

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Milán
NIPO: 219-24-018-5
Octubre 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	4,15	1,01	0,82
PIB nominal per cápita (euros)	33.295	35.465	36.283
Gasto consumidor (% variación interanual)	12,9	6,5	1,6
Población empleada (miles)	23.117	23.561	23.790
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	8,1	7,6	7,5
IPC (% variación interanual)	8,2	5,6	1,05
Tasa de hogares de clase media (%)	58,2	58,9	59,2

Fuente: Oxford Economics.

4

	2022	2023	2024*
DIF. INFLACIÓN	0,4	2,5	-1,8

2022 y 2023: tasa anual media
* Último mes publicado: tasa media últimos 12 meses
(Tasa anual menos tasa anual española).

Fuente: Eurostat

En conjunto, la economía italiana creció un 1% en 2023 y se prevé que crezca un 0,8% en 2024 según los datos de Oxford Economics, en línea con la mayoría de las estimaciones, pero lejos del crecimiento experimentado en 2022, del 4,15%.

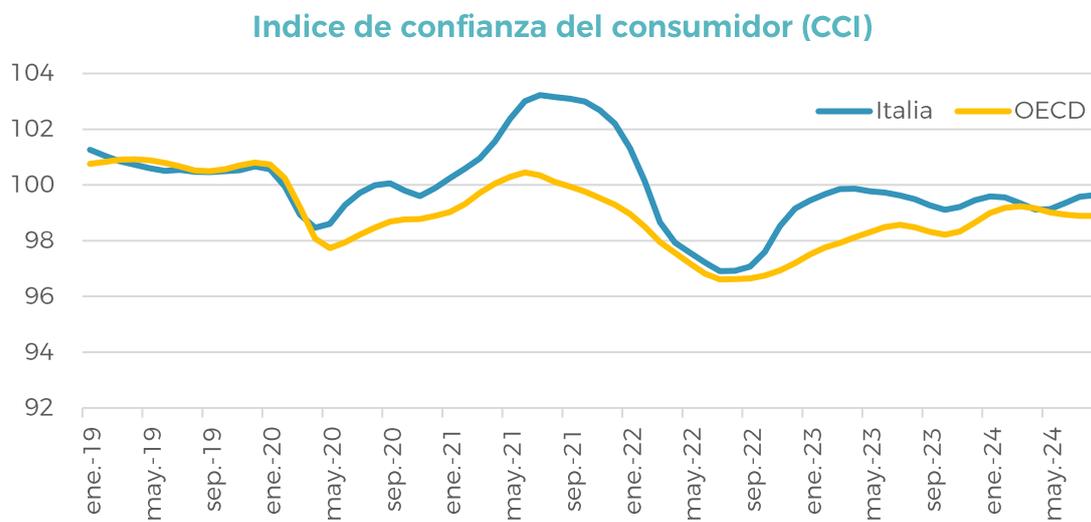
Las previsiones para la economía italiana siguen siendo moderadamente optimistas pero cautelosas debido a las tensiones geopolíticas con un nuevo escenario de guerra en Oriente Medio que pueden complicar el panorama macroeconómico y un déficit muy alto (el más elevado de la zona euro), en comparación con su producto interno bruto, por el que la UE le ha abierto este año un Procedimiento de Déficit Excesivo.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Italia se mantiene por encima del índice de la media de OCDE en la mayor parte del periodo observado, alcanzando su máxima diferencia en octubre 2021 (+3, 22 puntos de diferencia). En agosto 2024 el índice de Italia se sitúa con 0,74 puntos de diferencia por encima del de la media OCDE, no alcanzando todavía los niveles previos a la pandemia.



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

5

FACTORES POLITICO SOCIALES

La entrada en vigor del Real Decreto 933/2021 sobre registro documental de reservas de hospedaje y alquiler de vehículos en España ha tenido una fuerte repercusión en los medios de comunicación italianos, provocando numerosas solicitudes de información a las Consejerías de Turismo en Italia por parte de operadores y turistas.

La implementación de este nuevo sistema de registro de entrada podría afectar negativamente la demanda de viajes a España si no se informa de manera rápida y eficaz a los diferentes agentes del mercado turístico sobre su fecha de entrada en vigor, los datos que serán solicitados, el uso previsto de dichos datos y la modalidad y quién realizará dicho registro.



