

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ITALIA Temporada de verano 2023

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Milán

NIPO: 115-22-008-5

Abril 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual) ¹	3,919	0,482	1,005
RENTA DISPONIBLE (Euros per cápita) ¹	21.948,3	23.718,0	24.338,1
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible) ¹	11,2	10,2	9,4
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB) ¹	61,0	63,1	63,0
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	23.090,0	23.261,4	23.377,6
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa) ¹	8,075	8,174	8,192
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual) ¹	8,201	6,900	2,300
IPC (2010=100)¹	121,7	130,1	133,1
	2021	2022	2023*
DIF. INFLACIÓN (Tasa mensual interanual diciembre menos tasa anual española). ²	-2,4	6,8	5,0

* Último mes publicado (marzo 2023)

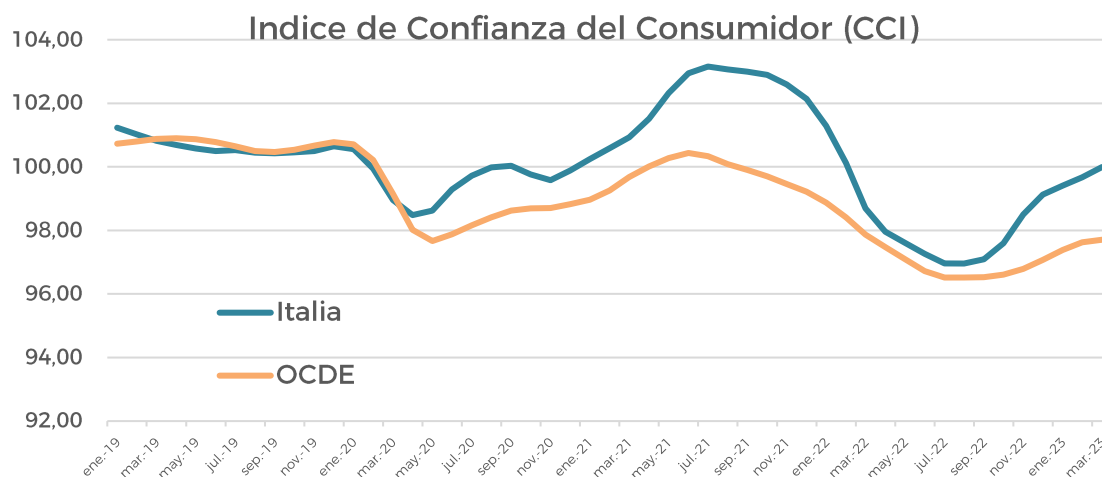
La economía italiana sigue evitando la recesión también en el 1er trimestre de 2023. Ha bajado el precio de la energía, ha subido el de los metales, pero hay menos inflación y por tanto se vislumbra un cambio de tendencia en la subida de los tipos de interés. Italia está demostrando ser muy resiliente, con una mejora en la industria y un crecimiento en los servicios. El consumo de los hogares se mantiene, las inversiones se recuperan, hay más puestos de trabajo, pero también más escasez de mano de obra. Las exportaciones se están desacelerando, entre una Eurozona con una recuperación desigual y EE. UU. donde el crecimiento es sin industria.

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, se

¹ Euromonitor

² Eurostat

mantiene por encima de la media de la OCDE, incrementándose dicha diferencia en los últimos meses.



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

5

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda muestran una buena recuperación que alcanza, al menos por lo que se refiere a los viajes a España, casi los niveles pre COVID-19.

