

# Perfil del cicloturista i hàbits de consum Itàlia 2023

# 1. Dades de context



## 1. Dades de context: turistes, estada i despesa

EL MERCAT  
ITALIÀ SUPOSA  
EL 7% DEL  
TOTAL DE  
TURISTES QUE  
REP CATALUNYA

Els 25% dels turistes italians que venen a l'Estat espanyol tenen com a destinació principal Catalunya.

# DADES BÀSIQUES 2022

TURISTES	ESTADA MITJANA	RÀTIO CONCENTRACIÓ ESTIVAL
1,04 M	4,9 NITS	43,5%
DESPESA TOTAL	DESPESA MITJANA PER PERSONA I VIATGE	DESPESA MITJANA PER PERSONA I DIA
745 M €	717 €	145 €

### Principal motiu del viatge



## 1. Dades de context: dades macroeconòmiques d'Itàlia

**L'economia italiana es troba en creixement moderat però constant.**

La debilitat generalitzada de la zona euro afecta directament el teixit econòmic i productiu del país.

## Apunt econòmic

- Inflació: 7,6% (agost 23)
- PIB: -0,4%
- Taxa de desocupació: 7,6% (juny 23)
- Pugen els tipus d'interès
- Baixen els préstecs
- El sector serveis és el sector que empeny amb més força de l'economia
- El sector industrial resisteix

## 1. Dades de context: oportunitats

Cal fer atenció als grans mercats web d'experiències b2b.

Les agències físiques perden espai dins de l'estructura d'intermediació, i creixen els grans grups internacionals i OTA.

# Oportunitats en les noves estructures del mercat

## RECUPERACIÓ

L'any 2022 ha estat el de la recuperació total; cal estar atents a les amenaces externes com són la inflació, els preus i els conflictes geopolítics.

## CONCENTRACIÓ

Menys participants i més grans.

## ESPECIALITZACIÓ

Turista més exigent, requereix especialització i personalització, lluita de les destinacions per posicionar-se com a destinació "exclusiva".

## COMPETÈNCIA

Ferotge, hi ha poca diferenciació entre productes i serveis. És important destacar en preu, servei pre i post viatge i en el moment d'inspiració del client.

## 1. Dades de context: orientació estratègica del CPT Itàlia

La definició dels nous destinataris es basaran en els moments d'inspiració, demanda de productes nínxol i canals de distribució.

La tasca principal serà identificar on trobar-lo, què oferir-li i com influir en la seva tria.

# Orientació estratègica

1

Treballar el coneixement de la destinació CAT en el mercat, donant-li visibilitat i afavorint que sigui una opció en la ment del consumidor.

2

Tractar de diversificar el segment de turista que arriba a CAT i les destinacions que tria.

3

Estudiar les possibilitats reals de desestacionalització a partir d'aquest nou públic objectiu.

4

Centrar la tasca promocional en aconseguir que es faci més despesa en la destinació.

# 2. Metodologia



## 2. Metodologia: ISNART

# Què és l'ISNART?

ISNART S.c.p.A. Istituto Nazionale Ricerche Turistiche

- Institut de recerca, nascut a partir del sistema de Cambres per acompanyar el sector turístic italià en la comprensió de l'entorn i per ajudar-lo a millorar el nivell de competitivitat.
- Partner estratègic de les administracions públiques.
- Observatori sobre l'Economia del Turisme Big Data.





## 2. Metodologia

**1.772 enquestes**

**Marge d'error: 3%**

**Índex de  
confiança: 95,5%**

**Treball de camp:  
maig de 2023**

**Enquesta CAWI**

# Plantejament de l'enquesta

L'objectiu principal de l'enquesta i l'anàlisi posterior ha estat **dibuixar el perfil, els hàbits de consum, les expectatives en termes de servei i els principals comportaments durant les vacances dels cicloturistes italians.**

S'ha cercat una mostra representativa del cicloturista italià que en els darrers dos anys hagi realitzat una experiència cicloturística arreu.

**400 individus han fet cicloturisme els darrers dos anys, dels quals un 22% han viatjat a l'estranger. D'aquests 400, 11,4% declaren haver estat a CAT.**

# 3. Perfil bàsic dels ciclistes



### 3. Perfil bàsic dels usuaris de bicicleta a Itàlia

Han realitzat  
1,5 viatges  
cicloturístics els  
darrers dos anys.

