

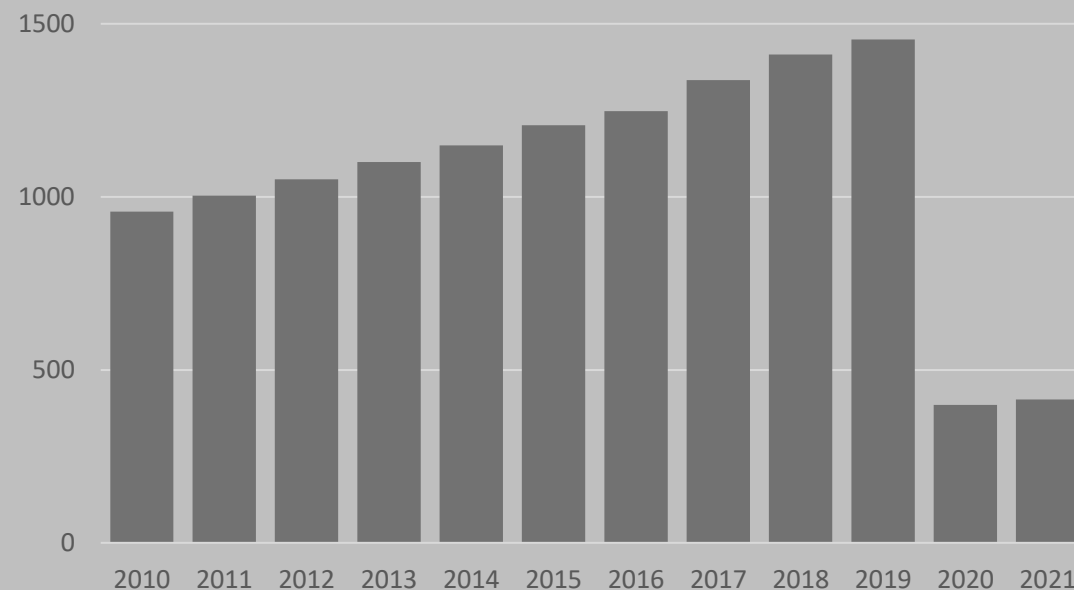


CAMPANYA HIVERN 2022 / 2023

Venim d'una situació post-Covid on les xifres de turistes han millorat en els últims 2 anys, lluny però de les dades de 2019

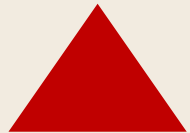
- El turisme va viure una **progressió creixent** des de 2010 fins a l'arribada de la Covid-19
- L'any 2021 ha significat una recuperació amb 415 milions de turistes al món, que ha representat un **creixement del 4% respecte el 2020**
- Tot i això, la **caiguda en viatgers** respecte 2019 es situa en un **-71,5%**
- El primer baròmetre de la OMT pel 2022, indica que l'increment de la vacunació, i la flexibilització en les restriccions de viatjar han contribuït a millorar la xifra