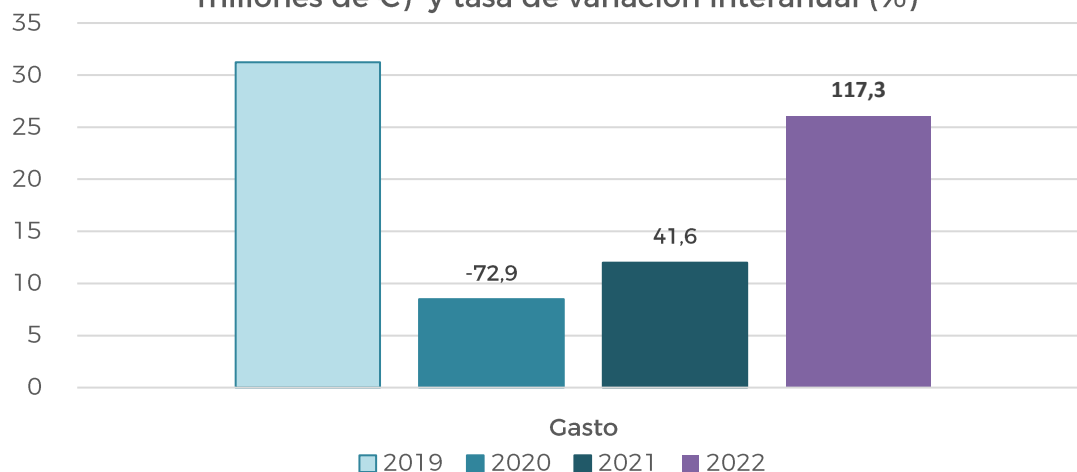
Según datos del ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) en su informe “Viaggi e Vacanze 2022” publicado el 19 de abril 2023, el turismo de los residentes en Italia ha tenido una clara recuperación en 2022. Los viajes con pernoctación aumentan un 31,6% respecto a 2021, alcanzando los 54,8 millones y 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).

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 2022 viajaron a España 4.002.647 turistas italianos (+135% respecto al 2021 y -12% respecto a 2019). La tendencia al alza de final de 2022 continúa en 2023. Frontur febrero 2023 muestra que durante los dos primeros meses de este año llegaron a España 520.423 italianos, un 61% más que en 2022.

6

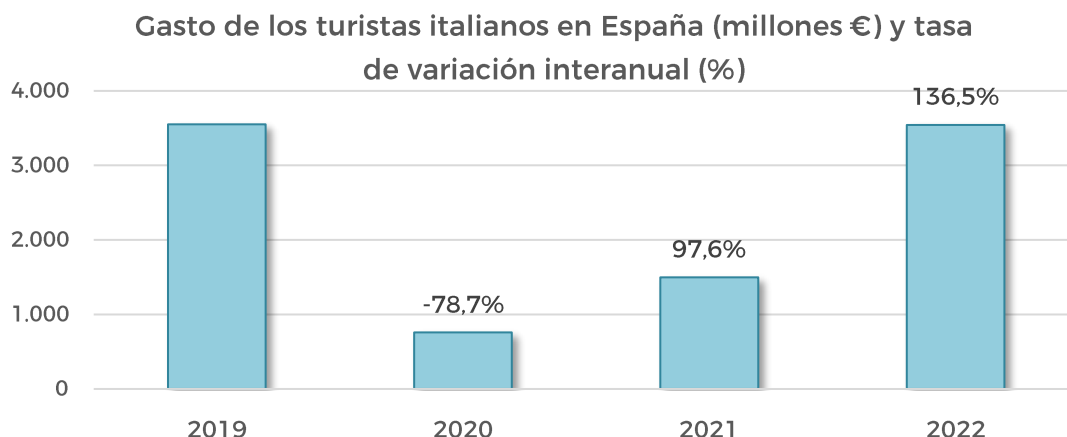
Estimación de gasto en viajes internacionales (miles de millones de €) y tasa de variación interanual (%)



Fuente: Euromonitor

Según estimaciones de Euromonitor el gasto en viajes internacionales de los italianos ha aumentado un 117,3% en 2022 respecto al año anterior, el 83,5% del nivel de gasto realizado en 2019.





Fuente: Egatur (INE).