Un 67,5% han fet la reserva  
pel seu compte i amb una  
antelació d'entre 6 i 12  
mesos respecte a la data  
del viatge.

## Trets bàsics del ciclista

● Rang d'edat: 46-65 anys

● Solen fer bicicleta  
en el seu temps lliure

● Són molt actius a internet  
i estan molt influenciats pel boca-orella



● 21,3% pedalen moltes vegades  
per setmana

● 21,7 % pedalen cada  
setmana

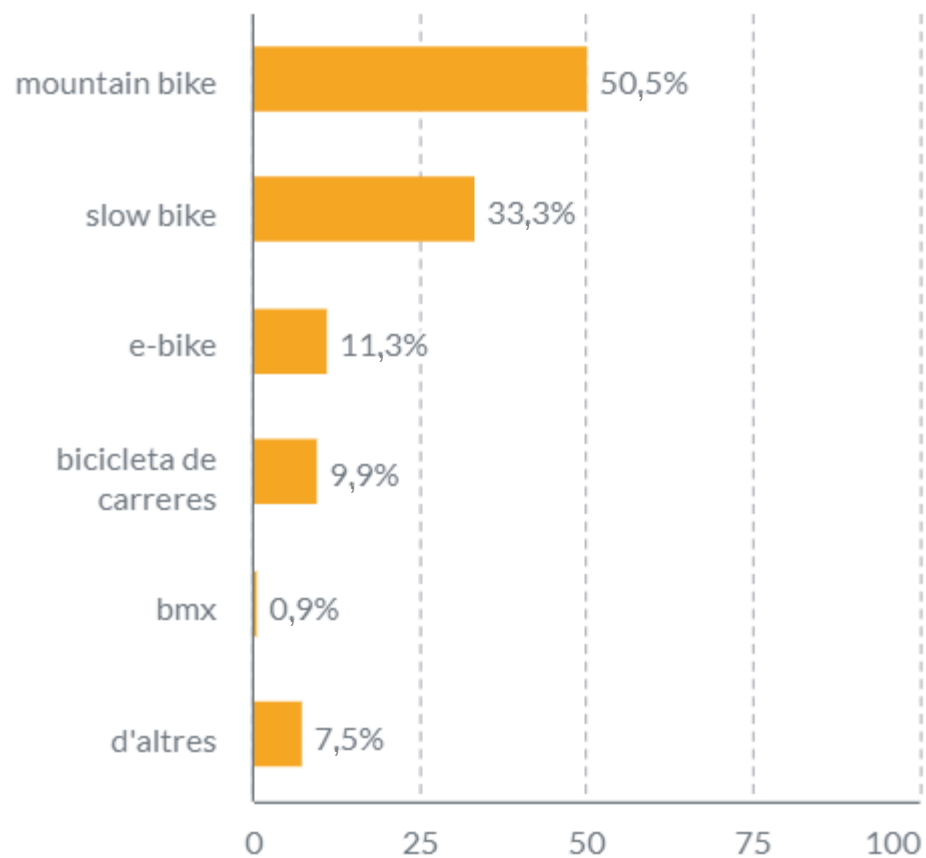
● 21,3% pedalen alguna vegada al mes

## 2. Tipus de bicicletes emprades

### Un 75% tenen bicicleta en propietat

Les bicicletes elèctriques encara són poc emprades pels italians. Es tracta d'un nínxol de mercat que està polaritzat entre els més joves (fins a 35 anys) i els més grans (a partir de 65 anys).