Evolució del nombre de viatgers al món



Font: Organització Mundial de Turisme 2010-2021





Preu de l'energia
Preu de les matèries primeres

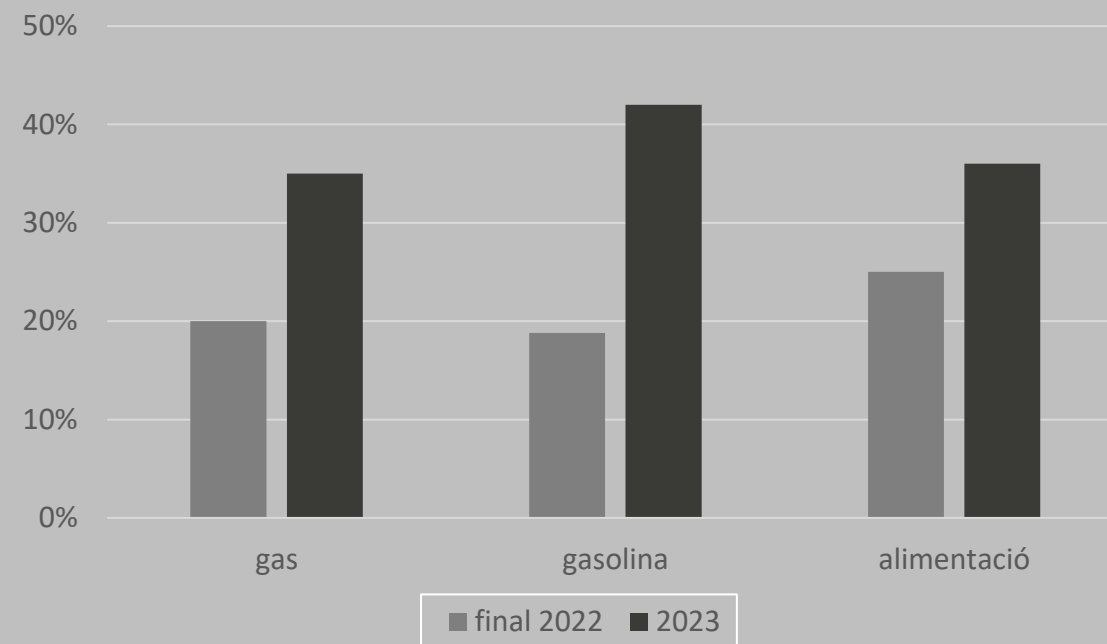


Consum

Les previsions per 2023 determinen un encariment global dels béns de consum

- L'increment dels **preus dels bàsics incrementarà en proporcions de 2 dígit**s a finals de 2022
- Aquest increment de preus **es mantindrà a l'alça durant l'any 2023**, tenint una influència directa en la inflació
- Aquesta pujada dels preus, tindrà una **afectació sobre el poder adquisitiu de les famílies** al tractar-se de béns de consum diaris

Previsió increment del preu dels béns de consum



Font: informe Blomberg //Banc Central Europeu Butlletí econòmic 2022

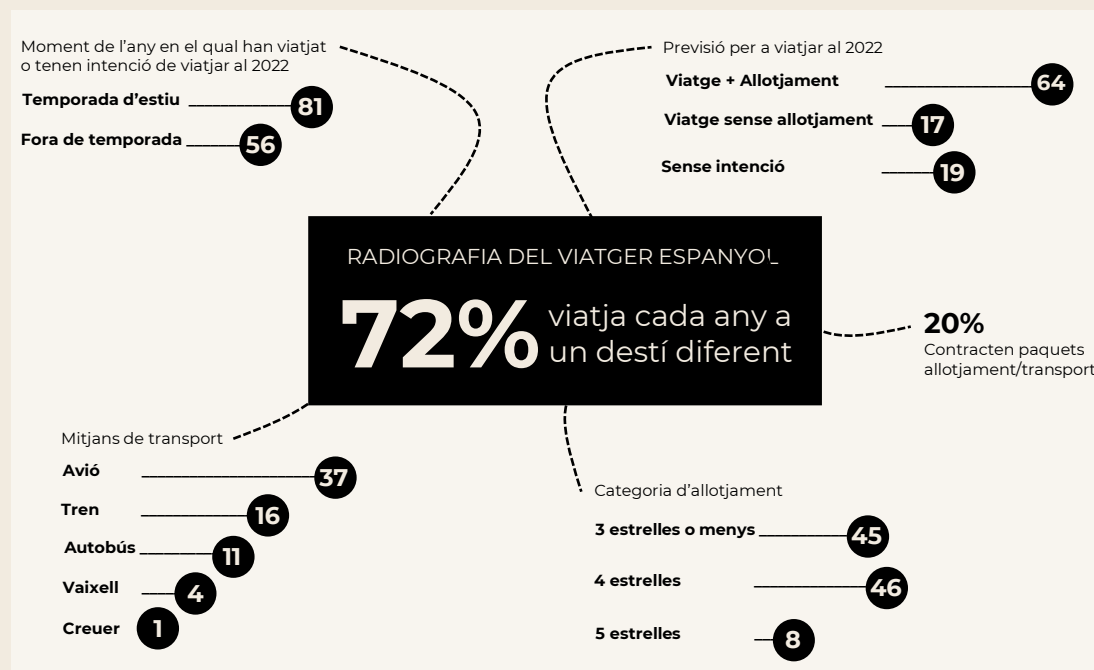


**COM ÉS EL VIATGER
I LES NOVES TENDÈNCIES
DEL TURISME?**

RADIOGRAFIA DEL VIATGER ESPANYOL – ANY 2022

Després de 2 anys de limitacions per viatjar, **gairebé 1 de cada 2 espanyols mostra una predisposició a tornar a fer viatges llargs.**

