



BALANCE ITB 2019

Situación mercado alemán

Arrecife, a 13 de marzo de 2019

TurismoLanzarote



Estructura



1

Datos de contexto mercado alemán

- Situación competidores directos
- Estado LLAA

2

Previsiones verano 2019

3

ITB 2019: Aspectos más relevantes

4

Conclusiones

1

DATOS DE CONTEXTO MERCADO ALEMÁN

3^{er}

PAÍS MUNDIAL EN GASTO TURÍSTICO, TRAS CHINA Y EEUU (OMT 2017)

1^{er}

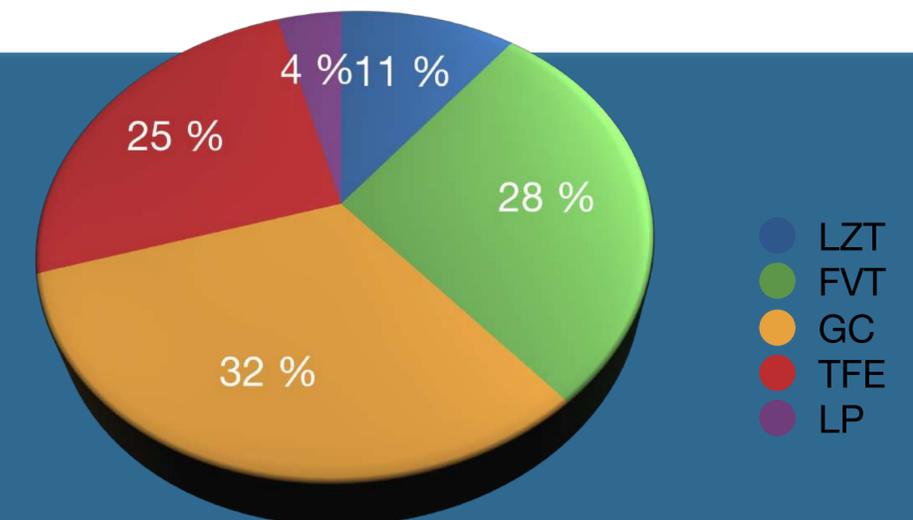
ESPAÑA, PRIMER DESTINO DEL TURISTA ALEMÁN, SUPERANDO A ITALIA, TURQUÍA Y AUSTRIA

