



Anàlisi de l'any turístic 2022 i perspectives per a la pre-temporada 2023

Per Lloret Turisme

Febrer 2023

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- **Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar**
- **Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar**
- **Rendiment de la destinació**

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- **Capacitat programada i preus**
- **Mercats principals i els seus interessos**

Conclusions

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar
- Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- Mercats principals i els seus interessos

Conclusions

Fonts: Comportament (Twitter, Instagram), Allotjament (Tripadvisor, Expedia, Booking), Cerques (Google Trends), Capacitat (Cirium), INE, Despesa (Mastercard i La Caixa)

Període: Variable, depenent de cada data set.

Indicadors utilitzats

GTPI (Índex de Percepció Turística Global): Mesura el **nivell general de la satisfacció del visitant amb la destinació**, i combina els índexs de satisfacció amb Hotels & Productes Turístics, percepció de Seguretat & Clima, així com la distribució del sentiment general sobre la destinació.

TPI (Índex de Satisfacció amb Productes Turístics): Mesura el **nivell de satisfacció amb els productes turístics** de la destinació. Està calculat a partir de les mencions relacionades amb cadascun dels productes, classificant aquests comentaris en positius, negatius i neutrals.

PSI (Índex de Percepció de Seguretat): Mesura el **nivell de seguretat que perceben els visitants** a la destinació. S'obté mitjançant tècniques de processament natural del llenguatge (NLP) que identifiquen el volum de mencions negatives sobre la seguretat.

PCI (Índex de Percepció Climàtica): Mesura la **satisfacció del visitant en relació al clima** a la destinació. Aquest índex s'obté analitzant el volum de mencions negatives sobre el clima de la destinació. Permet entendre com impacta el clima en l'experiència del visitant a la destinació.

HSI (Índex de Satisfacció Hotelera): Mesura la **satisfacció amb l'allotjament hotelier** a la destinació sobre la base del processament natural del llenguatge mitjançant tècniques (NLP) que analitzen els comentaris publicats per usuaris a Tripadvisor, Booking i Expedia.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- **Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar**
- Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- Mercats principals i els seus interessos

Conclusions

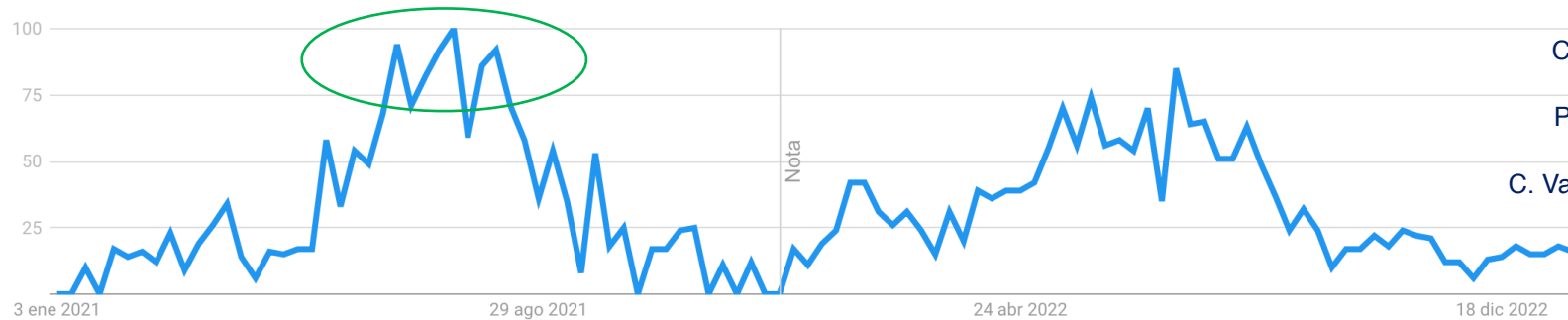
Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Hoteles (*) Lloret

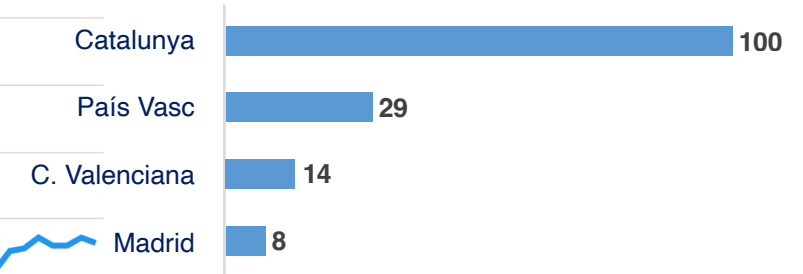
Espanya

Mercat nacional (inclou català) / D'1 de gener 2021 a 31 de gener 2023

● Hoteles Lloret + Hotels Lloret



Rànquing de cerques per comunitat



- El pic de les cerques del mercat de proximitat es va produir a la primavera - estiu del 2021, quan la demanda es trobava més “captiva”. Tot i això, la diferencia amb l'estiu 2022 no és notable.
- A nivell de comunitats d'origen, Catalunya (Barcelona) suposa la major part de les cerques, essent residuals la resta d'origens.

Font: Google Trends. (*) La cerca s'ha fet en base al concepte “Hotels” i no “Viatges” per evitar potencial soroll de cerques dels propis residents
Nota: El 1/01/2022 Google va aplicar una millora en el seu sistema de recollida de dades

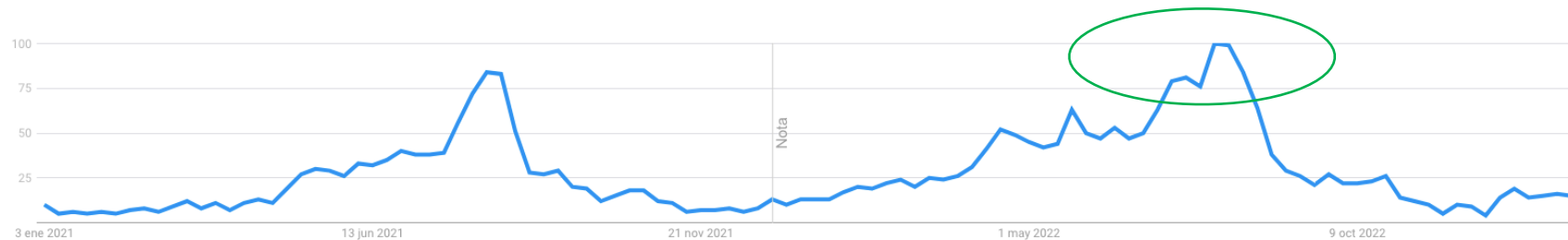
Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Lloret en relació a la categoria de VIATGES

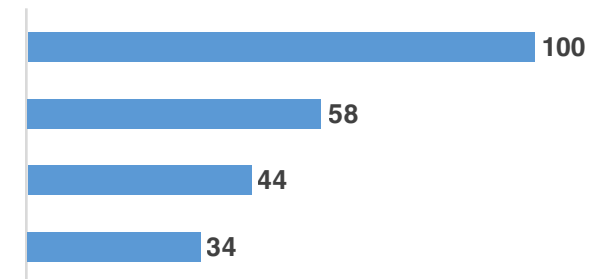
França

Mercat Francès / D'1 de gener 2021 a 31 de gener 2023

● Lloret + Lloret de Mar



Rànquing de cerques per regió



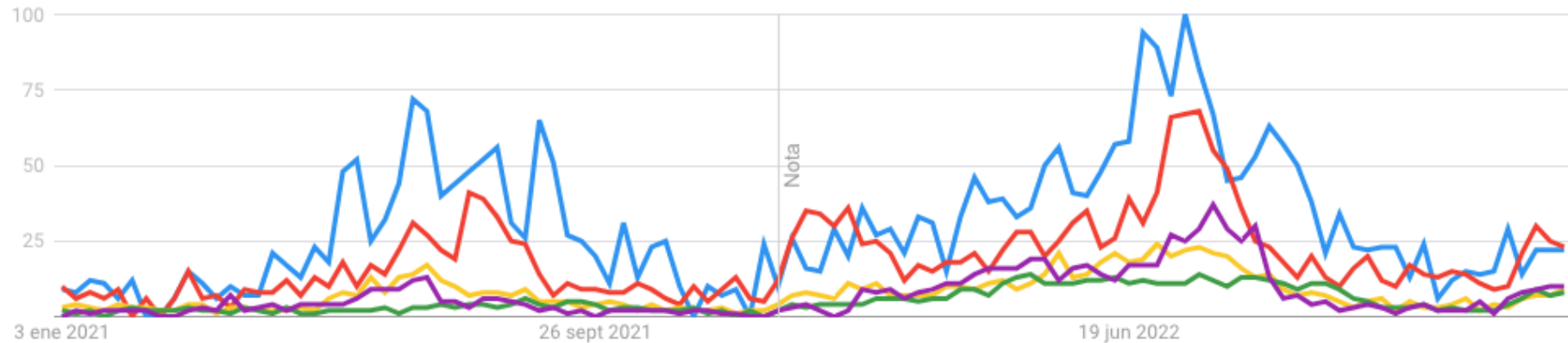
- En el cas dels francesos el pic de cerques s'ha produït a finals de juliol – principis d'agost del 2022, en un estiu on ja no hi havia restriccions de cap mena.
- Tres regions d'origen en destaquen: Llenguadoc – Rosselló, Midi – Pyrenées, Provença i voltants.

Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Lloret en relació a la categoria de VIATGES

Mercats internacionals / D'1 de gener 2021 a 31 de gener 2023

- Bèlgica
- Països Baixos
- Alemanya
- Regne Unit
- Itàlia



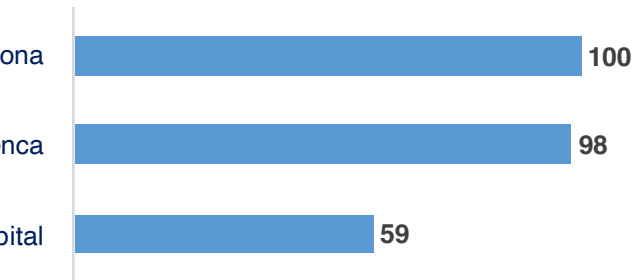
- El nivell de cerques ha estat superior al 2022 per a tots els orígens analitzats.
- Bèlgica i Països Baixos efectuen un nombre de cerques molt superior als altres mercats, el que és un indicatiu del seu interès, i també del caràcter menys touroperat d'aquests mercats emissors.
- Itàlia mostra una explosió de cerques l'estiu 2022, situant-se en tercer lloc en quant a volum.

Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

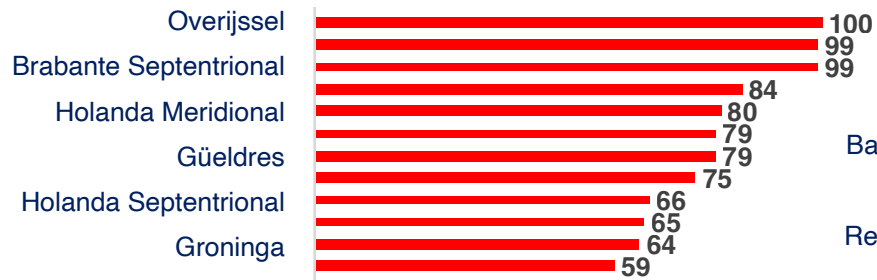
Rànquing de cerques per regió

Mercats internacionals / D'1 de gener 2021 a 31 de gener 2023

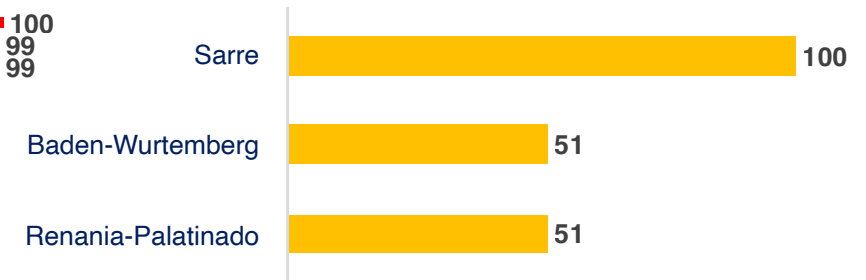
Bèlgica



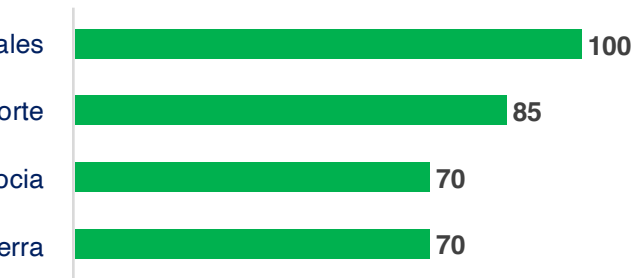
Països Baixos



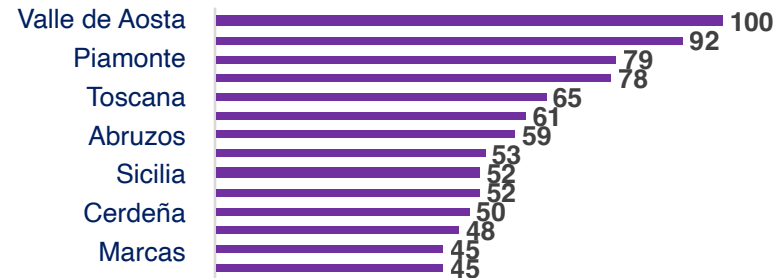
Alemanya



Regne Unit



Itàlia



- Les cerques estan molt concentrades a Bèlgica i Alemanya i, per contra, molt més diversificades a Països Baixos, Itàlia i Regne Unit.

Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Lloret en relació a la categoria de VIATGES

Lloret vs. Competidors en el mercat internacional / D'1 de gener 2022 a 31 de gener 2023

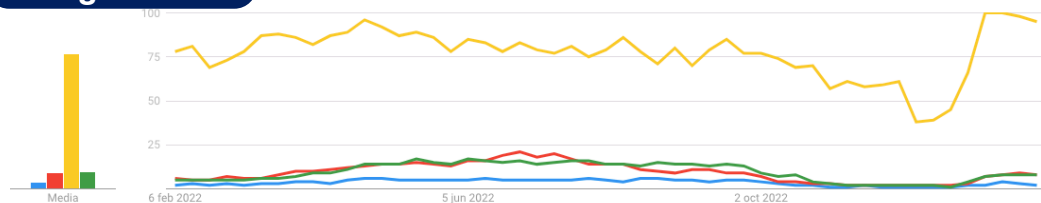
Lloret

Magaluf

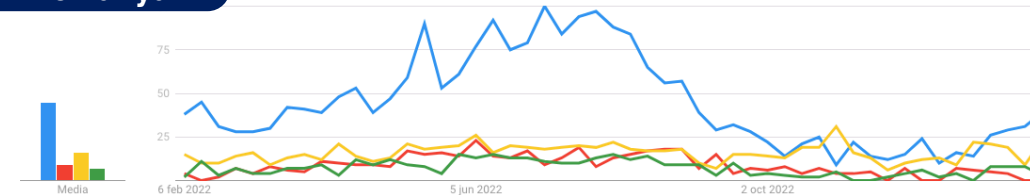
Benidorm

Salou

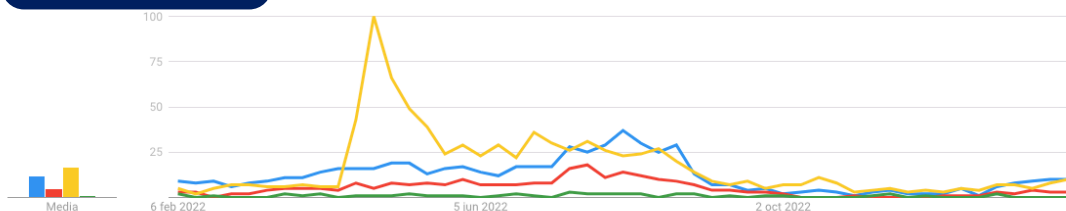
Regne Unit



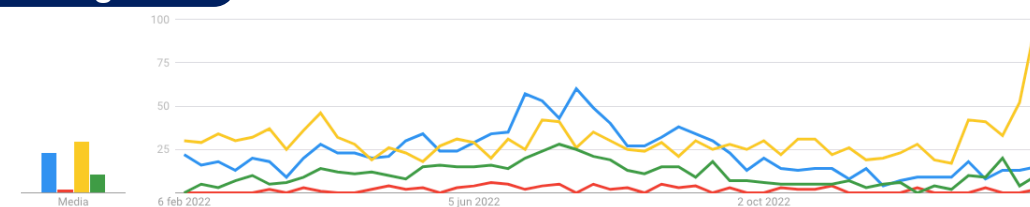
Alemanya



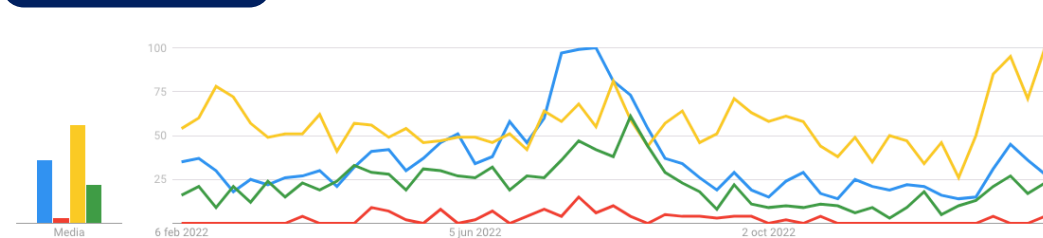
Itàlia



Bèlgica



Països Baixos



- Excepte en el mercat britànic, on Benidorm és la destinació líder, Lloret juntament amb Benidorm són les dues destinacions més cercades.
- A Alemanya Lloret és líder temporada alta i pretemporada.

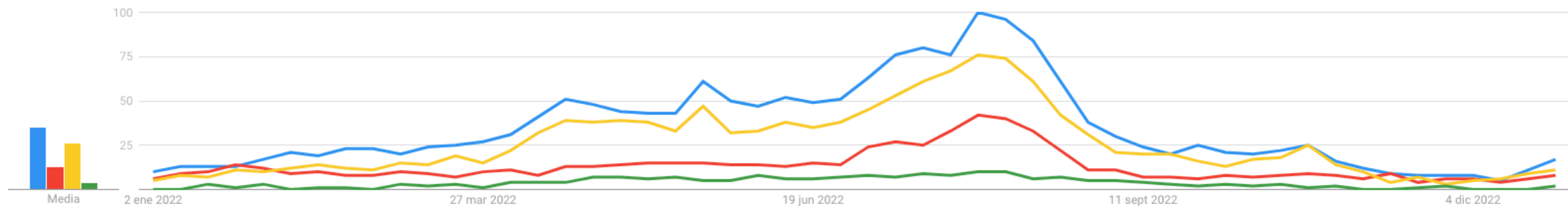
Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Lloret en relació a la categoria de VIATGES

Lloret vs. Competidors en el mercat Francès / D'1 de gener 2022 a 31 de gener 2023

Lloret **Benidorm** **Salou** **Magaluf**

● Lloret + Lloret de Mar ● Benidorm ● Salou ● Magaluf

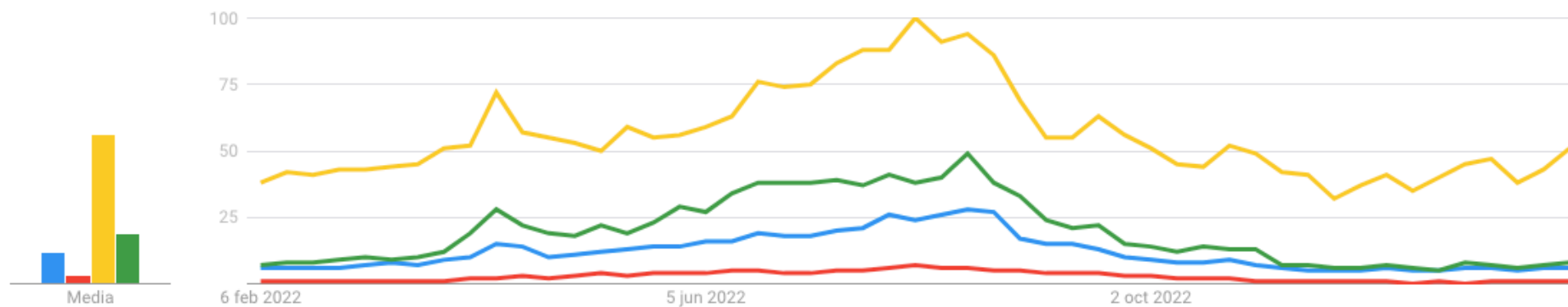


- En el mercat Francès Lloret és líder i Salou és el competidor directe atenent al nombre de cerques.

Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar

Cerques a Google del terme Lloret en relació a la categoria de VIATGES
Lloret vs. Competidors en el mercat nacional / D'1 de gener 2022 a 31 de gener 2023

Lloret Magaluf Benidorm Salou



- Al mercat nacional, Benidorm és el clar líder, i Salou el competidor de Lloret.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar
- **Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar**
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- Mercats principals i els seus interessos

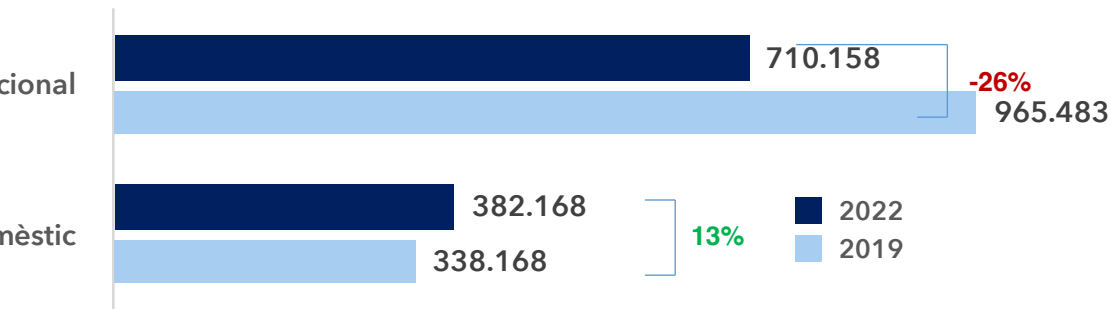
Conclusions

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

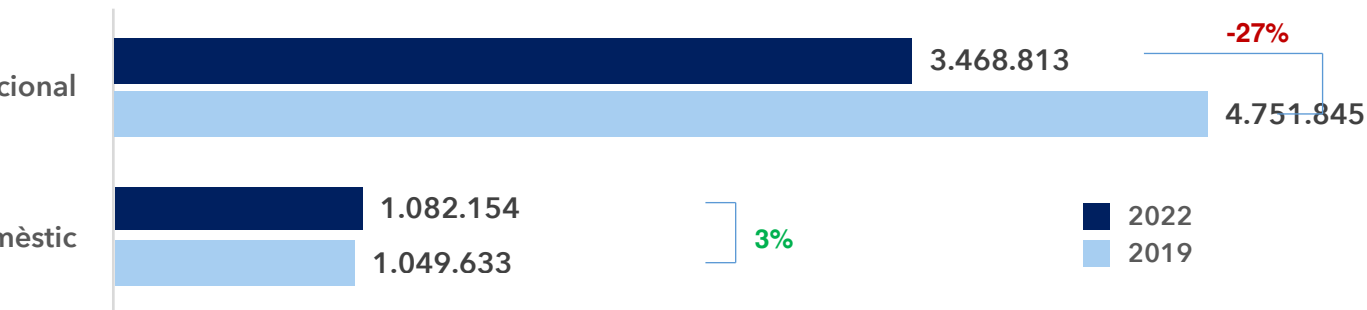
Evolució de l'origen nacional vs. l'internacional

Període anual Pandèmia vs. Post-Pandèmia

Viatgers

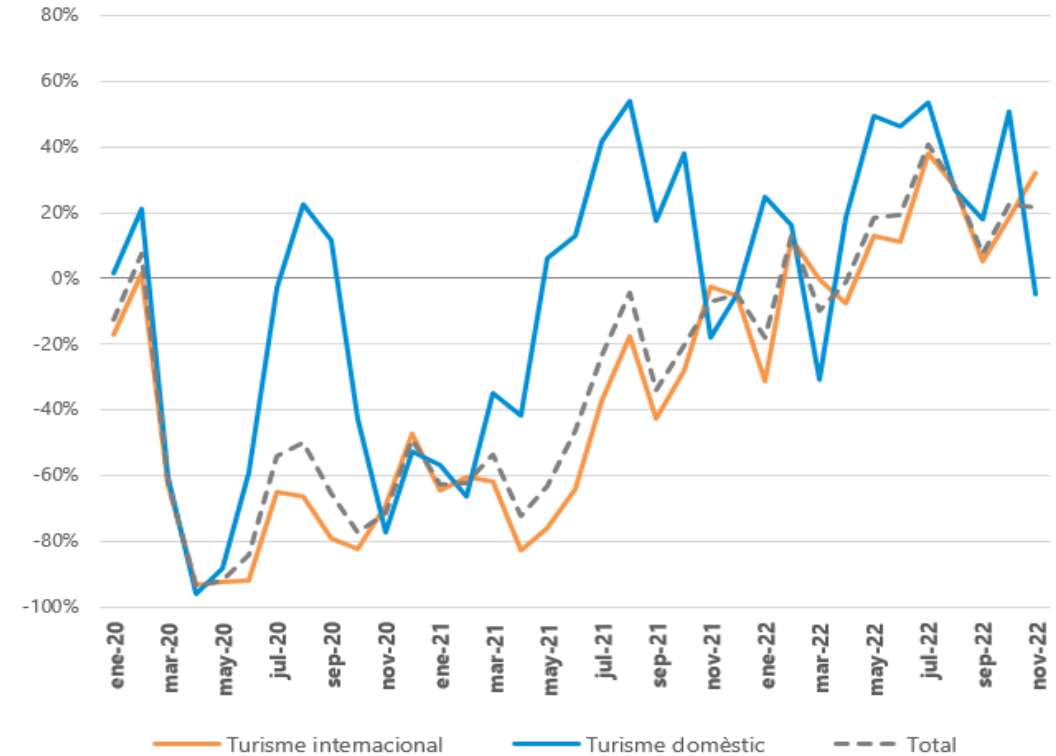


Pernoctacions



Despesa turística amb targeta

Variació vs mateix mes de 2019

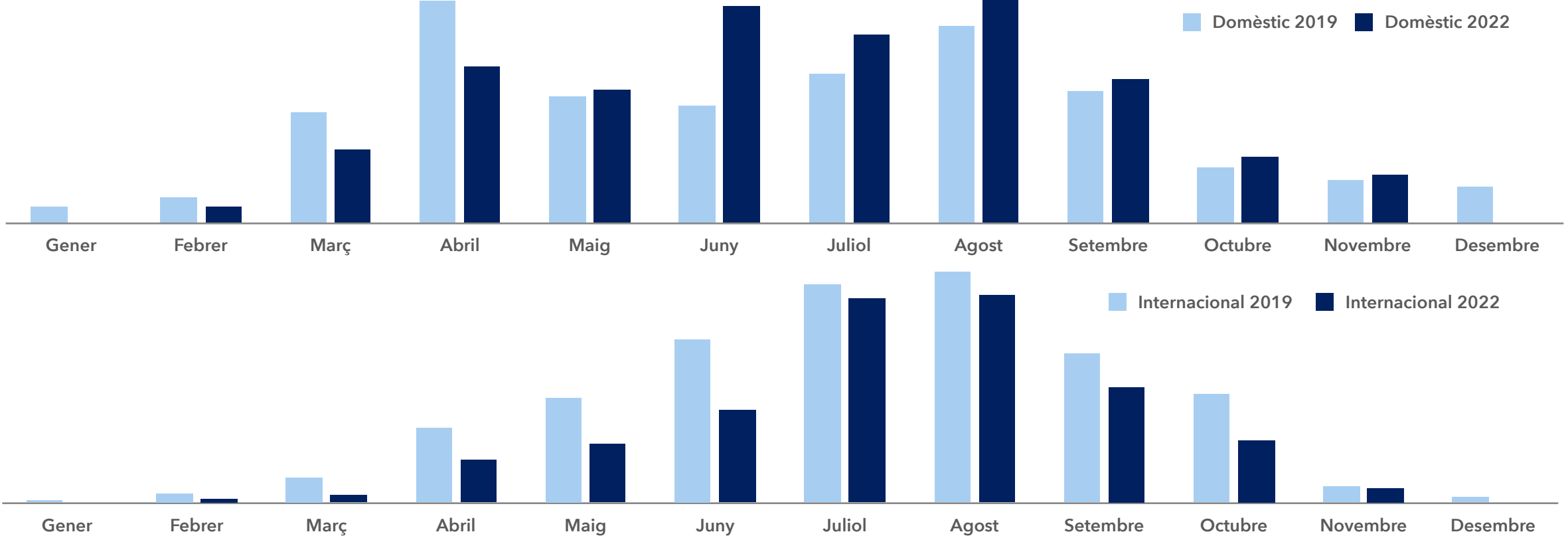


- El mercat domèstic continua fidel a la destinació, i la seva despesa ha augmentat degut en part a l'augment en nombre de visitants, però sobretot a un ús més accentuat de les targetes. El mercat internacional encara no s'ha recuperat, tot i que un perfil menys touroperat i l'ús més freqüent de la targeta el situen per sobre de la despesa del 2019.