Les preferències es centren en **noves destinacions** (només el 28% vol repetir un destí), amb opcions de **viatge + allotjament, l'avió** com a mitjà de transport i estades en **hotels de 3 o 4 estrelles**



46%

Dels espanyols pensa en fer un viatge

38%

Afirma que pensa viatjar més aquest any comparat amb l'any anterior

???%

Veure com l'efecte socio-econòmic afecta al turisme al 2023

RADIOGRAFIA DEL VIATGER FRANCÈS – ANY 2022

Al març de 2022, la majoria dels francesos preveuen un viatge d'oci en els propers mesos.

Aproximadament un terç dels francesos afavoriran una **destinació propera a França**, utilitzaran el **vehicle propi** com a mitjà de transport i escolliran un allotjament de **lloguer turístic**.

Els francesos passaran les seves vacances en **família** (84%), amb els seus **amics** (15%) o **sols** (12%).

92%

Dels francesos preveu un viatge
d'oci (+15 pt vs. 2021)

60%

Viatjarà a França
Vs. 29% a Europa / 10% fora d'Europa

Tendències sobre el futur del turisme



1

SEGURETAT AL VIATJAR

Tecnologia aplicada a **incrementar la confiança i la seguretat del viatger**

Per exemple: facturació sense contacte, portes biomètriques, modificacions en el servei de menjars,...



2

PAÏSOS PROTAGONISTES

“Black tourism” selecció de viatjar a llocs que tenen com a tema principal la mort, la violència, el sofriment,...

Per exemple: es va iniciar amb les visites a la Zona 0 de NY, però també Auschwitz a Polònia, el volcà de la Palma, zones de la guerra d'Ucraina.



3

GAMPLING

Corresponent a la demanda de vacances a **l'aire lliure sense comprometre la comoditat, les experiències,....**



4

TURISME CINEMATogràfic

Molts països s'han convertit en destinacions pel turisme degut a la seva **aparició en series o pel·lícules**

Per exemple: Nova Zelanda amb el Senyor dels Anells, Grècia – Mamma Mía, Països Nòrdics – Joc de Trons



5

BLEISURE

El **teletreball** ha revolucionat el mercat turístic, el fet de poder treballar des de qualsevol lloc del món ha generat aquesta **nova cultura**

Per exemple: a Mèxic s'ha creat comunitats per fomentar aquesta nova cultura (projecte Nomad district)

Tendències sobre el futur del turisme



GREENER JOURNEYS

Viatgers **conscienciats amb l'ecologia** i que busquen l'aplicació de mesures de protecció al medi ambient en els seus viatges (menor empremta de carboni possible)

Per exemple: viatgers actius que aprofiten les vacances per participar en una causa ecològica.



TURISTES DE BENESTAR

Viatgers que centren les seves vacances amb un enfoc holístic; buscar el **benestar personal**

Acostumen a ser experiències amb un alt factor de eco-benestar, natura, relacions positives,...



FORA DE CAMINS

"Off the beaten track" es tracta de buscar les destinacions menys conegudes en les èpoques de menor afluència de turistes

En aquest cas prenen protagonisme les 2^o ciutats o els emplaçaments menys visitats.



METATURISME

Parlem d'una tendència que cada vegada es dona més en la fase prèvia al viatge, i consisteix a realitzar les **visites de la destinació de forma virtual** com a mitjà de promoció d'una destinació gràcies a la innovació digital

Per exemple: durant la pandèmia Japó va fer una clara aposta pel turisme virtual per mantenir-se en el TOM dels viatgers



TURISME ACTIU

Es busquen **aventures més úniques** en els plans dels viatgers: ofertes que ajudin a connectar amb la gent autòctona, vivint experiències úniques vinculades a l'entorn local.



