



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ITALIA
Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Milán

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

3



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual) ¹	3,7	0,9	0,8
RENTA DISPONIBLE (Euros per cápita) ¹	20.972,6	22.606,3	23.733,6
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible) ¹	7,7	7,0	6,5
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB) ¹	60,3	60,7	62,0
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	23.090,0	23.389,4	23.697,9
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa) ¹	8,1	7,8	7,7
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual) ¹	8,2	6,0	2,3
IPC (2010=100)	121,7	129,0	132,0
	2021	2022	2023*
DIF. INFLACIÓN	-1,1	0,4	2

2021 y 2022: tasa anual media

* Últimos mes publicado: tasa media últimos 12 meses

(Tasa anual menos tasa anual española).²

Los precios y los tipos altos frenan la economía italiana. La inflación desciende lentamente, los tipos siguen subiendo, aunque quizá esta tendencia esté llegando ya a su fin. Por otra parte, hay menos crédito y menos liquidez y las familias italianas se encuentran con muchos más intereses a pagar. En el sector servicios ha terminado la recuperación y la industria sufre. La demanda interna ha bajado en Italia y las exportaciones también, aunque ha mejorado en agosto. La Eurozona está casi estancada, mientras que Estados Unidos crece y los mercados emergentes van bien.

¹ Euromonitor

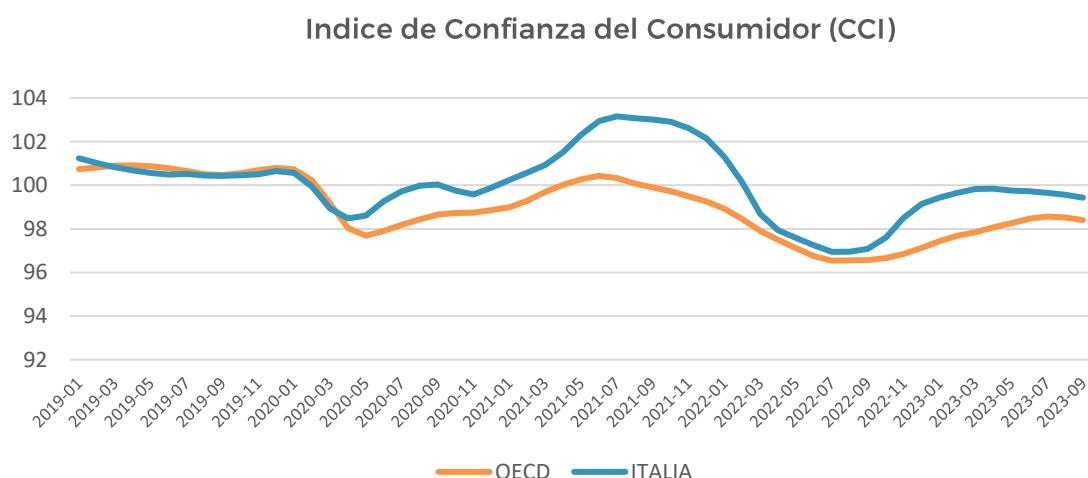
² Eurostat



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Italia registra un aumento desde septiembre 2022, manteniéndose por encima de la media de la OCDE, aunque dicha diferencia disminuye en los últimos meses.



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

5

EVOLUCIÓN RECENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda doméstica de viajes del ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) en su informe "Viaggi e Vacanze se refieren al 2022, ya que se trata de un estudio que se publica con cadencia anual. En dicho informe, publicado el 19 de abril 2023, el turismo de los residentes en Italia ha tenido una clara recuperación en 2022. Los viajes con pernoctación aumentan un 31,6% respecto a 2021, alcanzando los 54,8 millones y acercándose a los valores de 2019, año anterior a la pandemia, aunque aún a nivel más bajo (-23%). Las pernoctaciones aumentan y se acercan a los 347 millones (+23,3% sobre 2021); sin embargo, siguen siendo un 15% menos de las registradas en 2019. Los viajes al extranjero, que ya no se ven obstaculizados por las restricciones a la movilidad internacional, aumentan significativamente (+143%, unos 48 millones de pernoctaciones más) pero tampoco alcanzan todavía los niveles anteriores a la pandemia (-36,4% respecto a 2019). Aumentan también los viajes en Italia (+18,3% en 2021, 17,6 millones de pernoctaciones recuperadas), aunque un 19% menos respecto al 2019. Los viajes al extranjero han supuesto el 19,7% del total y en Italia el 80,3% (89,3% en 2021; 90,9% en 2020; 76,1% en 2019).