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Evolució mensual de les pernотacions per origen

Període anual Pandèmia i Post-Pandèmia

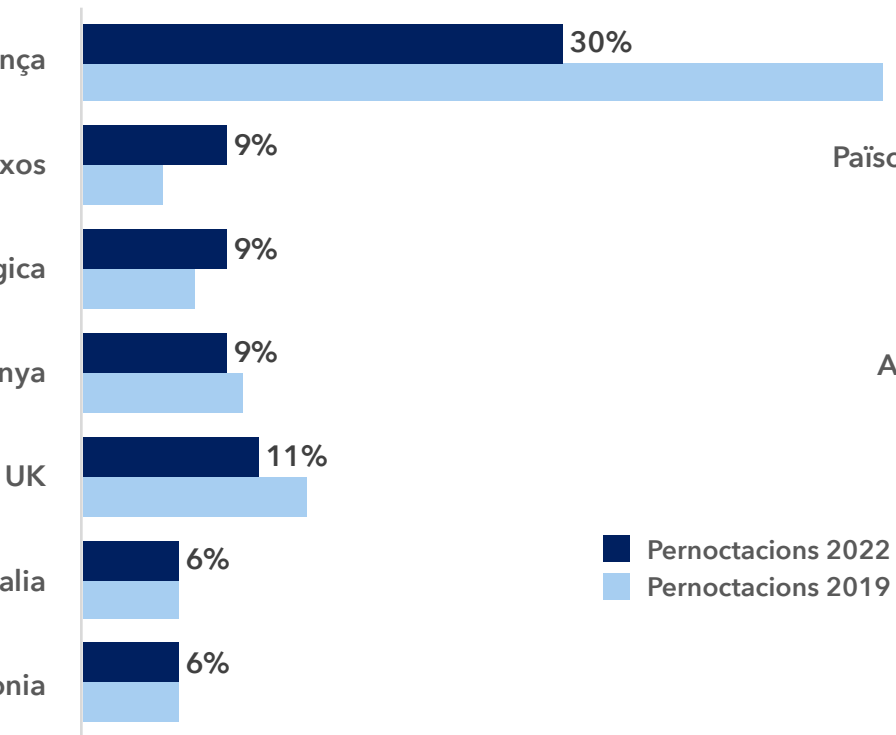


- El creixement del mercat domèstic es situa per sobre del 2019 del mes de maig en endavant, essent especialment remarcable al mes de juny, mentre que l'internacional s'aproxima més a les xifres pre-pandèmia els mesos de juliol i agost.

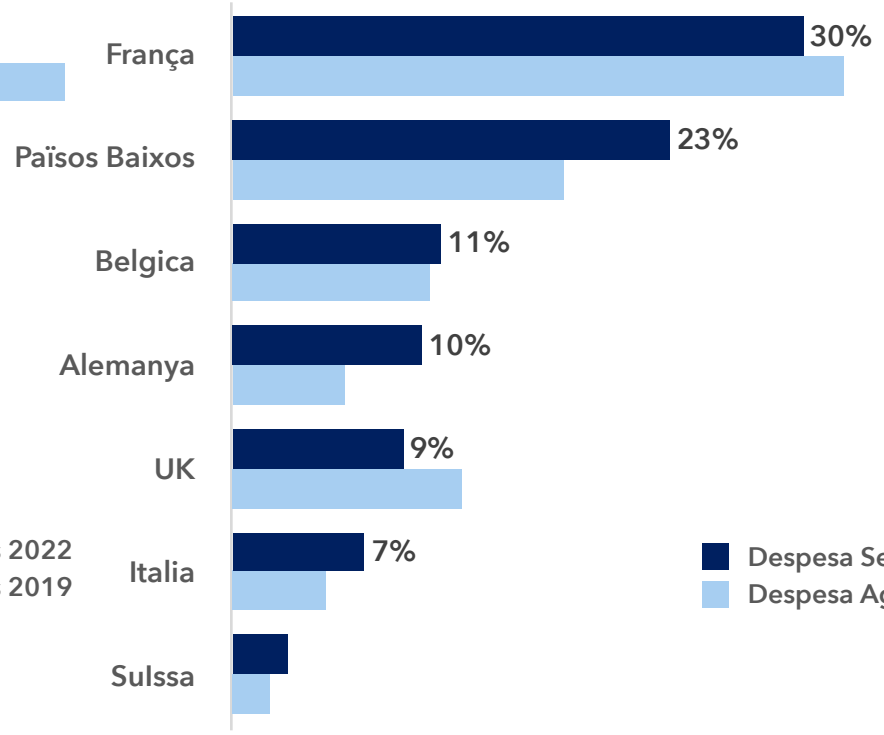
Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Pes dels mercats internacionals. Període anual Pandèmia i Post-Pandèmia

Pernoctacions



Despesa amb targeta



Despesa mitja amb targeta (\$)

	2019	2021	2022
França	181	234	193
Països Baixos	166	225	212
Bèlgica	169	243	201
Alemanya	179	249	171
UK	180	214	177
Itàlia	157	203	166
Rússia	313	492	321

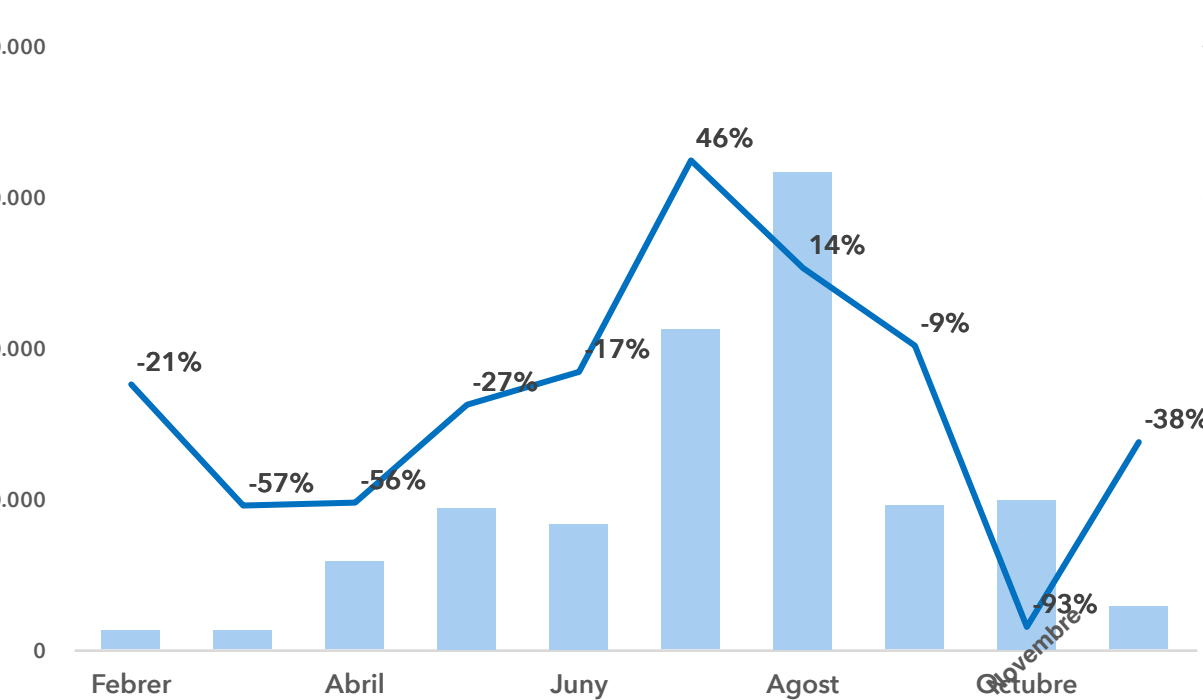
- El rànquing de mercats per pernoctacions i despesa està molt alineat, i les diferències en els pesos resulten dels hàbits dels visitants de cada origen (ús de la targeta i la touroperació), essent els Països Baixos i Bèlgica els que destaquen per un import mig més elevat.

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

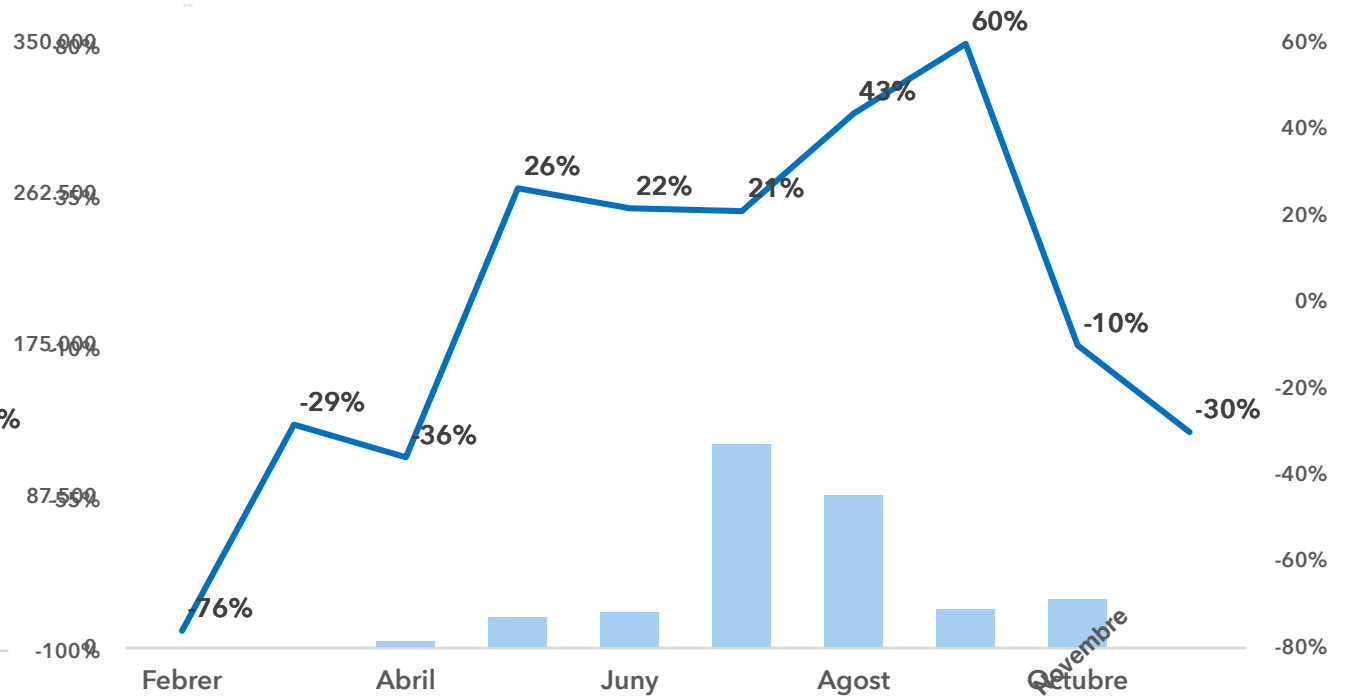
Evolució mensual de les pernoctacions per origen (2022 vs. 2019)

■ Volum de pernoctacions (en verd mes on s'ha produït un creixement)
 — % Evolució en el volum de pernoctacions 2022 vs. 2019

