

Seguiment de l'impacte del Covid-19 en l'activitat turística a nivell mundial

Sisena entrega, 6 d'abril de 2020

Contingut

1. Context del Covid-19	2
2. Mercat aeri	3
Catalunya	3
Internacional	4
3. Operadors turístics i webs de viatge	6
4. Activitat turística per mercats	7
4.1 Turisme emissor	7
4.2 Turisme receptor	9
5. Perspectives de futur	12
6. Impacte socioeconòmic	14

Destacats

- 1- El dijous 2 d'abril es va superar la barrera del milió de casos de Covid-19 mundialment.
- 2- La retallada dràstica de la capacitat aèria a l'Aeroport de Barcelona ha provocat pèrdues de passatgers rècord el mes de març i la previsió pel mes d'abril és més negativa.
- 3- Els TTOO i les OTA s'han vist greument afectats per la crisi del Covid-19. El *customer care* i la flexibilització en les polítiques de canvis i devolucions han estat les seves prioritats.
- 4- 1 de cada 5 estatunidencs no preveu tornar a viatjar fins el 2021.
- 5- La recuperació del mercat britànic començarà a partir de l'octubre de 2020.
- 6- La maduresa de les reserves d'allotjament a Barcelona és molt baixa i les ràtios de cancel·lació pels mesos d'abril i maig, especialment elevades.
- 7- Es preveu que, a mig termini, el turista viatgi més a prop, menys temps i en llocs menys massificats.
- 8- El sector turístic hauria de passar de les accions per gestionar la situació actual a començar a dissenyar estratègies i accions post-Covid-19.

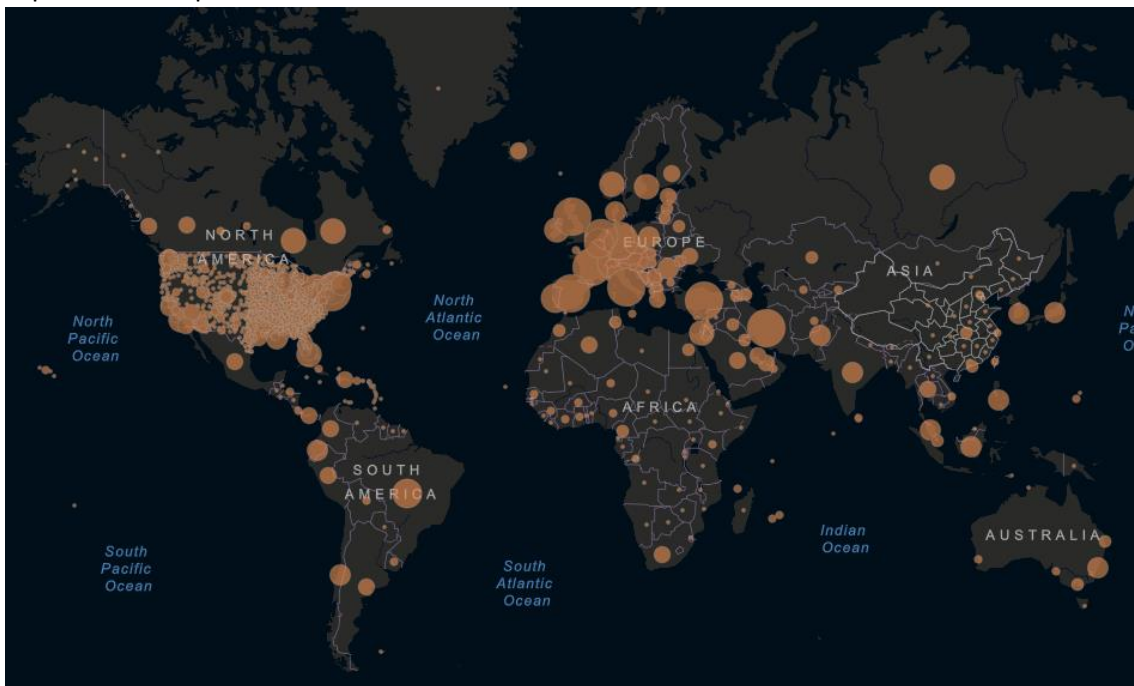
1. Context del Covid-19

El Covid-19 segueix estenent-se a **nivell mundial** i, a data 06/04 a les 16 h, s'han comptabilitzat en total 1.289.380 casos, 270.372 dels quals recuperats i 70.590 morts. Aquestes xifres s'han duplicat per dos respecte les mateixes xifres de fa 10 dies.

Europa i **Estats Units** són els principal focus de contagi ara mateix, mentre que la **Xina** continua en fase de remissió. A **Espanya**, tot i que s'han superat els 100.000 casos confirmats acumulats, ja s'han recuperat al voltant d'un 30% del total i és ara el segon país amb més recuperats, després de la Xina.

En els últims dies, s'han incrementat significativament els casos actius a l'hemisferi sud, sobretot a **Amèrica del Sud, Sudàfrica i Austràlia**.

Aquest és el mapa de casos actius:



Font: <https://gisanddata.maps.arcgis.com/>

2. Mercat aeri

Catalunya

Segons **ForwardKeys** per a l'**ACT**, les arribades aèries a **Catalunya** des de principis d'any fins a la declaració de l'estat d'alarma van caure un -28,7% respecte el mateix període de l'any passat.

El mercat emissor més afectat va ser el d'**Orient Mitjà** (-35,7%), seguit d'**Amèrica del Nord** (-33,0%), tot i que per quota de mercat, la caiguda més important va ser la dels **mercats europeus**, que van registrar una pèrdua del -31,3%.

Durant la setmana anterior al confinament, del 9 al 15 de març, les arribades a **Catalunya** van caure un -70,1%, destacant, per quota de mercat, la pèrdua de passatgers provinents d'**Europa** (-78,4%).