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

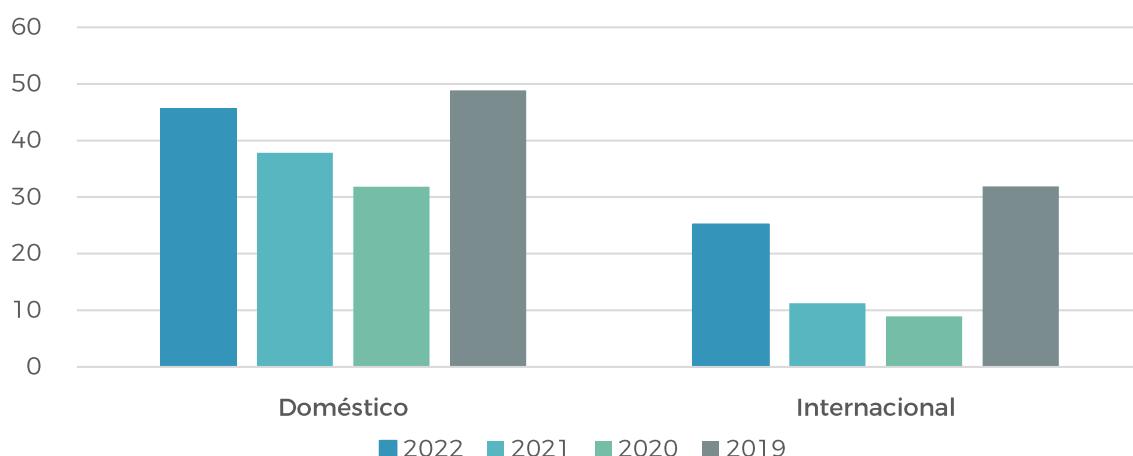
ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Los viajes al extranjero tienen como meta principal un destino europeo (87,7%): los países más visitados en el año son España (16,4%), Francia (12,1%), Croacia (6,5%) y Grecia (6,2%). Francia es el destino más elegido para vacaciones breves (22,1%) y España para las largas (17%). Alemania (23,5%) es el país más visitado por motivos de negocios, muy por detrás de Francia (11,3%). En todas las épocas del año, España es el destino más elegido por los residentes para vacaciones en el extranjero (en primavera supera el 27%) a excepción del período estival, en el que le precede Francia (15,2%). Entre los destinos no europeos, Marruecos (3,4%), Estados Unidos (2,7%) y Egipto (2,3%) son los destinos preferidos para vacaciones largas.

Según los datos de la encuesta Frontur del INE, en los primeros ocho meses de 2023 se mantiene la tendencia al alza de 2022 y viajaron a España 3.372.524 turistas italianos, un +24% respecto al mismo periodo del año anterior y un +6% respecto al 2019.

6

Gasto en viajes domésticos e internacionales (miles de millones de €)