CAMPANYA HIVERN 2022 / 2023

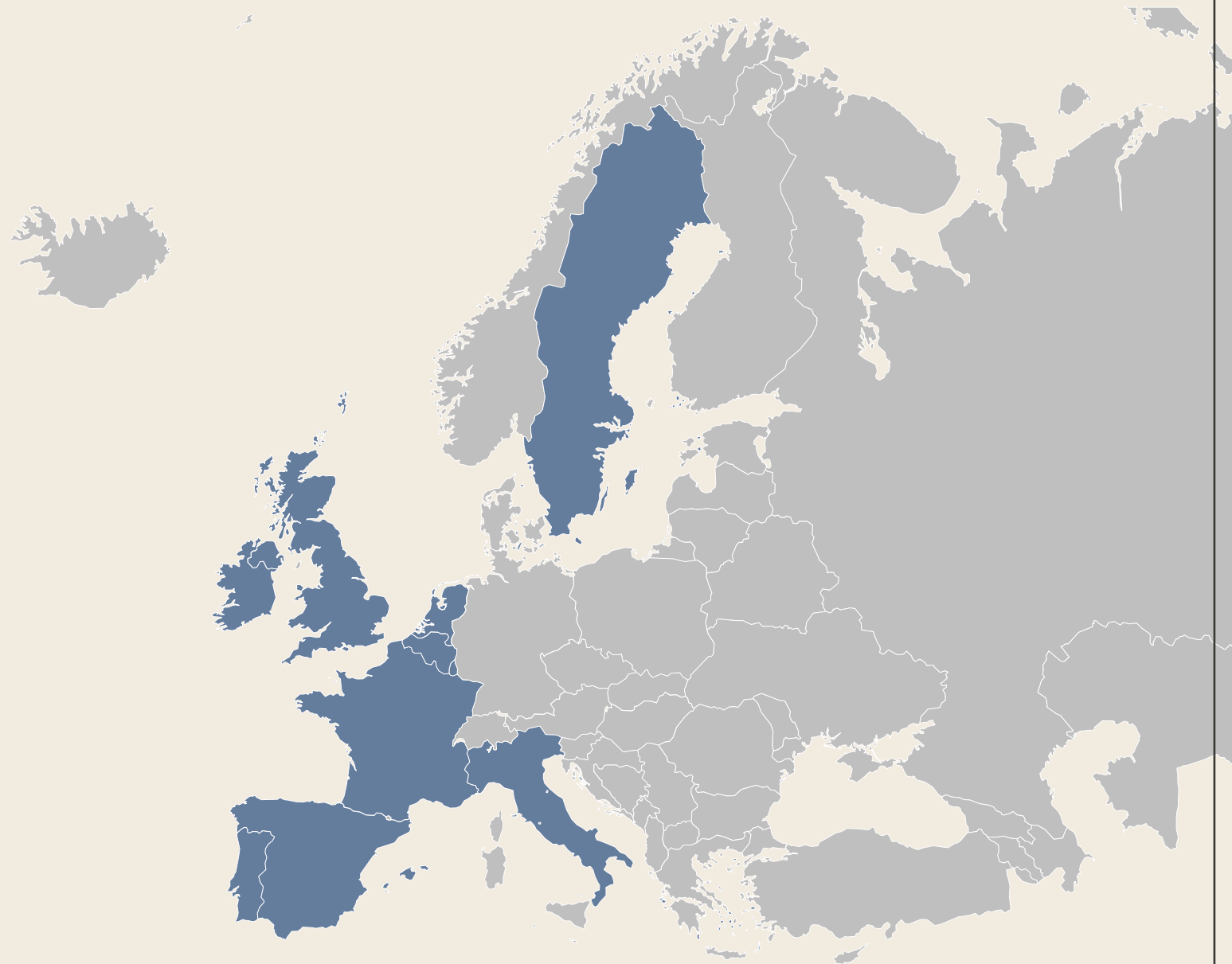
ATYPICAL ANDORRA





MERCATS DE CAMPANYA

ESPANYA
FRANÇA
REGNE UNIT
IRLANDA
BÈLGICA
PAÏSOS BAIXOS
PORTUGAL
SUÈCIA
ITÀLIA





ATYPICAL ANDORRA

¿Este año aún no has visto nieve?
Bueno, paso a paso.