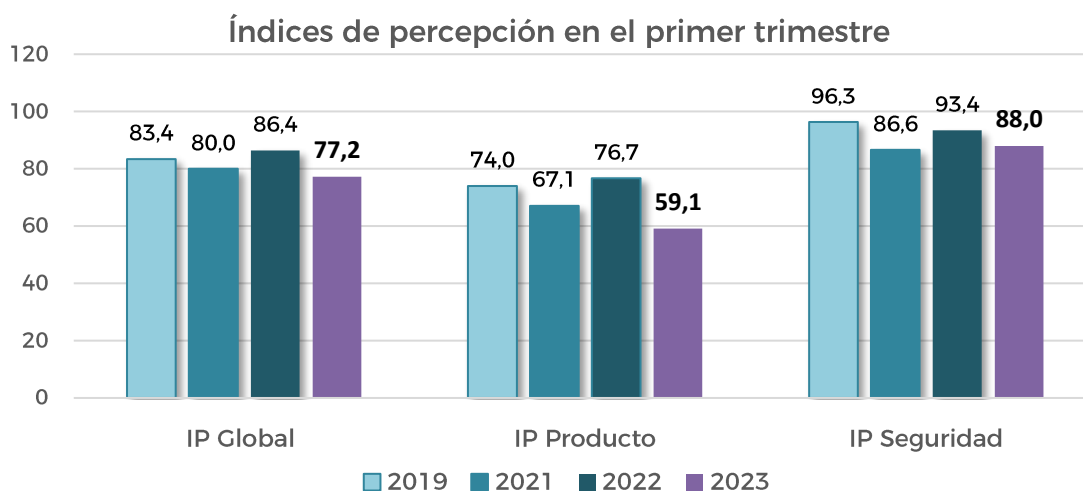
Según datos de Egatur (INE), el gasto de los italianos en España ha crecido un 136,5% en 2022, respecto al año anterior y se encuentra solo a un -0,24% respecto al nivel de gasto realizado en 2019.

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 el mismo periodo pre COVID-19. El índice de producto está en un nivel comparativamente más bajo. El índice de percepción de seguridad está en niveles altos y ligeramente por encima de cómo estaba a principios de 2021.



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 verano 2023

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	33,7	30,9
2	Grecia	26,1	23,3
3	Portugal	24,1	21,3
4	Francia	21,2	21,3
5	R.Unido	16,1	15,1

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

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

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

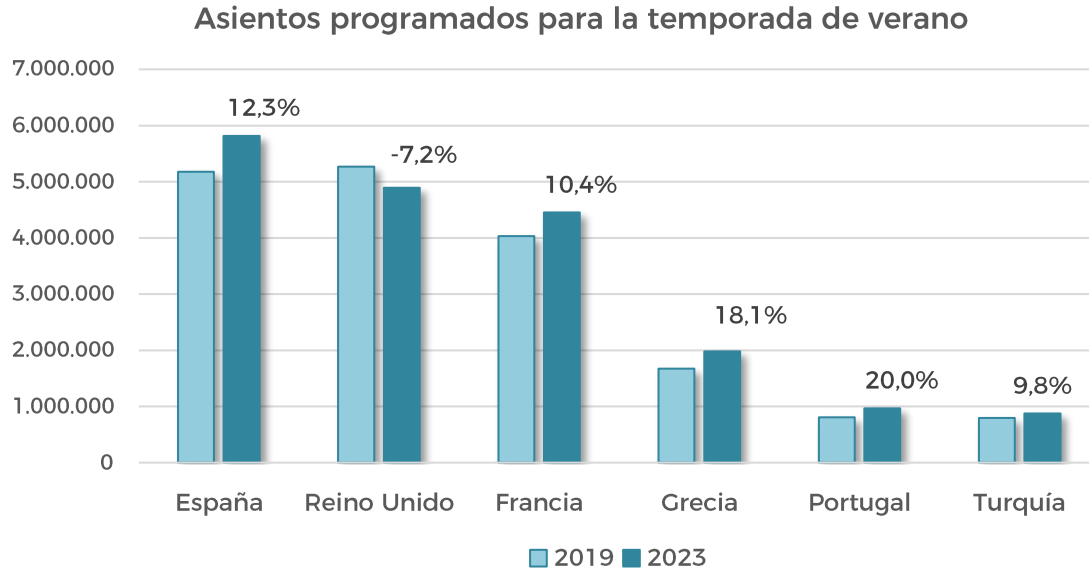
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	España	68,8	66,7
2	Portugal	63,1	62,6
3	Grecia	61,2	55,7
3	R.Unido	44,7	37,8
5	Francia	36,7	37,7

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

España sigue disfrutando de la mejor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: cerca del 34% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y un 11% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En el caso de la consideración, el indicador ha sumado casi 3 puntos desde el primer trimestre del año pasado. Entre los que nos han visitado en algún momento, el 69% afirma estar satisfecho con su viaje. Este indicador ha mejorado ligeramente desde el último periodo y se encuentra muy por encima de sus competidores. Destaca la bajada en un punto del índice de satisfacción de Francia.