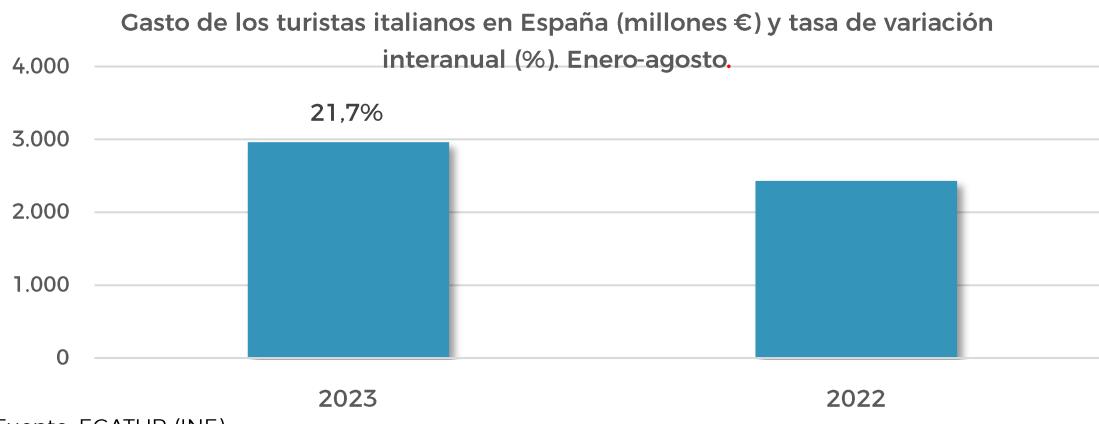
Fuente: Euromonitor

Según estimaciones de Euromonitor el gasto en viajes internacionales de los italianos ha aumentado un 121% en 2022 respecto al año anterior, el 78% del nivel de gasto realizado en 2019, mientras que por lo que se refiere a los viajes domésticos el gasto realizado por los italianos ha aumentado un 21%, un 94% del nivel de gasto realizado en 2019.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024



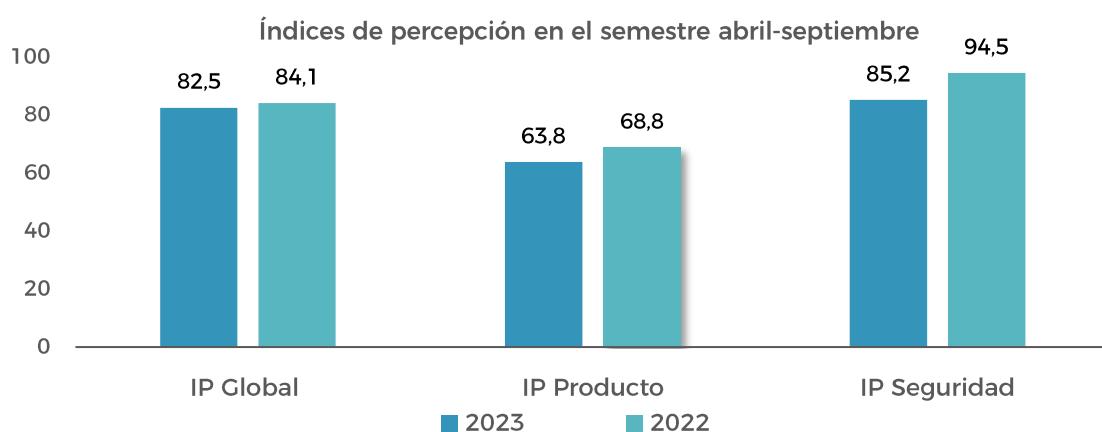
Según datos de Egatur (INE), el gasto de los italianos en España ha crecido un 21,7% de enero a agosto de 2023, respecto del año pasado, y aumenta un 18% respecto de 2019.

7

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Italia la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles altos, pero por debajo de los valores que tenía en 2022. El índice de percepción de seguridad es el que experimenta una disminución más marcada respecto al año anterior.