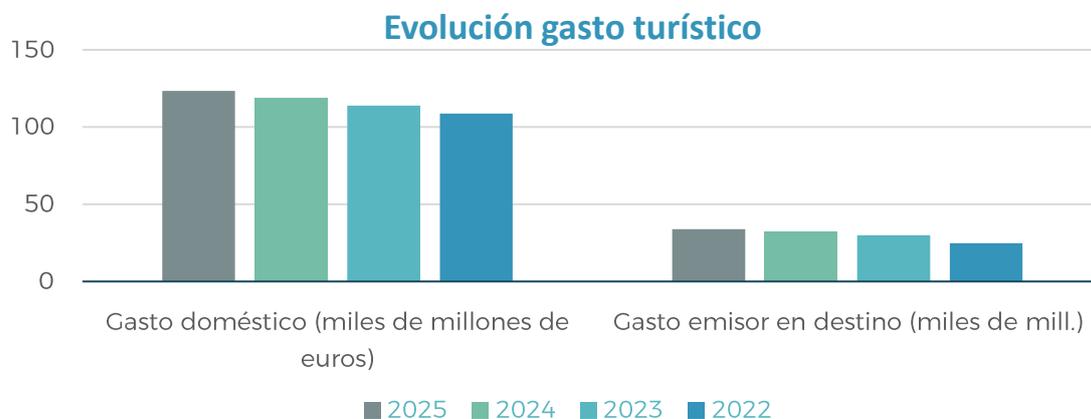
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según los últimos datos del ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) en su informe “Viaggi e Vacanze 2023” publicados el 9 de abril 2024, el turismo de los residentes en Italia se mantiene en niveles parecidos al 2022. Los viajes con pernoctación son 52,1 millones, todavía por debajo de los valores de 2019 (-27%). Las pernoctaciones se mantienen estables respecto al 2022 en 323,6 millones, sin embargo, siguen siendo un 27% menos de las registradas en 2019. Los viajes al extranjero (un 21% del total) también se mantienen estables respecto al año anterior, pero tampoco alcanzan todavía los niveles anteriores a la pandemia (-35,6% respecto a 2019). Los viajes en Italia no registran variaciones sustanciales respecto al año anterior y no recuperan el 24% perdido respecto al 2019.

Los viajes al extranjero tienen como destino predominante un destino europeo (82%); los países más visitados en el año son España (13,4%), Francia (10,7%), Alemania (7,1%) y Rumanía (5,5%). En verano y otoño, España es el destino más elegido por los residentes en Italia para sus vacaciones en el extranjero (14,7% y 17,1%), pero en primavera le precede Francia (16%). Entre los destinos no europeos Egipto (4,3%), Estados Unidos (2,8%) y Marruecos (2,3%) siguen siendo los destinos preferidos para las vacaciones largas en 2023.

6

Según los datos de la encuesta Frontur del INE, en 2023 viajaron a España 4,8 millones de turistas desde Italia (+21% respecto al 2022 y +6,9% respecto a 2019). Esta misma encuesta señala que en los ocho primeros meses de 2024 llegaron a España desde Italia 3.757.457 turistas, un 11,9% más respecto al mismo periodo del año anterior.



Fuente: Oxford Economics

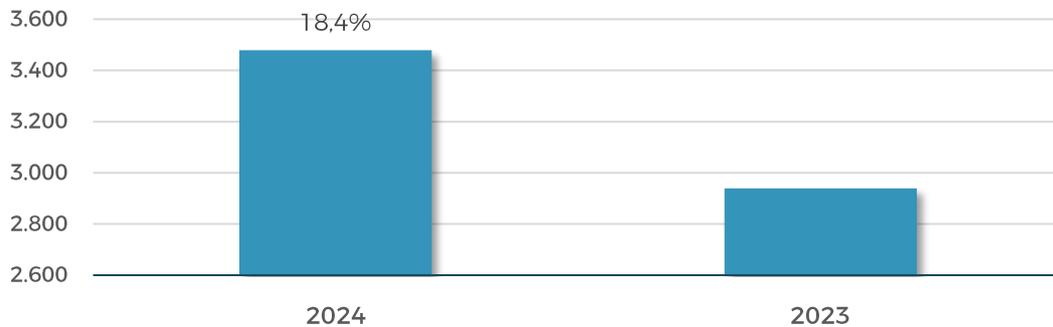


INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

Según estimaciones de Oxford Economics, el gasto en viajes internacionales de los italianos ha aumentado un 21% en 2023 respecto al año anterior y el gasto doméstico un 5%. Según estas mismas estimaciones, se prevé que en 2024 el gasto en viajes internacionales experimentará también un crecimiento, esta vez más moderado, del 8% y el gasto doméstico aumentará un 4%, mientras que en 2025 el gasto en viajes internacionales aumentará un 5% y el del gasto doméstico un 4%.

