

Budapest, 2013. december 19.

## SPANYOLORSZÁG KIUTAZÓ PIACA

### MEGJELENT A MINTEL „SPAINOUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYA

A MINTEL tanulmánya Spanyolország gazdaságának és turizmusának jelenlegi helyzetéről ad tájékoztatást, valamint a kiutazó turizmus összetételét és a főbb úti célokat is vizsgálja. Leírást ad a piac legfontosabb tulajdonságairól, például a demográfiai összetételről, a foglalási szokásokról, az utazások fő céljáról, a költségről és az utazások hosszáról. Bemutatja a legnépszerűbb közlekedési módokat és a leggyakrabban igénybe vett szálláshelytípusokat, valamint bemutatásra kerül a tour operátorok és az utazási irodák tevékenysége is. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait.

A spanyol kiutazó piac nehéz időszakon ment keresztül az elmúlt években. A 2000-es években többenéltek jólétben, így akkor a kiutazó turizmus is virágzott. A spanyol fogyasztók megragadták a lehetőséget arra, hogy tengerentúlra utazzanak, a munkahelyi lehetőségek és a fizetések is jóval kedvezőbbek voltak, így a tengeren túli utazások a népesség egy nagyobb csoportjának is elérhetővé váltak. Megjelentek az online utazási irodák és a fapados légitársaságok, olcsóbb utazásokat kínálva, valamint megnövekedett a repülőgéppel megközelíthető desztinációk száma is.

A fordulópont 2009-ben érkezett el, amikor a globális recesszió negatív hatással volt Spanyolországra, és jelentősen csökkent a kiutazások száma is. A 2009 utáni megszorító intézkedések keményen sújtották a fogyasztókat és az iparágat is, ami sztrájkokhoz és a fogyasztók elégedetlenségéhez vezetett. A munkanélküliség új rekordokat döntött, a spanyol felnőtt korosztály 25%-a, a fiatal felnőttek 50%-a munkanélkülivé vált. 2012 jelentette a legnehezebb évet a spanyol gazdaság, így a turizmus számára is: a kiutazások számában például 8,7%-os visszaesést tapasztaltak. Még a nagyobb utazási irodák is bevételeik csökkenéséről számoltak be 2012-ben. A gazdasági válság miatt több utazási irodais csődöt jelentett. Ezzel szemben az online utazási irodák ellenére növekedésről számoltak be, az utazóknak olcsó utazásokat kínálva.

A nyugati országokkal összehasonlítva a spanyol kiutazó piac még mindig csak a fejlődés szakaszában van. A spanyolok évente viszonylag alacsony számban utaznak külföldre, ezzel szemben nagy számban vesznek részt belföldi utazásokon. A Spanyol Turisztikai Intézet (IET: Instituto de Estudios Turísticos) adatai szerint 2011-ben a spanyol kiutazások 80%-a Európába történt. A fapados légitársaságok megjelenésének köszönhetően Spanyolország és az európai nagyvárosok között jó az összeköttetés, valamint az ár-érték arány is kedvező.

Az IET adatai szerint a spanyol kiutazások fő motivációja a szabadidős tevékenységek, illetve a nyaralás (51,7%). Ezt követi a rokonok, barátok meglátogatása (28,3%), a harmadik helyen pedig az üzleti cél áll (15,1%). Az IET szerint a spanyolok a kiutazás során elsősorban (2011-ben a megkérdezettek kétharmada) a kulturális élményeket részesítik előnyben. Tengerparti és vidéki nyaralásokat 16,8% választott. Ezzel ellentétben a FlashEurobarometer 2013-as felmérése szerint a spanyolok fő motivációja a kiutazások tekintetében a tengerparti nyaralások (43,0%), és csak ez után következik a kulturális motiváció (27,0%).

A spanyol kiutazó turisták tanultak és jártasak a modern digitális technológiákban is. A spanyol lakosság majdnem kétharmada (63,1%) használja az internetet a Médiakutatási Szövetség (AIMC: Asociacion para la Investigacion de Medios de Comunicacion) 2013. márciusijelentése szerint. A 2011-es adatok szerint a spanyolok első sorban arra használják az internetet, hogy információt gyűjtsenek a közlekedési módokról, szálláshelyekről, a desztináció által kínált speciális lehetőségekről. Az online foglalás is elterjedt módszer, általában tíz utazásból nyolc esetben használták a turisták ezt a lehetőséget. Az internethasználat nagy aránya ellenére az utazási irodák még mindig fontos szerepet játszanak Spanyolország turizmusában. A FlashEurobarometer 2013-as felméréséből kiderül, hogy a spanyolok 30%-a keresi fel az utazási irodákat vagy a turisztikai hivatalokat az utazási terveik előkészítése során (az EU átlag 21%). Ugyanakkor az internet volt a legnépszerűbb információs eszköz a spanyolok körében, 56%-uk használta az utazás megszervezéséhez.

Az IET adatai szerint 2011-ben a spanyolok turisztikai költése 9,2 milliárd USD volt, amely 2010-hez képest 3,4%-kal csökkent. Egyaránt csökkent az átlagköltés (-8,6%), valamint az egy fő egy napjára jutó költés is (-5,7%). A turisztikai kereslet csökkenése miatt az utazási irodák arra kényszerültek, hogy mérsékeljék az áraikat.

A jövőben a spanyol kiutazó piac addig lesz inaktív, amíg a spanyol gazdaság ki nem lép a recesszióból és el nem kezd újra növekedni. Néhányjel már arra utal, hogy a spanyol gazdaság már felfeléívelőben van, és a lassú gyógyulás már biztosra vehető. A jövőben a kiutazó turizmust az alacsonyabb fogyasztói költés és az utazások számának csökkenése fogja jellemezni. A szakemberek szerint 2013-ban még mindig nem fog fellendülni a spanyol kiutazó piac, azonban 2014-re már jó esélyeket látnak a fejlődésre. A spanyol kormányzati szervek 0,5%-os gazdasági növekedést várnak, amit a Spanyol Nemzeti Bank becslése (+0,6%) is alátámaszt. A TripAdvisor 2013. júniusi felméréséből kiderül, hogy a spanyolok ugyan utaznak, de kevésbé gyakran, évente egy külföldi nyaralást engednek meg maguknak. Ez azt jelenti, hogy a spanyolok 43%-a 500–1000 eurót, míg a Spanyolországban élők 28%-a 1500–3000 eurót költ utazásra. A spanyolok utazási kedvének növekedésében döntő szerepet játszanak a speciális ajánlatok és a kedvezményes csomagajánlatok, amelyet a fenti felmérés szintén alátámaszt: a spanyolok 49%-a megváltoztatná az úti célját, hogyha például az all-inclusive ajánlatokat kedvezőbb áron érhetnék el. Ugyanakkor az Ipsos 2013. májusi felméréséből is kiderül, hogy a spanyolok 57%-a nem tervezett nyaralást 2013-ban.

2013 és 2014 még a nagyobb utazási irodáknak is megmérettetést jelenthet. A légitársaságoknak viszont kiemelkedő szerepük lehet abban, hogy a spanyol fogyasztókat külföldre csábítsák. Nagy a kihívás, hiszen Spanyolország a világ egyik vezető turisztikai desztinációja, így a spanyolok maguk is széleskörű lehetőségek közül választhatnak a saját országukon belül is.

---

***További információk:***

**Magyar Turizmus Zrt.**  
**Kutatási Iroda**  
Tel.: 488-8710  
Fax.: 488-8711  
E-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)  
Internet: [itthon.hu](http://itthon.hu)