ME VOY A VERLA ↓

ATYPICAL ANDORRA



Pla de mitjans

TELEVISIÓ

Nacional

Publiespaña
Atresmedia
Disney Channel
National Geographic

**i segmentada a nivell
autonòmic / regional**

TV3
TF1
France 3

DIGITAL

Ampli desplegament d'un pla digital per donar **màxima cobertura** de la marca Andorra i el contingut de la oferta, impactant **segon data d'interessos dels usuaris** (esports, outdoor, ski, travel, oci,...)

Amb especial rellevància en els **suports audiovisuals** i en **xarxes socials**.

RÀDIO

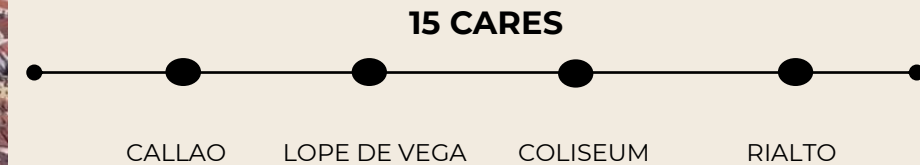
Ràdio a les emissores líder de la regió d'Occitània de França.

I mencions i entrevistes per comunicar contingut a Catalunya, València, País Basc i Madrid pel mercat espanyol.

Acció especial a Madrid



CIRCUIT DE PANTALLES DE GRAN FORMAT A CINEMES I TEATRES



2 SETMANES DURANT EL PERÍODE DE NADAL
(del 12 al 25 de desembre)

MÀXIMA AFLUÈNCIA DE GENT
(4,5 milions de persones)





Shhhh!!!



3 colchoneros
disfrutando
del blanco.



**ATYPICAL
ANDORRA**



 **Andorra**
visitandorra.com

¡Necesitas un
polvazo!