Gasto de los turistas italianos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Agosto 2023- agosto 2024



Fuente: EGATUR (INE)

7

Por otra parte, según los datos de Egatur (INE), el gasto de los italianos en España ha crecido un 18,4% de enero agosto 2024, respecto al mismo periodo del año anterior.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

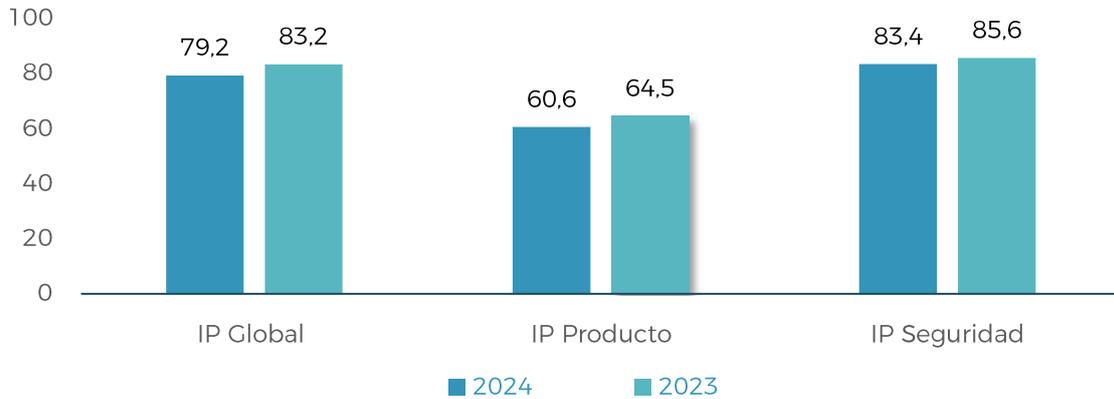
En Italia la percepción global de España como destino turístico en el semestre estival se mantiene en niveles altos, pero por debajo de los valores que tenía en el mismo periodo del año anterior. En el caso del índice global y del de producto la diferencia es de 4 puntos por debajo de los valores registrados en 2023, mientras que el índice de seguridad desciende 2,2 puntos respecto al mismo periodo del año anterior.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

Índices de percepción en el semestre abril/septiembre

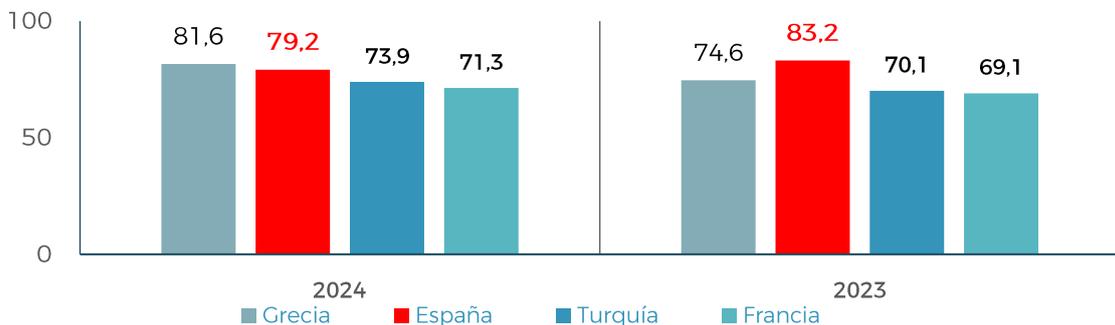


Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad.

8

Si la comparamos con sus competidores mediterráneos, el índice de percepción global de España en Italia sigue siendo alto, pero pierde posiciones respecto a Grecia que con un aumento de 7 puntos se posiciona en primer lugar. Turquía y Francia, a pesar de que mejoran su percepción en Italia, no superan la segunda posición de España quedando en tercer y cuarto lugar respectivamente.