Previsiones de vuelos



Fuente: OAG Schedules Analyser

9

Las capacidades programadas desde Italia a España para la temporada de verano 2023 suponen un 12,3% más de las que se programaron para el verano de 2019. Para Reino Unido están por debajo (-7,2%), mientras que para el resto de principales competidores están por encima, en especial destacan los aumentos de Portugal (+20%) y Grecia (+18,1%).

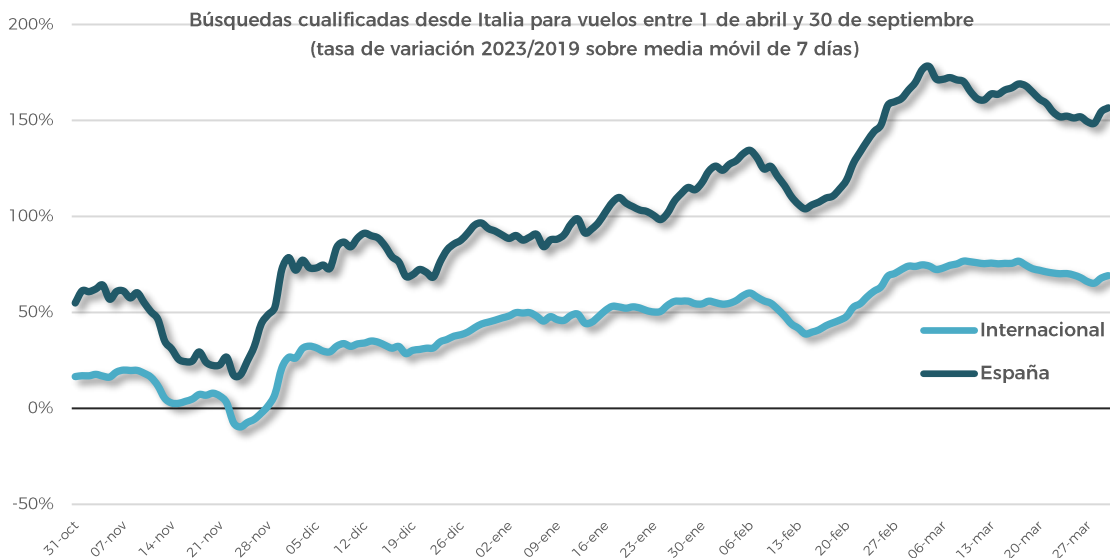
Varias compañías refuerzan su oferta este verano, destacando los aumentos de conexiones de Volotea que, por ejemplo, lanza los vuelos directos desde Bérgamo y Venecia a Asturias y desde Olbia a Bilbao, a Madrid y a Valencia; y de Ryanair que comienza a volar de Treviso a Menorca, Santander y Zaragoza, o desde Roma Fiumicino a Alicante, Asturias y Palma de Mallorca entre otros. Por otro lado, Easyjet inaugura el Milán Malpensa-A Coruña y Wizzair el Roma Fiumicino-Castellón. En definitiva 25 aeropuertos italianos tienen conexión directa con 22 aeropuertos españoles.

Por otro lado, las capacidades domésticas en Italia y de Italia a Croacia, ambos mercados competidores de España, pero menos dependientes de las conexiones áreas por su proximidad, han aumentado. Las capacidades domésticas en Italia aumentan un 8,7% respecto al mismo periodo del 2019 y de Italia a Croacia (a la que el turista italiano accede principalmente por carretera), un 40,1% más.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de verano 2023