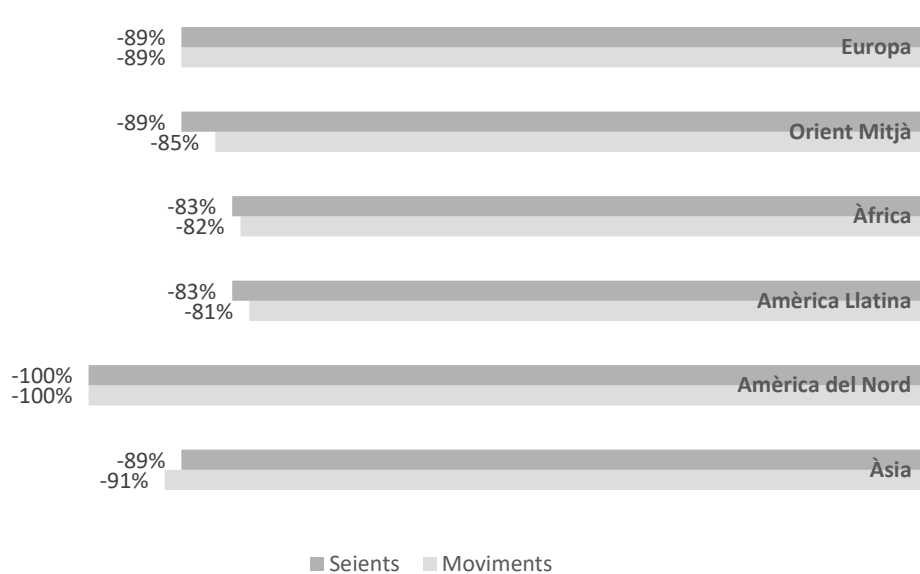
	Last Week			Year to Date		
	09 Mar 2020 To 15 Mar 2020	Var. %	Share	01 Jan 2020 To 15 Mar 2020	Var. %	Share
Total Int'l	15.368	-70,1%	100,0%	300.172	-28,7%	100,0%
Selected SM	14.222	-70,6%	92,5%	280.043	-29,3%	93,3%
Europe	4.410	-78,4%	28,7%	112.072	-31,3%	37,3%
Asia	3.348	-61,7%	21,8%	77.587	-26,7%	25,8%
LATAM	2.827	-45,4%	18,4%	38.468	-21,7%	12,8%
North America	3.428	-73,0%	22,3%	43.662	-33,0%	14,5%
MIDE	209	-85,3%	1,4%	8.254	-35,7%	2,7%
Others	1.146	-61,4%	7,5%	20.129	-19,5%	6,7%

Font: Forwardkeys per a l'ACT

La primera setmana de confinament, del 16 al 22 de març, les arribades van decaure un -87,9%, respecte la mateixa setmana de l'any anterior i les reserves per les següents setmanes (del 23 de març al 6 de maig se situaven un -73,3% per sota de les del mateix període de 2019).

Segons **GPA**, s'estima que el mes d'abril, l'**Aeroport de Barcelona** perdrà un -92% de passatgers respecte a l'abril de 2019.

Per la setmana del 30 de març, les variacions en **capacitat aèria** segons origen a l'**Aeroport de Barcelona** van ser:

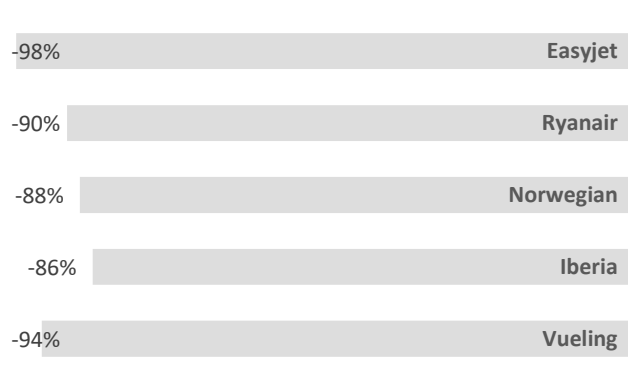


Font: Elaboració pròpia a partir de GPA

Internacional

A nivell internacional, segons **OAG**¹, l'última setmana de març va haver-hi una reducció de la capacitat aèria de més de 20 milions de seients. El mercat aeri té ara la meitat de capacitat que a mitjans de gener. **Àsia-Pacífic** és la regió on s'han perdut més seients (2/3 parts), mentre que la regió oest d'**Europa** ha perdut un -49,4% de capacitat aèria, similar a la mitjana mundial.

A dia 30/03, respecte el mateix dia de 2019, les **reduccions de capacitat** en totes les operacions² de les principals companyies aèries que operen a l'Aeroport de Barcelona han estat:



Font: Elaboració pròpia a partir de GPA

¹ https://www.oag.com/blog/30-of-global-capacity-wiped-out-in-one-week?utm_campaign=Single%20Largest%20Ever%20Capacity%20Reductions%20in%20One%20Week&utm_content=123683032&utm_medium=social&utm_source=twitter&hss_channel=tw-41229126

² No només a l'Aeroport de Barcelona

Les companyies aèries continuen prenent mesures estructurals per superar aquesta situació i comencen a demanar rescats³ o finançament públic i privat. Alhora, algunes companyies estan renegociant comandes d'accions amb les companyies de Leasing (per exemple: Easyjet).

Table 1 – Scheduled Airline Capacity by Region, 20th Jan – 5th Apr 2020 by Region

Row Labels	20-Jan	16-Mar	23-Mar	30-Mar	% Change Week on Week
North America	22,644,121	24,466,125	22,236,625	17,221,751	-22.6%
Asia : North East Asia	25,178,594	13,902,799	13,782,879	12,465,267	-9.6%
Asia : South East Asia	10,866,623	8,744,182	6,177,093	4,810,945	-22.1%
Europe: Western Europe	18,606,424	16,125,062	7,595,264	3,840,536	-49.4%
Europe: Eastern/Central Europe	3,701,241	3,455,236	2,176,139	1,930,546	-11.3%
Middle East	4,930,030	3,864,892	2,580,466	1,760,809	-31.8%
Latin America : Central America	2,444,383	2,435,335	2,040,677	1,548,458	-24.1%
Asia : South Asia	5,160,958	5,015,280	4,245,635	1,538,918	-63.8%
Southwest Pacific	2,835,574	2,650,559	2,187,186	855,162	-60.9%

Font: OAG

La majoria de països no permeten més del 50 % de les accions de les companyies aèries en mans estrangeres. Algunes associacions reclamen la liberalització en aquest punt per facilitar la reconstrucció del sector.

