li> <li>Taxa ocupació 70,5%.</li> <li>8,2% aburats de gener a març 2012, desviada del 0,2% respecte als tres darrers mesos (2,63 milions).</li> <li>IUR = 0,797 GBP/mg 2012</li> <li>IUR = 0,867 GBP/mg 2011.</li> </ul>
<p><b>Resum de la temporada turística (2011):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.343.000 turistes britànics a Catalunya (+8,2%).</li> <li>7.726.000 pernoctacions (+30,4%).</li> <li>Estadà mitjana de 5,8 dies (+1,8).</li> <li>Despesa anual 935 milions d'euros (+2,2%).</li> <li>El Regne Unit durant l'exercici 2011, va ser el 2n mercat emissor en nombre de turistes, el 3er (41) en pernoctacions, el 8è en estada mitja i el 7è en despesa.</li> </ul>	<p><b>Variació (Gen-Abr 2012 vs 2011):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De Gener a Abril de 2012 han arribat 321.540 turistes britànics, el que suposa una variació interanual del 23,3%. Representa el major creixement entre mercats emissors.</li> <li>Durant el primer quadrimestre de 2012 el turista britànic ha gastat 206 milions d'euros, que suposa un dels creixements més destacats: 12,3%.</li> <li>El número de vols regulars provatsos per la temporada d'estiu 2012, supera en 67 els vols operats l'anterior temporada (Ryanair +3, Easyjet +10, Jet2 +10, Virgin +0, BA +7, Monarch +5, BMI +5, Aer Lingua +3).</li> </ul>
<p><b>Productes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sol i Platja</li> <li>Turisme Familiar</li> <li>City Breaks</li> <li>Turisme de reunions i MICE</li> </ul>	<p><b>Vols:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>British Airways: 70 vols setmanals (70 vols 2011)</li> <li>Easyjet: 301 vols setmanals (304 vols 2011)</li> <li>Ryanair: 134 vols setmanals (134 vols 2011)</li> <li>Monarch: 12 vols setmanals (14 vols 2011)</li> <li>Jet2: 17 vols setmanals (5 vols 2011)</li> <li>Aerlingus: 21 vols setmanals (14 vols 2011)</li> </ul>
<p><b>Miça de transport:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Autó</li> </ul>	<p><b>Alotjament:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El 20% dels britànics s'allotgen en</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Valeo</li> <li>Vehicls (Janel)</li> <li>Tres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>hotels o simbars.</li> <li>L'entrada mitjana en establiments hotelers és de 7,2 dies.</li> </ul>
<p><b>Miça de comunicació:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Travel Weekly - publicació per la indústria turística.</li> <li>Lonely Planet Magazine - publicació per consumidors.</li> <li>Mail on Sunday - diari nacional secció de viatges.</li> <li>Time Out - revista secció viatges.</li> <li>Guardian.co.uk/travel - webiste.</li> <li>LBC TRAVEL SHOW - ràdio secció viatges.</li> </ul>	<p><b>Informació:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grans turoperadors (TUI &amp; First Choice 25%, Thomas Cook 20%, Cosmos 4%) copen el 49% del mercat intermediari.</li> <li>Agències on line (Expedia, Condor, Lastminute, Lowcostgroup, Travel Republic) copen el 20% del mercat intermediari.</li> </ul>
<p><b>Noves tecnologies:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook (27,4 milions)</li> <li>Youtube (32,1 milions)</li> <li>Twitter (15,5 milions)</li> <li>LinkedIn (7,9 milions)</li> <li>Flickr (6,7 milions)</li> </ul>	<p><b>Tendències:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recursa d'última hora molt consolidada.</li> <li>Reducció de la freqüència de les excursions.</li> <li>Producte Tot Inclòs com a norma en algun dels grans Tour Operadors (First Choice).</li> <li>Turisme de Creuers adquereix cada vegada més demanda.</li> </ul>
<p><b>Noves principals turoperadors:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>TUI: 48% de les vendes d'estiu estan cobertes i per sobre respecte l'any 2011. Increment del 4% en el gru de venda dels paquets comparat amb el 2011. El 67% de les vendes han estat via online, increment del 5% respecte 2011.</li> <li>Thomas Cook: Les vendes d'estiu estan un 2% per sota respecte l'any 2011 i les vendes globals anuals també estan un 10% per sota. Degut a que han reduït la seva oferta, el percentatge de venda pendents per facturar és un 17% inferior al 2011.</li> <li>Cosmos: Les vendes globals estan un 14% per sobre respecte l'any 2011.</li> <li>Lowcostgroup: Les vendes acumulades de 2012 estan per sobre les de 2011 i de les expectatives per aquest any.</li> </ul>	<p><b>CONCLUSIONS:</b> En línies generals, hi ha satisfacció per part dels grans tour operadors, la indústria pensat que l'any 2012 seria un any de creixement 0, de manteniment respecte el 2011, és a dir, que no arribi a pitjor.</p>
<p><b>Palcos competidors:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>França, Itàlia, Grècia, Xipre, Turquia, Tunísia i Egipte.</li> <li>Grècia ha sofert una caiguda de vendes en el mercat anglès del 13% durant aquest 2012.</li> <li>Turquia ha presentat una gran campanya publicitària (premsa, publicitat estàtica i online) per abril maig i juny i té la intenció de repetir-la a tardor.</li> <li>Valeo &amp; Bata ha presentat una campanya de 64 milions de lliures, promocionant el "staycation" (Turisme domèstic).</li> </ul>	

