
Információk Spanyolország utazási piacáról – A Phocuswright Spanish Online Travel Report alapján –

A pénzügyi nehézségek és a megszorítások éveit követően Spanyolország gazdasága ismét kedvező irányba indult el. Az újjáéledő turizmusipar – az egymást követő, beutazó turizmus szempontjából rekordéveknek köszönhetően – hozzájárul a foglalkoztatás növekedéséhez és új életet lehel az ország turisztikai központjaiba. 2014-ben a beutazó turizmus 7,4%-kal nőtt, elérte a 65 millió főt, amivel Spanyolország a harmadik leglátogatottabb úti cél a világon Franciaország és az Egyesült Államok után. Spanyolország az egyik nagy haszonélvezője a kulcspiacokon (Egyesült Királyság, Franciaország, Németország) tapasztalható fogyasztói bizalom növekedésnek. Mivel a „napfény és strand” kategóriában a hagyományos, fontos versenytársak (Tunézia, Egyiptom, Görögország) elhúzódozó politikai instabilitással küzdenek, Spanyolország lett az egyik elsődleges nemzetközi célpont a napfényes, tengerparti vakációkat kereső turisták körében.

Mindeközben a belföldi turizmus lassan tér vissza a korábbi idők szintjére. A megindult gazdasági növekedés és a csökkenő munkanélküliség javította az általános fogyasztói kilátásokat Spanyolországban, ebből következően az utazás szempontjából is kedvezőek a kilátások. Habár a munkanélküliség 2015 második felében a legalacsonyabb szintet érte el 2011 óta, a fiatalok körében továbbra is nagyon magas a munkanélküliek aránya.

A javuló gazdasági kilátások lehetőséget adnak az utazási vállalatoknak arra, hogy a saját stratégiai pozícióik megerősítésére fókuszáljanak. A légitársaságok az uralkodó optimizmust kihasználva új, illetve korábban megszüntetett járatokat indítanak be.

A mobilhasználat aránya Spanyolországban az egyik legmagasabb az európai országok közül. A felmérések szerint a spanyolok 80%-a rendelkezik okostelefonnal. A nagyarányú mobilhasználat, a kijelzők méretének növekedése, és a mobil honlapok fejlődése következtében a spanyol utazók egyre inkább használják a mobil eszközöket az utazások megtervezése, lefoglalása és lebonyolítása során is. A spanyol fogyasztók, különösen a fiatalabb korosztály, rendkívül lelkesen használja a mobiltelefont információkeresésre, tájékozódásra, vásárlásra és élmények megosztására, de mikor utazással kapcsolatos vásárlásról van szó, már nehezebben szánják rá magukat a mobil használatára, különösen a komplexebb utazási termékek esetében. Ennek ellenére a spanyol online foglalások, és ezen belül a mobilos foglalások aránya is növekszik, az összes online foglalás 16%-a mobil eszközön történt 2015-ben.

Forrás: Phocuswright Spanish Online Travel Report Eleventh Edition (megjelenés: 2015. december)