Destacar també que el govern xinès està potenciant l'aviació *cargo* per potenciar el comerç internacional⁴. A Espanya, el sector de *cargo* demana flexibilització de les mesures estatals i consideració de servei essencial segons ha estat publicat per la UE.

³ https://www.ara.cat/economia/coronavirus-covid-19-aerolinies-rescats-estats_0_2426157523.html

⁴ http://english.www.gov.cn/statecouncil/ministries/202003/30/content_WS5e81e332c6d0c201c2cbfc9f.html

3. Operadors turístics i webs de viatge

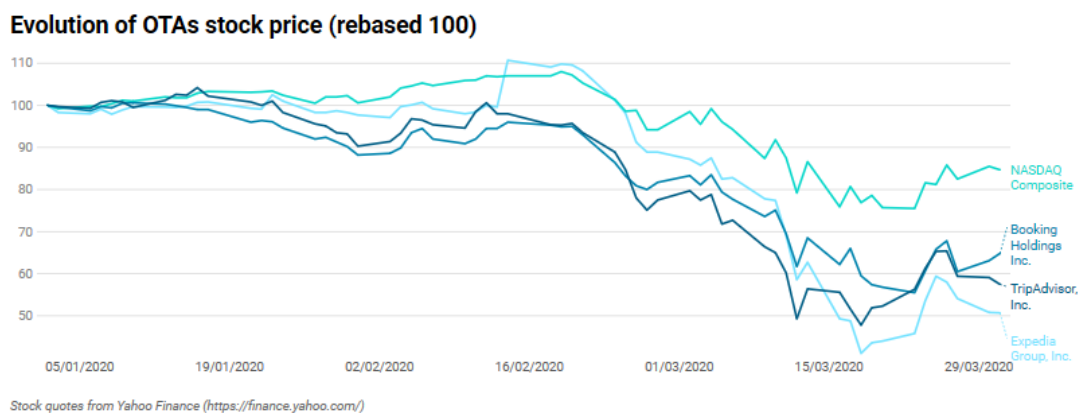
La majoria dels **TTOO**, com algunes **línies aèries**, estan aplicant polítiques de **devolució o flexibilitat** a les seves vendes per incentivar una demanda pràcticament inexistent. Els **webs de viatge** (OTA) han demanat als seus proveïdors màxima flexibilitat per a les cancel·lacions i devolucions fins a 24 hores d'antelació abans de les activitats. Aquestes condicions avantatjoses pels clients es van començar a aplicar en els mercats dels països més afectats per Covid-19 i es van anar estenent, a mesura que avançaven els contagis als diferents països, a nivell global.

Altres **TTOO** i **OTA** han **aturat les seves operacions** fins a finals d'abril i no estan acceptant noves reserves per evitar cancel·lacions i devolucions. En qualsevol cas, la màxima és el **costumer care** i, en general, aquestes empreses s'estan centrant en la situació actual, sense començar a dissenyar estratègies i accions de futur.

Get Your Guide i **TripAdvisor**, seguint les accions moltes **DMMO**, estan recopilant **tours virtuals** a nivell mundial per a que els seus clients puguin seguir "visitant" les destinacions des de casa i, com a excepció, **Tiqets.com** està començant a plantejar una campanya per quan acabi la crisi, amb l'objectiu de **transmetre seguretat** de les destinacions més populars.

Per la seva banda, **Expedia** és probablement la més afectada, ja que el seu model de negoci se centra en la venda d'hotels i vols des d'EUA. Els seus ingressos han caigut considerablement, ja que cancel·lar una reserva per un vol o un hotel és més complicat i té més penalitzacions que retornar una entrada per a una atracció o un monument, com fan la resta de pàgines. Les pèrdues per Expedia podrien arribar als 40 M de dòlars durant el primer trimestre de 2020⁵.

Aquesta ha estat l'evolució als mercats de les principals OTA (Booking, TripAdvisor i Expedia):



⁵ https://www.oag.com/blog/where-do-otas-stand-in-the-covid-19-era?utm_campaign=OTAs%20Crack%20in%20their%20tracks&utm_content=123218502&utm_medium=social&utm_source=twitter&hss_channel=tw-41229126