<p><b>Grau de coneixement de Catalunya:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El turista britànic té gran coneixement de la marca Costa Brava, Costa Daurada i de la marca Barcelona, però té un coneixement força inferior de la resta de marques i destinacions de Catalunya. Té un alt grau de satisfacció i en fidel.</li> </ul>
<p><b>Períodes festius 2012:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Flora a descor: 27 d'agost oportunitat per city breaks.</li> </ul>
<p><b>Principals dates vacances 2012:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Half Term: del 4 a 13 de juny.</li> <li>Summer term: del 20 de juliol al 2 de setembre 2012.</li> </ul>

# El perfil del turista britànic

*Anàlisi comparatiu en relació als altres mercats de referència:*

Año 2011

	Turista britànic	Turista alemán	Turista francés
Tipo Alojamiento	Hotel 4****/3***	Hotel 4****/3***	Vivienda familiares o amigos/ Hotel 3***
Motivo	Ocio	Ocio	Ocio
Acceso	Via aérea	Via aérea	Carretera
CBC	Si	Si	No
Paquete turístico	No	No	No
Fidelidad <sup>(1)</sup>	7,5	6,6	7,2
Comunidad autónoma de destino	Canarias Baleares Andalucía	Baleares Canarias	Cataluña Andalucía
Estudios	Superiores	Superiores	Superiores
Situación profesional	Asalariado, cargo medio	Asalariado, cargo medio	Asalariado, cargo medio
Edad	25-44 años	25-44 años	25-44 años
Grado de satisfacción (sobre 10)	8,7	8,6	8,2
Composición del grupo turístico	En pareja	En pareja	En pareja
Estancia media	8,8 días	10,3 días	7,7 días
Gasto Medio Diario	86,2 €	93,2 €	82,5 €

(1) Número medio de veces que el turista que repite visita ha estado en España con anterioridad.

Fuente: IET. Encuesta de Hábitos Turísticos. Habitur. Frontur y Egatur.

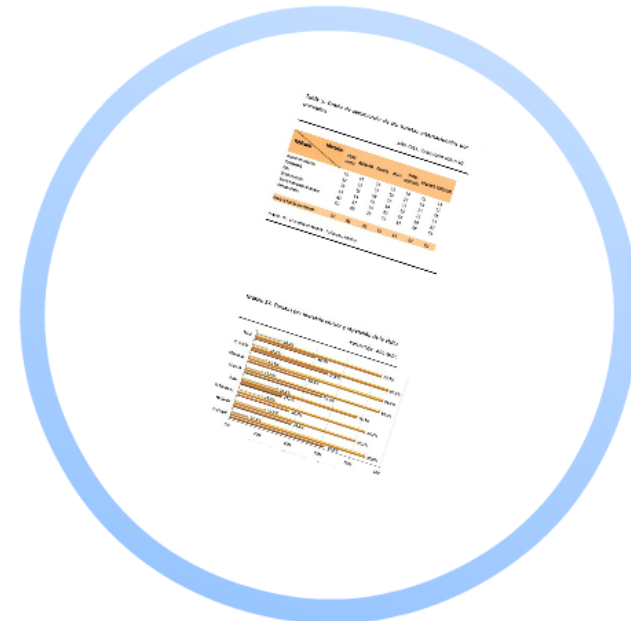


Tabla 5. Grado de satisfacción de los turistas internacionales por mercados

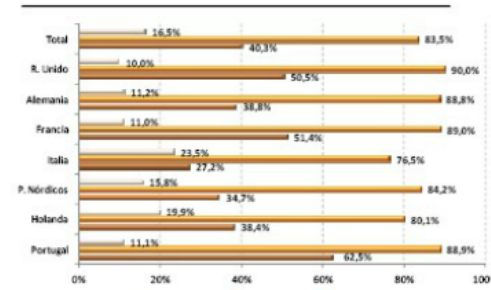
Año 2011. Valoración sobre 10

Productos	Mercados							
	REINO UNIDO	ALEMANIA	FRANCIA	ITALIA	PAISES NÓRDICOS	HOLANDA	PORTUGAL	
Alojamiento colectivo	8,0	8,0	7,9	7,5	7,8	7,9	7,8	
Gastronomía	8,2	7,9	7,9	7,8	7,6	7,9	7,7	
Ocio	7,8	7,6	6,9	7,8	7,4	7,3	7,5	
Entorno turístico	8,2	8,1	7,8	8,0	7,8	7,6	7,9	
Uso de transportes en destino	8,3	8,1	7,9	8,3	8,0	8,0	8,3	
Infraestructuras	8,2	8,0	7,9	8,0	8,1	8,0	8,4	
<b>Grado de Satisfacción General</b>	<b>8,7</b>	<b>8,6</b>	<b>8,3</b>	<b>8,3</b>	<b>8,6</b>	<b>8,2</b>	<b>8,3</b>	

Fuente: IET. Encuesta de Hábitos Turísticos. Habitur.

Gráfico 17. Turistas por mercado emisor y repetición de la visita

Porcentaje. Año 2011



## **El perfil del turista britànic dins la nostra província**

*L'estat espanyol representa el 34% de la cuota d'aquest mercat emissor*



# **Conclusions**