71

MILLONES DE VIAJES (+2%) EN 2018

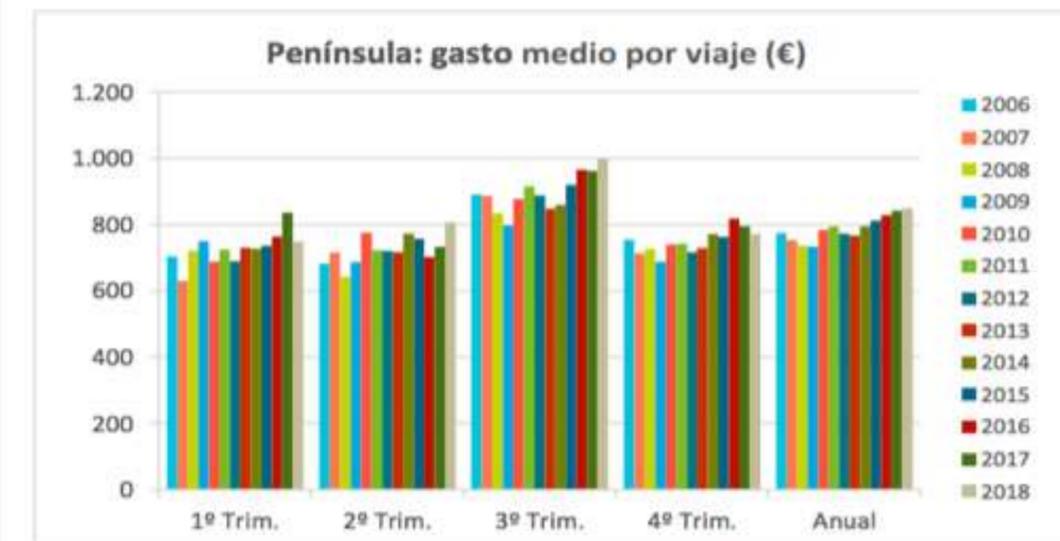
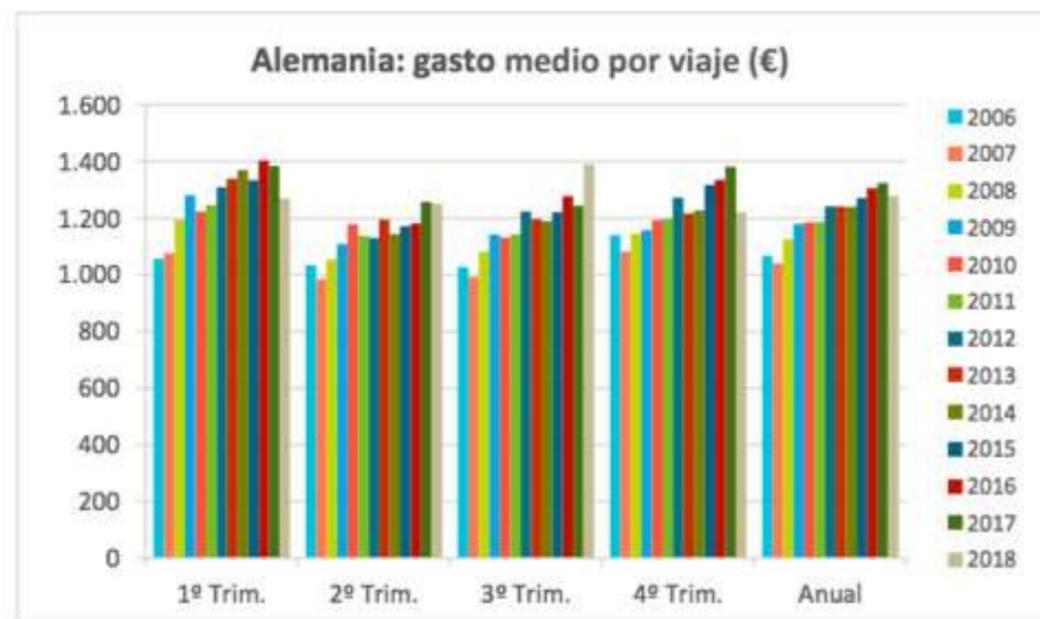
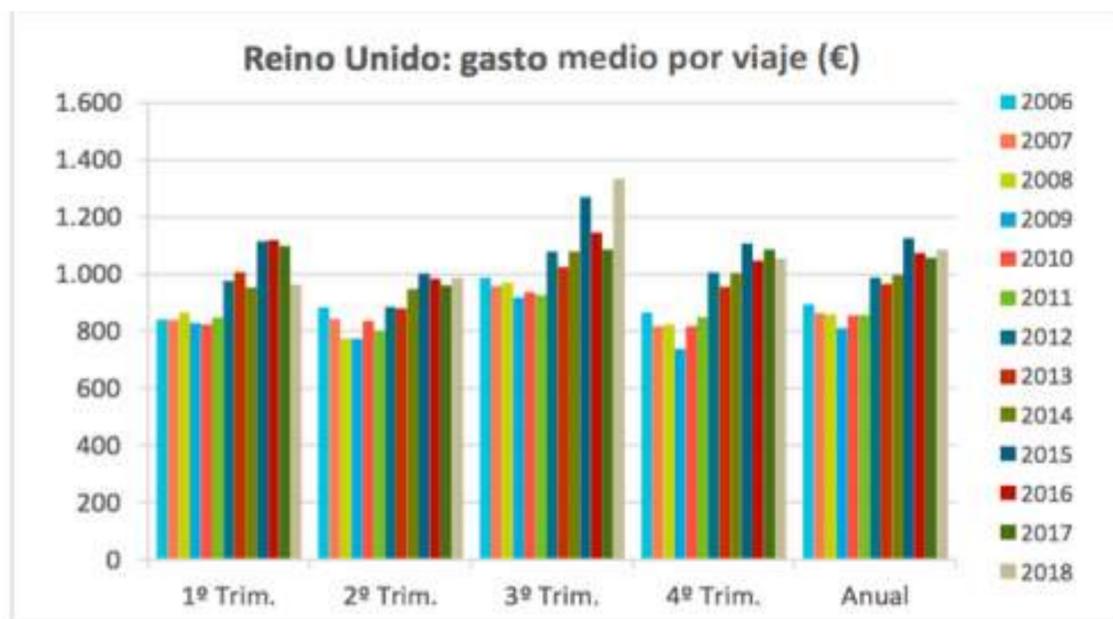
TURISMO ALEMÁN EN CANARIAS (2018):

Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Palma
326660 (-4,5%)	850816 (-3,1%)	965159 (-2,8%)	755824 (+0,6%)	106760 (+3,5%)