4. Activitat turística per mercats

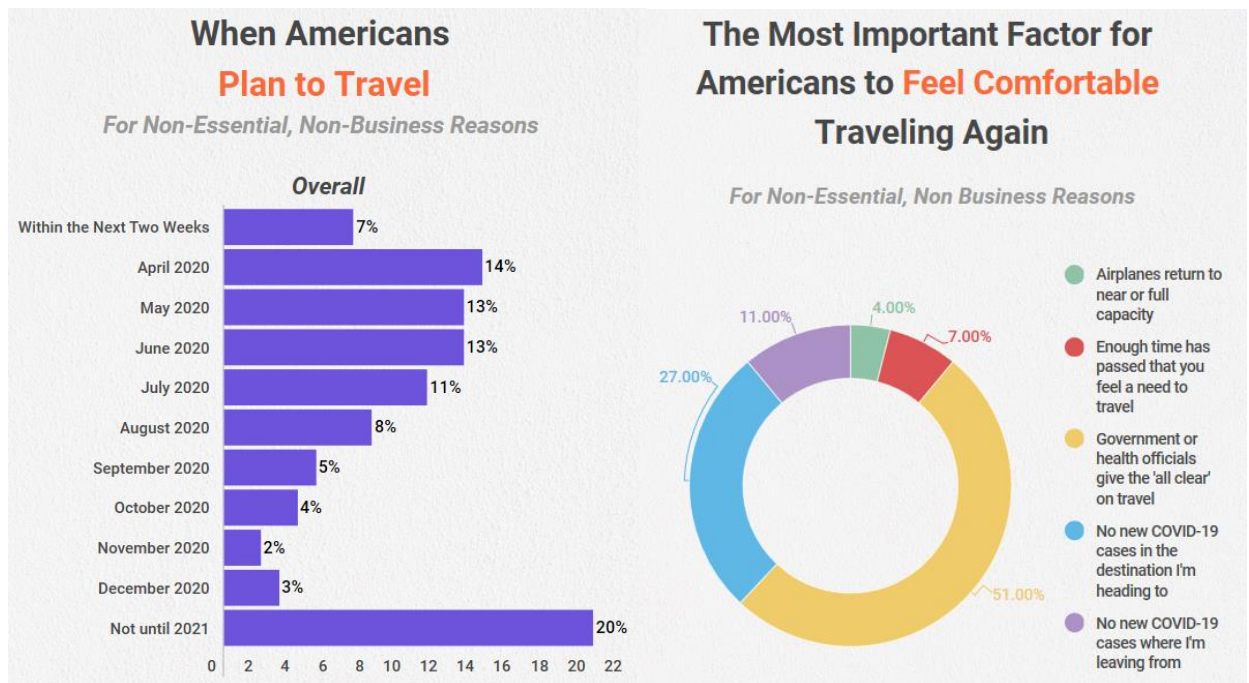
4.1 Turisme emissor

Estats Units

En una enquesta realitzada per **Upgraded Points**⁶ 1.250 estatunidencs a partir de 18 anys, s'ha preguntat sobre els seus **plans i preocupacions de viatge** arrel de la crisi del Covid-19.

Els principals resultats han estat:

- **1 de cada 5 no viatjarà fins el 2021**, tot i que sorprenentment, la mateixa proporció viatjarà immediatament o durant el mes d'abril.
- El que més preocupa als estatunidencs a l'hora de viatjar és **contraure la malaltia mentre estan de viatge** (41%), seguit de **contagiar el virus a amics i familiars** com a resultat d'haver-se infectat (32%) i de **contagiar sense ser-ne conscient** (17%). Només un **1 de cada 10 no té cap preocupació** de viatjar actualment.
- Entre els **factors que els farien sentir més segurs** a l'hora de tornar a viatjar es troben, de major a menor importància: que el govern o les autoritats sanitàries tornin a considerar segur viatjar, que no hi hagi nous casos de Covid-19 al destí o que no n'hi hagi de nous al lloc d'origen.



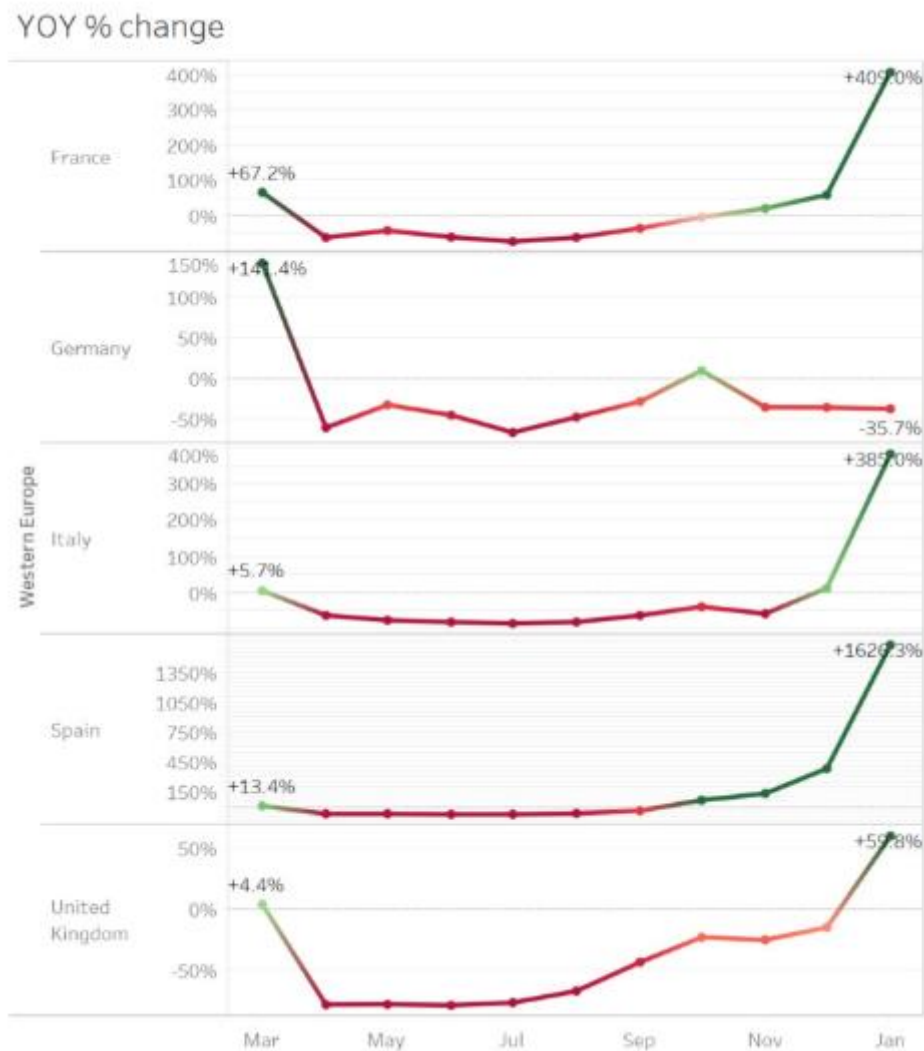
Font: Upgraded Points

⁶ <https://upgradedpoints.com/us-travel-plans-coronavirus-survey>

Regne Unit

Segons **Hosteltur**⁷, la demanda de viatges a **Espanya** començarà a repuntar a partir de l'octubre, basant-se en les dades de recerca de vols de l'empresa **Sojern**.