## Tipus de bicicletes emprades



# 4. Vacances en bicicleta

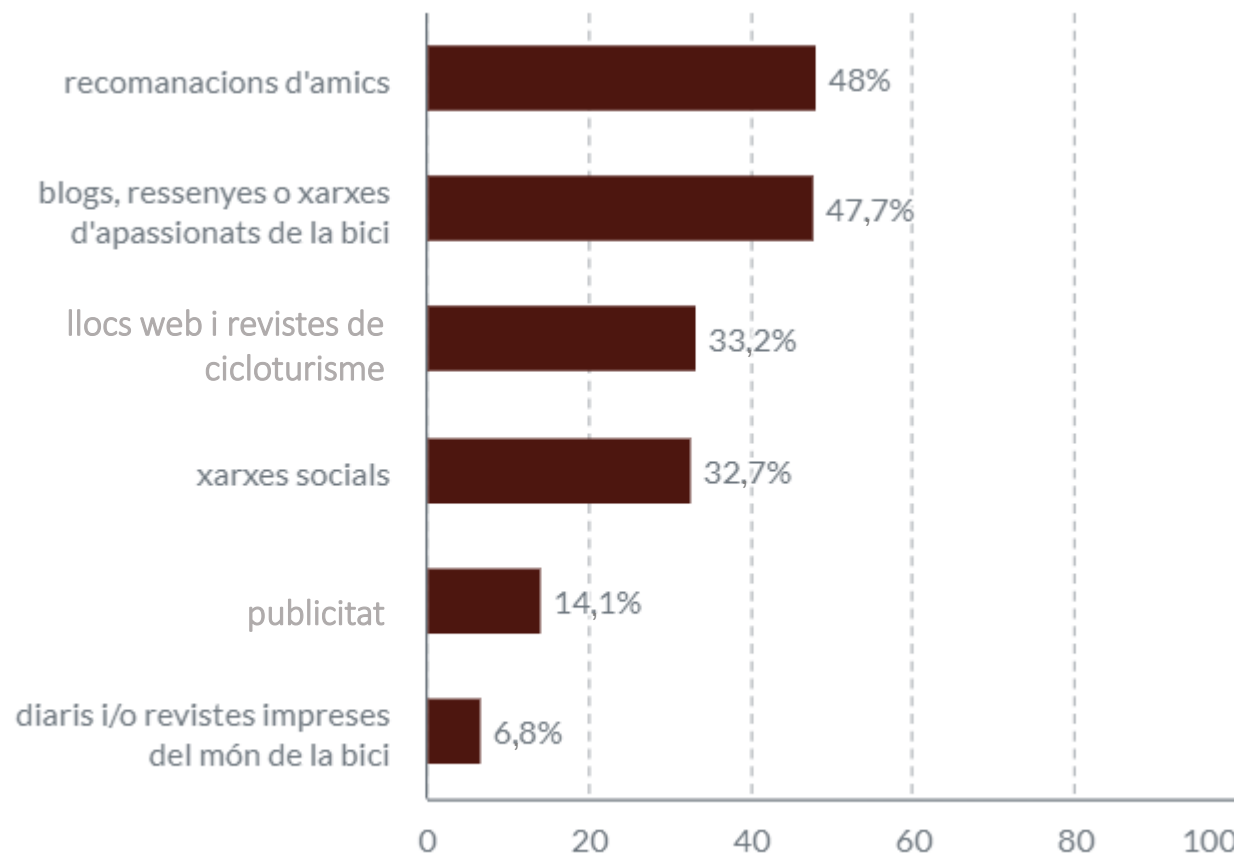


#### 4. Vacances en bicicleta: canals que influeixen en la tria de la destinació

### Els italians estan molt influenciats pel boca-orella.

Les xarxes socials i les comunitats en línia són els millors espais per tractar d'incidir en la decisió i tria d'una destinació futura.