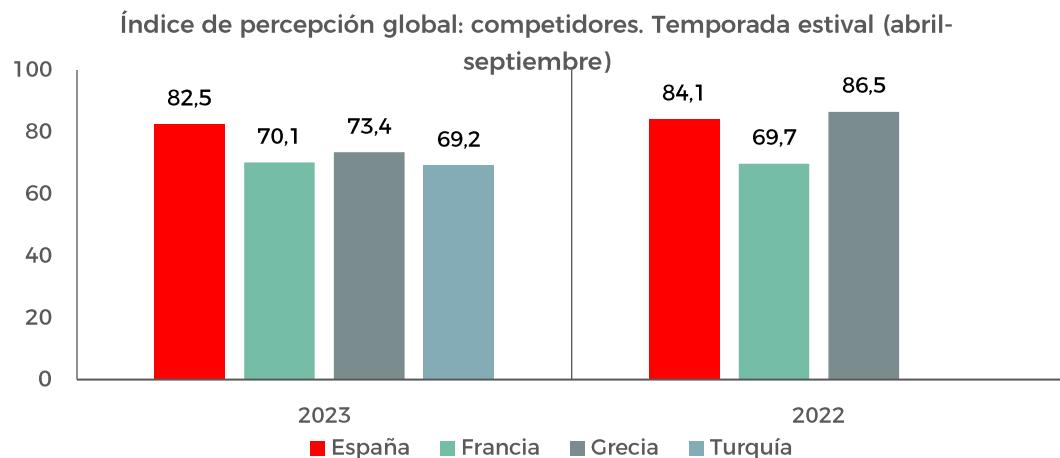


Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024



Si la comparamos con sus competidores mediterráneos, en cambio, España es la más valorada por lo que se refiere al índice de percepción global como destino turístico en Italia, situándose a más de 9 puntos por delante de Grecia, que en el mismo periodo de 2022 era la más valorada, y de Francia y Turquía.

8

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	31,8	34,1
2	Grecia	27,7	29,3
3	Portugal	23,8	25,7
4	Francia	20,9	22,8
5	R.Unido	16,6	15,9

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	11	11
2	Grecia	8,9	10,5
3	Portugal	7,3	7,2
4	Francia	5,6	7
5	R.Unido	3,9	4,9

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	66,6	67
2	Portugal	63,2	57,3
3	Grecia	61,9	61,4
4	R.Unido	37,3	42,1
5	Francia	31,9	37,9

Fuente: <https://es.yougov.com/>



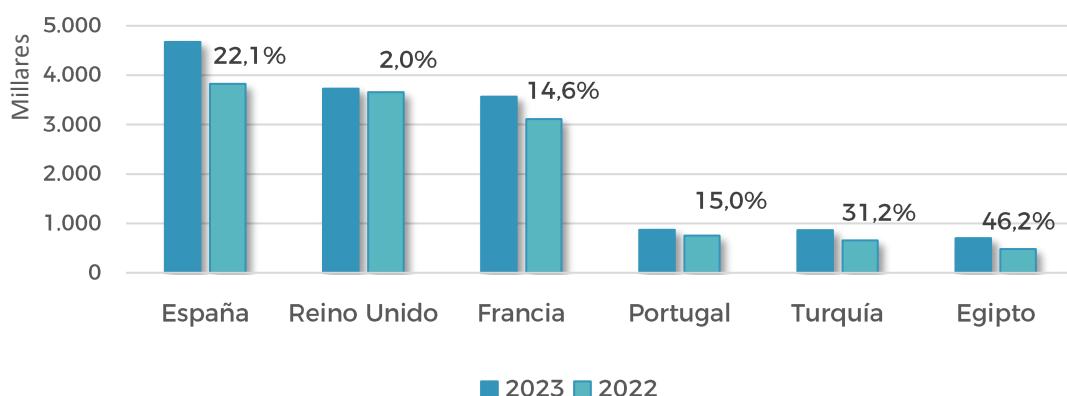
INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

España sigue disfrutando de la mejor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: cerca del 32% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y un 11% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. Entre los que nos han visitado en algún momento, el 67% afirma estar satisfecho con su viaje. Este indicador se mantiene prácticamente igual desde el último periodo destacado y se encuentra por encima de sus competidores. Destaca la bajada en 6 puntos del índice de satisfacción de Francia.