Aquesta ha estat la variació de les cerques per viatjar als principals destins europeus en les últimes dues setmanes de març, segons data prevista de viatge:



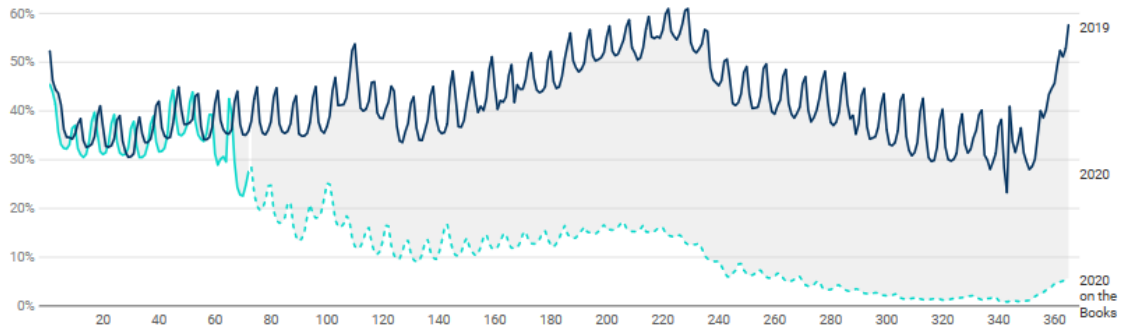
Font: Sojern

⁷ <https://www.hosteltur.com/135733-asi-planifican-los-turistas-britanicos-donde-y-cuando-volveran-a-viajar.html>

4.2 Turisme receptor

Segons **See Transparent**⁸, la maduresa de les reserves a nivell mundial per lloguers a curt termini (no inclou allotjament en hotels) és molt baixa. Els mesos de primavera i estiu (fins al dia 220), es mantenen en una maduresa del voltant del 10-15%, mentre que després frega el 0%.

Global Short-Term Rental Occupancy Estimate 2019 vs. 2020



Source: seetransparent.com · Get the data · Created with Datawrapper

Font: See Transparent

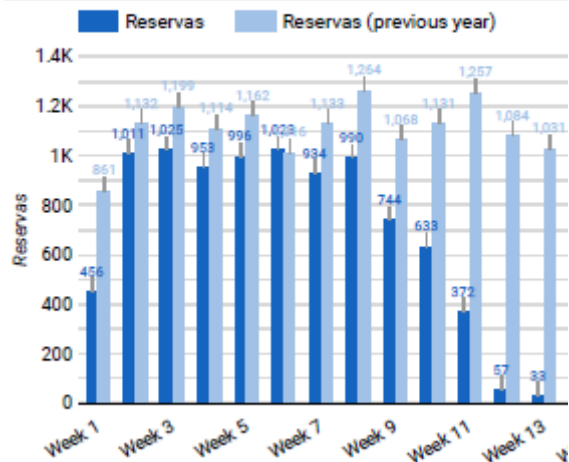
Barcelona

Segons **Top Tourism Marketing** per a l'ACT, el descens d'emissió de reserves en allotjaments a la ciutat de **Barcelona** es va començar a registrar la setmana del 24 de febrer a l'1 de març, coincidint amb la notícia del gran impacte del Covid-19 a **Itàlia** i el primer cas de Covid-19 a **Catalunya**.

Les reserves van caure a la meitat la setmana del 9 al 15 de març, primera setmana de confinament total a **Itàlia**.

Reservas 2020 vs 2019

evolució por fecha de reserva

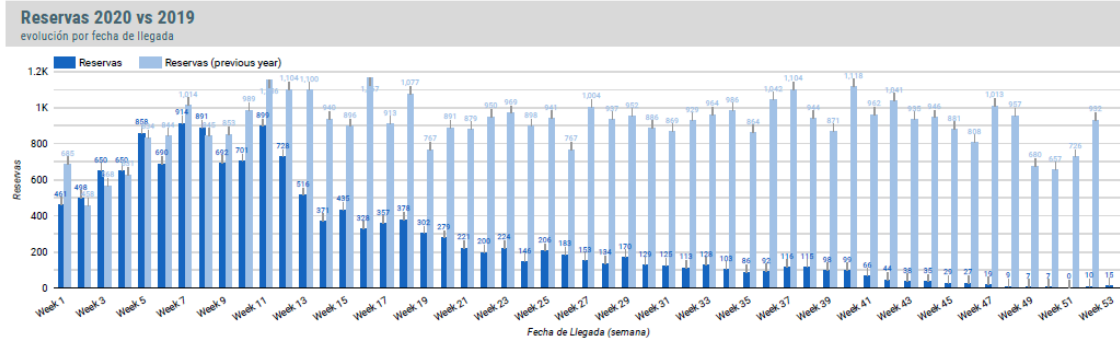


Font: Top Tourism Marketing per a l'ACT

Durant les dues últimes setmanes, l'emissió de noves reserves ha estat **pràcticament inexistent**.

⁸ <https://www.seetransparent.com/coronavirus-impact/impact-in-global-demand.html>

Per data d'arribada, les **reserves d'allotjament** estan molt per sota que les reserves de les de 2019, sobretot a partir de l'estiu, tot i que hi ha petits repunts a mitjans de juliol i de setembre.