DATOS DE CONTEXTO MERCADO ALEMÁN

PARÁMETROS DE GASTO



Fuente: ISTAC

**ESTANCIA
(días) MEDIA
(2018):**

Alemania

Reino Unido

Península

Media Canarias

11,3

8,8

7,9

9,7

Fuente: Promotur

DATOS DE CONTEXTO MERCADO ALEMÁN

SITUACIÓN COMPETIDORES DIRECTOS



La reserva de slots en destinos turcos, como Antalya o Marmaris, crece más de un 30%

El perfil del alemán que visitó tanto los destinos canarios como los turcos presenta patrones muy similares de motivaciones de viaje

La homogeneidad de la oferta entre estos destinos competidores, favorece que el visitante sea más sensible al precio, a menudo guiado por intereses de los intermediarios (TTOO)

Fuente: Mabrian

1

DATOS DE CONTEXTO MERCADO ALEMÁN

ESTADO L L A A

La quiebra de **Germania** ha supuesto la pérdida de 200000 plazas anuales a Canarias. Existe la posibilidad de absorción por parte de Hi Fly, compañía chárter de Portugal

EasyJet crece +60,55%, pero su volumen es aún poco significativo



SunExpress, como *joint venture* entre Lufthansa y Turkish Air Lines, ha desviado una gran parte de su operación hacia Turquía

Ryanair también retrocede desde Alemania (-62000 plazas), asumiendo su filial Laudamotion parte de su operación (+38500)

2

PREVISIONES VERANO 2019 (SLOTS)

	Reino Unido	Alemania	Irlanda	Francia	Holanda	Península	TOTAL
Canarias	3.213.995 (-0,2%)	1.380.866 (-22,8%)	408.285 (+4,8%)	227.049 (+11,6%)	229.445 (-2,7%)	3.093.028 (+6,7%)	9.926.644 (-2,3%)
Lanzarote	877.428 (+2,3%)	162.212 (-23,2%)	205.379 (+9,7%)	49.819 (+54,4%)	32.024 (-20,8%)	376.498 (+6,6%)	1.834.631 (+0,7%)
Tenerife	1.373.215 (+4,6%)	410.866 (-16,4%)	104.977 (+2,8%)	98.115 (+25,1%)	71.150 (-1,4%)	1.359.538 (+8,5%)	4.042.282 (+3,8%)
Gran Canaria	541.358 (-9,8%)	385.178 (-27,4%)	60.855 (-3,7%)	43.300 (+11,1%)	92.794 (+1,6%)	1.042.132 (+2,6%)	2.638.673 (-8,3%)
Fuerteventura	409.520 (-6,2%)	375.781 (-26,6%)	37.074 0,0%	35.815 (-33,3%)	22.788 (+1,7%)	255.386 (+16,9%)	1.267.480 (-11,8%)



Reedición acuerdo con **TUI Alemania**, como apuesta por la cualificación del turista alemán en sintonía con destino diferenciado.