## Canals més emprats per inspirar-se

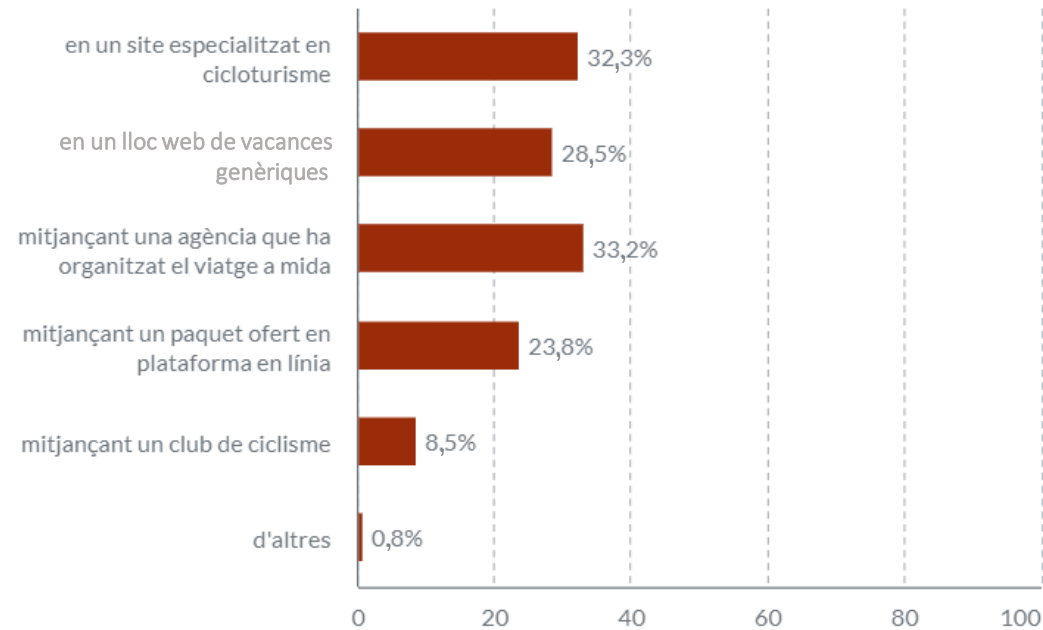


#### 4. Vacances en bicicleta: modalitat de reserva i antelació

Només un 32% viatja amb paquet tancat.

La resta reserven ells mateixos directament amb els prestataris dels serveis.

### On reserven?



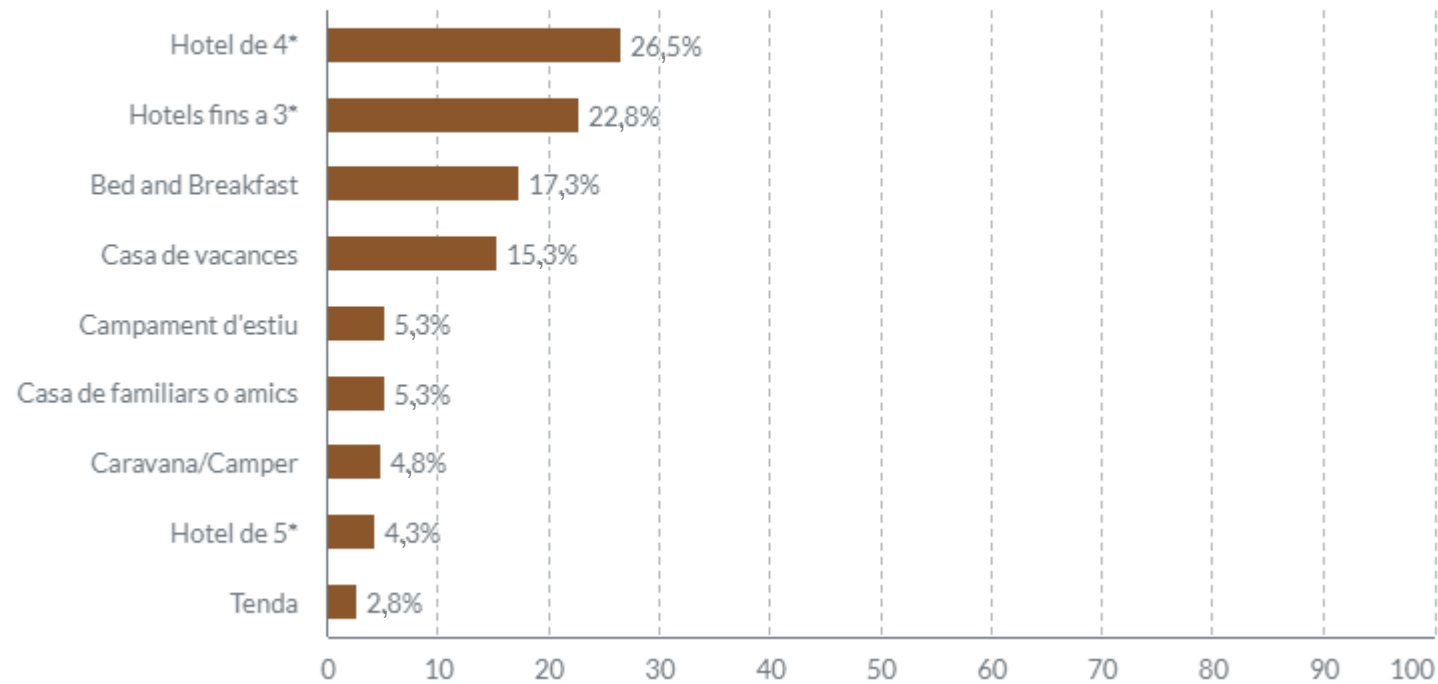
- 12,3% amb menys d'un mes d'antelació
- 25,8% entre 1 i 3 mesos d'antelació
- 23,5 % entre 3 i 6 mesos d'antelació
- 32 % entre 6 i 12 mesos d'antelació