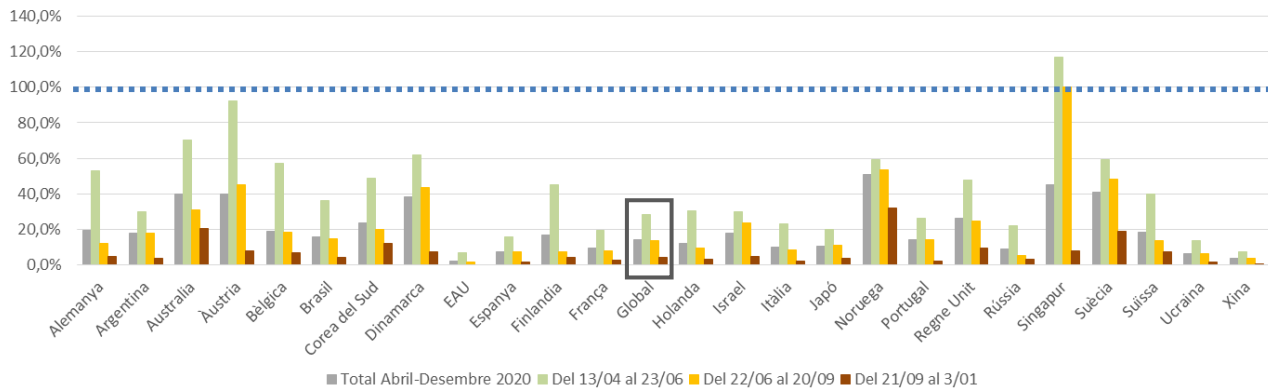


Font: Top Tourism Marketing per a l'ACT

D'abril a desembre de 2020, s'han realitzat el 14,0% de reserves d'allotjament a **Barcelona** del total de reserves realitzades al 2019 en el mateix període.

Per temporades, les reserves per la **primavera** són les que estan més avançades, però només suposen el 28,2% de les reserves de 2019. Cal tenir en compte, que el risc que el període de confinament s'allargui als diferents països pot provocar que hi hagi cancel·lacions d'última hora o moviment a dates posteriors. La temporada d'**estiu** se situa prop de la mitjana anual i la de **tardor**, està molt per sota de l'any anterior, amb un 4,0% de reserves sobre el total de 2019, també hi ha l'efecte d'última hora que afecta a la **maduresa de les reserves**.

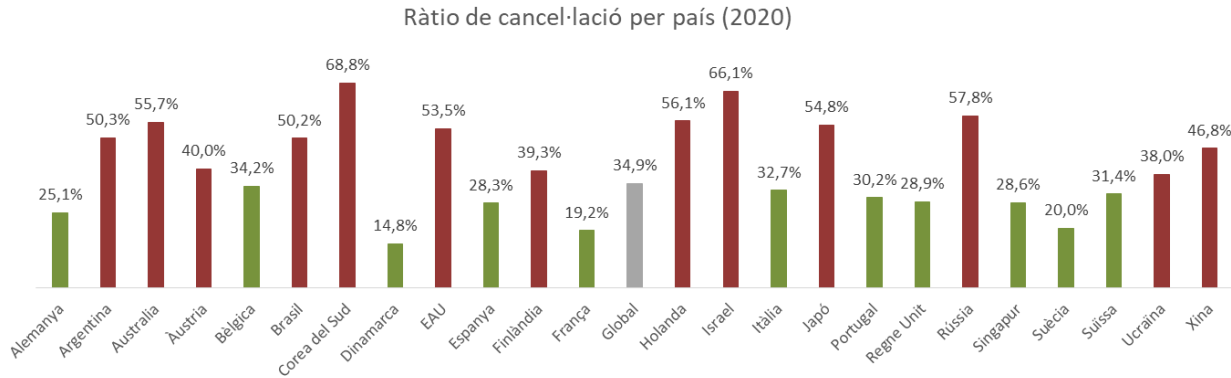
% de reserves de 2020 respecte el total de 2019 per temporada i països



Font: Elaboració pròpia a partir de Top Tourism Marketing per a l'ACT

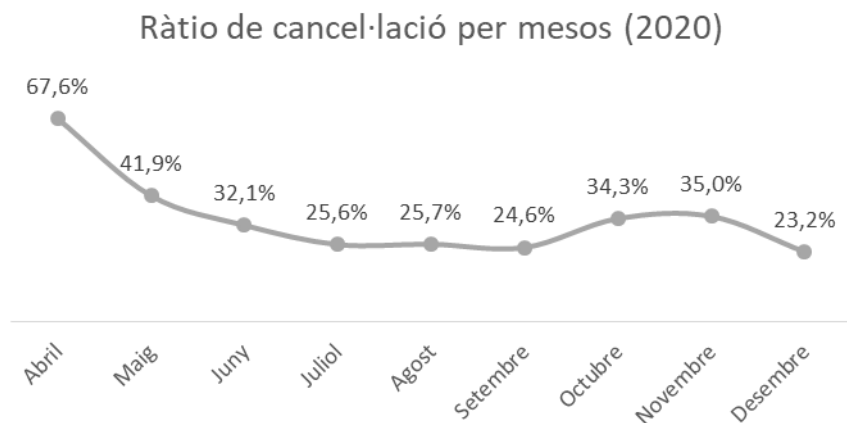
Per països, en general, **els mercats més afectats pel Covid-19** en origen (Espanya, França, Holanda, Itàlia, Japó, Xina), mostren percentatges de reserves més baixes que la resta tot i que hi ha algunes excepcions com Alemanya i Regne Unit, que estan per sobre de la mitjana.

La **ràtio de cancel·lació**, és a dir, el número de reserves cancel·lades dividit entre el número de reserves finalitzades en el període, s'ha situat en un 34,9% de mitjana anual.



Font: Elaboració pròpia a partir de Top Tourism Marketing per a l'ACT

Pràcticament tots els **països europeus registren ràtios inferiors** a la mitjana global (barres verdes). Per contra, la majoria de països amb ràtios superiors, són intercontinentals (barres vermelles).



Font: Elaboració pròpia a partir de Top Tourism Marketing per a l'ACT

Per mesos, la **ràtio de cancel·lació és més alta a l'abril i maig**. A l'estiu, la ràtio de cancel·lació disminueix i torna a augmentar, lleugerament els mesos d'octubre i novembre.