França



Holanda



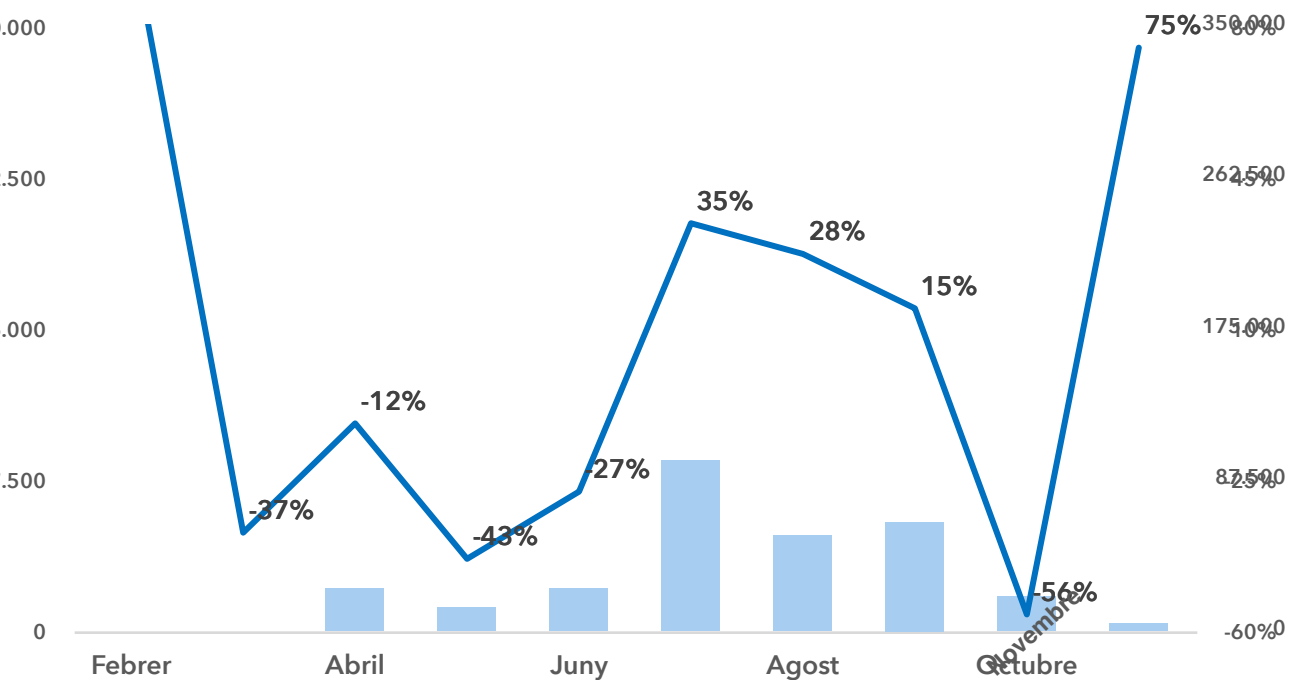
Font: INE

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

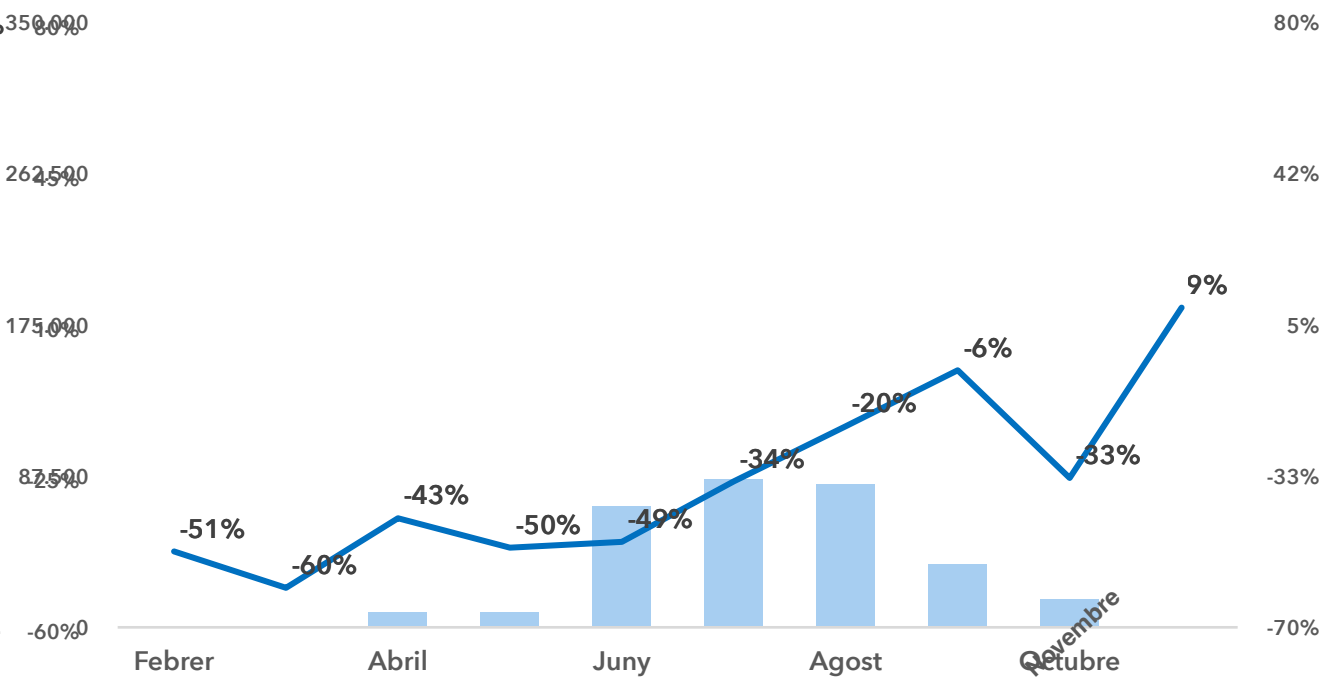
Evolució mensual de les pernoctacions per origen (2022 vs. 2019)

■ Volum de pernoctacions (en verd mes on s'ha produït un creixement)
 — % Evolució en el volum de pernoctacions 2022 vs. 2019

Bèlgica



Alemanya



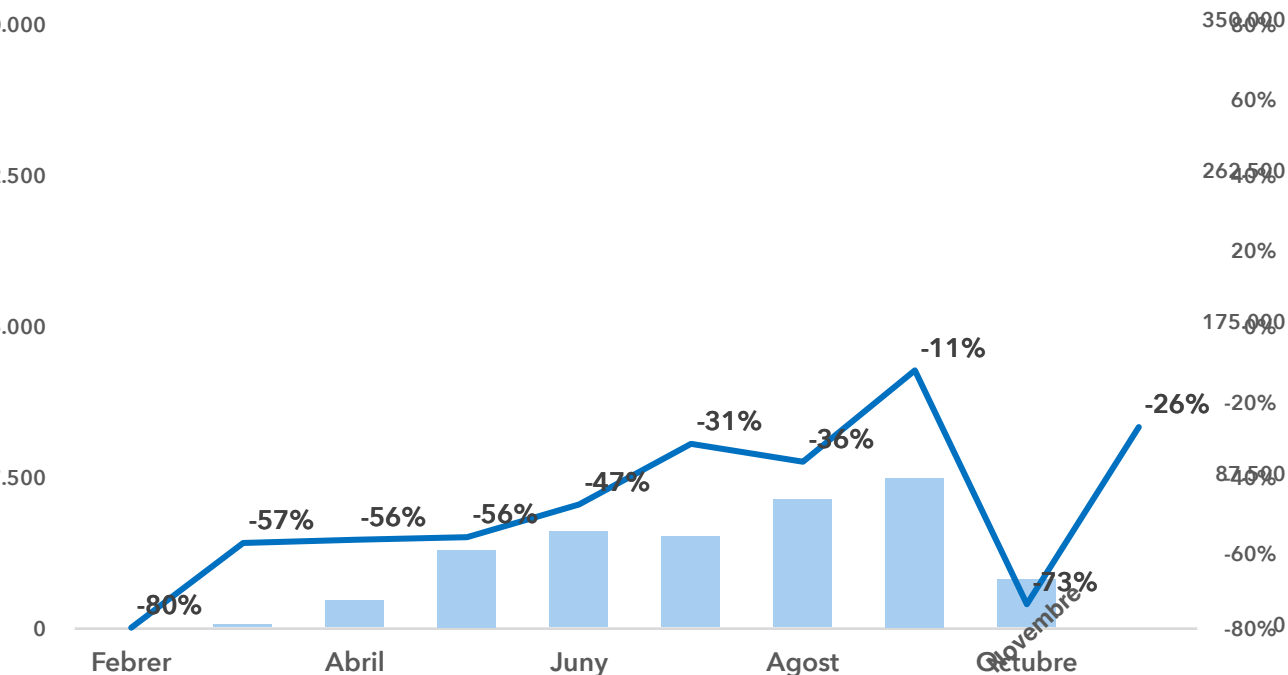
Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Evolució mensual de les pernoctacions per origen (2022 vs. 2019)

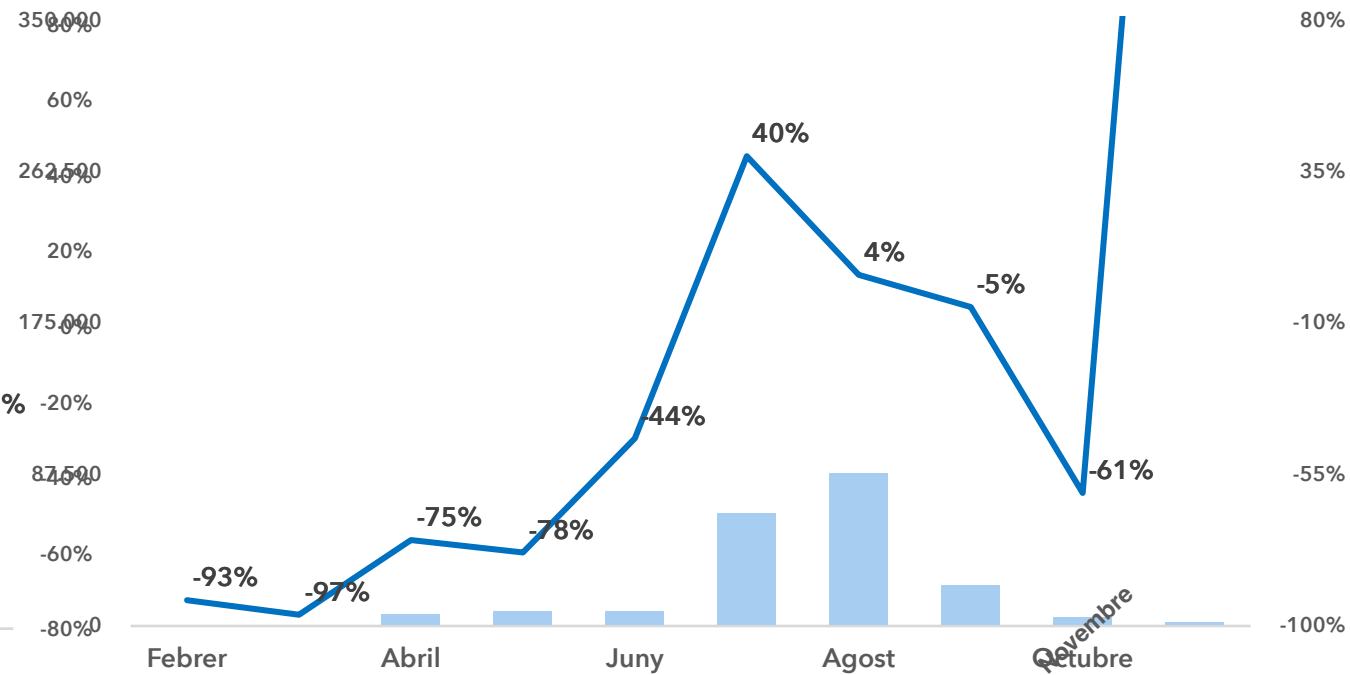
■ Volum de pernoctacions (en verd mes on s'ha produït un creixement)
 — % Evolució en el volum de pernoctacions 2022 vs. 2019



Regne Unit



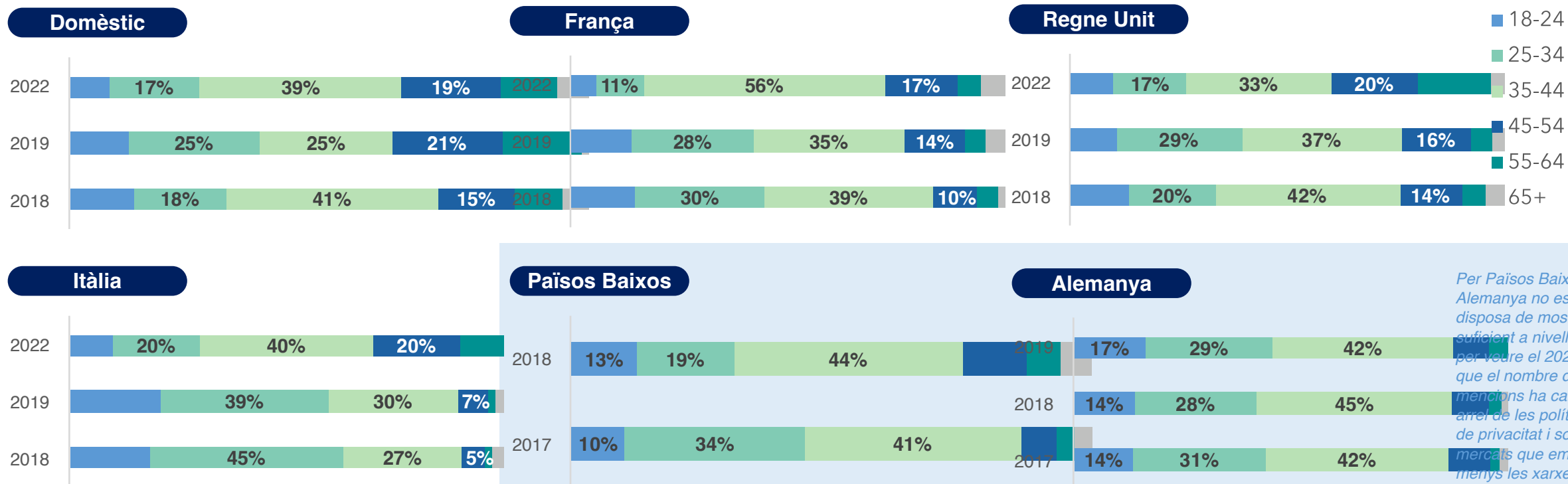
Itàlia



Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Perfil socio – demogràfic > Segmentació per edat

Pes promig (%) del segments per franja d'edat en les mencions socials



Per Països Baixos i Alemanya no es disposa de mostra suficient a nivell d'edat per veure el 2022, ja que el nombre de mencions ha caigut arrel de les polítiques de privacitat i son mercats que entren menys les xarxes.

El gruix dels que mencionen Lloret a les xarxes socials pertanyen a la franja d'edat dels 35-44, segment habitualment familiar.