Índice de percepción global: competidores. Temporada estival (abril/septiembre)



Fuente: Mabrian.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	33,4	33,8
2	Grecia	27,5	28,6
3	Portugal	23,8	25
4	Francia	20,7	21,4
5	R.Unido	17,7	16,5

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	11,5	11,6
2	Grecia	8,8	9,6
3	Portugal	6	7
4	Francia	5,3	5,6
5	R.Unido	4,6	3,2

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	66,9	68,7
2	Portugal	58,9	65
3	Grecia	57,3	62,4
4	R.Unido	41,7	36,1
5	Francia	30,5	32,4

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

9

En cambio, según los datos recogidos por YouGov entre junio y septiembre 2024, España mantiene su liderazgo 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 11,5% 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 sufre un leve descenso respecto al mismo periodo del año anterior, pero se encuentra por encima de sus competidores entre los que destacan las bajadas en 6 puntos del índice de satisfacción de Portugal y en 5 puntos de Grecia.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

Previsiones de vuelos



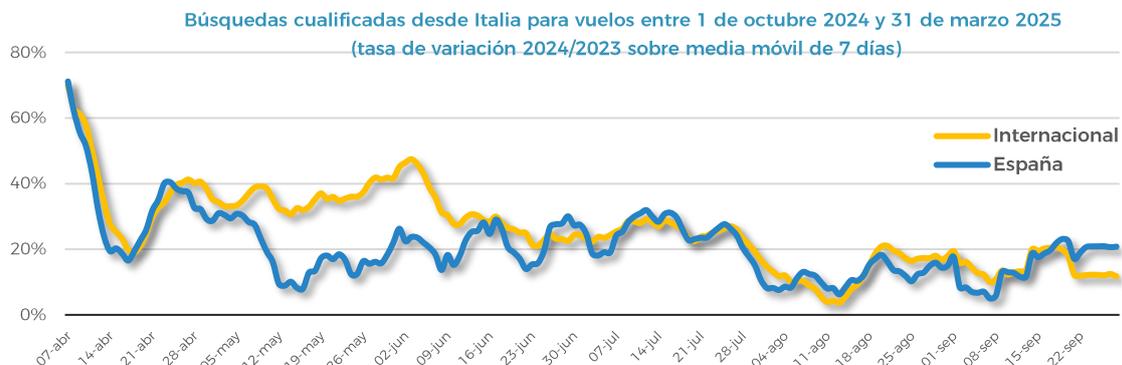
Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre 2024 y el 31 de marzo 2025 suponen un 18,1% más de las programadas en la temporada de otoño/invierno anterior. Aumentan también las capacidades programadas para los principales competidores como Reino Unido (+3,3%), Francia (+0,7%) y Portugal (+2,3%), destacando en particularmente los aumentos de Turquía (+9,4%) y Grecia (8,4%).

10

Sigue aumentando la conectividad aérea entre Italia y España también en invierno. Entre las nuevas conexiones programadas destaca el inicio de operaciones de Easyjet desde Nápoles a Alicante, de Volotea con vuelos desde Ancona a Barcelona y de Wizz Air desde Milano Malpensa a Málaga y a Valencia. Por otro lado, señalar que Binter deja de operar sus conexiones desde Italia (Venecia y Florencia) desde octubre para poder atender su gran apuesta de rutas hacia Madrid y por otros problemas operativos.