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

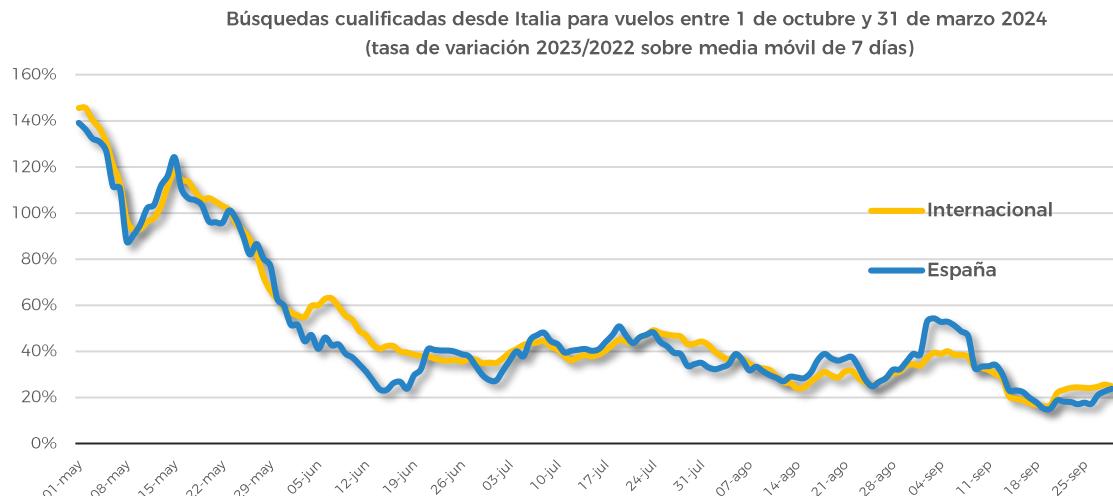
Las capacidades programadas desde Italia a España entre el 1 de octubre y el 31 de marzo de 2024 son las mayores en volumen respecto a los mercados competidores y reflejan un aumento del 22,1%. Destaca respecto al 2022 el incremento experimentado por Egipto, un +46,2%, que marca el “sorpasso” a Grecia que registra “solo” un aumento del 12% respecto al mismo periodo del año anterior. También destacan los incrementos de Francia (14,6%), Portugal (15%) y, sobre todo, Turquía (31,2%).

Varias compañías refuerzan su oferta este invierno, como Volotea que inicia las operaciones desde Venecia a Asturias o Ryanair que lo hace desde Trieste a Barcelona y de Treviso a Madrid. Easyjet, además, anuncia apertura de una nueva conexión desde Pisa a Barcelona para verano 2024. En definitiva, en invierno 21 aeropuertos italianos tienen conexión directa con 20 aeropuertos españoles.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Búsquedas y reservas



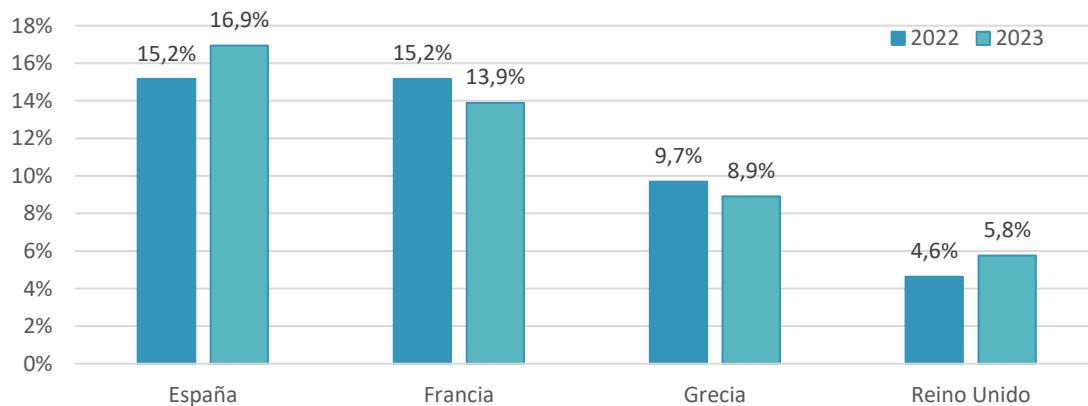
Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

10

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner, que tiene una gran implantación en Italia, para la temporada de invierno se han mantenido muy por encima de las realizadas en 2022 con un aumento espectacular en los meses de abril a junio. Las búsquedas hacia España se han comportado de modo bastante parecido a las búsquedas internacionales a excepción de dos momentos: uno en junio cuando se han comportado peor que las internacionales y otro, entre finales de agosto y primeros de septiembre, cuando han tenido una mejor evolución de las mismas.