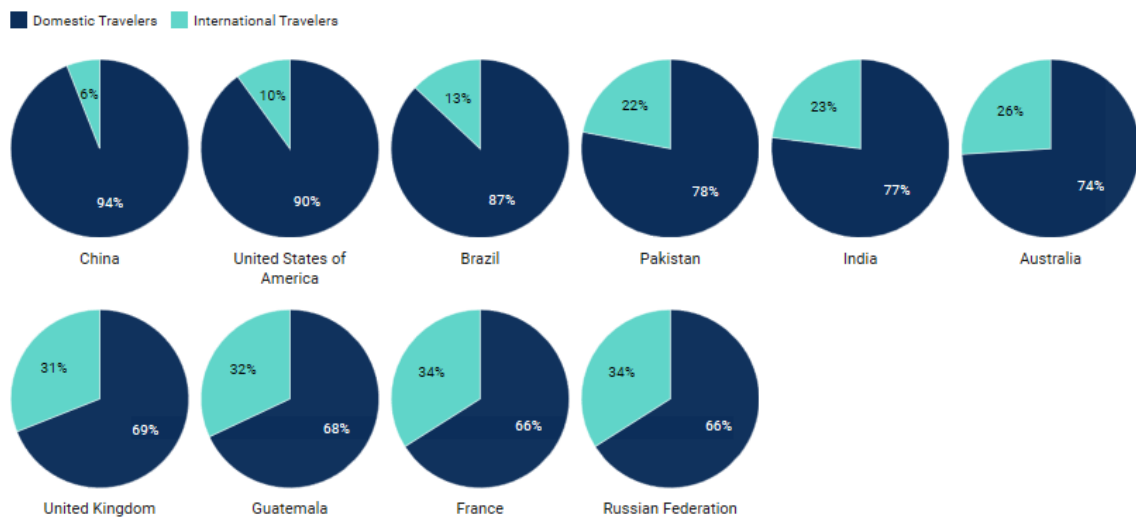
5. Perspectives de futur

La confluència de diversos estudis, enquestes i resums ens porten a la conclusió que el **turista** a mig termini tendirà a viatjar **més a prop**, a cercar destinacions **més alternatives** i menys massificades, reservar amb **menys antelació** i fer estades més **curtes**⁹.

Aquesta tendència aniria en línia amb l'estudi que vam introduir en el darrer informe setmanal de l'OTB sobre el Covid-19, en que s'afirmava que els **xinesos** cercaven viatges en entorns més **naturals** i **rurals** i experiències de **benestar**, alhora que afirmaven que viatjarien més **en família**¹⁰.

En conclusió, després del Covid-19, el turista viatjarà més a **espais poc aglomerats i propers**. Això podria significar un canvi important en el **transport d'arribada** a les destinacions, amb un creixement del **tren i el cotxe** i una disminució important dels avions i els creuers.

Top 10 domestic traveller nations



Font: See Transparent

Segons **Adam Sacks d'Oxford Economics**, els primers negocis del sector turístic en recuperar-se seran els **hotels** i les **atraccions turístiques** i, tot i que aquesta crisi marcarà un abans i un després en el sector, de la mateixa manera que en el cas de 11/09/2001, a demanda s'acabarà recuperant igual que abans de la crisi.

Per altra banda, si bé fins ara les **DMMO** s'han centrat en **donar suport** i **assessorar** als negocis turístics, proposar activitats per **descobrir les ciutats des de casa** i, a curt termini, promocionar les destinacions als **mercats domèstics**, s'haurien de començar a fer esforços de promoció en

⁹ <https://www.ketchum.com/preparing-for-the-future-of-tourism-in-a-post-covid-19-world/>

¹⁰ <https://dragontrail.com/resources/blog/coronavirus-recovery-chinese-traveler-sentiment-march-2020>

vistes a la sortida de la crisi. En un article a **Ketchum**¹¹, es detallen algunes accions interessants com:

- **Coordinar-se i col·laborar:** tot el sector turístic hauria de treballar col·lectivament per beneficiar-se mútuament.
- **Escollir els missatgers correctes:** el missatge serà tan important com qui el transmet.
- **Mostrar i no només explicar:** caldrà demostrar que els destins han tornat a la normalitat i transmetre **que tornen a ser segurs**¹².
- **Monitoritzar els mitjans de comunicació especialitzats en viatges:** cal trobar la manera d'estar presents en els diferents mitjans, tot i que ara mateix no es pugui viatjar, mantenir una relació estreta amb els periodistes amb continguts que siguin convenients i sensibles a la situació¹³.
- **Cercar oportunitats dirigides**, per exemple:
 - Promocionar **destinacions alternatives**, fora dels circuits habituals, ja que seran accessibles per la majoria en cotxe i promoure les escapades de cap de setmana per evadir-se del dia a dia.
 - Per una aerolínia, promoure els **valors de la companyia** mentre no pugui volar, com la seva vessant humana, hospitalitat o innovació.
 - Per una companyia de creuers, promoure missatges que ajudin a **canviar les percepcions errònies** que el Covid-19 ha causat al seu negoci o dissenyar **productes especials** per l'estiu amb polítiques flexibles que donin tranquil·litat als clients potencials.

¹¹ <https://www.ketchum.com/preparing-for-the-future-of-tourism-in-a-post-covid-19-world/>