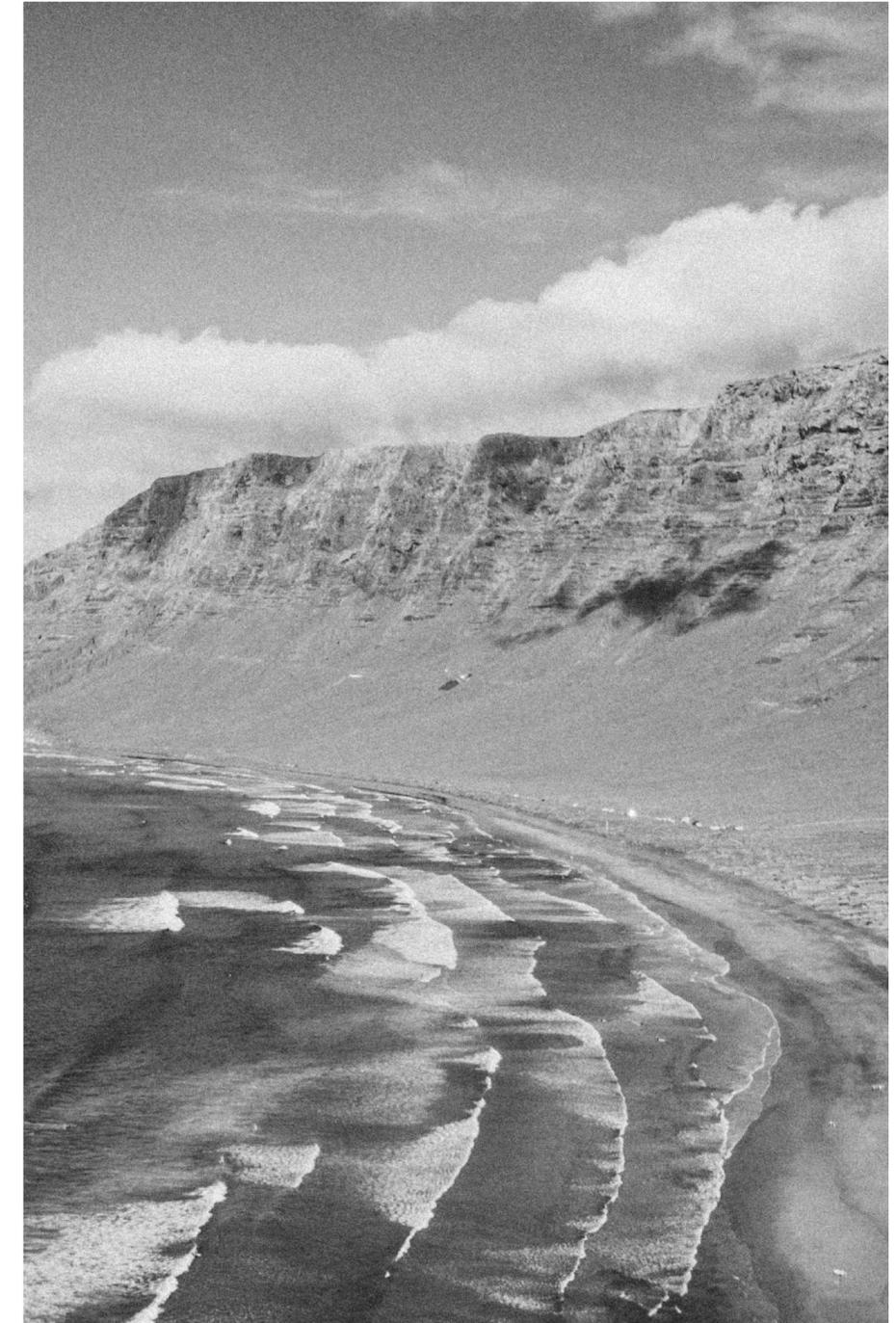


Primer acuerdo de marketing con **Eurowings**, una de las compañías más dinámicas y emergentes de la actualidad. Crece en Canarias este verano un 19,54%.

Programa invernal en Lanzarote con 6 rutas.



Firma de convenio de colaboración en términos de posicionar a Lanzarote como caso de estudio en investigaciones de posgrado, como modelo turístico sostenible.



3

ITB 2019

ASPECTOS MÁS
RELEVANTES

Función expositiva

Digital e interactiva, en coherencia con destino turístico *smart* y sostenible



CONCLUSIONES

La fortaleza de la demanda de viajes en Alemania permanece en buen estado, pese a la contracción del PIB en los últimos trimestres de 2018.

La mejor rentabilidad que obtienen en Turquía y Egipto los operadores turísticos provocan un claro desvío de operaciones hacia estos dos países.

De cara al turista, dos factores de peso, menor precio y vuelos más cortos, en el caso de Turquía, en relación a Canarias.

El año 2019 se prevé como ejercicio turístico de re-equilibrio entre destinos, oportunidad para acelerar el posicionamiento de Canarias y Lanzarote como enclaves con propuesta de valor.

La valoración global de Lanzarote (según Tripadvisor y Mabrian) en relación a nuestros competidores de Canarias es superior, lo cual revela una buena posición para afrontar el nuevo contexto.

La configuración en los últimos años de las propuestas de producto, como European Sports Destination, Saborea Lanzarote, Lanzarote Film Commission o Lanzarote Fashion Weekend, además del reconocimiento de la isla a nivel internacional, debe permitir a la isla mantener una línea de óptima competitividad.

Los primeros meses de 2019 revelan un buen comportamiento de Lanzarote en el panorama turístico, con un crecimiento de turistas del 12,1% en enero, y un 0,9% de pasajeros en febrero, pese a la quiebra de Germania, acontecida a principios de mes. Esta compañía mantenía 6 vuelos semanales con la isla en esta temporada de invierno.

An aerial photograph of a volcanic landscape. On the left, the turquoise ocean waves crash onto a black sand beach. In the center, a dark, flat expanse of black sand leads to a vibrant green crater lake. To the right, the rugged, dark volcanic rock formations of the crater rim are visible.

GRACIAS

Arrecife, a 13 de marzo de 2019

TurismoLanzarote