Búsquedas y reservas



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

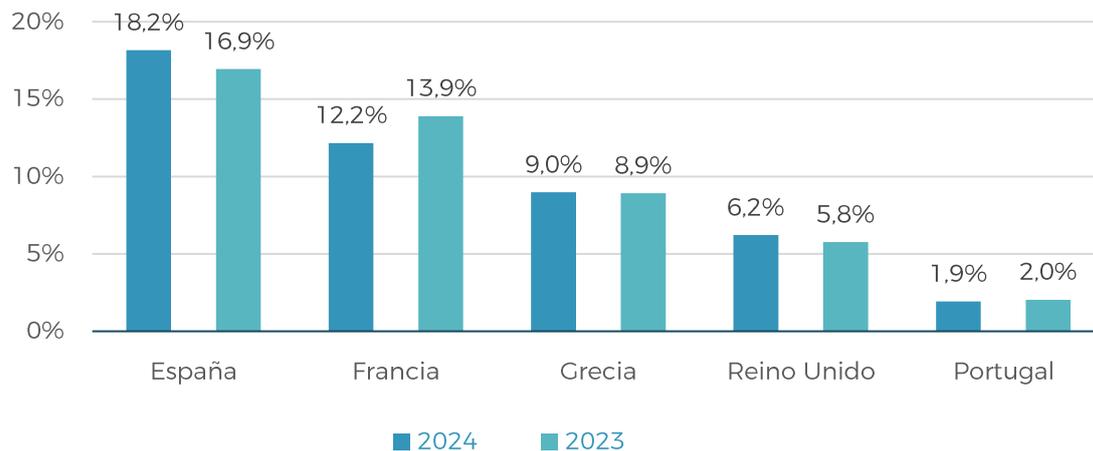


INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

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 2023 con picos espectaculares en el mes de abril. Las búsquedas hacia España se han comportado de modo bastante parecido a las búsquedas internacionales a excepción del periodo entre mayo y junio cuando se han comportado peor que las internacionales. Desde el 10 de septiembre, en cambio, se registra una mejor evolución de las búsquedas hacia España respecto a las internacionales.

Cuota de búsquedas de alojamiento. Agosto 2024 vs Agosto 2023



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

En el gráfico anterior se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y 4 principales destinos competidores de agosto 2024 en comparación con agosto 2023. 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 (18,2%) con un crecimiento respecto al 2023 de 1,3 puntos. Mientras que las cuotas de Francia (12,2%), Grecia (9%) y Portugal (2,2%) registran una leve disminución. Reino Unido experimenta un ligero crecimiento pero siempre lejos de la cuota de España.



PRINCIPALES CONCLUSIONES

España sigue teniendo los índices más altos en consideración e intención de viaje de los italianos, siendo el índice de satisfacción en el que destaca más respecto a sus directos competidores con 8 puntos de diferencia respecto al segundo en el ranking.

Las capacidades aéreas entre Italia y España programadas para la temporada de verano 2024 han experimentado un aumento del 18,1%, ofreciendo unas conexiones variadas y capilares entre ambos países y con una cuota de mercado muy por encima de sus competidores.

Las búsquedas de los italianos en motores como Skyscanner y Google para la temporada de invierno 2024, confirman la posición aventajada de España respecto a sus competidores en las búsquedas de vuelos y alojamientos.

Según el informe Future4Tourism de IPSOS de septiembre 2024, en otoño de 2024, el 65% de los italianos planea irse de vacaciones. Esta intención es mayor que la del año anterior, y estamos registrando un crecimiento en particular de los fines de semana largos, en detrimento de las vacaciones más largas y del número de vacaciones. Diciembre, gracias a los días festivos, será el mes más elegido para las vacaciones de otoño.

Los italianos que se irán de vacaciones entre octubre y diciembre de 2024 realizarán principalmente visitas culturales. En general, Italia sigue siendo la principal opción, mientras que los destinos europeos atraerán alrededor de 1 de cada 4 viajes. En particular, Francia es el destino preferido para las vacaciones de otoño, seguida de España y Alemania.

Siempre según dicho informe, por lo que se refiere a las vacaciones de invierno, actualmente el 36% de los italianos planea irse de vacaciones entre enero y marzo de 2025. Las visitas culturales serán las más comunes. En cuanto a los destinos, una vez más, Italia es el destino preferido, aunque un porcentaje relevante de viajeros (31%) optará por un país europeo, principalmente Francia, España y Alemania.

Para las vacaciones de otoño e invierno, España es muy apreciada, gracias a sus islas y Andalucía, aunque se enfrenta a la competencia de Francia, que ofrece muchas posibilidades de visitas culturales, dada la menor relevancia del mar en estas épocas.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ITALIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

En definitiva, de acuerdo a las fuentes analizadas, España sigue estando muy bien posicionada en Italia y siendo el destino internacional favorito para las vacaciones. La conectividad aérea continúa creciendo ofreciendo la posibilidad de posicionar nuevos destinos y productos españoles en este mercado, lo que permite anticipar una buena temporada de invernada para España.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