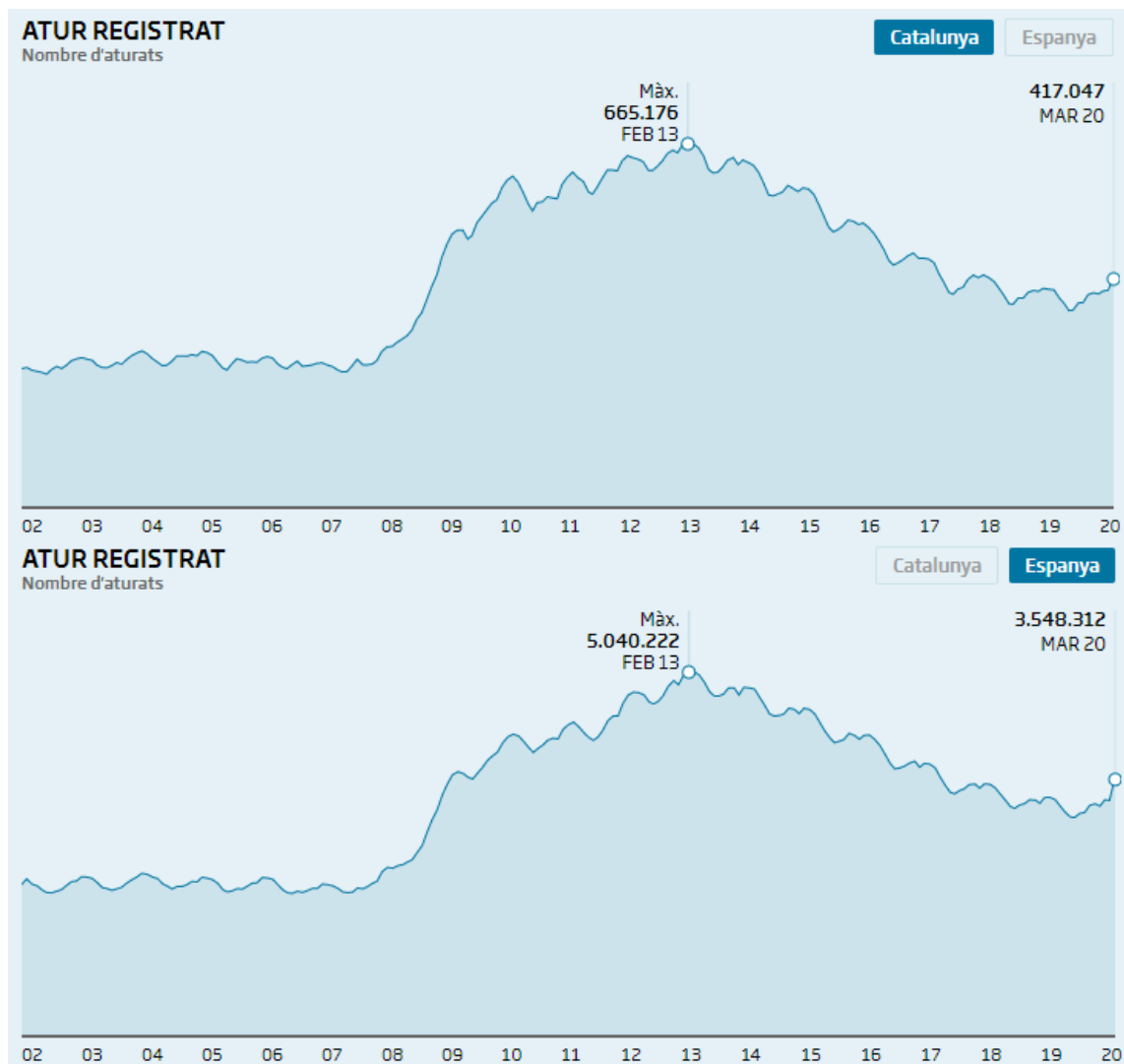
¹² Algunes companyies aèries, com Alitalia, ja han començat a fer campanyes per demostrar la seguretat de viatjar amb ells: https://twitter.com/Alitalia_Esp/status/1240560729473921030

¹³ Consultar els resultats d'una enquesta feta a periodistes que cobreixen temàtiques sobre turisme: <https://www.ketchum.com/the-state-of-travel-reporting-in-the-world-of-covid-19/>
<https://www.ketchum.com/wp-content/uploads/2020/03/Ketchum-Travel-COVID-19-Infographic-2020.pdf>

6. Impacte socioeconòmic

El dijous 02/04 es van fer públiques les dades d'atur registrat a **Catalunya** i a **Espanya** durant el mes de març.

A **Catalunya**, sense comptar els treballadors afectats per ERTO, l'atur va augmentar un 5%, fins a les 417.000 persones.



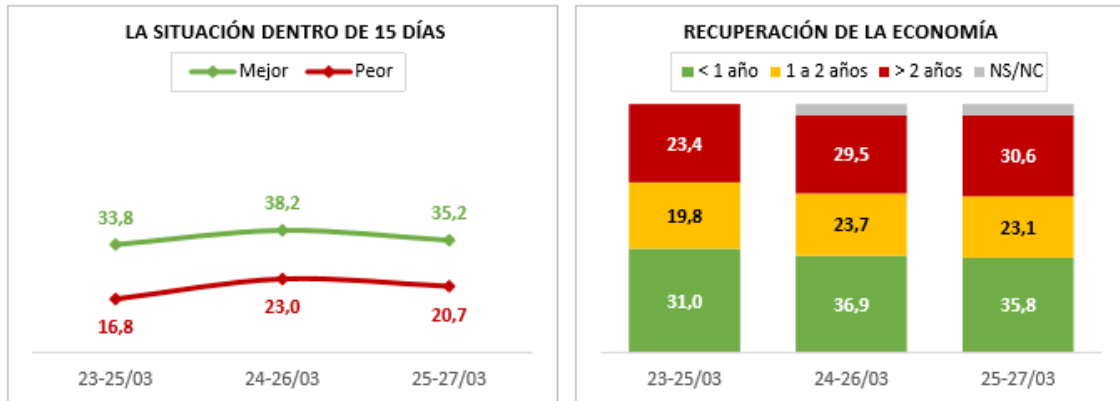
Font: ara.cat a partir del Ministeri d'Ocupació

Pel que fa a la xifra de **treballadors afectats per ERTO a Catalunya**, la Conselleria de Treball va anunciar l'01/04 que ja en són 571.363 i que s'han tramitat 77.662 expedients d'aquest tipus. Això significa uns augments del +42,0% i del +51,3% respectivament, respecte les dades presentades la setmana anterior.

Una enquesta feta per **GESOP** a Espanya del 23 al 27 de març a 671 persones, en que es preguntava per diferents aspectes relacionats amb la crisi del Covid-19, es posava de manifest

que 1 de cada 5 creia que la situació d'aquí a dues setmanes, serà pitjor. Per contra, la proporció dels que creien que la situació seria millor era lleugerament superior.

Pel que fa a la recuperació de l'economia, només 1 de cada 3 creien que serà abans d'un any, seguits dels que creien que serà en un període superior als 2 anys.



Font: GESOP