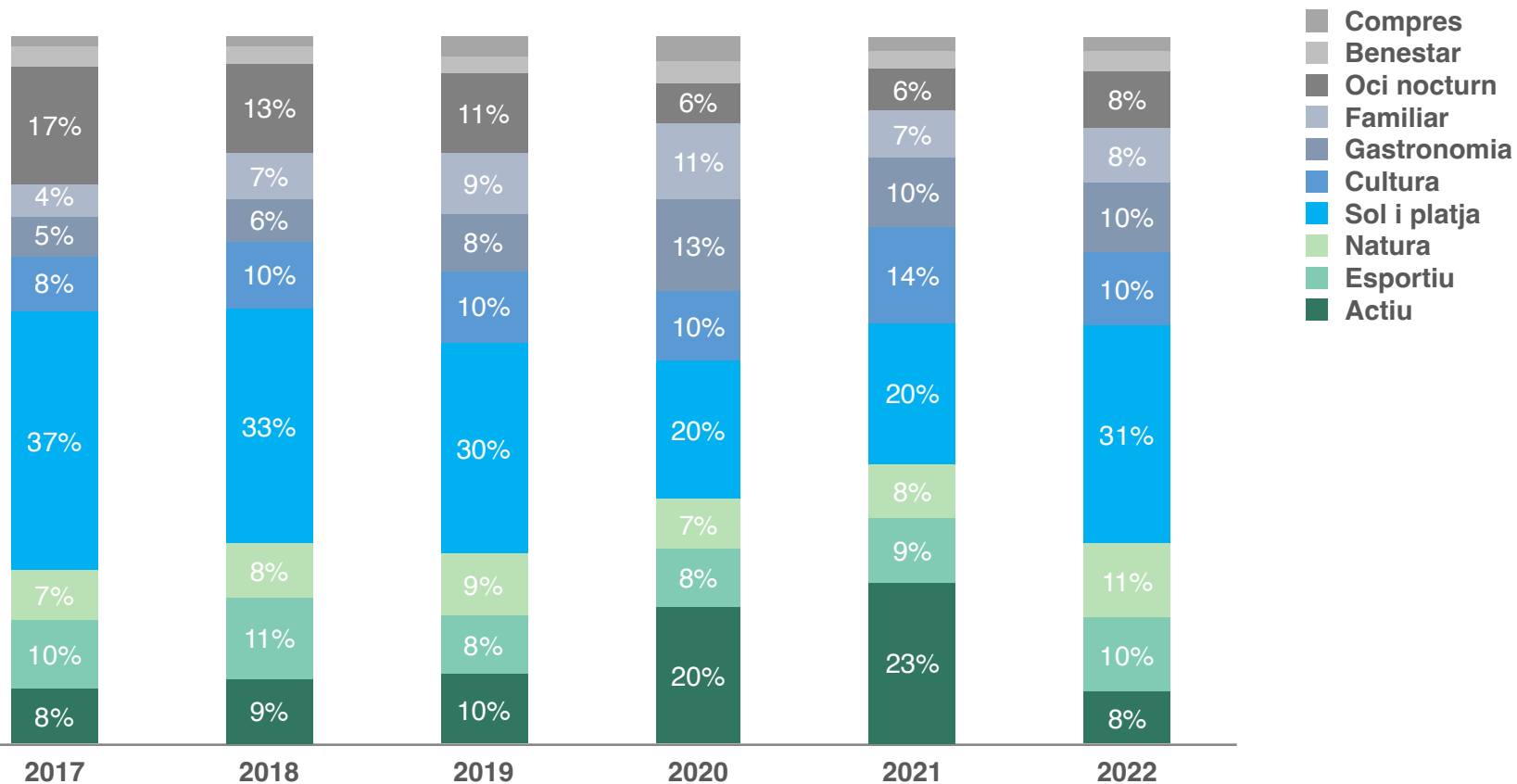
En segon lloc trobem la franja de 25 a 34 anys, que habitualment viatgen amb amics o parella.

El segment més jove ha anat perdent pes.

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Evolució de l'interès en els productes turístics

Pes de les mencions socials (Twitter + Instagram) per producte / Període abril - setembre



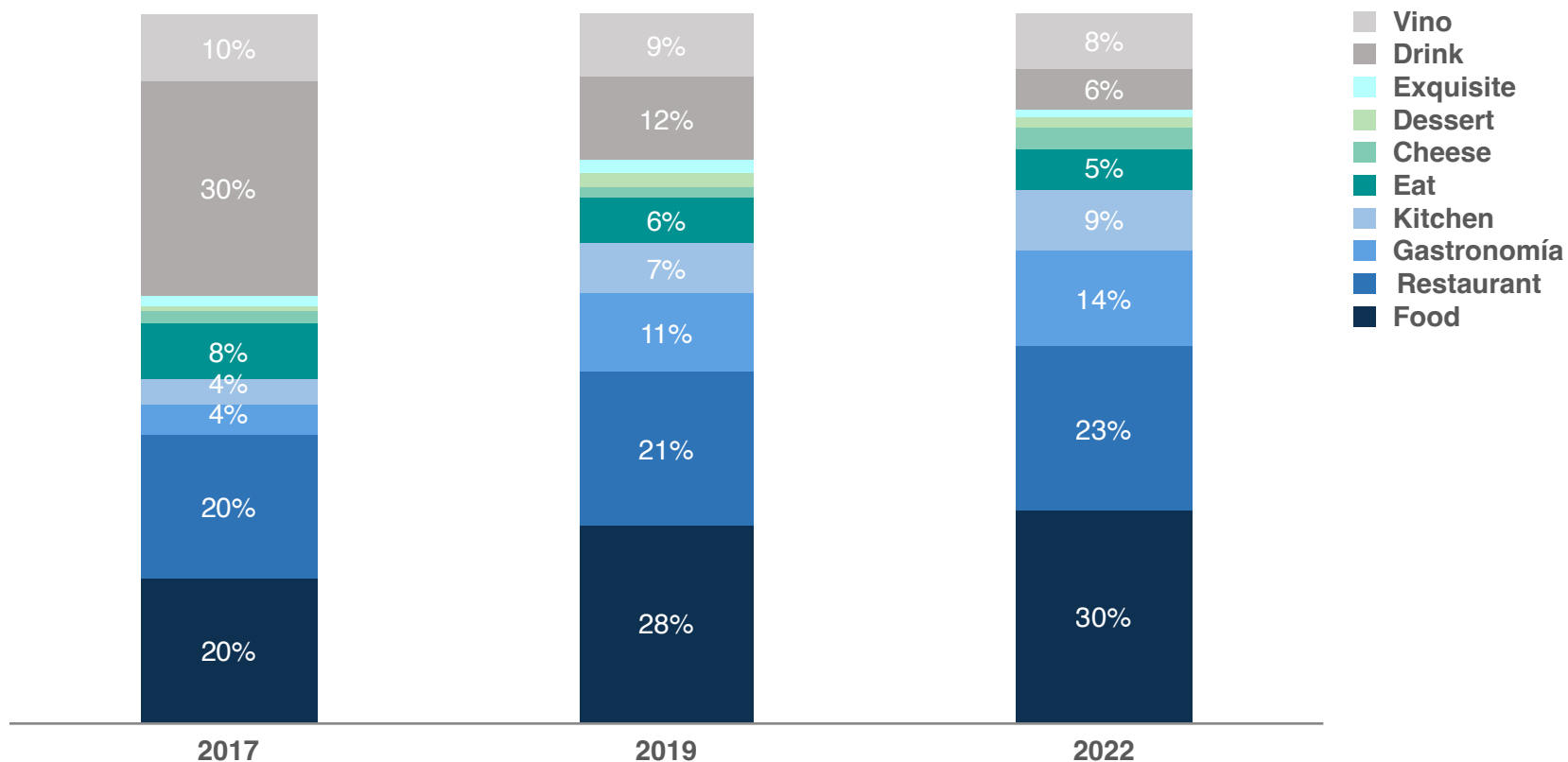
- La tornada a una certa normalitat aquest 2022 ha fet augmentar considerablement les mencions relatives a platges, de manera que juntament amb el conjunt “Natura + Actiu + Esportiu” esdevenen la combinació de motivacions principals per a visitar la destinació.
- La Gastronomia es consolida com un aspecte que aporta valor a la destinació, així com la oferta cultural.

Font: Twitter - Instagram

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Evolució de l'interès en el producte gastronòmic

Pes de les mencions socials (Twitter + Instagram) per producte / Període gener - desembre



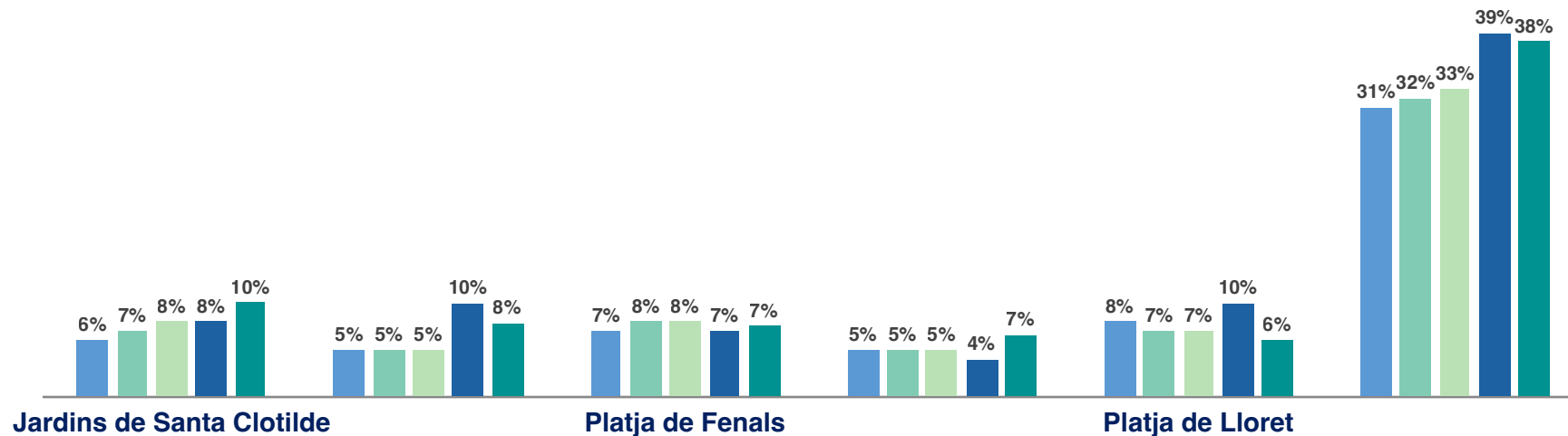
- El pes de les mencions turístiques que contenen paraules clau relatives a l'experiència de menjar han guanyat progressivament pes respecte de les que fan referència a la beguda.
- Els conceptes "Food", "Restaurant" i "Gastronomia" són els més importants i els que han anat guanyant rellevància.

Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar

Evolució de l'interès en els atractius turístics

Pes de les mencions socials (Twitter + Instagram) per producte / Selecció de principals atractius

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2021 ■ 2022



Pugen

- Jardins de Santa Clotilde
- Cala Sa Boadella
- Water World

- Jardins de Santa Clotilde, juntament amb el Camí de Ronda, són els dos atractius més mencionats en el Top 5 d'atractius de Lloret de Mar per nombre de mencions el 2022. Ja sense restriccions, el Water World torna a situar-se en el Top 10. Platja Fenals i Cala Sa Boadella passen davant de la coneguda Platja de Lloret.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar
- Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar
- **Rendiment de la destinació**

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- Mercats principals i els seus interessos

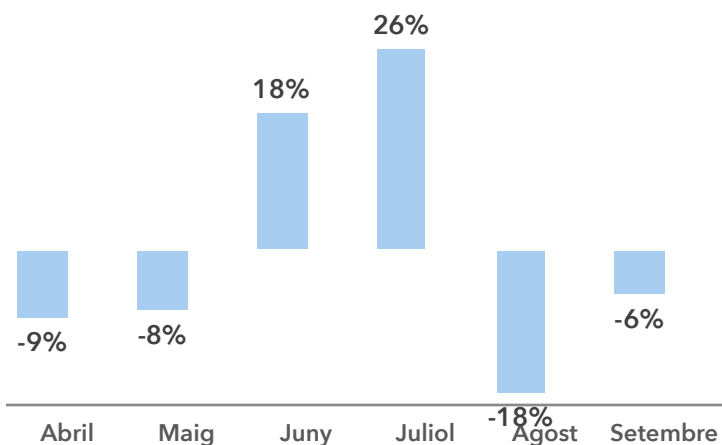
Conclusions

Rendiment de la destinació

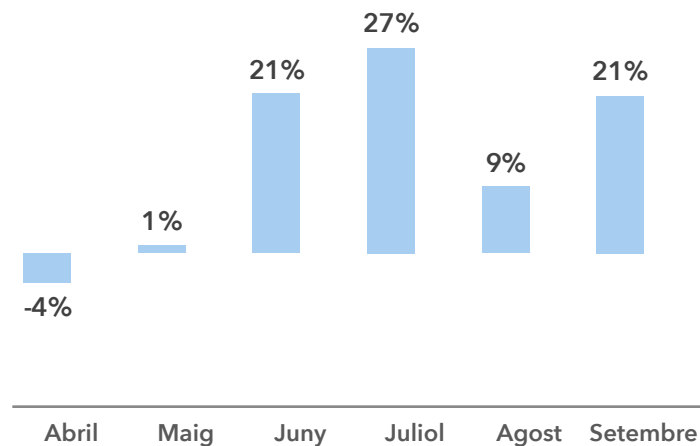
Evolució dels preus dels hotels de Lloret a les OTA's (2021 vs. 2022)

Preu mig (1 setmana d'antelació, dies festius)

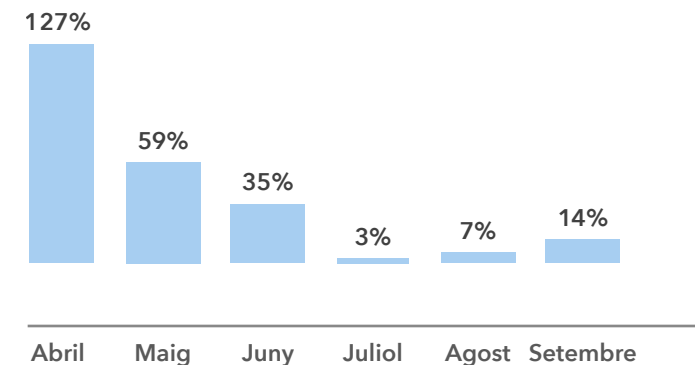
3 estrelles



4 estrelles



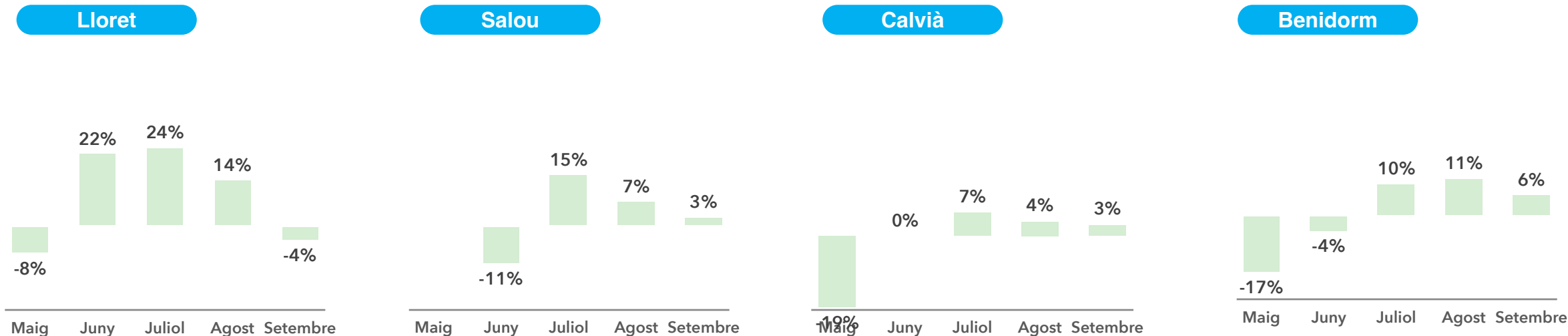
5 estrelles



- En línia amb el que ha succeït a d'altres destinacions, els preus han augmentat considerablement, especialment els dels hotels de 4 estrelles.
- Els 3 estrelles ho han fet al Juny i al Juliol, però sembla que han baixat durant la resta de l'any, amb la intenció probablement d'esdevenir més competitiu.

Rendiment de la destinació

Evolució de l'Average Daily Rate (ADR) dels hotels (2021 vs. 2022)



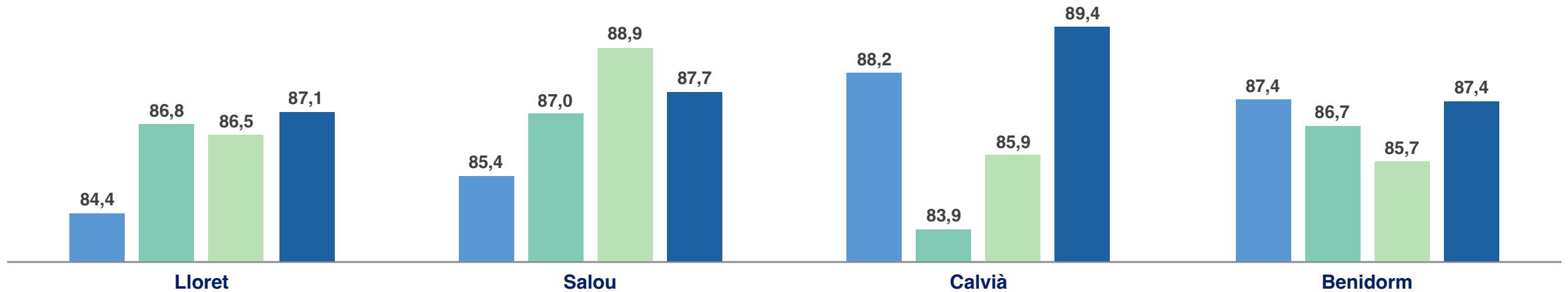
- L'ADR de totes les destinacions cau al mes de Maig, i creix en els mesos posteriors, tot i que a Lloret en magnituds més elevades, probablement donat que el seu nivell de preus es situa, en general, per sota dels de Benidorm i Calvià, i en línia amb els de Salou.
- Al mes de Setembre Lloret es l'única destinació que disminueix el seu ADR.

Rendiment de la destinació

GSI - Índex Global de Satisfacció de Lloret vs. competidors

De Març a Setembre

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2022



- Lloret continua la seva tendència positiva i es situa per sobre dels 87 punts en termes de satisfacció, en línia amb la resta de destinacions.

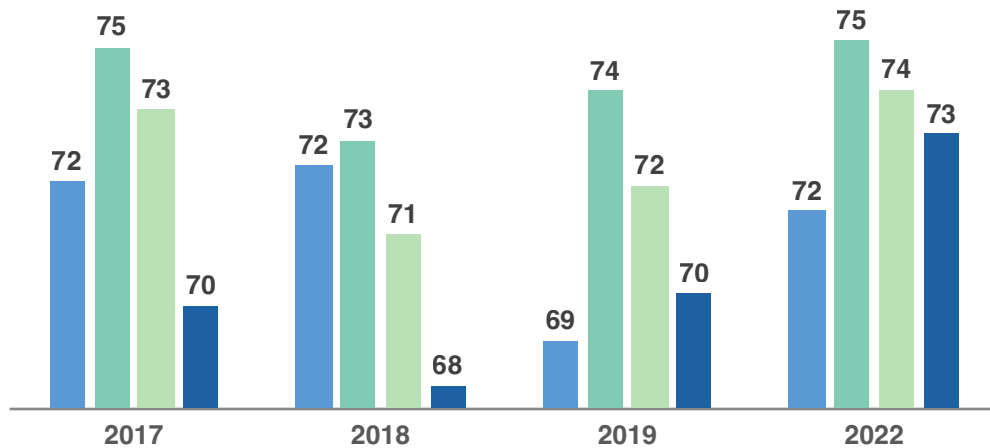
Rendiment de la destinació

Índex de Satisfacció amb el producte i percepció de seguretat de Lloret vs. competidors

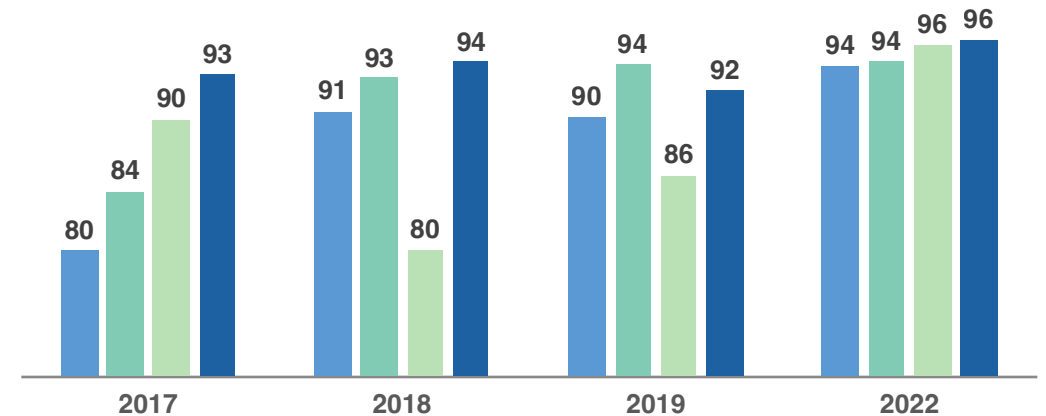
De Març a Setembre

■ Lloret ■ Salou ■ Calvià ■ Benidorm

Satisfacció - Producte Turístic



Percepció - Seguretat

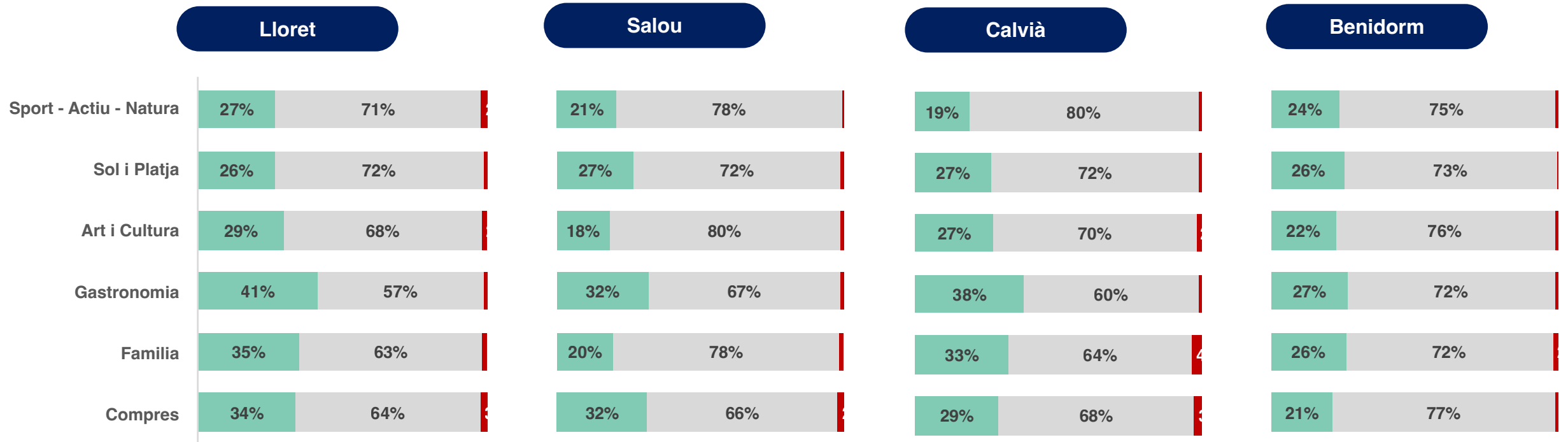


- A l'Índex Global de Satisfacció participa positivament l'experiència amb el producte, que es troba per sobre dels 70 punts, mentre que la percepció de seguretat continua millorant.

Rendiment de la destinació

Sentiment per producte

■ Positiu ■ Neutral ■ Negatiu



- Lloret obté el percentatge de mencions positives més elevat a gairebé tots els productes, essent especialment remarcable el component gastronòmic i familiar, molt per sobre de destinacions com Salou, una destinació clarament orientada a aquest segment de públic.

Rendiment de la destinació

Sostenibilitat turística. Índexs per anys sencers

	2019	2020	2021	2022	2022 vs. 2021	2022 vs. 2019
Índex Global de Sostenibilitat Turística (1)	54.02	56.61	55.79	55.05	-1.3%	1.9%
Índex de Distribució d'ingressos turístics	56.43	67.63	55.81	48.17	-13.7%	-14.6%
Petjada de Carboni	48.88	61.32	64.43	59.34	-7.9%	21.4%
Índex de Concentració de la oferta turística	DENS	DENS	DENS	DENS	n.a.	n.a.
Índex de Percepció de sostenibilitat turística	46.61	53.45	48.98	49.24	0.5%	5.6%
Índex de Diversificació motivacional	60.36	64.96	66.43	67.56	1.7%	11.9%
Índex de Dependència de Orígens	58.06	54.93	59.32	62.81	5.9%	7.2%
Índex de d'Estacionalitat	69.15	56.79	59.67	62.34	4.5%	-9.8% (2)

- Lloret millora el seu Índex Global de Sostenibilitat Turística respecte del 2019.
- S'aprecia una evolució positiva en la percepció de sostenibilitat de la destinació, que al 2022 se situa per sobre del 2019.
- L'evolució positiva de l'Índex de diversificació motivacional i dependència d'origens són dos èxits de la política de màrqueting turístic de la destinació.

(1) Per tal de fer una lectura a nivell de l'indicador global s'hauria d'aplicar un factor de correcció de la petjada de carboni, que fos realment atribuïble al municipi de Lloret

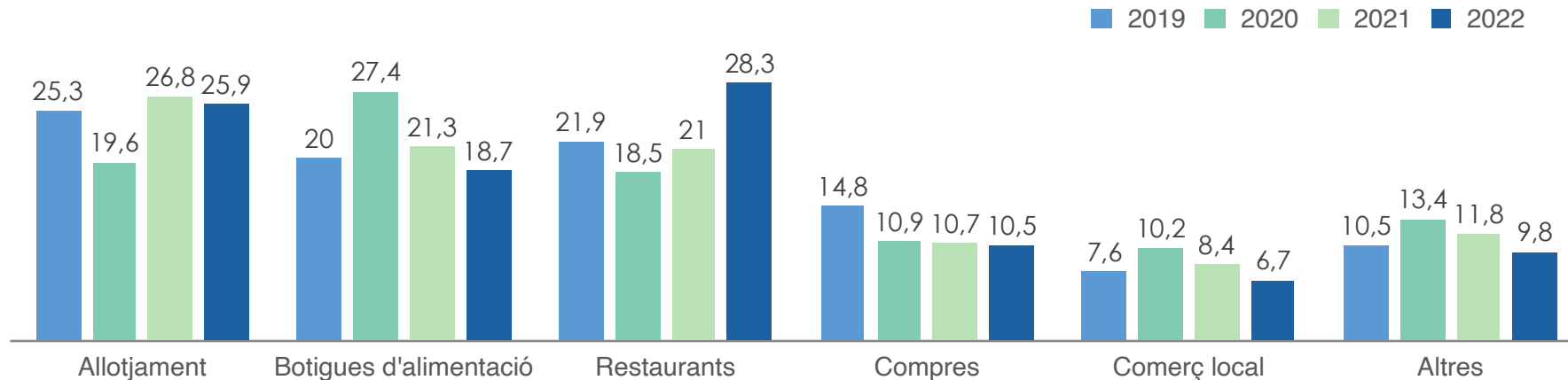
(2) Les restriccions de la pandèmia han marcat l'estacionalitat de les destinacions, i fins el 2023 no es podrà comparar amb 2019.

Rendiment de la destinació

Sostenibilitat turística. Índexs per anys sencers

	2019	2020	2021	2022	2022 vs. 2021	2022 vs. 2019
Índex de distribució d'ingressos turístics	56.43	67.63	55.81	48.17	-13.7%	-14.6%
Despesa mitja per visitant (\$)	187.6	254.4	254	202.8	-20.2%	8.1%
Índex de despesa per visitant	49	64	55	50	-9.1%	2.0%
Pes del comerç local en despesa (%)	7.6%	10.2%	8.4%	6.7%	-20.2%	-11.8%

Distribució i evolució de la despesa per categoria



- L'Índex de distribució dels ingressos turístics es veu impactat negativament pel reduït pes de la categoria comerç local, que es troba per sota d'un 10% i que ha baixat respecte del 2019.
- El canvi en el mix d'origens al llarg de la pandèmia i en aquest 2022 ha tingut un impacte negatiu en la despesa mitja, ja que no han estat presents mercats d'una elevada despesa com el rus. Aquest factor també ha impactat negativament l'índex de despesa per visitant, ja que Lloret, com d'altres destinacions, s'ha vist més afectada per l'absència de turistes dels Països de l'Est.
- Tot i això, l'estratègia de diversificació de mercats emprada, apostant per altres mercats com Països Baixos o Bèlgica, ha contribuït a contrarestar aquest cop.

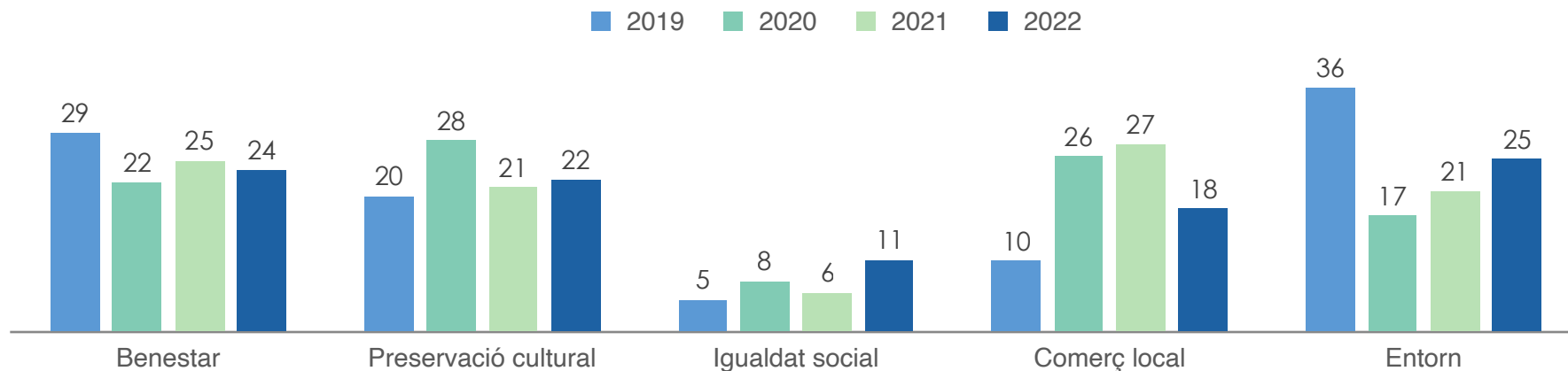
Nota: Comerç local inclou les següents categories de despesa: Entreteniment i recreació, transports i desplaçaments, Salut / Bellesa / Metges, Serveis professionals i Bens de la llar

Rendiment de la destinació

Sostenibilitat turística. Índexs per anys sencers

	2019	2020	2021	2022	2022 vs. 2021	2022 vs. 2019
Índex de percepció de sostenibilitat	46.61	53.45	48.98	49.24	0.5%	5.6%
Sentiment positiu	39.7	44	37.9	45	18.7%	13.4%
Sentiment neutre	50.8	48.5	55.1	47.3	-14.2%	-6.9%
Sentiment negatiu	9.5	7.5	7	7.7	10%	-18.9%

Distribució i evolució de les mencions turístiques relatives a paraules clau de la sostenibilitat



- El sentiment positiu de les mencions referents a la sostenibilitat de la destinació s'apropa progressivament al 50%.
- Les mencions de caire negatiu baixen respecte del 2019.
- La pandèmia marca el descens en el pes de les mencions relatives al benestar.
- La preservació de la cultura, és un aspecte rellevant i creix de mica en mica.
- Les mencions relatives a comerç local eren molt baixes al 2019, però van creixent.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar
- Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- **Capacitat programada i preus**
- Mercats principals i els seus interessos

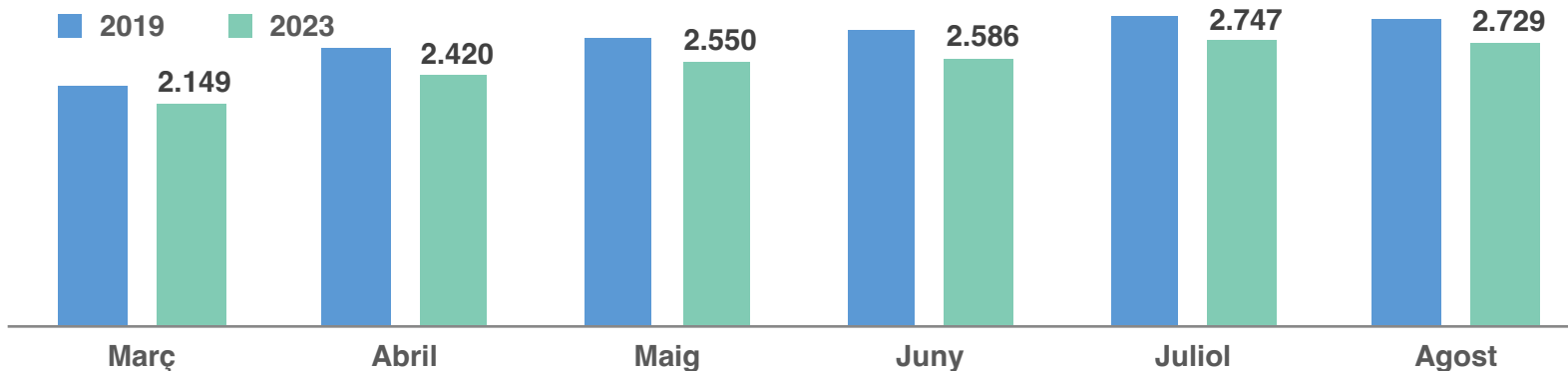
Conclusions

Capacitat programada

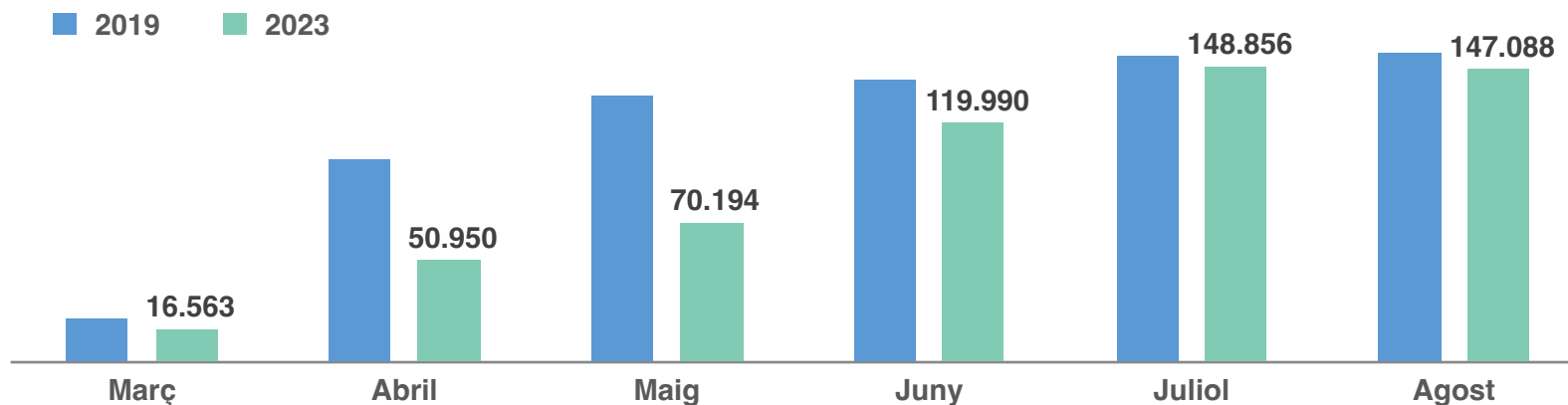
Capacitat en seients a l'aeroport de Barcelona i de Girona

De Març a Agost (Barcelona '000) / Dades actualitzades a 13 de Febrer per 2023

Seients programats per BARCELONA



Seients programats per GIRONA



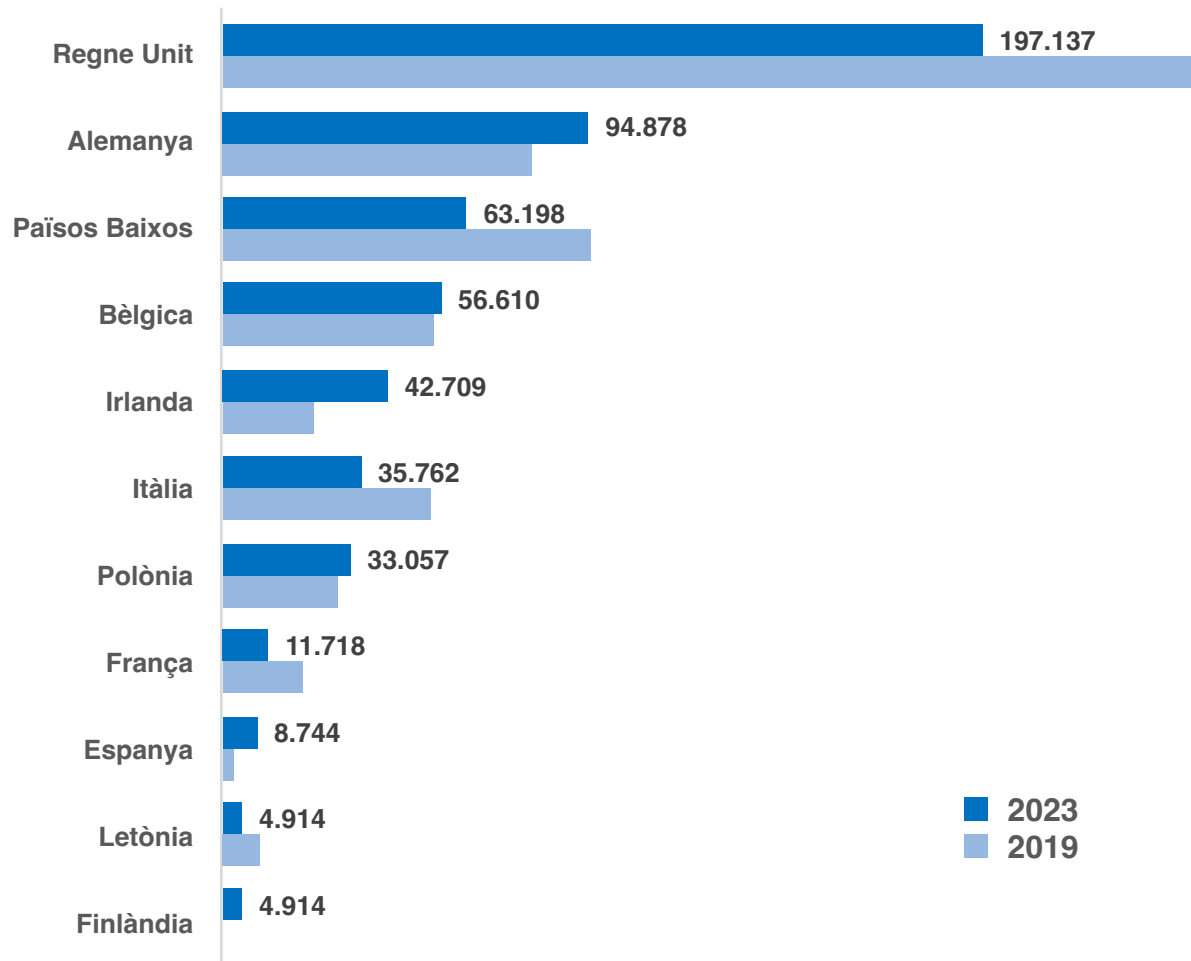
- La capacitat programada per Barcelona es troba molt a prop de la del 2019, entre menys 8-9% tots els mesos. Aquestes dades són molt similars a les d'altres grans destinacions urbanes, com ara París o Londres.
- Hi ha un 15,6% menys de seients des de UK, amb Easyjet com a protagonista d'aquesta caiguda.
- Alemanya es troba -6% per sota del 2019, amb caigudes en les programacions de Lufthansa, Eurowings i Ryanair, que no poden ser del tot compensades per Vueling.
- Per Itàlia la capacitat es situa ja a nivells del 2019.
- La capacitat programada per Girona es troba bastant per darrera del 2019 (-22%) durant la pre-temporada, i es situa gairebé en xifres del 2019 pels mesos de Juliol i Agost.

Font: Cirium

Capacitat programada

Principals orígens a Girona per Setmana Santa

Rànquing de mercats d'origen per capacitat (seients programats) per viatjar Març - Agost



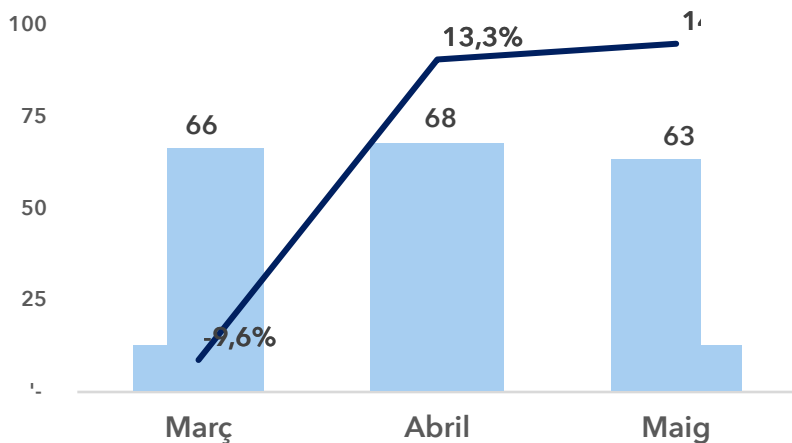
- Hi ha uns 55.000 seients menys programats des del Regne Unit, degut principalment a una reducció a data d'avui de la capacitat de Ryanair i Jet2.
- Països Baixos i Itàlia també es troben al 33%, i també és Ryanair l'operador que protagonitza aquest descens.
- La capacitat des de Polònia també es recupera gairebé del tot, amb Ryanair essent la única operadora.
- La capacitat amb Itàlia sembla que s'ha pogut desplaçar a Barcelona, així com la de Països Baixos, i part de la de Regne Unit.

Preus dels hotels

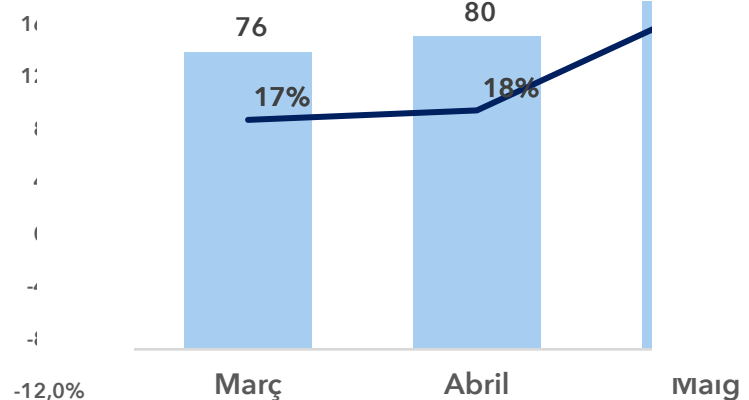
Evolució dels preus a les OTA's (2022 vs. 2023)

Preu mig (6, 3 i 2 mesos d'antelació, dies festius)

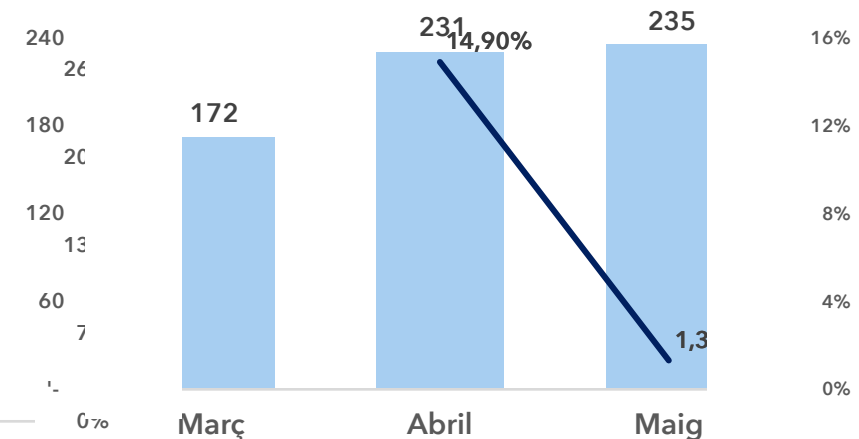
3 estrelles



4 estrelles



5 estrelles

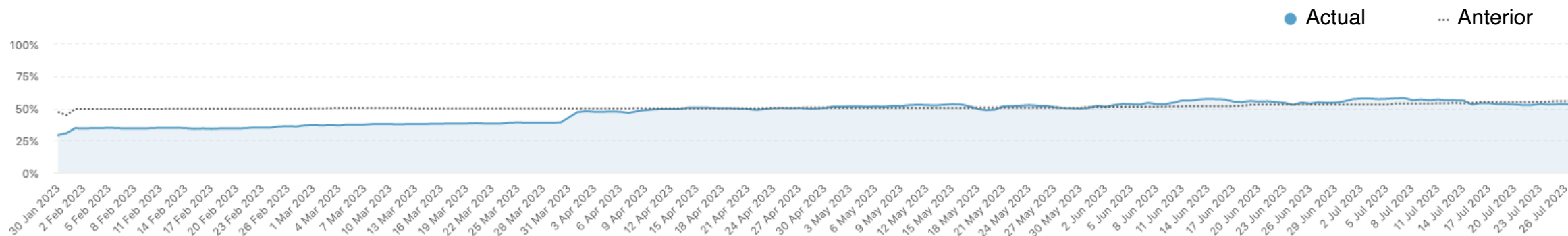


- Els preus de cara als mesos d'Abril i Maig sembla que podrien estar per sobre dels del 2022 a totes les categories d'hotel.

Disponibilitat de lloguers vacacionals

Disponibilitat prevista de Gener a Juliol 2023 vs. 2022

Foto del 30 de Gener 2023 vs. 31 de Gener 2022



- La disponibilitat dels allotjaments vacacionals està per sota de l'any anterior de Gener a finals de Març, el que pot indicar un increment de la demanda i per tant de la ocupació.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret de Mar
- Anàlisi de la demanda a Lloret de Mar
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- **Mercats principals i els seus interessos**

Conclusions

Principals mercats internacionals per mesos

Rànquing de rellevància dels orígens per nombre d'opinions i pernoctacions
(2022)

Març

- 1. França**
- 2. Regne Unit**
- 3. Alemanya**

Abril

- 1. França**
- 2. Bèlgica**
- 3. Regne Unit**
- 4. Alemanya**

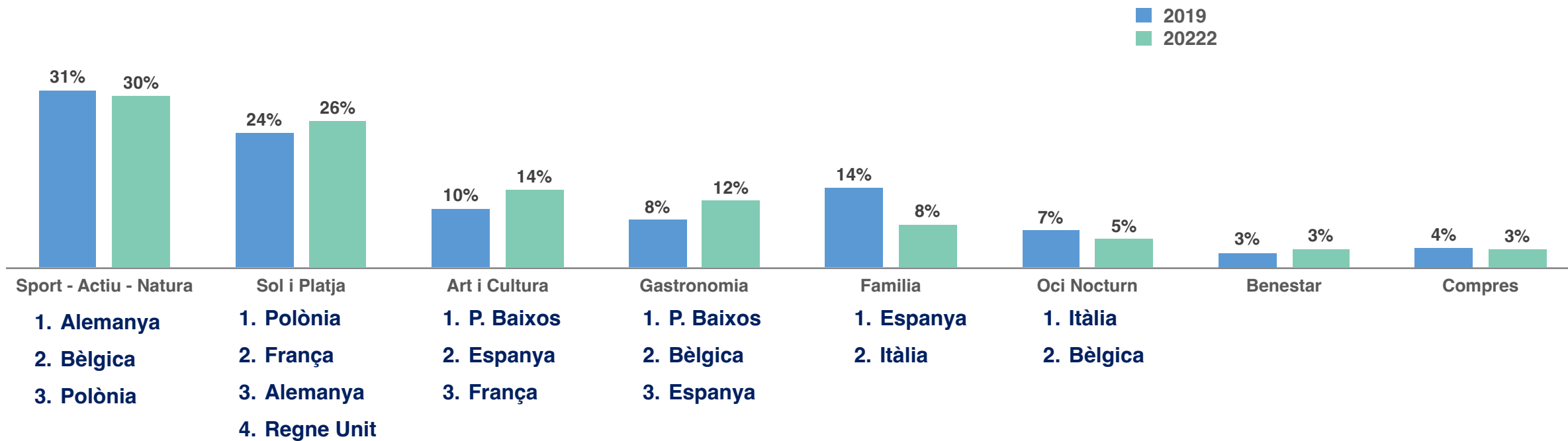
Maig

- 1. França**
- 2. Regne Unit**
- 3. Països Baixos**
- 4. Bèlgica**

- França és sense cap mena de dubte el mercat internacional principal en els primers mesos de la temporada.
- En segon lloc hi trobem altres mercats depenent del mes: Els Britànics més al Març i Maig, els Belgues més a l'Abril i Maig, els Holandesos definitivament al Maig, i els Alemanys més aviat al Març i Abril.

Interessos durant la pre-temporada

Rànquing de productes turístics i top 3 mercats més interessats (2022 vs. 2019)



Pels francesos tot allò relacionat amb les activitats a la platja i l'oferta cultural és interessant.



Els Britànics en parlen essencialment del bon temps i de les platges.



Els Holandesos tenen preferència per la gastronomia i l'oferta cultural.



Els Belgues parlen especialment de temes actius, de gastronomia i d'oci nocturn.



Els Alemanys senten més interès per tot allò relacionat amb la natura, el bon temps i la platja.



Els Italians parlen més de temes relacionats amb la família i l'oci nocturn.



Els Polonesos se senten atrets pel sol, la platja i les activitats a la natura.

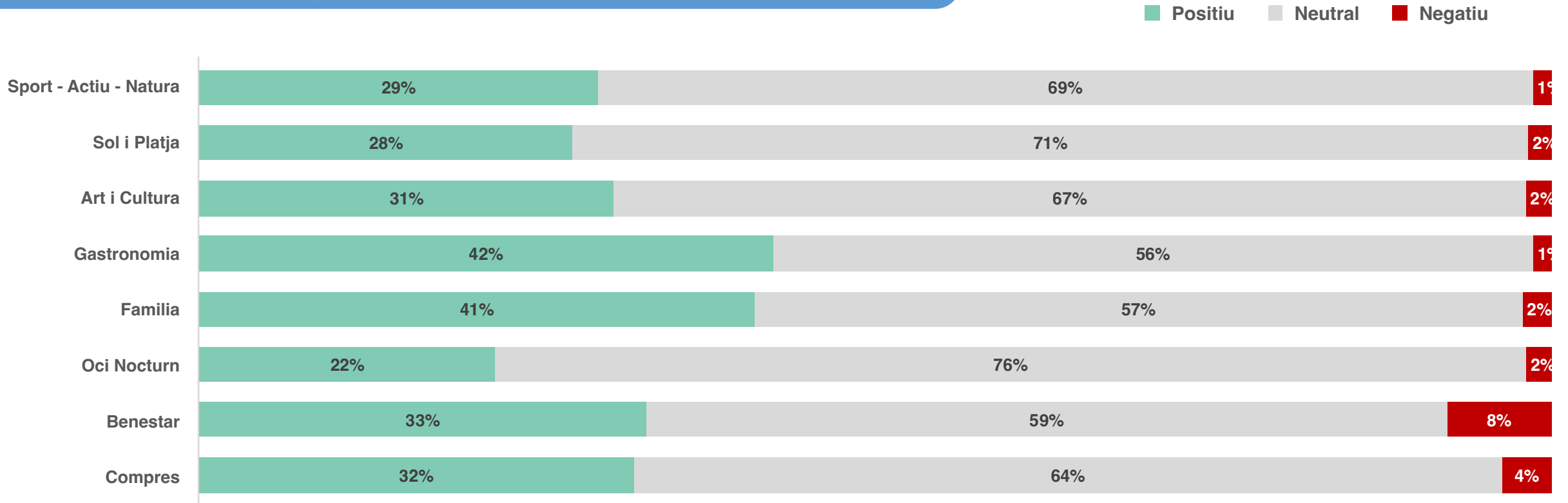


Els turisme domèstic parla més de l'oferta cultural, la gastronomia i les activitats familiars.

Font: Twitter / Instagram

Interessos durant la pre-temporada

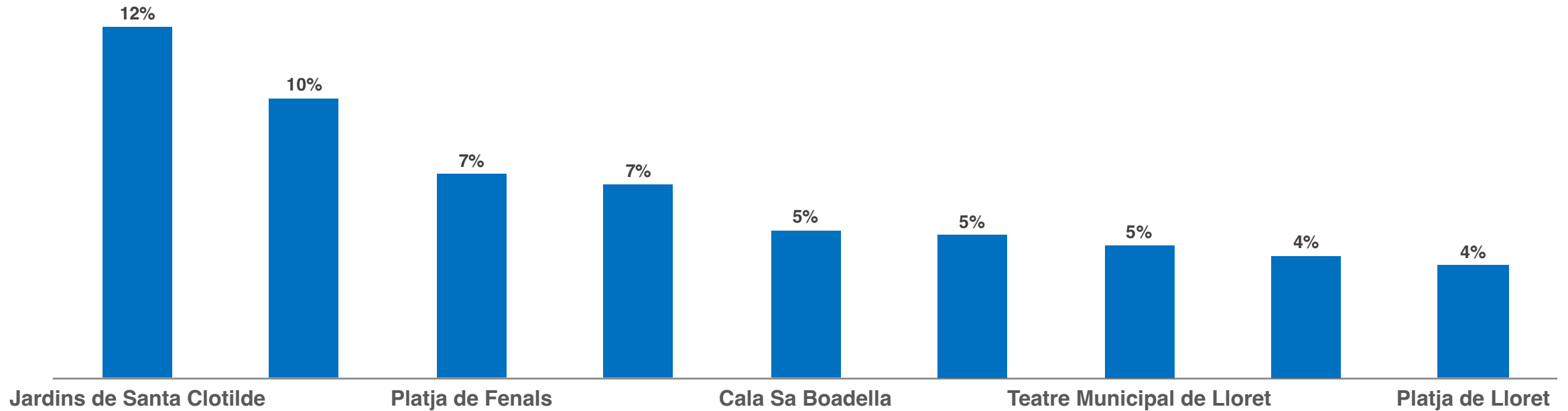
Sentiment en relació als productes turístics de Lloret (2022)



- Destaquen les mencions positives respecte de la gastronomia i els aspectes relacionats amb la família.
- Els dos productes principals també tenen un bon percentatge de mencions positives i un percentatge molt baix de negatives.

Interessos durant la pre-temporada

Rànquing d'atractius per mencions turístiques (Març – Maig 2022)



- A a la pre-temporada destaquen encara més atractius com ara els Jardins de Santa Clotilde o el Camí de Ronda.
- L'any passat també es parlava de la prova Gran Fondo Lloret.

CONTINGUT

Metodologia

PART A. Anàlisi de l'any turístic 2022

- Evolució de l'interès per viatjar a Lloret
- Anàlisi de la demanda a Lloret
- Rendiment de la destinació

PART B. Perspectiva per a la pre-temporada 2023

- Capacitat programada i preus
- Mercats principals i els seus interessos

Conclusions

Principals conclusions

Demanda

La recuperació de la demanda internacional a nivells pre-pandèmia encara no és una realitat

- La demanda domèstica es troba per sobre del 2019 en viatgers i pernотacions, però hi ha mesos de pre-temporada (Març i Abril) on no s'ha arribat als nombres pre-pandèmia degut encara a les restriccions del 1r semestre de 2022.
- A nivell de demanda internacional, mentre que als mesos de Juliol i Agost s'han assolit pràcticament les xifres del 2019, els mesos de pre i post temporada han estat per sota. Els resultats als mesos de Maig i Juny, que ja són importants, haurien de millorar de cara al 2023.
- El segment d'edat familiar i de parella / amics es consoliden com els més rellevants.

Mercats

L'estratègia de diversificació de mercats ha parat el cop que ha suposat la pandèmia i l'absència de turistes de Països de l'Est

- L'aposta per Holandesos i Belgues ha funcionat a l'estiu, ara falta més presència, especialment durant la pretemporada.
- Els mercat francès és estratègic per millorar resultats, i essent un viatger essencialment independent, és clau oferir una experiència que els mantingui fidels.
- Els Italians es recuperen, i les seves cerques han crescut significativament, sembla pels interessos que hi ha un segment que cerca principalment oci nocturn.
- Els britànics i alemanys han estat bastant per sota de les xifres del 2019. Lloret depèn de la capacitat programada als aeroports de GRO i BCN: mentre que al primer la previsió continua per sota del 2019, a Barcelona la capacitat per a aquests mercats emissors creix.

Rendiment de la destinació

Lloret destaca en mencions positives respecte del seu producte turístic, per davant dels competidors analitzats

- Tot i la bona valoració del producte turístic, els preus de l'allotjament de Lloret són els més baixos, aspecte que no ha comportat que la destinació obtingui una millor ocupació que la dels seus competidors, però que sí que impacta en el seu RevPar.
- La satisfacció amb els hotels de Lloret està fortament penalitzada tant per un conjunt d'establiments no reformats que concentren bona part de les mencions negatives, com per un client francès molt crític.
- El component gastronòmic ha esdevingut un complement clau de l'oferta de Lloret i pot ésser un diferenciador al llarg de l'any.
- El producte cultural també pot exercir el mateix efecte, aprofitant aquest 2023 on Lloret de Mar es la Capital de la Cultura Catalana.

Sostenibilitat turística

Lloret mostra una progressió positiva en els principals índexs de sostenibilitat turística

- La diversificació motivacional i d'origens està ben orientada.
- L'absència dels turistes de Països de l'Est, amb una despesa significativa, ha penalitzat els indicadors relatius als ingressos turístics.
- S'aprecia una creixent percepció positiva de la sostenibilitat de la destinació.