#### 4. Vacances en bicicleta: tipus d'allotjament i estada mitjana

**Els allotjaments hotelers són l'opció preferida.**

Les estades de 4-5 nits, que són les que se solen fer més habitualment, van en línia amb l'estada mitjana general.

### Tipus d'allotjament



●  
2-3 dies  
23,5%

●  
4-5 dies  
34,5%

●  
6-7 dies  
27,5%

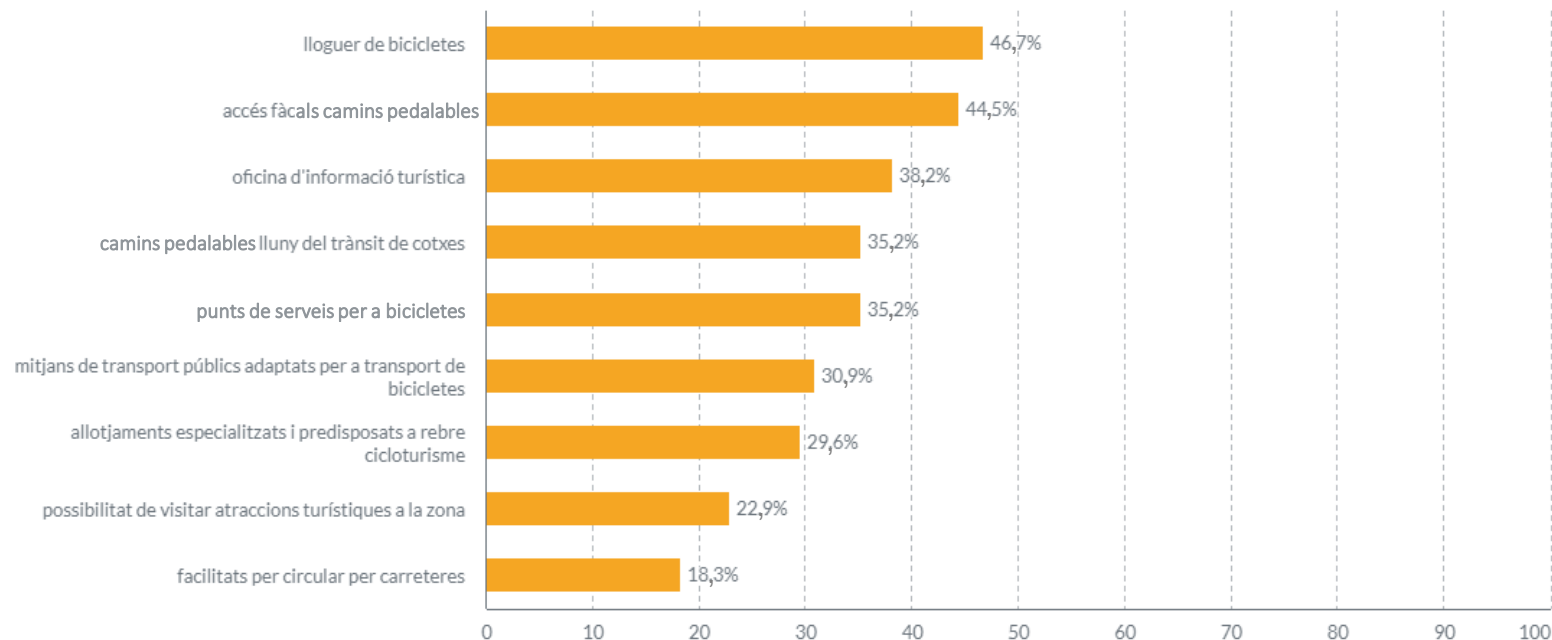


### 3. Vacances en bicicleta: què n'esperen d'una destinació?

**Poder circular sense dificultats ni perills és bàsic a l'hora de triar una destinació per descobrir en bicicleta.**

El bon temps és la demanda més important, independentment del mercat del qual parlem i les altres variant.

## Serveis més demanats



A scenic landscape featuring a dirt road that curves through a field. In the background, there is a body of water and a small white building under a clear sky. Two cyclists are riding on the dirt road in the lower right corner. The text "5. Vacances en bicicleta a l'estranger" is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