Cuota de búsquedas de alojamiento.

Agosto 2023 vs agosto 2022



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

En el gráfico anterior se recoge las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y de los principales destinos competidores en lo que va de año. España ha sido el destino con mayores búsquedas de alojamiento (17%) seguido por Francia, los clásicos destinos preferidos de los italianos en caso de viajes al extranjero, y en tercer lugar por Grecia.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Según el observatorio dedicado a los viajes realizado por Compass, entidad de crédito al consumo del Grupo Mediobanca, el deseo de viajar persiste en los italianos y llega a la conclusión de que para los que el turismo es un placer casi indispensable. En 2023, según dicho estudio, casi 2 de cada 3 italianos ya han hecho o planeado un viaje.

España es el destino más valorado en Italia, si la comparamos con sus competidores mediterráneos, y sigue disfrutando de la mejor consideración e intención de viaje entre los principales competidores. Su buena percepción como destino se refiere, sobre todo a la seguridad. Itinerarios, enogastronomía y experiencias personalizadas.

11

En los primeros ocho meses del 2023 los datos del turismo italiano a España son muy positivos, aumenta el número total tanto de turistas como de gasto, superando ampliamente los niveles de 2019.

Las capacidades programadas desde Italia a España para el periodo de invierno son las mayores en volumen respecto a los mercados competidores y reflejan un aumento del 22,1%.

Por lo que se refiere a la turoperación, el principal operador Alpitour, tras un verano con cifras récord (sobre todo gracias a Egipto), con Baleares y Canarias con resultados a niveles precovid, registra un incremento del 70% en las ventas de invierno respecto al mismo periodo del año pasado. El grupo ha saltado a la actualidad en los últimos días, porque ha encargado a Goldman Sachs la venta del 59 por ciento del capital. En Italia se especula con el grupo Barceló como posible interesado, así como también con MSC, TUI y el fondo estadounidense Certares.

Dichas perspectivas se ven confirmadas con los datos de la empresa Sojern de tendencias de viaje referidos a octubre 2023, según los cuales las búsquedas de vuelos de Italia a España, a pesar de un ligero descenso, se están manteniendo estables durante todo el año, apreciándose una tendencia a la desestacionalización en la planificación de los viajes. Por otro lado, la antelación a la hora de búsqueda de vuelos



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

se aproxima ya a los niveles de 2019, y aunque todavía se mantiene el “last minute”, es menor que en los años precedentes. En cuanto a la duración, la mayoría de los viajes son de menos de una semana. Por último, aunque crece la reserva a través de móvil, los viajeros italianos siguen usando el desktop para reservar, sobre todo alojamiento.

En la temporada de invierno 2023-2024, España se mantendrá como uno de los destinos extranjeros preferidos de los italianos, por delante de otros destinos competidores como Francia o Grecia. Y, aunque hay que destacar que el destino Egipto ha vuelto con fuerza, el escenario actual puede cambiar rápidamente debido a los recientes enfrentamientos en Oriente Medio. De hecho, los operadores nos informan que, ya en estos primeros días del conflicto se está viendo menos ventas de Egipto y más de Canarias. Sojern nos dice, en el informe mencionado, que las búsquedas de hotel desde Italia a España encabezan el crecimiento en comparación con destinos competidores.

12

El Plan Operativo Anual 2023 para este mercado se ha adaptado a este escenario dirigiendo su esfuerzo fundamentalmente a los segmentos identificados en el PEM 2021-2024 como CULTO, SUMA, M&M, JOMO y Roadies, esto es, turistas en los que su principal motivación de viaje es la cultura, gastronomía, compras, sol y playa plus, turismo activo e itinerarios, por lo tanto, un turista más rentable y que contribuya a la sostenibilidad social, económica y medioambiental del destino.





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA