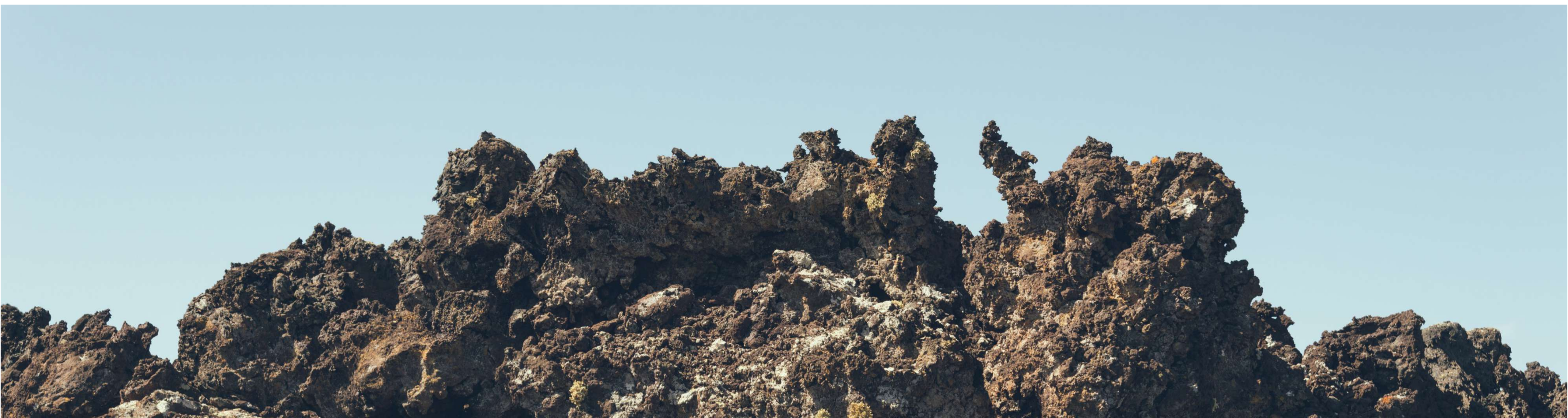


WTM 2017

BALANCE - PRINCIPALES CONCLUSIONES | 14.11.2017

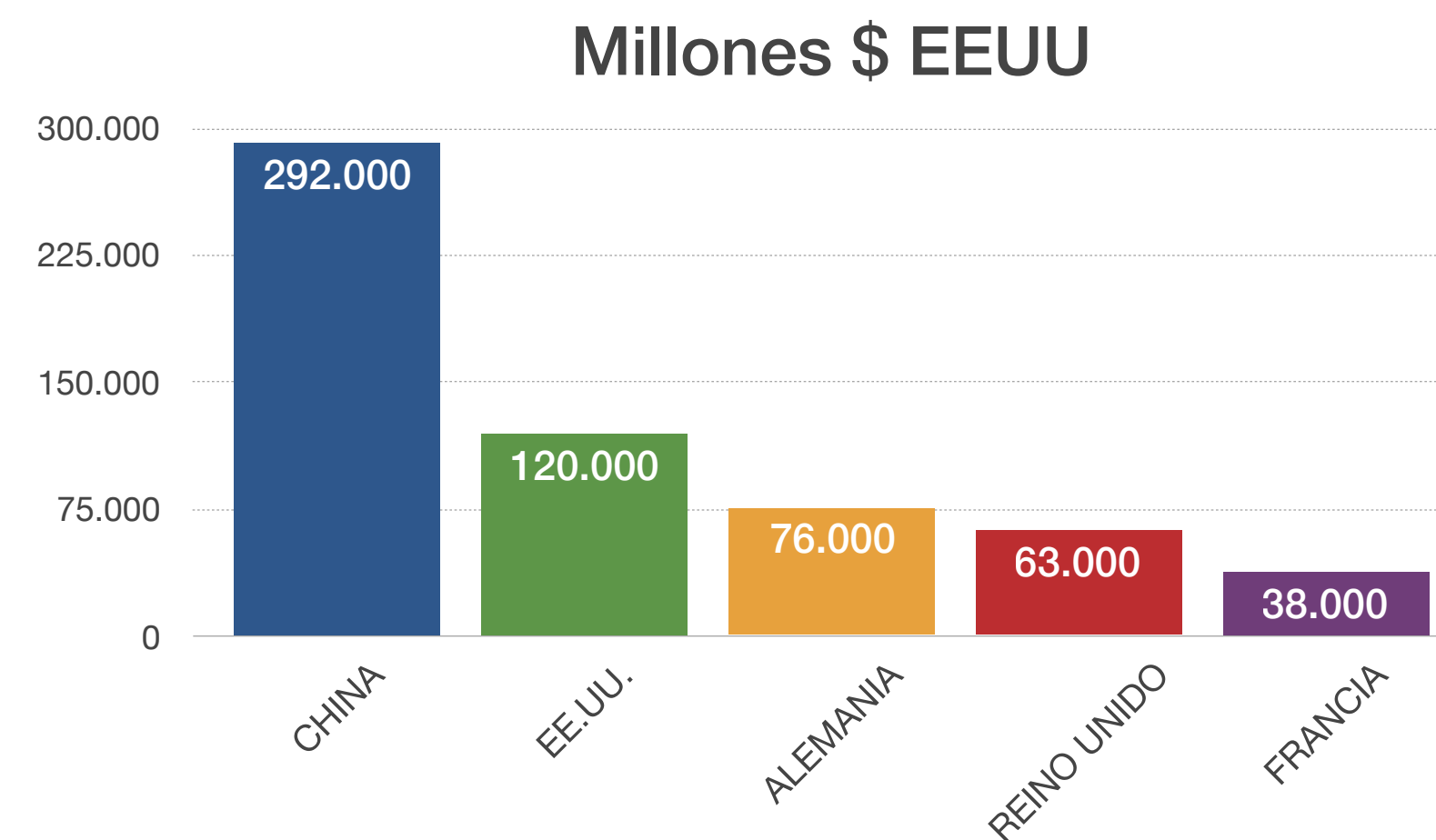


ÍNDICE

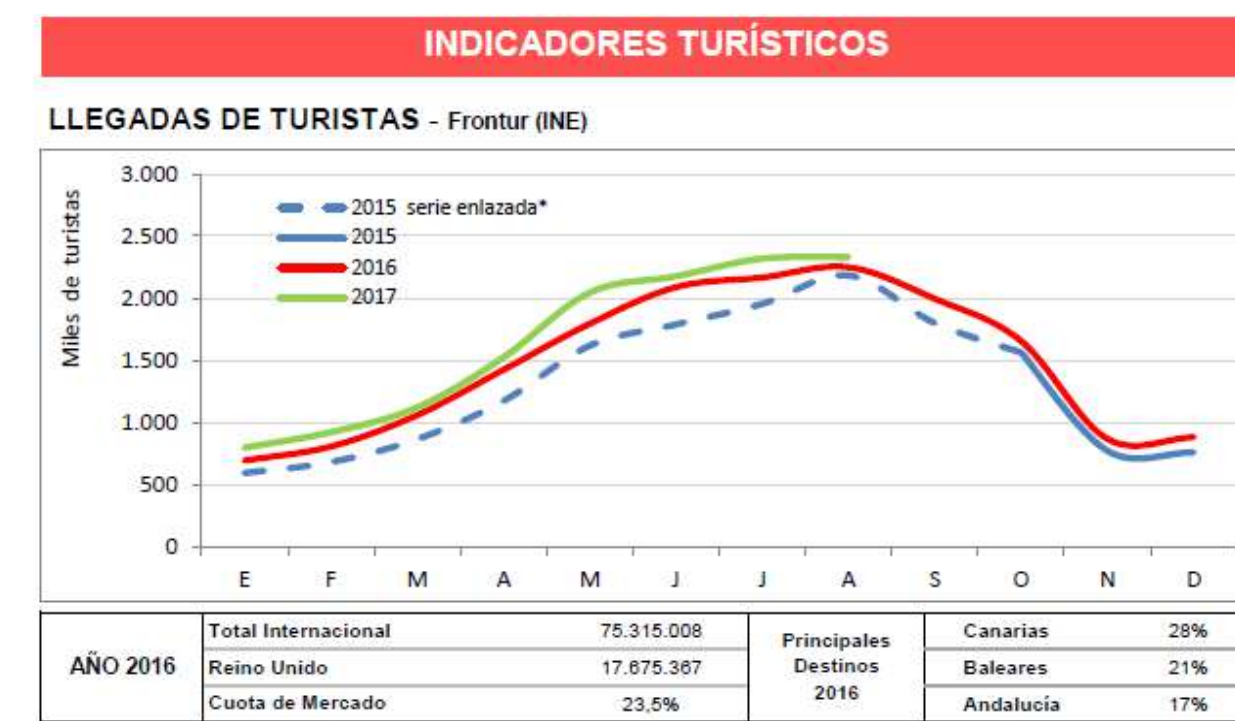
- El mercado británico en cifras
- Situación aérea Reino Unido
- Posición TTOO británicos ante Lanzarote
- WTM: otros mercados turísticos
- Productos turísticos: mercado británico
- Conclusiones

El mercado británico en cifras

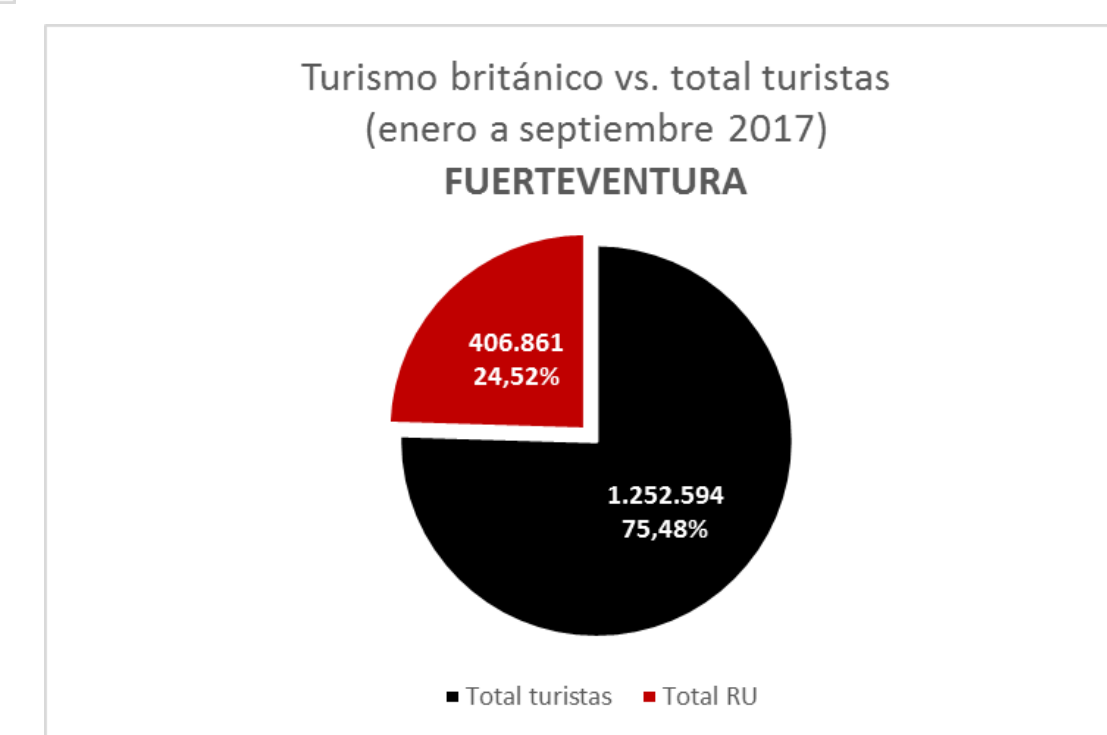
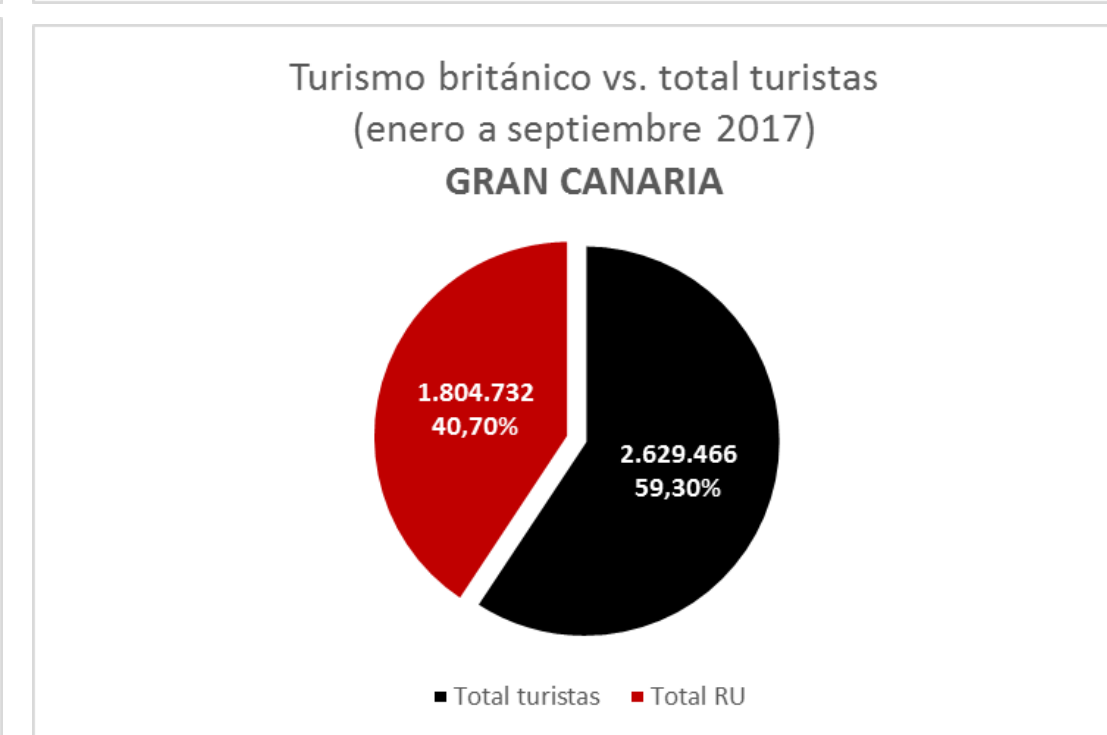
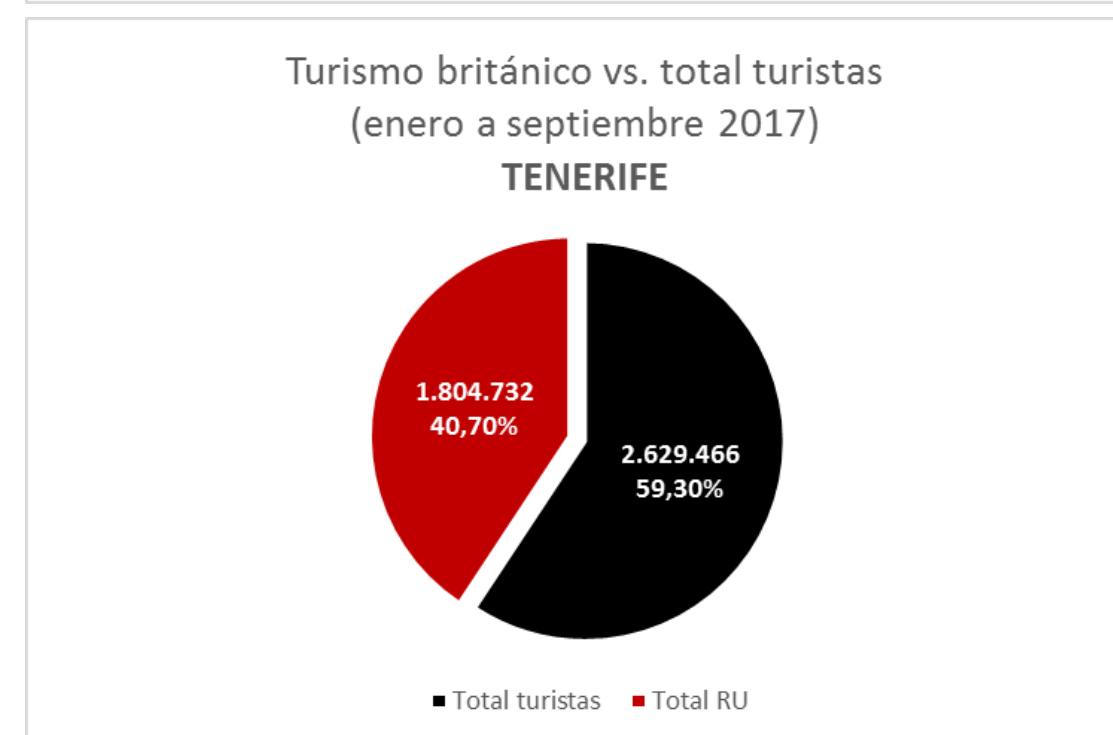
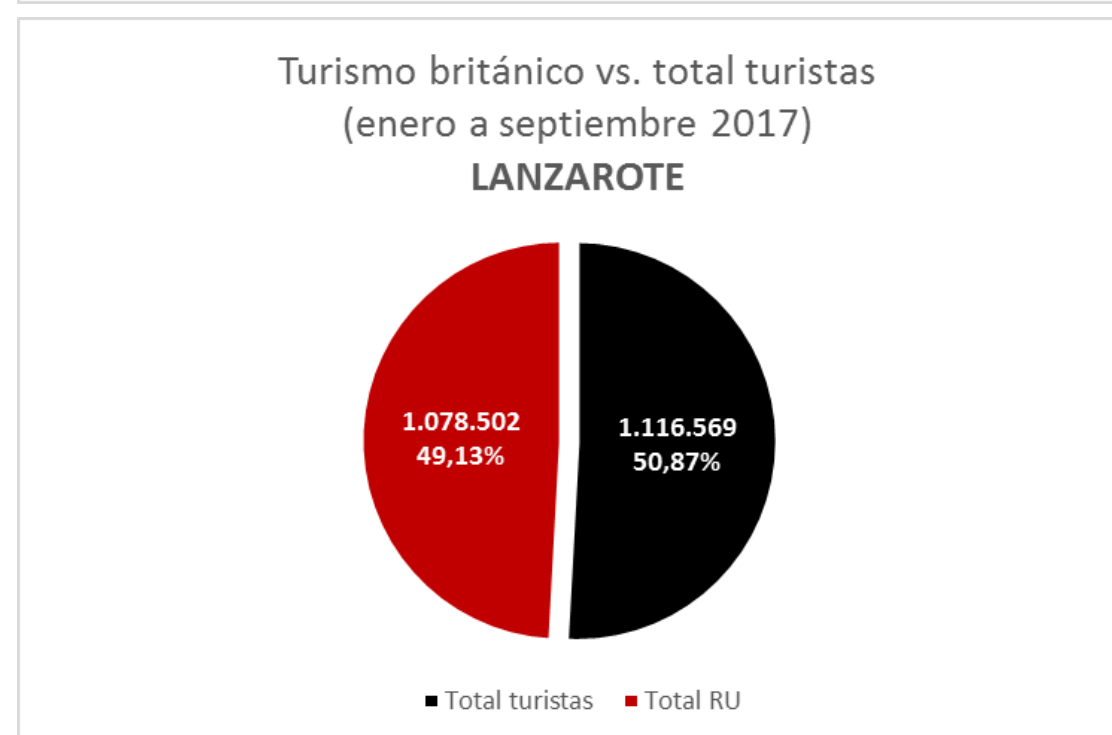
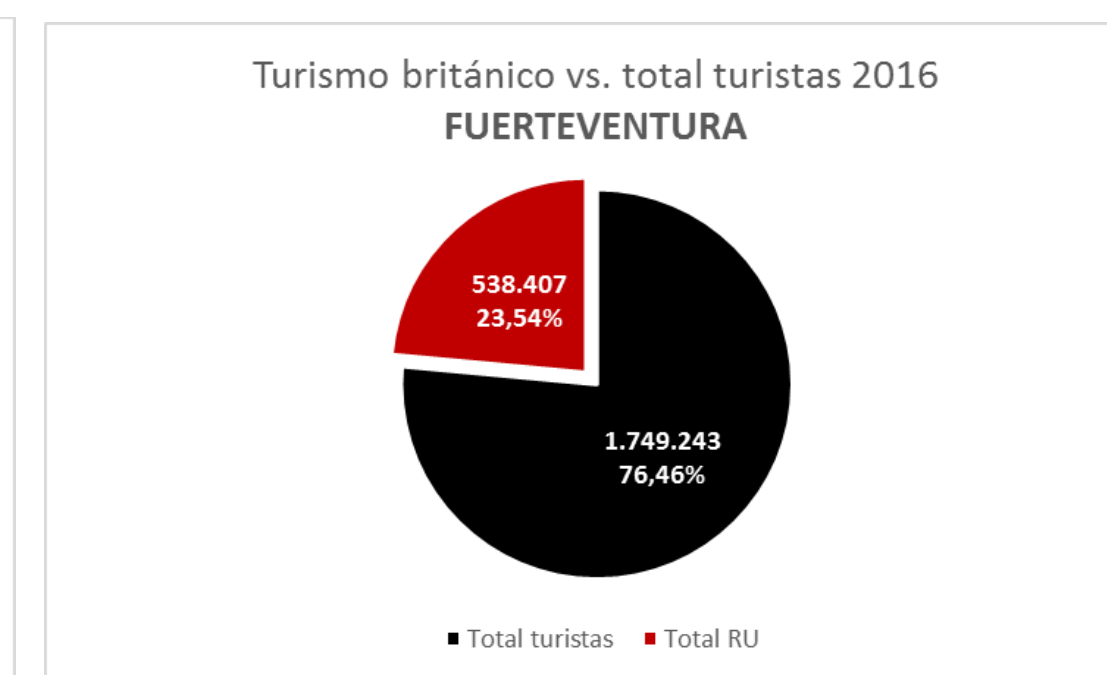
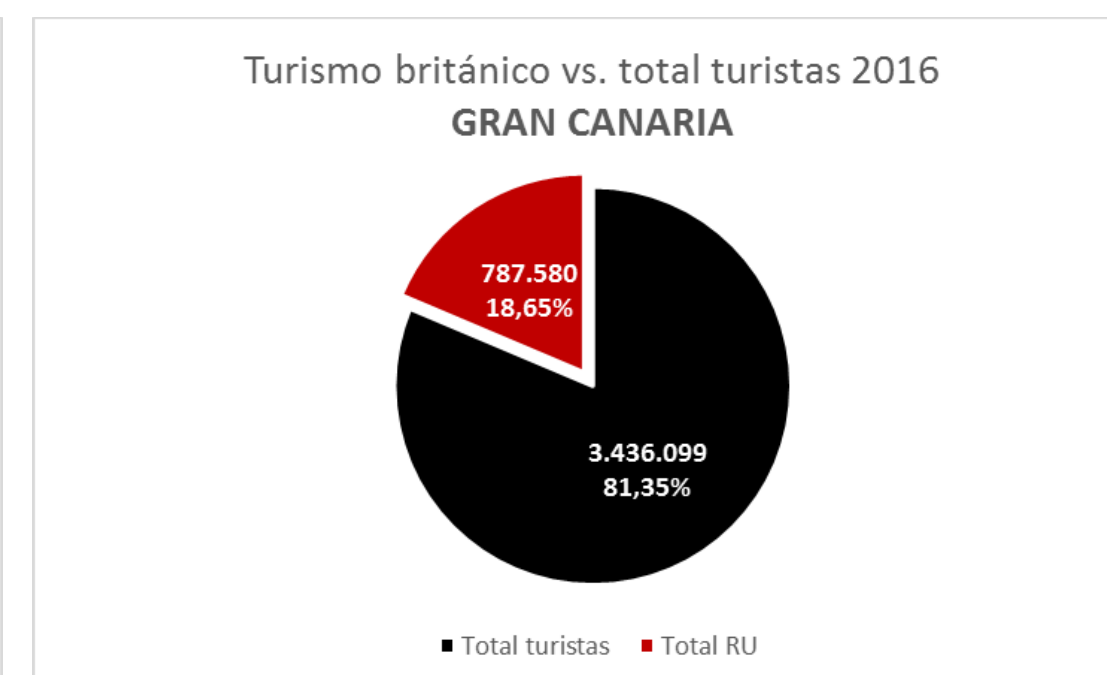
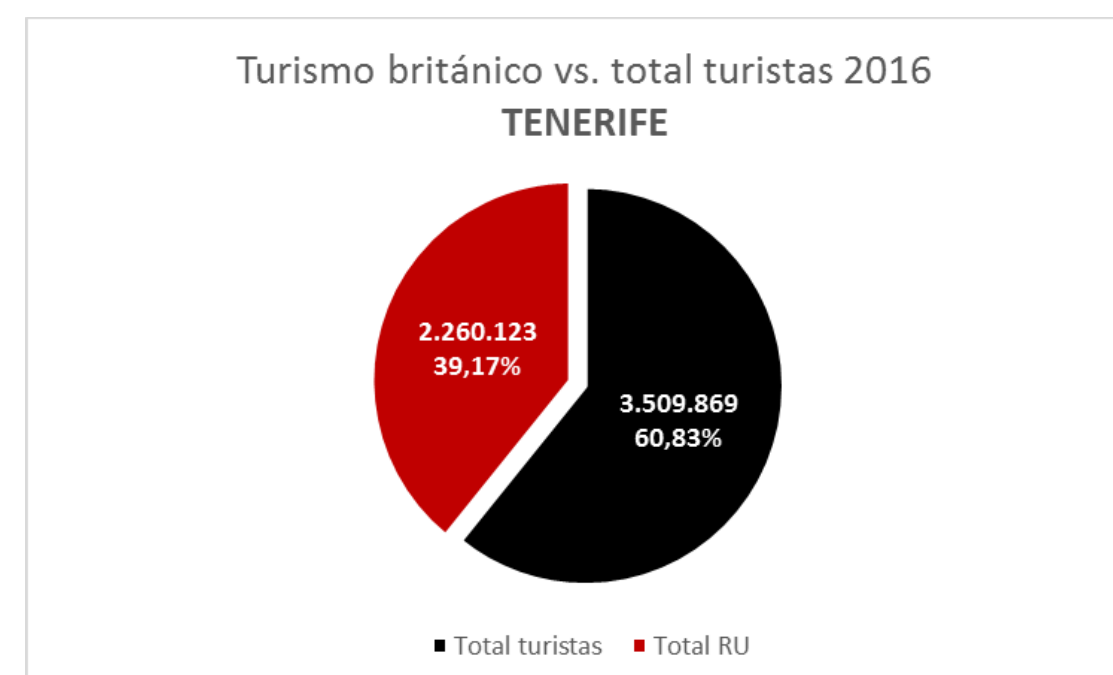
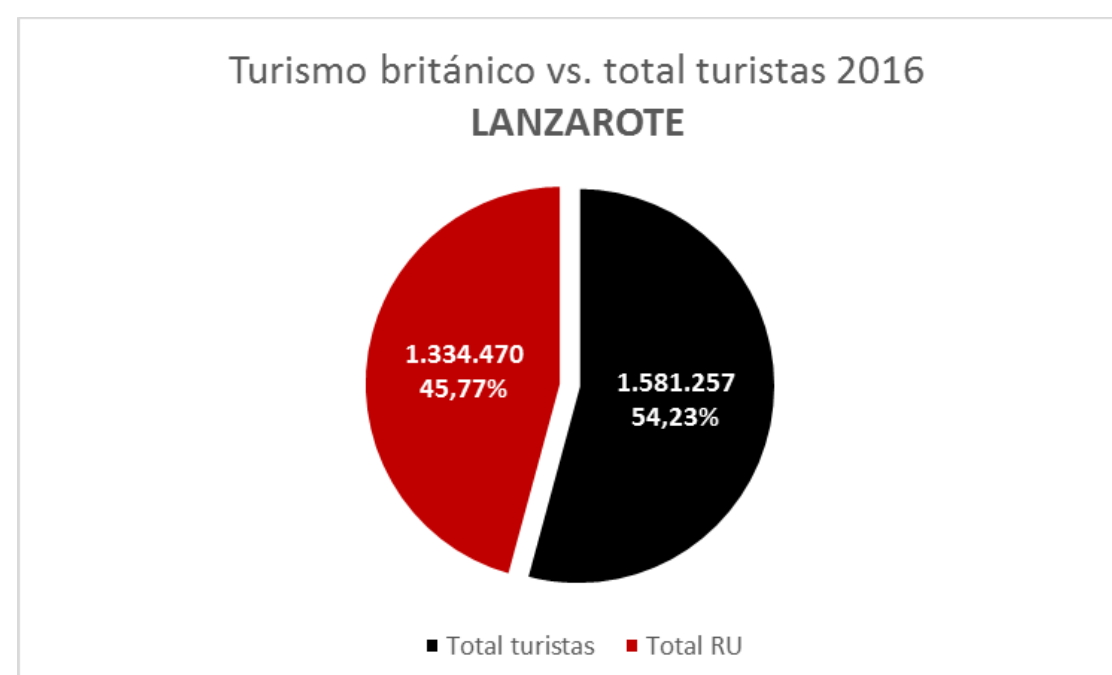
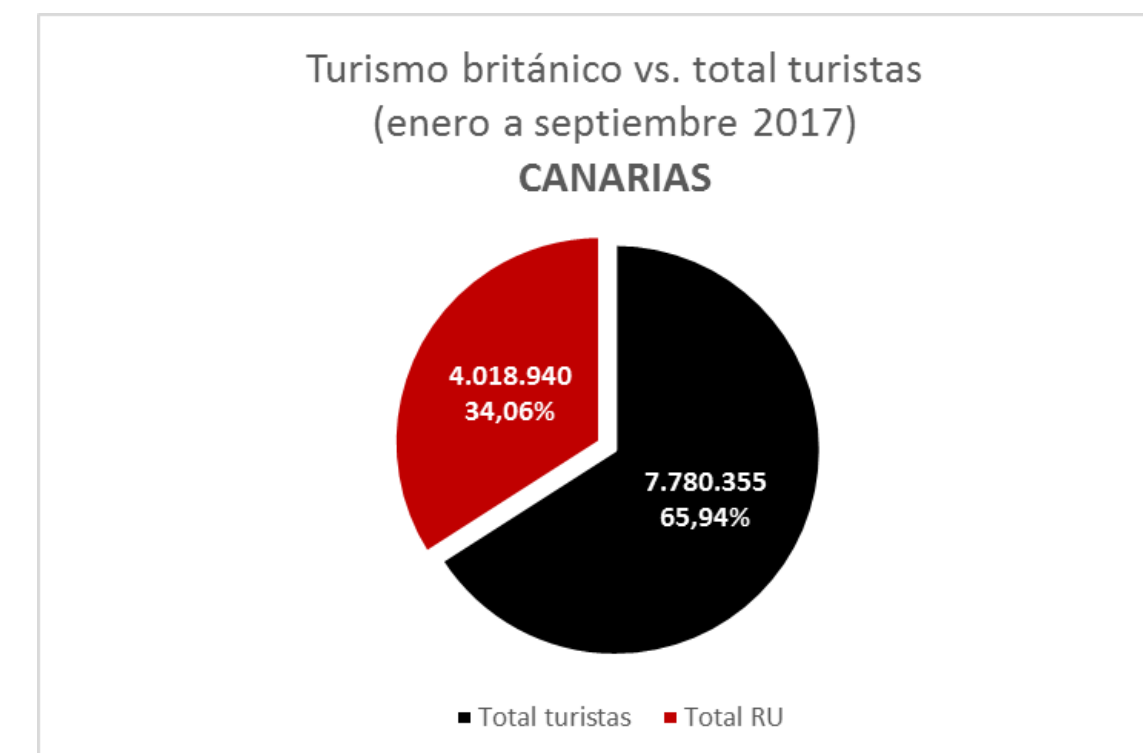
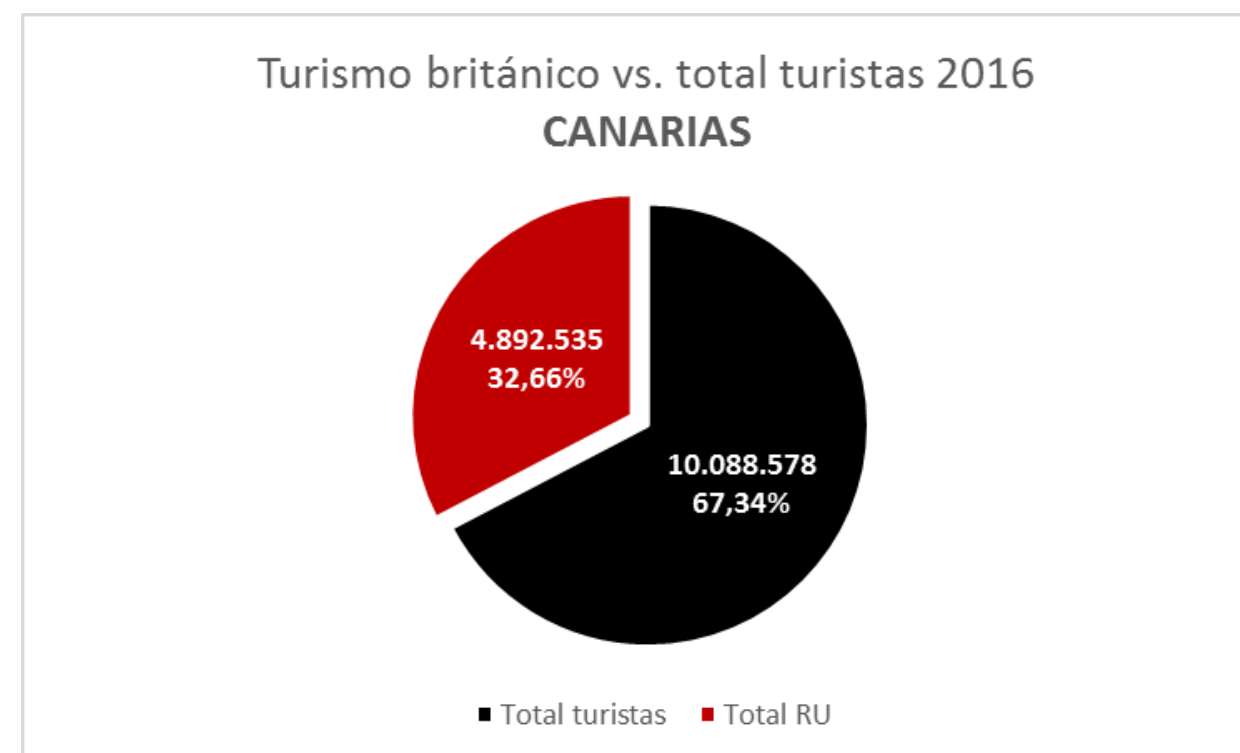
4º país del mundo en gasto turístico



Primer mercado emisor de España



El mercado británico en cifras



El mercado británico en cifras

Tabla de gasto por turista y día: total, en origen y en destino según las variables de clasificación. Lanzarote 2017 (I Trimestre). (1)

	TOTAL	Origen	Lanzarote
TOTAL	135,29	99,09	36,2
País de residencia			
Alemania	131,07	102,27	28,49
España	159,23	110,28	48,96
Holanda	119,74	87,33	32,41
Países Nórdicos	150,85	112,84	38,01
Reino Unido	128,64	94,55	34,09
Otros países	143,04	101,47	41,57

Posible efecto de la depreciación de la libra respecto al euro, impacto en gasto en destino.

Situación aérea de Reino Unido

Previsión de slots invierno 17/18 (movimientos):

	Invierno 16/17	Invierno 17/18
Tui Airlines	585	530
Thomas Cook	472	450
Ryanair	812	793
Monarch	307	0
Jet2	407	701
easyJet	369	418
British Airways	72	92
Norwegian	64	64
Total		-43 movimientos

Posición TTOO británicos ante Lanzarote

- Interés reedición acuerdos de co-marketing.
- Continúan con su apuesta por Lanzarote. Interesante incremento de Jet2 Holidays
- Incorporación paulatina de mensajes promocionales hacia nuevos productos.
- Perfil del turista británico:
 - No perciben las vacaciones como un lujo sino como una necesidad, independientemente de su situación económica.
 - La depreciación de la libra afectará al número de viajes al año y a su duración.
 - El principal motivo de viaje a España es el sol y playa.
 - España es percibida como un beach plus donde la playa es el elemento base con complementos experienciales.



WTM: otros mercados turísticos

- Alemania: + 9% previsión de slots invierno 17/18 (fuerte apuesta de Eurowings, Ryanair y TuiFly)
- Francia: + 19,3% previsión de slots invierno 17/18 (inicio operaciones Volotea y de easyJet desde este mercado)
- Escandinavia: - 1,6 % previsión slots invierno 17/18
- Hungría: multiacción promocional final de noviembre en Budapest

Productos turísticos & mercado británico

- **Sostenibilidad:** interesante reunión con TUI Sustainability
- Impulso **marketing sostenible** acciones co-marketing con el trade
- European Sports Destination: búsqueda de partner para amplificación proyecto y comercialización eventos (dorsales)
- Reunión con **Sports Tours International:** TO británico especializado en el ámbito deportivo



CONCLUSIONES

- Reino Unido mantiene su pujanza como mercado emisor turístico ante España y Canarias, con un notable dinamismo
- Pese a la incertidumbre del Brexit, su economía crece en torno al 1,5%, algo por debajo de la UE
- Las expectativas de las LLAA ante el Brexit no contemplan un escenario de eliminación de las libertades áreas (solicitud de Turismo Tenerife en WTM de exclusión de Canarias ante posibles efectos)
- El recorte de -1,3 % de slots para este invierno obedece a otros factores, como sobrecapacidad de temporadas anteriores o apertura de destinos competidores, además de la quiebra de Monarch Air Lines
- El valor turístico de Lanzarote y para todos los agentes británicos es un destino estratégico en sus planes futuros. No obstante, Turismo Lanzarote acentúa esfuerzos para reposicionar el destino con los productos deportivo, enogastronómico o sostenible, para impulsar el gasto y cualificar la imagen

WTM 2017

BALANCE - PRINCIPALES CONCLUSIONES | 14.11.2017



GRACIAS