# 5. Vacances en bicicleta a l'estranger

5. Vacances en bicicleta a l'estranger: principals països visitats\*

## Quins països trien?

El  **35%** es queden a Itàlia.

Només un  **1,1%** trien viatjar fora d'Europa.

\*mostra 400 individus

## 5. Vacances en bicicleta a l'estranger: principals països visitats\*

França i Àustria, països veïns amb Itàlia, són les dues principals destinacions.

### Top 5 països visitats

FRANÇA

ÀUSTRIA

DINAMARCA

CROÀCIA

ESPANYA



## 5. Vacances en bicicleta a l'estranger: intenció de viatge en un futur proper\*

**Itàlia es manté en el primer lloc.**

Alemanya entra en la llista de països desitjats per visitar.

## Top 10 països en intenció de viatge

ITÀLIA

FRANÇA

ALEMANYA

ESPANYA

ÀUSTRIA

GRÈCIA

SUISSA

DINAMARCA

CROÀCIA

IRLÀNDA



## 5. Viatges en bicicleta a l'estranger: intenció de viatge a l'Estat espanyol\*

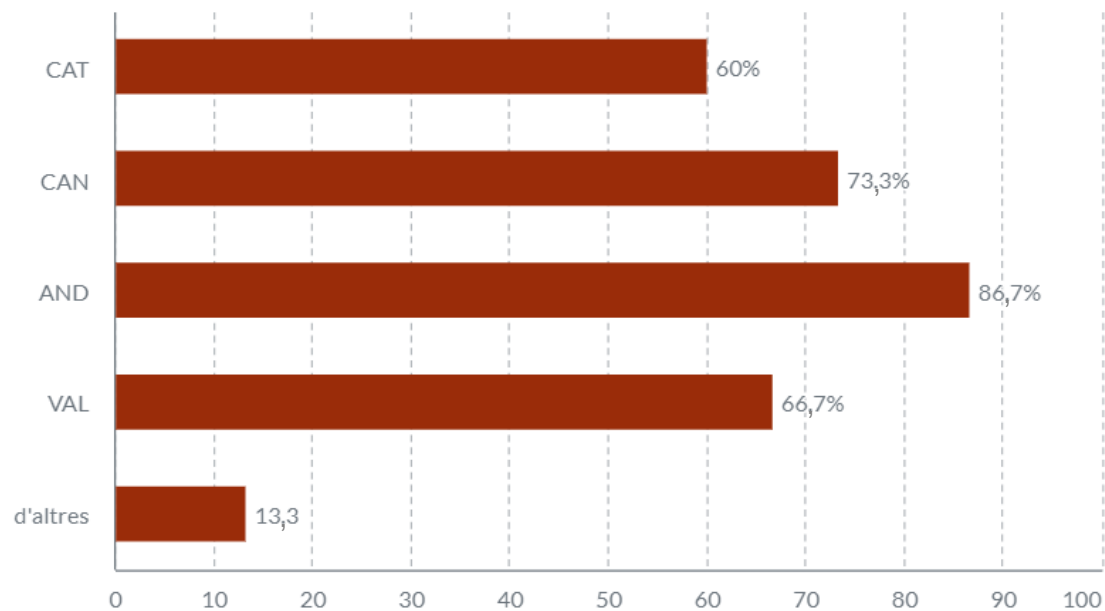
Andalusia està molt ben posicionada en la ment del consumidor.

Canàries i el País Valencià també passen per davant de Catalunya.

\*mostra: 15 individus

## Top destinacions en intenció de viatge

Estat espanyol



## 5. Viatges en bicicleta a l'estranger: països alternatius al viatge a Espanya\*

Els que comenten que en un futur proper voldrien venir a l'Estat espanyol, també tenen altres països sobre la taula i França continua sent la primera opció.

\*mostra 51 individus

### Competidors

FRANÇA

ALEMANYA

SUÏSSA

CROÀCIA

BÈLGICA



An aerial photograph of a winding asphalt road that curves through a dense, green forest. The road is dark grey with white lane markings. A few small cars are visible on the road. The text is overlaid in the center of the image.

**6. Intenció de  
viatge a  
Catalunya**

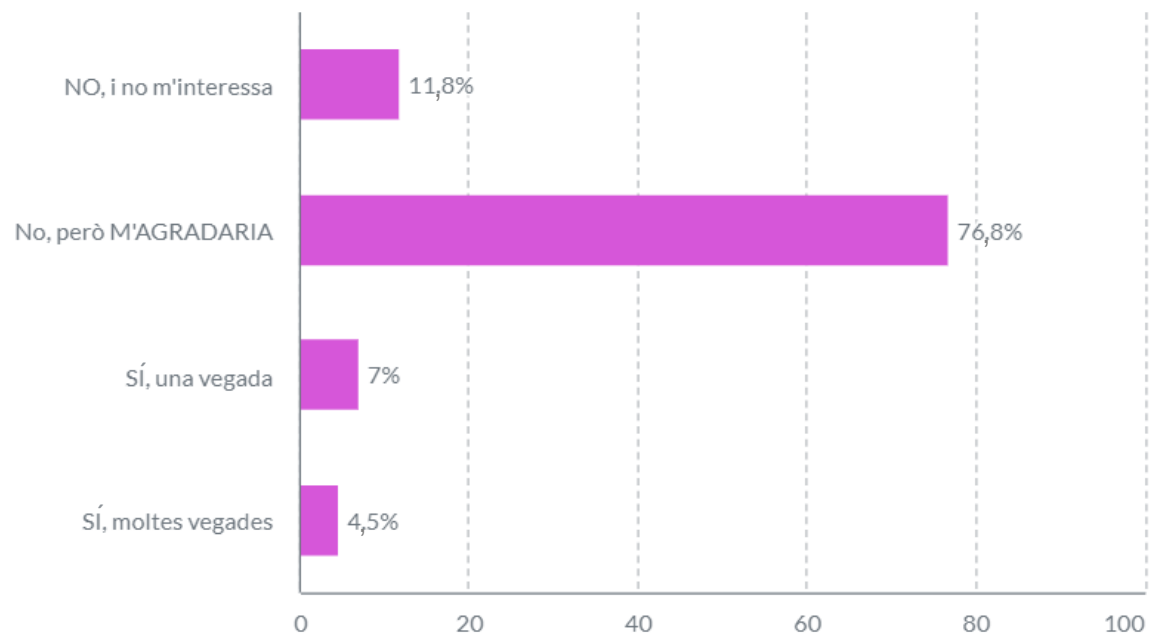


## 6. Intenció de viatge a Catalunya\*

**ALTA intenció de viatge en un futur proper.**

Un 11,5% dels enquestats manifesten haver estat ja a Catalunya.

## Estada prèvia a Catalunya i intenció futura



## 6. Intenció de viatge a CAT, imatge de la destinació\*

**ALTA valoració de les carreteres i camins catalans.**

### Què valoren de la destinació?

- Relació qualitat/preu
- Paisatge
- Qualitat de les carreteres/camins

### Com van contractar?

- 63% mitjançant aavv
- 37% directament al prestatari

### Com s'hi van desplaçar?

- Cotxe propi
- Avió

### Quina bicicleta duien?

- 59% bicicleta pròpia
- 41% bicicleta de lloguer

\*mostra 46 individus

intel·litur.