Búsquedas y reservas



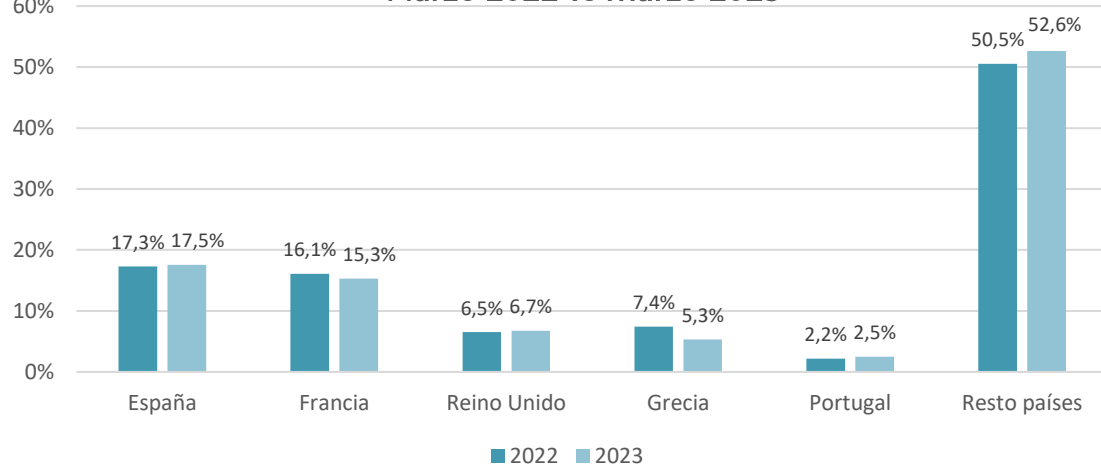
Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

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 verano han ido creciendo a buen ritmo y, excepto un breve lapso de tiempo en los últimos días de noviembre, por encima de las que se realizaban antes de la pandemia, hasta fechas muy recientes. Las búsquedas hacia España se han comportado, en general, mucho mejor que las búsquedas internacionales. La línea de tendencia es más vertical representando una recuperación más rápida,

Cuota de búsquedas de alojamiento.

Marzo 2022 vs marzo 2023



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña



En el gráfico anterior se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y de los 4 principales destinos competidores de marzo 2023 en comparación con marzo 2022. Como se puede observar, en general el volumen de búsquedas ha aumentado de un año para otro, siendo España el destino con mayor número de búsquedas de alojamiento (17,5%), seguido por Francia (15,3%), Reino Unido (6,7%), Grecia (5,3%) y Portugal (2,5%).

PRINCIPALES CONCLUSIONES

El mercado italiano continúa su recuperación durante este año. Se vaticina un buen verano marcado por la recuperación de los destinos del área mediterránea (con el retorno de Egipto y Túnez, destinos clásicos del mercado italiano) y por la reapertura de los destinos de larga distancia. Por otro lado, siguen presentes las incógnitas referidas a los precios altos, la incertidumbre sobre la situación geopolítica internacional y el final de las subvenciones que habían ayudado a sobrevivir durante el largo periodo de pandemia.

11

El deseo de viajar de los italianos sigue siendo fuerte y España sigue teniendo un buen posicionamiento, por lo que se espera que los flujos de italianos a España se intensifiquen en los próximos meses.

Según la encuesta del Centro Studi Turistici de Florencia para el Observatorio sobre el turismo organizado de Assoviaggi Confesercenti entre sus agencias, los destinos más solicitados para la Semana Santa y los puentes de abril en Italia han sido las capitales europeas y las ciudades de arte italianas. Los destinos más populares en el extranjero han sido en orden: España, Francia, Egipto, Israel, el Caribe, Estados Unidos, India y Sudáfrica; en Italia, Toscana y Lacio. Los operadores informan de que se ha vuelto a la reserva anticipada sobre todo para el periodo veraniego.

La conectividad aérea entre Italia y España continúa creciendo, con la apertura de nuevas rutas directas entre los dos países.

Estos factores -consolidación de la recuperación de la demanda turística, muy buen posicionamiento de España, que sigue siendo el destino preferido de los italianos y la excelente conectividad aérea, que facilita que los flujos turísticos se diversifiquen geográfica y temporalmente- impulsan la consecución de los objetivos del Plan Estratégico de Marketing de Turespaña 2021-2024 para este mercado, que son la recuperación de la demanda de calidad de mercado emisor y la atracción un turista más rentable, que contribuya a la sostenibilidad medioambiental, social y económica del destino.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 