**ATYPICAL
ANDORRA**

 **Andorra**
visitandorra.com



Disney

 **NATIONAL
GEOGRAPHIC**

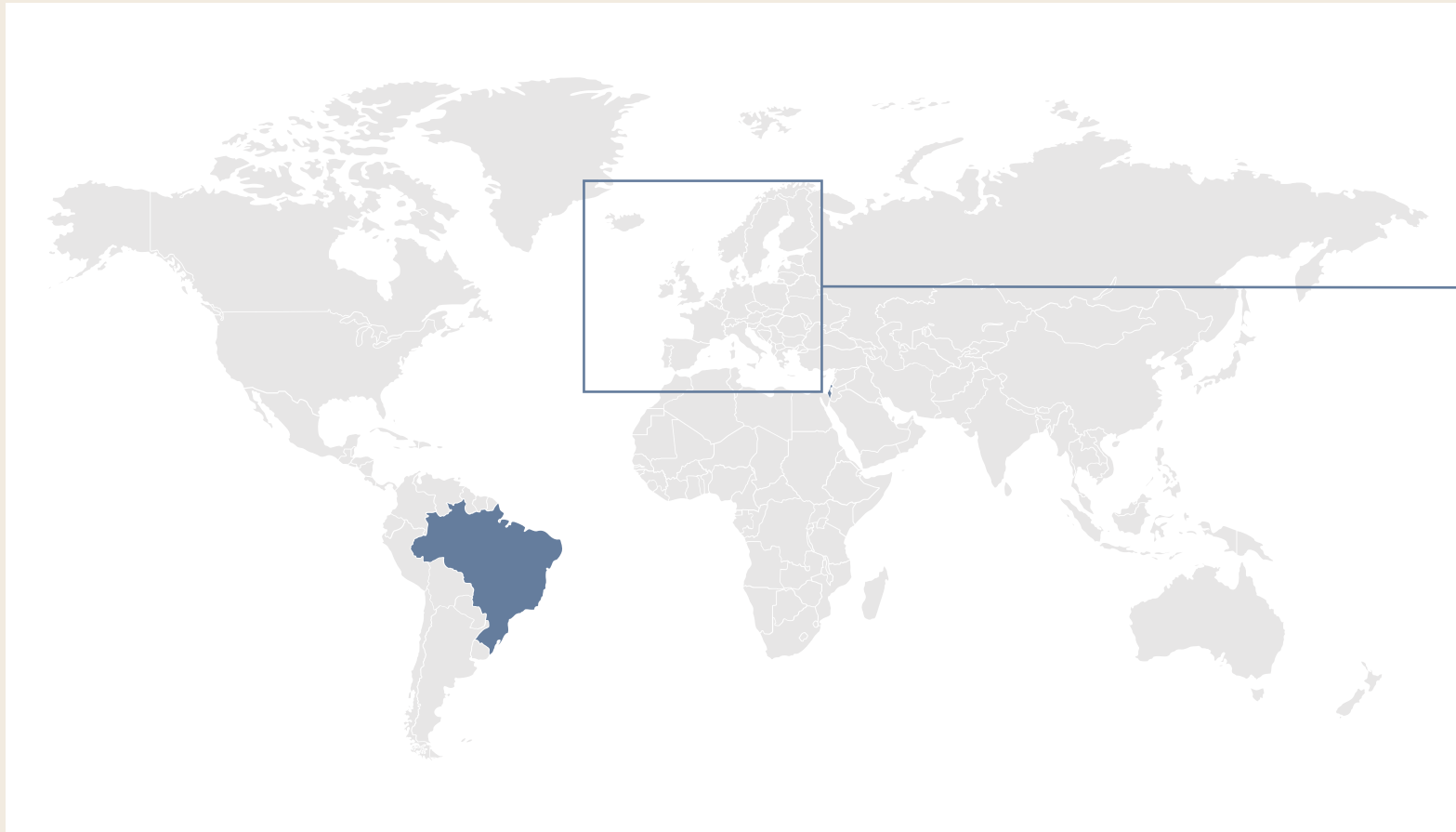
PRESENTACIONS SKI ANDORRA A LA PREMSA

21 nov. – Andorra
22 nov. – Barcelona
23 nov. – Madrid
24 nov. – Bilbao
25 nov. – València
01 des. – Toulouse

NOVEMBRE – DESEMBRE 2022

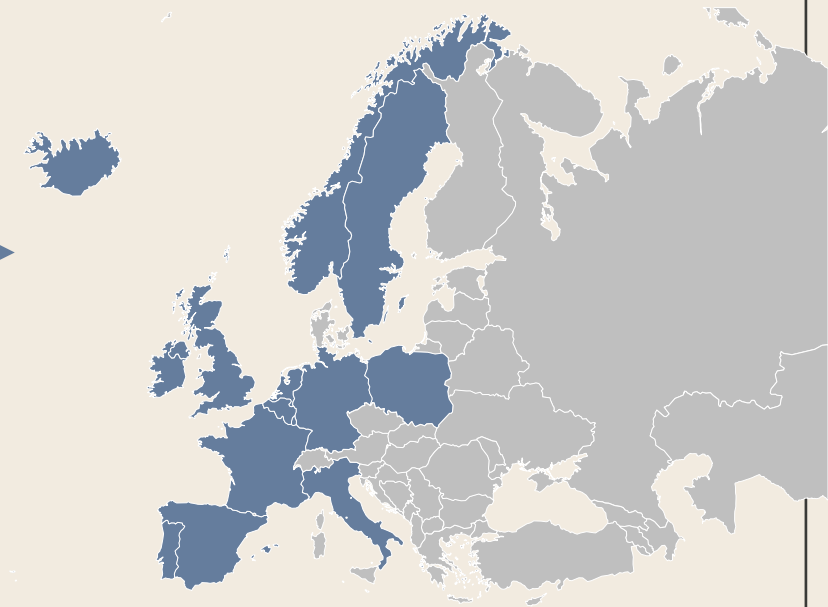
DL	DM	DC	DJ	DV	DS	DG
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21 AND	22 BCN	23 MAD	24 BIL	25 VAL	26	27
28	29	30	1 TLSE	2	3	4

MERCATS DE TOUR OPERACIÓ



BRASIL

ISRAEL



ESPANYA
FRANÇA
REGNE UNIT
IRLANDA
BÈLGICA
PAÏSOS BAIXOS

PORTUGAL
SUÈCIA
ALEMANYA
NORUEGA
ISLÀNDIA
POLÒNIA



CAMPANYA HIVERN 2022 / 2023